

MODA: A FEBRE DAS NOVIDADES NAS SOCIEDADES LIBERAIS

Roberta Andrade Carvalho¹

Resumo: O presente ensaio pretende retratar a moda através de outros aspectos, que não os mais comuns envolvendo o universo fashion. Trata-se de uma breve reflexão sobre a vestimenta num panorama das ciências sociais. É também uma tentativa de abordagem mais compreensiva do que explicativa, que exige a amplitude da visão para perceber a moda inserida num contexto sócio-cultural e comunicacional das sociedades liberais, fundadas no culto ao corpo e à aparência.

Palavras-chave: Moda; Cultura, Comunicação; Sociedade.

Antes de tornar-se mais acentuadamente ícone estético e fantasioso, embora atendendo aos apelos e necessidades das sociedades da época, a roupa era utilitária, feita de peles de animais e usada como proteção para o corpo do homem primitivo. Também foi objeto de pudor, cobrindo a nudez, delimitando os espaços do corpo a serem vistos servindo para conservar a moral e os bons costumes; além de servir de abrigo para o homem desde os primórdios, protegendo-o contra o sol, chuva, acidentes e até mesmo contra os maus espíritos, conforme destaca Flugel:

A vestimenta protege o corpo do frio, do calor, de acidentes que incidem em ocupações perigosas e esportes, inimigos humanos ou animais, e perigos físicos e psicológicos. Esses perigos psicológicos são variados, incluindo toda uma série de expedientes mágicos e espirituais que podem ser repelidos com auxílio de amuletos e outros adornos mágicos (FLÜGEL *apud* BARNARD, 2003, p.81).

O pudor pode ser relativizado conforme a sociedade e o tempo em que se insere. Existem comunidades tribais, por exemplo, nas quais as mulheres vivem nuas, mas não aparecem sem seus botoques ou apliques labiais característicos da sua etnia. Os Masai são um grupo étnico africano de seminômades localizado no Quênia e no norte da Tanzânia, no qual as mulheres usam brincos de latão que não tiram nem na frente de seus maridos, por que se sentem envergonhadas, mas andam seminuas, apenas com uma tira de couro cobrindo o corpo.

¹ Mestranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. E-mail: rocarvalho72@gmail.com



Na época do costume, graças ao romantismo do século XIX, fase em que os artistas se inspiravam nas cores, trajes, e formas para compor suas obras, a tradição, os costumes e a imitação dos valores simbólicos, passados de geração em geração, mantiveram suas práticas em atividade.

Nos cerimoniais ritualísticos, os adornos também exerceram função de destaque, promovendo a distinção social, atração e desejo. “Mas o que é fundamental é que a ornamentação é inseparável de uma extensão do eu corporal e, desse modo, é mais uma peça indispensável para uma possível compreensão das aparências” (CIDREIRA, 2005, p.37).

Conforme adverte Barnard (2003), todas essas nuances que envolvem a roupa e seus usos advêm dos hábitos e costumes de cada grupo social, podendo variar conforme os padrões culturais de cada sociedade. A moda, conforme sua finalidade, tempo e espaço estabelece em qual condição ela irá atuar, não obedecendo ao rigor das etapas aqui citadas, até mesmo porque não encontramos essas fases estanques nos movimentos desse fenômeno.

Alguns autores afirmam existir condições distintas para configurar a roupa e a moda de acordo com a época, a cultura, o local. O que não se deve perder de vista são as determinantes do fenômeno, associadas à moda vestimentar na sua dinâmica de ciclos breves, impondo o culto à novidade incessante, pautada num processo mercadológico e de valorização do individualismo.

Inserida na história ocidental, principalmente após a fundação do capitalismo burguês, a moda se instaurou como dispositivo de poder, surgindo, conforme sinaliza Lipovetsky (2009), nos meados da idade média, quando a estetização do universo assume papel representativo na sociedade. Até então, podemos dizer que se falava de roupa e indumentária, mas não de moda.

A compreensão do lugar da moda na contemporaneidade provém de um olhar ao passado, com intuito de buscar elementos configuradores da sua ascensão na atualidade e com a perspectiva de trazer à luz as razões pelas quais o vestuário se sagrou, não somente enquanto atributo utilitário e dispositivo de distinção de classes, mas também como apelo estético, objeto de sedução, signo do individualismo e frivolidade nas sociedades liberais, associando-se à ideia de moda.

O que se segue é a amplificação do fenômeno. Além de fazer parte do processo de produção e consumo de bens materiais, como ocorre na indústria de vestuário, a moda apresenta outras instâncias de produção e consumo de bens simbólicos.

Face aos encaminhamentos propostos, a indumentária assume também uma dimensão simbólica para além da material. Podemos arriscar dizer que a moda está presente apenas nas sociedades nas quais a constituíram institucionalmente e culturalmente. Como mencionado no início do capítulo, a moda não esteve presente em todas as épocas e o que se permite inferir dessas implicações é que a roupa se transforma em moda a partir do momento em que passa a figurar os processos de renovação constantes e a aquisição de novas formas, periodicamente, despertando o culto pelas novidades e pela aparência nas sociedades liberais. Não existe moda onde a estagnação, o conservantismo e a tradição se instalam. Para Lipovetsky,

[...] a moda é menos signo das ambições de classes do que saída do mundo da tradição, é um desses espelhos onde se torna visível aquilo que faz nosso destino histórico mais singular: a negação do poder imemorial do passado tradicional, a febre das novidades, a celebração do presente social (LIPOVETSKY, 2009, p.11).

Conforme vimos, a moda não esteve presente desde sempre no organismo social, ela transformou-se, adquiriu formas específicas no cotidiano das pessoas. Para Cidreira (2005, p.41), a moda “é uma construção cultural, histórica, localizável no tempo e no espaço.”

Dessa forma, a roupa vai além do sentido de proteção, vestir não é só cobrir o corpo ou proteger-se apenas, a moda cria um mundo de imagens e significados, no qual o efêmero e a fantasia, a aparência e a distinção se associam, diluindo a força das tradições e impondo o culto à novidade.

A reflexão sobre moda proposta neste estudo incorpora interpretações das funções sociais da vestimenta, fixadas a partir do século XIX, tendo se adaptado muito bem ao sistema capitalista e seus processos de produção, distribuição e consumo. Para tanto elegemos os estudos de Simmel (2008), Cidreira (2005), Lipovetsky (2009), Barnard (2003), a fim de reunir a contextualização necessária para elaboração dos postulados propostos.

Conforme o pensamento de Simmel (2008), a moda atende tanto à necessidade de distinção quanto de imitação. Ela é o ponto de equilíbrio entre essas duas instâncias. No tocante ao elemento de diferenciação da moda, *Simmel* elucida: “[...] as modas são sempre modas de classe, porque as modas da classe superior se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar” (SIMMEL, 2008, p.24).

Além da diferenciação de classes sociais, o pensador elabora mais um viés distintivo e também esclarece outros interesses opostos presentes no escopo da moda, tais como imitação e diferenciação, os quais são controlados pela vontade de unir e separar. A repetição proporciona o conforto da conveniência aos indivíduos que, por não estarem sozinhos nas suas seleções, dividem a responsabilidade das suas escolhas no âmbito da coletividade. Entretanto, o intuito imitativo é carente de subjetividades, por não conter os conteúdos pessoais específicos.

Repensado e estudado através de outros olhares, o vestuário atingiu outras esferas de compreensão relacionadas aos movimentos sociais, à estética e à aparência. Neste intuito, repousam sobre a moda diversos conhecimentos que pretendem revelar suas nuances, seus usos e funções. Cidreira (2005) identifica seis perspectivas para compreensão da moda: econômica, semiológica, psicanalítica, filosófica, social e histórica.

Vista sob a ótica econômica, a moda exerce o caráter de ostentação, responsável pelo desejo, a ambição de aparentar o que se gostaria de ser. Na escala social, quem pode adquirir roupas caras e luxuosas são pessoas pertencentes, geralmente, às classes de alto poder aquisitivo, aparentemente preocupadas mais em possuir do que usufruir, uma vez que seguem atualizações pelo consumo impulsivo. Aqui, evidencia-se a idéia de logro da indumentária: ao permitir o disfarce, a moda enquanto signo de riqueza pode revelar *status*, despertar a admiração do outro.

Contudo, analisar a moda apenas com a visão econômica nos distancia das demais vertentes condicionantes do fenômeno, as quais serão apenas apontadas, uma vez que não teremos condição de estabelecer um maior aprofundamento em cada uma delas.

Numa perspectiva semiológica, temos Roland Barthes como o principal autor para considerações sobre a dinâmica e análise da moda como elemento significativo. No livro “O sistema da moda”, publicado pela primeira vez em 1967, o autor distingue de início três aspectos do vestuário: a peça de roupa real, a peça de roupa representada e a peça de roupa usada. Estabelece-se, assim, uma distinção entre vestimenta imagem – desenhada; vestimenta escrita - transformada em linguagem; e vestimenta real – tangível, física. Barthes desenvolve seu sistema de moda, colocando atenção principal na vestimenta escrita, ou seja, na peça de roupa representada, pois, para ele, o mais interessante é compreender a linguagem que constitui a roupa e a moda como tal.

A análise psicológica localiza a indumentária no espaço do inconsciente, com a escolha pessoal de algumas peças para compor o vestuário. Seguindo algumas idéias de Freud, a roupa é tida como linguagem do corpo, passando a constituir-se em elemento identitário. O comportamento obsessivo de culto à aparência, desenvolvido em demasia por algumas pessoas na contemporaneidade, alerta para os excessos da cultura de estetização generalizada.

Em seus postulados, Simmel *apud* Souza e Öelze (2005) faz uma análise da linha psicológica da moda, por esta configurar o espaço para as pessoas expressarem seus conteúdos pessoais em grupos, sem riscos de serem desaprovados, atendendo de uma só vez as necessidades individualizantes e socializantes.

Desse fato – de que a moda como tal não pode ter alcance geral – é que surge no indivíduo a satisfação que a moda representa, na medida em que o particulariza como algo especial, enquanto, ao mesmo tempo, ele é carregado pela multidão que anseia o mesmo – e não como em outras formas de satisfação social da totalidade de efetivos fazedores do mesmo (SOUZA e OELZE, 2005, p.163).

Referente ao caráter moral, a filosofia se atém ao permitido e ao vedado, vinculados principalmente a princípios religiosos e moralistas legitimados por questões relacionadas ao pudor e à higiene.

Já Lipovetsky (2009) amplia a análise da moda para o campo sociocultural, no qual estabelece uma ligação entre moda, consumo e comunicação, admitindo a idéia do frívolo e do novo como alicerce para fundar a moda nas sociedades liberais.

A abordagem sociológica oferece mais subsídios para compreensão da moda. Neste panorama, ela supera a função utilitária exercendo também um caráter social, no qual a aparência se destaca como principal elemento de imitação e distinção, sendo estas as instâncias ditames da dinâmica da moda. Nessa perspectiva, Simmel (2008) revela o constante dualismo do homem frente às manifestações da vida, suas inquietações e eterna luta travada entre forças opostas: individual e coletivo, permanência e mudança, igual e diferente.

O autor esclarece que a convivência social impõe uma batalha entre a diferenciação individual e a imitação coletiva. Na dinâmica da moda, o mesmo dualismo ocorre, trava-se uma luta entre a imitação e a originalidade. Para serem aceitos, os indivíduos imitam; se pretendem a distinção, particularizam suas escolhas. Simmel (2008) trata do pertencimento aos grupos como forma de imitar e diferenciar, este antagonismo passa pelo entendimento da moda numa tentativa de imitação e originalidade.

No âmbito histórico, muitos artistas serviram-se do fenômeno moda para criar, dar realismo e cor às suas obras. Baudelaire (1996) apresenta a pintura de costumes como uma forma de extrair a beleza do passado a partir de seu valor histórico. O autor revela que as gravuras de modas de tempos passados podem despertar o riso de algumas pessoas insensatas, mas as pessoas retratadas, vestidas com esses trajes, apresentam um fascínio duplo: artístico e histórico. Ele também avalia o dandismo² e a moda como um elemento circunstancial da beleza, no qual estão presentes duas esferas do belo - o invariável e o relativo, sem este último teríamos apenas o “vazio de uma beleza abstrata e indefinível” (BAUDELAIRE, 1996, p.25).

O historiador esforça-se para estabelecer um paralelo entre a indumentária e a atmosfera da época na qual os acontecimentos históricos se concretizaram. De todo modo, observa-se que a moda não é apenas reflexo da sociedade, mas também a constitui, na medida em que produz e expressa conteúdos simbólicos.

Para melhor compreensão do fenômeno, devemos ter em mente que a moda é produção e reprodução das sociedades. Enquanto mediadora do homem e da cultura, ela desempenha um papel comunicativo interativo, sendo ao mesmo tempo meio e fim nos processos simbólicos. Cidreira ainda diz:

A cultura é o sistema significante através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada. A moda e a indumentária são algumas das maneiras pelas quais a ordem social é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida. Através da moda e da indumentária nos constituímos como seres sociais e culturais. (CIDREIRA, 2010, p.12).

Situando essas possibilidades, vislumbramos a interface cultural da moda, em que se ressalta a importância do aspecto comunicacional na cultura com a partilha de bens simbólicos, que permitem aos grupos a transmissão de padrões comportamentais, crenças e valores. Na moda, esta dinâmica também ocorre, haja vista que ela produz e comunica significados.

Diante do vasto panorama em que a moda e a cultura se encontram, torna-se difícil uma abordagem totalitária, ou até mesmo uma conceitualização universal para esses fenômenos. Nessa perspectiva, Geertz (1989) aproxima-se do cenário vislumbrado para fazermos as considerações sobre cultura, por tratá-la como um processo no qual a

² Dandismo - instituição à margem das leis, tem leis rigorosas a que são estritamente submetidos todos os seus adeptos, quaisquer que forem, aliás, a audácia e a independência de seu caráter. [...] Esses seres não têm outra ocupação senão cultivar a idéia do belo em suas próprias pessoas, satisfazer suas paixões, sentir e pensar. Cf. Baudelaire (1996, p. 47).

existência humana se alicerça. Da mesma forma, a moda faz-se presente ao longo da história da humanidade.

A antropologia moderna busca outras concepções do ser humano fora do âmbito universal, como propuseram os iluministas ao invocar uma “natureza humana”, regular e invariante, independente do tempo e espaço, dos costumes e hábitos, não se importando com as diferenças entre os homens. Geertz desconstrói a representação perfeita do homem iluminista quando afirma:

[...] a imagem de uma natureza humana constante, independente de tempo, lugar e circunstância, de estudos e profissões, modas passageiras e opiniões temporárias, pode ser uma ilusão, que o que o homem é pode estar tão envolvido com onde ele está, quem ele é e no que ele acredita, que é inseparável deles (GEERTZ, 1989, p.47).

O autor, aqui, já se refere ao homem como ser individual, mas inserido em padrões culturais que irão determinar seu modo de vida e servir de fundamento para seu comportamento e conduta. Geertz (1989) exemplifica que os ciclos passageiros da moda podem sofrer mudanças conforme o tempo e a época, além de constituírem-se em variáveis culturais na vida humana. O mais importante, contudo, é firmar a percepção de uma humanidade diversa em expressões, modos de vida e culturalmente ordenada.

Já a concepção da cultura como modo de vida, proposta inicialmente por Williams (1992), traz uma contribuição fundamental para pensar e conceber a moda como fenômeno cultural. Mais tarde, esta premissa também servirá de alicerce para Barnard (2003) defender o conceito de cultura como modo de vida, variando conforme onde e quando ocorre, esboçando-se, com isso, a impossibilidade da existência de um padrão cultural de excelência, por meio da consideração de diversas atividades como práticas culturais e o modo de vida como forma de ordenação das comunidades.

Nesse campo, inserimos a moda e seus circuitos temporários, adotando as mudanças como regras de vida, nas quais os contextos históricos e os movimentos sociais estão dispostos em configurações diversas, contribuindo para a criação de uma moda dinâmica tanto nas formas, quanto nos padrões estéticos e culturais. Com essa aproximação, tratamos, especificamente, da indicação multilinear de cultura, aberta para a pluralidade de diferentes atividades e modos de vidas distintos.

Apesar dessas formulações mais ampliadas sobre o conceito de cultura, em 1920, alguns antropólogos modernos, como Clark Willer, Bronislaw Malinowski e G. P. Murdock, evocaram a idéia de um “padrão de cultura universal”, “tipos institucionais universais” e “denominadores comuns da cultura”. Os autores defendiam um

entendimento generalista de cultura, formado por modelos universais, independente dos aspectos interiores mutáveis, contrários a essência humana.

Para Geertz (1989) somente uma generalização pode ser feita do homem: é que ele é um animal variado e a idéia de um “*consensus gentium*” não existe. O autor destaca a cultura como um programa complexo de controle do comportamento humano que organiza, planeja, cria regras e instruções para o ordenamento do homem no mundo. Neste sentido, o autor assegura

[...] não é que não existam generalizações que possam ser feitas sobre o homem como homem, além da que ele é um animal muito variado, ou de que o estudo da cultura nada tem a contribuir para a descoberta de tais generalizações. Minha opinião é que tais generalizações não podem ser descobertas através de [...] uma espécie de pesquisa de opinião pública dos povos do mundo em busca de um *consensus gentium* que de fato não existe [...] (GEERTZ, 1989, p. 52).

Dessa forma, o pensamento é organizado não somente por “acontecimentos na cabeça” (p.65), mas por um emaranhado de teias, símbolos significantes, como por exemplo, as palavras, os gestos, os desenhos, os sons, os objetos, as roupas, dentre outros elementos, componentes dos modos de vida. Nesse aspecto, a moda insere-se como signo cultural nas sociedades, aceitando a variabilidade estética, os gostos automatizados, diferindo e igualando os sujeitos e seus modos de vida.

Nesse contexto, a moda também pode ser considerada como prática produtora de conteúdos simbólicos, capaz de gerar significados, portanto, meio de comunicação. Ela também representa as expressões culturais de determinados grupos, ou indivíduos e como sistema simbólico carregado de significações, atua traçando uma intercessão entre o homem e a cultura.

A cultura entendida como um sistema complexo de símbolos, sejam eles arte, mito, ritual, moda ou linguagem, conduz o homem para uma existência governável e ordenada. Geertz (1989) refere-se a esses sistemas organizados como “padrões culturais”, reguladores das vivências e do comportamento humano. Sem a orientação desses padrões, o homem poderia ser comparado aos animais inferiores, com regulações comportamentais advindas, apenas, da estrutura física e genética. Para o autor, “A cultura, a totalidade acumulada de tais padrões, não é apenas um ornamento da existência humana, mas uma condição essencial para ela - a principal base de sua especificidade” (GEERTZ, 1989, p.58).

Submetendo-se aos sistemas de símbolos significantes, a humanidade encontrou meios para orientar-se, comunicar-se e, até mesmo, promover o controle sobre suas

emoções e experiências, definindo mudanças que tornaram possível a evolução do *homo sapiens*.

Apenas a partir dessa dinâmica interativa há criação e circulação de significados passíveis de interpretações. [...] Desse modo somos forçados a admitir que toda e qualquer experiência só se constitui socialmente com referência a uma rede de significados que é partilhada enquanto tal (CIDREIRA, 2007, p.3).

O que notamos nesta discussão é a estranheza com a qual o homem se depara diante da realidade e o modo como ele se organiza. Simmel (2008) afirma que o homem vive num dualismo constante entre o mundo objetivo com seus conteúdos e produtos estáticos e a vida subjetiva cambiante, vibrante. Nesse contexto fragmentado, a cultura aparece aglutinando homem e mundo, sujeito e objeto, ao que parece uma condicionante da trajetória humana, o caminho das experiências, das possibilidades e, principalmente, da transformação.

Ao ressaltar o paradoxo da alma humana na sua relação com a cultura, os conteúdos e produtos simbólicos e materiais estão constantemente em conflito com a vida e a criação anímica. Por um lado, existe a vibração, o entusiasmo incansável da alma criativa, por outro, o conteúdo paralisado, imóvel, que isola em si toda a alma criadora em um produto, limitando, ou melhor, circunscrevendo, a vida interior.

Ainda nessa perspectiva, Simmel *apud* Souza e Oelze (2005) esclarece que a cultura é um caminho a ser percorrido e, ao sermos “cultivados”, temos que atingir, além dos conhecimentos e saberes específicos, a capacidade de transitar por uma pluralidade potencial de forças que não coincidem com nossa “centralidade anímica”, mas que a precedem, e estão ligadas a ela. Para o teórico, “cultura é o caminho que sai da unidade fechada, passando pela pluralidade desenvolvida, chegando à unidade desenvolvida” (SIMMEL *apud* SOUZA e OELZE, 2005, p.83). Sobre essa temática, o autor elucida: “[...] todos os conhecimentos, virtuosidades e refinamentos possíveis de uma pessoa não nos permitem ainda declará-la realmente cultivada, caso eles atuem apenas como acréscimos à sua personalidade [...] exterior” (SIMMEL *apud* SOUZA e OELZE, 2005, p.79-80).

Em outras palavras, a pessoa cultivada recebe conteúdos além dos que estão predeterminados no seu germe, sofre transformações. Nesse sentido, a cultura é a solução do problema sujeito-objeto, pois preenche a lacuna existente entre estas duas instâncias e acrescenta ao homem caracteres que lhes são exteriores.

Ao sofrer cultivações, o homem acessa outros dispositivos que possibilitam a abertura para novas experiências, para as quais ele não teria entrada, mas que através e

pela cultura concretizam-se. O sujeito cultiva-se quando consegue inserir em seu desenvolvimento particular o sentido que o processo criador da espécie concretiza em bens objetivos. Para Simmel *apud* Souza e Oelze (2005),

Aquelas formações espirituais objetivas [...] – arte e moral, ciência e objetos formados segundo uma finalidade, religião e direito, técnica e normas sociais – são estações pelas quais o sujeito deve passar para alcançar o valor próprio especial, que é sua cultura (SOUZA e OELZE, 2005, p. 81).

Trazendo para o universo da moda, essa perspectiva promove a interação dos grupos sociais e a aderência a determinados movimentos que não estariam disponíveis no tempo e espaço originário dos mesmos.

Este cenário abre espaço para algumas construções sobre a dinâmica da criação de moda, pois, conforme Cidreira (2010), ao criar e produzir moda, o estilista e até mesmo o consumidor estão experimentando novos caminhos, abrindo-se à outras possibilidades expressivas e transformando-se a partir desse empenho.

Assinalamos que a moda assume a condição de mediadora entre o homem e o mundo. Essa perspectiva só é possível através de um sistema de símbolos significantes, que adicionam elementos externos ao homem e conduzem forças interiores a buscar fora de si algo exterior. Dito isso, dizemos que a cultura é o espaço das experiências e também é conteúdo e produto da vida subjetiva. Simmel *apud* Souza e Oelze (2005) observa que

[...] a cultura não constitui a definição exclusiva de valor da alma. Seu sentido específico só é preenchido quando o homem inclui; naquele desenvolvimento, algo que lhe é exterior, quando o caminho da alma passa por valores e séries que não são em si subjetivos e interiores” (SOUZA e OELZE, 2005, p.80-81).

A moda, como forma de expressão e modo de vida, direciona os indivíduos à “auto-orientar” suas experiências. Essa orientação acontece quando a alma busca conteúdos simbólicos que lhe são exteriores, como a arte, a moda e a música.

Geertz (1989) tece algumas considerações sobre a necessidade humana por esses símbolos, pois eles são pontos de iluminação dos indivíduos, sem os quais o corpo lança apenas uma luz translúcida, enfraquecida, incapaz de instruir a alma para uma experiência sensível mais intensa.

Não que lhe seja deduzida essa possibilidade, mas a privação dessas substâncias simbólicas conduz o homem para uma experiência de vida muito superficial, regido apenas por parcelas pequenas de plasticidade e complexidade, revelando, dessa forma, condutas adversas daquelas ensejadas, caso estivesse regulado por padrões culturais.

Outra possibilidade manifesta pelo domínio simbólico é a estetização da vida cotidiana, consagrada pela busca incessante pelo prazer e lazer. Eco (2010) aponta para estetização universal, já irradiada desde a Idade Média com a propagação da beleza do cosmo. Na verdade, o autor levanta a possibilidade dessa visão ampla do belo, devida à criação divina do universo que provocou o gosto por todas as coisas. Neste sentido o autor afirma: “O Belo suprassubstancial [...] a beleza por causa da beleza, que é distribuída de si a todos os seres, segundo a medida de cada um; [...] lança sobre todos, à guisa de luz, as efusões que os tornam belos do seu raio nascente, [...]” (*DE DIVINIS NOMINIBUS apud ECO*, 2010, p.45).

A necessidade de beleza apresentada por Eco em *Genesis*³, associada à bondade e ao divino⁴, e a beleza nas sociedades atuais, atrelada principalmente à moda, concorrem para a estetização da vida.

Esse aspecto tem provocado mudanças substanciais nos grupos sociais, desvendando um caráter marcante na moda, o culto ao consumo, à aparência, e às novidades. No Ocidente, berço do sistema capitalista, estes movimentos foram mais rápidos e dinâmicos, dando início à invenção da moda com toda sua efemeridade, bem como a sua expansão e sedimentação. A moda ingressa no ciclo histórico da humanidade tomando formas, cores e estéticas variadas e consagra-se enquanto sistema num cenário no qual a urgência pelo novo prevalece – a cultura ocidental.

Cidreira (1997) observa que a moda entendida enquanto fenômeno cultural consiste na mudança periódica, numa inquietação que acompanha o homem nas suas imersões mundanas. Tais orientações descartam a possibilidade de sobrevivência da moda em condições estáticas, em que reinam o culto ao passado, de rigidez cerimonial e funcionalidade apenas. Assim, a moda cambiante torna-se expressão das subjetividades humanas, produto e insumo dos fenômenos culturais.

Retomando o conceito da roupa como atributo utilitário, vimos que o homem criou artefatos, os quais, de certa forma, garantiram sua sobrevivência e evolução no globo terrestre. Ao utilizar peles de animais para se proteger do frio ou tangas nos climas quentes, ele se tornou mais apto para responder às pressões ambientais. Nota-se que a indumentária é constitutiva de tradições históricas, de valores culturais, de uma ordem social, ao mesmo tempo em que intervém na dinâmica do presente e produz significados.

³ *Genesis* - primeiro livro da Bíblia, no qual encontra-se a descrição da criação do mundo.

⁴ Divino – relativo a Deus (religião).

Barnard (2003) defende que a moda não reflete ou expressa posições sociais e culturais apenas, ela é, sem dúvida, uma forma de produção cultural. Nesse sentido, Geertz (1989) também identifica as emoções, idéias, valores e até mesmo os homens, como produtos ou artefatos culturais. Posto isso, Barnard esclarece

Moda, vestuário e adorno devem ser agora considerados como algumas das práticas significantes da vida quotidiana (juntamente com as artes, a filosofia, o jornalismo e a publicidade, por exemplo), que irão fazer da cultura um sistema geral de significados (BARNARD, 2003, p.63).

Simmel (2008) mostra, como já assinalado anteriormente, o constante dualismo do homem frente às manifestações da vida, suas inquietações e eterna luta travada entre forças opostas. O autor esclarece que a convivência social vive uma batalha entre a diferenciação individual e a imitação coletiva – condições propícias para desenvolver padrões culturais, visto que eles ordenarão as transações entre o que será mantido e o que será eliminado nas relações sociais, ocorrendo uma eleição dos elementos simbólicos que promoverão a individualização ou a integração grupal.

De acordo com as colocações anteriores, vimos que o homem tende a se igualar para fazer parte de um grupo e assim ser aceito e, em um outro momento, ele acessa alguns dispositivos de diferenciação e reivindica pra si um significado próprio. Estas negociações não são determinadas em fases programadas, podem ocorrer concomitantemente, sem que hajam etapas a serem vencidas para chegar a um estágio de particularização ou coletividade.

A análise feita por Simmel (2008) sobre a moda destaca o caráter dualista do fenômeno frente as tendências universalizantes ou individualizantes, nas quais o homem se inscreve nas sociedades. Assim sendo, a moda satisfaz as duas condições, tanto a de socialização, quando promove a imitação, quanto a de diferenciação, quando se contrapõe ao ensejo grupal.

Quando falta mesmo só uma das duas tendências sociais que se devem reunir para a formação da moda – a necessidade de união, por um lado, e a necessidade de separação, por outro – ela não chegará a constituir-se, acabará o seu reino (SIMMEL, 2008, p.29).

Também na visão de Geertz (1989) encontramos a composição do homem individual e coletivo. O autor fala que, para sermos humanos, temos que nos tornar individuais e, para nos tornar individuais, temos que estar sob padrões culturais (coletivo). Nesse jogo antagônico, a moda segue seus dualismos e inquietações; se por um lado ocorre a particularização com o abandono do universal, do outro o desejo de reconhecimento promoverá a identificação, mesmo que isso ocorra temporariamente.

Esse processo incansável de conciliações do homem coletivo e individual estabelece a necessidade de anexar, de unir, de pertencer e, ao mesmo tempo de separar, de desvincular, ser único e são estas variáveis que atuam na afirmação da identidade. O que se segue é uma eleição do que deve permanecer no interior e o que será posto para fora.

Simmel (2008, p.25) observa: “Unir e diferenciar são as duas funções básicas que aqui se unem de modo inseparável, das quais uma, embora constitua ou porque constitui a oposição lógica à outra, é a condição da sua realização.”

O homem cria a si próprio submetendo-se ao mundo e por ele sendo sujeitado. O que faz a diferença não são os tipos similares, ao contrário, são os tipos individuais que carregam em si o caráter essencial de várias culturas.

Assim, observamos a presença da indumentária nas tradições históricas, na cultura e na sociedade, configurando-se em um sistema de significados, com formas, valores, crenças e idéias a serem comunicadas por um grupo social.

Ao mesmo tempo, destaca-se a intervenção da moda na dinâmica do presente como veículo de difusão das estéticas sociais, produzindo sentimentos de pertencimento através de uma rede de comunicação.

Além disso, compreende-se a atuação da moda inscrita na vida cotidiana, através do individualismo original e na imitação coletiva que a permeiam. De todo modo, seja na mediação entre o homem e a cultura, seja enquanto elemento distintivo, conteúdo simbólico ou modo de vida, a moda é o fenômeno de maior destaque nas sociedades de consumo, haja vista que todos, sem exceção, se vestem.

Na abordagem de Simmel (2008), o autor considera a moda como um fator de escravização, no qual mesmo quem quer estar fora da moda, acaba por criar um estilo “fora de moda”, não conseguindo escapar da mesma.

A moda se destaca nos campos da estética, da cultura e das relações sociais, na medida em que é capaz de produzir conteúdos simbólicos, reiterando que o vestir não é só cobrir o corpo, mas experimentar algo mais amplo, como a possibilidade de criar a si próprio.

Enquanto modo de vida permanece em todas as esferas de interação social, sendo símbolo de liberdade de expressão e comunicação nas sociedades atuais. A associação do fenômeno, tanto como elemento distintivo, como com o viés identitário continua e em pleno século XXI a moda se mantém sua dinâmica inovadora e simbólica.

Referências

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda como expressão cultural e pessoal. In: IARA – **Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo: v.03, n.03, dez. 2010.

_____. A moda como modo de vida. **Revista Dobras**, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 56-61, fev. 2009.

_____. **Comunicação e cultura**. In: GODINHO, L. F.; SANTOS, F. J. e BRANDÃO, M. A. (Orgs.). Recôncavo da Bahia: educação, cultura e sociedade. Amargosa, Bahia: Ed. CIAN, 2007.

_____. **Os sentidos da moda**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. **A sagração da aparência: moda e imprensa**. Salvador: UFBA, Facon, 1997.

ECO, Humberto. **Arte e beleza na estética medieval**. Tradução de Mario Sabino Filho. Rio de Janeiro: Record, 2010.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda: e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Jessé e BERTHOLD, Oelze. **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005, 2 ed. 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.