

**MODA, GÊNERO E IDENTIDADE:
APONTAMENTOS DO NÚCLEO INTERDISCIPLINAR DE ESTUDOS EM MODA EM
VITÓRIA DA CONQUISTA – BA**

Ana Cristiane Da Silva¹, Juscelina Bárbara Anjos Matos² e Aldo Clécio Neres Da Silva³.

Resumo

O Núcleo Interdisciplinar de Estudos em Moda (NIEM) da UESB tem sido um espaço aberto para elaborações acadêmicas e práticas de Moda através do diálogo com as ciências sociais, buscando compreender a relação existente entre Moda, Identidade e Gênero. Atualmente, três pesquisas distintas investigam a questão: No programa de mestrado em Cultura Visuais da FAV/UFG, pesquisa sobre as relações entre moda e o feminino na década de 1950 em Vitória da Conquista -Ba. No programa de mestrado em História da UEFS-BA, a pesquisa sobre a mulher baiana no final do século XIX através do estudo do acervo do Museu do Traje e do Têxtil em Salvador – Ba. E próprio núcleo, há a pesquisa “Moda e masculinidade: a identidade do homem nos bonecos masculinos e femininos”, partindo do pressuposto que os modelos diferenciados de bonecos para meninas e meninos criam visões distintas do homem ideal.

Palavras-chave: Moda, Identidade e Gênero.

Abstract

The Nucleo Interdisciplinar de Estudos in Moda (NIEM) of the UESB has been a space opened for academic and practical elaborations of Fashion through the dialogue with social sciences, searching to understand the existing relation between Fashion, Identity and Gender. Currently, three distinct research investigates the question: In the mestrado program of in Culture Visual of the FAV/UFG, it searches on the relations between fashion and the feminine one in the decade of 1950 in Vitória da Conquista - Ba. In the mestrado program of in History of the UEFS-BA, the research on the bahian woman in the end of century XIX through the study of the quantity of the Museum of the Suit and the Textile in Salvador - Ba. In the proper nucleo, has the research Fashion and masculinidade: the identity of the man in the masculine and feminine dolls , leaving of the estimated one that the differentiated models of dolls for girls and boys create distinct visions of the ideal man.

Key words: Fashion, Identity and Gender.

¹ Mestranda em História pela Universidade Estadual de Feira de Santana, especialista em comunicação e membro do Núcleo Interdisciplinar de Estudo em Moda (NIEM) da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB;

² Mestranda em Cultura Visual pela Faculdade de Cultura Visual da Universidade Federal de Goiás –FAV/UFG, especialista em Memória, História e Historiografia e membro do NIEM da UESB –Ba;

³ Especialista em Moda e Marketing, coordenador do NIEM – UESB.

Percurso da pesquisa e articulações entre Moda, Identidade e Gênero

O Núcleo Interdisciplinar de Estudos em Moda (NIEM) da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) tem sido um espaço aberto para elaborações acadêmicas e práticas de Moda, proporcionando discussões e investigações, principalmente, sobre a questão de gênero e identidade, através do diálogo com as ciências sociais, buscando compreender a relação existente entre identidade e moda, e a importância do vestuário na constituição de diferenciação de gênero masculino/ feminino e na construção de discursos ao longo do tempo. A interface destes diversos trabalhos em andamento são as trocas realizadas entre os pesquisadores através dos encontros virtuais, do banco de dados mantido pelo NIEM com artigos, fontes de pesquisas e bibliografias, e da aplicação destes estudos no curso profissionalizante em Moda da UESB –BA.

Como aponta a Façanha:

Sendo a moda um campo tão abrangente, reunindo tanta informação na sua forma e conteúdo, falta-lhe, contudo, um devido reconhecimento enquanto fenômeno social, merecedor de uma abordagem científica e acadêmica. Para que estudos sobre moda sejam desenvolvidos no Brasil, é necessário reunir, organizar e interligar a vasta rede de informação que compõe toda a complexidade do fenômeno. Levantando documentos, incentivando a formação e desenvolvimento de coleções, bibliotecas e bases de dados bibliográficos e, ainda, promovendo a difusão e o uso da informação de moda. A partir destas iniciativas, estudiosos poderão pretender chegar a uma definição apropriada para a moda (FAÇANHA, 2002 p. 55).

Partindo desta premissa tem sido o objetivo do núcleo não só desenvolver pesquisas e catalogação de fontes, como buscar a prática e aplicabilidade dos dados levantados em campo nas mais diversas pesquisas. O tema Moda, Identidade e Gênero tem sido o fio condutor das ações desde grupo de pesquisa desenvolvido dentro de programas de mestrado no Brasil. Entendendo que a relação entre os sexos se dá, também, no campo das aparências e artificialidades da moda, este grupo investiga, como diria Lipovetsky (1989) buscando da superficialidade chegar a profundidade.

Segundo Hollander,

Mas não importa quão similar possam parecer as roupas masculinas e femininas, ou quão diferentes, as disposições de cada uma são sempre feitas com relação à outra. O vestuário masculino e feminino, considerado em conjunto, ilustra como as pessoas querem que a relação entre homens e mulheres seja, além de indicar a trégua em separado que cada sexo está fazendo com a moda ou costume em dado momento. Sem olhar o que os homens estão vestindo, é impossível compreender as roupas femininas, e vice-versa. (HOLLANDER, 1996. p. 17-18)

Portanto, a apropriação da moda é uma estratégia de gênero e de sua afirmação e ou negação. As pesquisas e mandamentos buscam, através de recortes, dissecar estas relações como podemos ver a seguir:

A constituição identitária da mulher baiana no final do século XIX através da Moda e Indumentária – Estudo investigativo acervo do Museu do Traje e do Têxtil em Salvador Bahia.

O estudo da moda como fenômeno cultural constitui uma vertente de pesquisa que vem despertando o interesse crescente tanto entre profissionais do setor do vestuário, como entre as ciências sociais e humanas. Compreender a relação existente entre identidade e moda, exige antes de tudo, uma perspectiva social e histórica que torne possível analisar a importância do vestuário na formação da identidade das pessoas.

A história da vestimenta pode nos fornecer uma visão panorâmica que o vestuário assume ao longo do tempo e de como a cultura predominante em cada momento o influenciou. As interpretações em torno do papel social da moda revelam a variação dos códigos que ela veicula. Ora indicando, por exemplo, o status de seu usuário, ora informando sua afiliação e valores específicos de um grupo.

O estudo investigativo do acervo (indumentária e acessórios) disponível do Museu do Traje e do Têxtil representa uma contribuição significativa para os estudos científicos que vem sendo desenvolvidos sobre as questões de identidade e gênero na Bahia. As roupas ali expostas são “memórias congeladas” da vida cotidiana que reflete identidades, valores sociais e históricos das mulheres que viveram naquela época. Uma vez que, no século XIX, as mulheres se inserem como ornamentos estritamente disciplinados pela “moda”, que codifica suas aparências, roupas e atitudes.

Deste modo, esta pesquisa tem como eixo principal compreender por meio de investigações da indumentária a constituição identitária feminina em Salvador e proximidades, no final do século XIX, bem como, suas mudanças comportamentais no início do século XX.

Costurando moda e memória: um estudo das práticas vestimentares femininas em Vitória da Conquista na década de 1950

O estudo das práticas vestimentares está relacionado com o tempo histórico, condições econômicas, culturais, geográficas, modos de produção, pensamentos, organização social e representações simbólicas da sociedade. Assim, como afirma Lipovetsky (1989), podemos considerar a moda um elemento fundamental para a compreensão das sociedades modernas estruturada pela cultura visual.

Dentre os múltiplos olhares lançados sobre a moda, aqui nos interessa a abordagem da moda como elemento de resgate da memória. Desta forma, esta pesquisa pretende analisar o comportamento de moda da população feminina de Vitória da Conquista, num espaço delimitado de tempo, a década de 1950.

Podemos perceber através, do desenvolvimento preliminar da pesquisa, que a moda em Vitória da Conquista na década de 1950, era composta por roupas e tecidos trazidos pelos comerciantes que tinham a cidade de São Paulo como principal centro de compra. Nesse período, coincidente com o início da construção das rodovias Ilhéus – Lapa e a BR-116 (Rio-Bahia), trouxe para a cidade um grande número de pessoas, vindas das mais diversas localidades, para trabalhar na construção da estrada e interessadas no crescimento do comércio da cidade que se intensificava naquele momento. Essas pessoas fixaram residência na cidade e passaram a influenciar/interferir no comportamento da população local. As informações de moda chegavam através de revistas, catálogos, jornais e, também, do cinema.

A partir da análise desse quadro sócio-cultural, ancorado no testemunho das fontes orais e no material iconográfico, é que pretendemos recompor o painel da moda feminina de Vitória da Conquista nos anos 1950, um período de grandes transformações no planeta e, conseqüentemente, na moda. O objetivo central da pesquisa é analisar o comportamento e a percepção que se tinha da roupa e da moda no referido período, destacando a maneira como a população feminina se relacionava com a moda.

Moda e masculinidade: a identidade do homem nos bonecos masculinos e femininos

O homem, categoria naturalizada por séculos, parecia não necessitar de questionar os papéis de gênero, até que o movimento feminista sacudiu as estruturas “sólidas” do modelo de masculinidade até então adotado. Em seguida, o movimento gay também entra em cena e, ambos os movimentos, questionam o patriarcado, a superioridade do homem em relação a outros grupos, a relação de poder - ativo x passivo (FOUCAULT, 1979), a educação “machista”, a obrigatoriedade do heterossexualismo e o modo como o homem relacionava-se consigo, com outros homens e com as mulheres (MACRAE, 1990; Alvarez, 1988). Os homens começaram a “revisar” papéis e identidades forjados culturalmente, após estas relações terem sido abaladas pelas conquistas femininas, homossexuais e pelas mudanças sócio-culturais iniciadas ainda no século XIX, posteriormente, consolidadas ao longo do século XX (CALDAS, 1997).

Esta revisão passa agora pela apropriação de valores, que ao longo do tempo foi sacramentado como feminino como o domínio da moda e beleza. Contudo é notório que as semanas de moda apresentam pouca ou nenhuma novidade relevante no tocante a moda masculina e, freqüentemente, as editoras de moda justificam esta falta de inovação ao caráter conservador dos homens para mudança na moda. Uma rápida observação nas estratégias de gênero é fácil constatar que, desde a infância, o homem não é preparado para lidar com o mundo da moda.

Enquanto os bonecos femininos, notadamente os acompanhantes da Barbie, Bratz e Suzi possuem roupas, profissão, convívio social, tem afeto e são a encarnação moderna do príncipe encantado. Já os bonecos masculinos, hoje encarnado na figura do Max Steet, têm armas, praticam lutas marciais, tem zero de afeto e moda, embora sejam um herói que resolve tudo usando a força.

Partindo do pressuposto que os modelos diferenciados de bonecos para meninas e meninos criam visões distintas do homem ideal. Essas visões, posteriormente, vão criar um tipo de homem desejado pelas mulheres e um tipo de homem encarnado pelos próprios homens. Estas armadilhas de gênero acabam por dificultar, ainda hoje, a relação dos homens com as mulheres e destes com a moda. A investigação da formação na infância e de como os papéis de gênero, ainda hoje, se constituem, talvez lancem luz sobre o porquê da falta de um mercado de moda mais sólido para os homens na contemporaneidade.

Referências Bibliográficas:

CALDAS, Dario (org). **Homens. Comportamento, Sexualidade, Mudança. Identidade, Crise, vaidade.** São Paulo: Editora Senac, 1997.

FAÇANHA, Astrid. O fluxo da informação na moda. *in*: Wajnman, Solange e Almeida, Adilson José de. **Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico.** São Paulo: Arte e Ciência, 2002.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1979.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Tradução: Alexandre Tort; Revisão Técnica: Gilda Chataignier. - Rio de Janeiro, 1996.

LIPOVETSY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas.** Tradução: Maria Lúcia Machado. 2ª. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACRAE, Edward. **A construção da igualdade: Identidade Sexual e Política no Brasil da Abertura.** Campinas: Ed. Da UNICAMP, 1990.