Formas e Volumes na Moda

Lúcia Maria Martins Vieira Fonseca [1].

RESUMO

Através do tempo, a moda vem interferindo nas formas e volumes naturais do corpo da mulher, às vezes apertando, outras avolumando ou modificando para obter a silhueta ideal. É a roupa que molda o corpo. Já a partir dos anos 80, o corpo passa a ganhar importância até se tornar o centro das atenções neste início de século. Agora o que vale é que ele tenha as formas compatíveis com o ideal de beleza do momento para, então, vesti-lo. As pessoas interferem no próprio corpo para obter uma aparência eternamente jovem e "sarada". As cirurgias plásticas modificam as formas, aumentam ou diminuem os volumes. Quem não está satisfeito com a própria aparência não muda de roupa, muda de corpo. A roupa é embalagem para valorizar o corpo construído.

Palavras-chave: Moda. Décadas. Formas. Volumes. Contemporaneidade

ABSTRACT

Through the time, fashion has interfered with the forms and natural volumes of the woman's body, sometimes tightening it, sometimes enlarging or modifying it to reach the ideal silhouette. The clothes are responsible for molding the body. Since the 80's, the body has started to have more importance, until it became the center of the attention in this present century. Nowadays, what is important is that it has a shape compatible with the currant beauty ideal, and then it´s possible to be dressed. People interfere in their own body to obtain an eternally young and slim appearance. Plastic surgeries modify the body shape, enhance or reduce the body volumes. Whoever is not happy with their own appearance does not change clothes, modify their own body. Clothes are the packing to add value to the built body.

[1]Docente do curso Tecnológico em Design de Moda da Faculdade Estácio de Sá em Belo Horizonte. Graduada em Pedagogia e especialista em Design de Moda pela Fumec. Contato: luluchabh@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Falar de moda implica lidar com elementos complexos, principalmente quando combinados. A moda toca em valores como imagem, auto-imagem, auto-estima, sensualidade, estética, padrões de beleza. E ainda está envolvida em outros itens como mídia, fotografia, tecnologia, inovação, clima e economia.

Para criar moda é preciso misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante. Como referência, temos que os principais elementos da criação de moda, segundo Sue Jenkyn Jones (2005), são: silhueta, linhas e textura.

Mas a moda não pertence a todas as épocas nem a todas civilizações.

O conceito de moda aparece na corte de Borgonha (atualmente França), no fim da Idade Média, no Século XV e se difunde pelo processo conhecido como *Trach Down* (de cima para baixo).

No fim do século XVIII, aparecem as primeiras roupas "assinadas" creditadas a Rose Bertin, que se torna famosa por criar modelos para Maria Antonieta (1755 – 93).

A velocidade das mudanças vai aumentando. No século XIX, a moda se espalha por todas as camadas sociais, atendendo às necessidades de afirmação pessoal e diferenciação. Passa também a expressar idéias e sentimentos No fim do século XIX até a primeira Guerra Mundial, no começo do século XX, o ocidente vive o período conhecido como Belle Époque. A silhueta feminina é em S. O espartilho define a forma do corpo da mulher. É, de acordo com Érika Palomino (2003), o costureiro Paul Poiret quem liberta a figura feminina do espartilho, mas é Coco Chanel quem difunde essa nova idéia e leva a fama desta mudança.

A partir de então, a moda entra numa fase mais sofisticada. As mudanças se aceleram. A moda é autofágica, uma nova idéia engolindo a anterior. Moda é muito mais que a roupa; é um sistema que integra o uso das roupas a um contexto político, social, cultural e econômico.

Tendo em mente essas considerações, este trabalho propõe um levantamento e análise das formas e volumes, ou seja, da silhueta a partir dos anos 20 do século XX, buscando, em especial, a compreensão da moda na contemporaneidade.

CAPÍTULO 1: FORMAS E VOLUMES

Forma: "Limites exteriores da matéria de que é constituído um corpo, e que conferem a este um feitio, uma configuração, um aspecto particular." (FERREIRA, 2006, p.928)

Volume: "Quantidade de espaço ocupada por um corpo. O volume tem unidades de tamanho cúbicas." (FERREIRA, 2006, p.2086)

Segundo a Psicologia da Forma ou Gestaltismo,

> O campo visual é percebido de maneira organizada e com significado distinto para cada pessoa. Tudo que existe é mais que a soma das partes que constituem cada coisa. A teoria da forma parte, assim, da percepção de algo como um todo. (MARQUES, 2007)

Na moda, a forma fica expressa na silhueta, no contorno estabelecido pelo corpo vestido. É a visão bidimensional.

O corpo, no entanto, é tridimensional: tem altura, largura e profundidade. Os côncavos e convexos do corpo da mulher dão volume à silhueta e têm sido foco de preocupação da moda que, ora valoriza uma parte, ora dissimula, ora interfere para modificá-la.

> Tão representativo quanto a linguagem, o corpo como suporte de significados e representações inscreve em si marcas culturais e sociais. O corpo feminino carrega historicamente o peso e os efeitos das relações de poder, já tendo sido apropriado pelo discurso médico, artístico, publicitário e, também, compartimentado, submetido, disciplinado e calado quando na voz das próprias mulheres. (MARQUES, 2007)

O mito da beleza tem uma história a contar. A qualidade chamada "beleza" existe de forma objetiva, mas não é universal, nem imutável.

Objeto de inúmeras representações na História da Arte, as imagens do corpo feminino nos ajudam a entender a idéia da beleza que atravessa o imaginário da sociedade ocidental.

As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. O mito da beleza, na realidade, determina o comportamento, muito mais que a aparência.

A moda, enquanto vestuário feminino, reflete o pensamento, os valores de cada época. E é através da modelagem que as roupas se adaptam aos ideais de beleza, conforme destacado pelo site BR Moda. “Modelagem é o desenho técnico da roupa, usando as medidas em conformidade com a estrutura do corpo humano.” (autor desconhecido)

Mas, nem sempre, a modelagem tem sido usada respeitando a estrutura do corpo feminino. Na verdade, muitas vezes, interfere nessa estrutura, modificando-a ao sabor dos ideais propostos em cada época.

Para melhor entendimento das formas e volumes da moda ao longo da história, dividimos o século XX em décadas, a partir do fim da Primeira Guerra Mundial.

CAPÍTULO 2: ANOS 20

Durante a Primeira Grande Guerra (1914–1918), a moda é abafada, só retomando o seu ritmo ao final do conflito. Após o fim da guerra, a Europa vive uma época de prosperidade e efervescência cultural. Artistas modernistas revolucionam os padrões estéticos. O desenvolvimento industrial gera riqueza. As mulheres buscam espaço com mais liberdade. Surge um novo tipo de mulher. A silhueta é tubular. A mulher sensual é sem curvas, seios e quadris pequenos. A atenção, segundo Valerie Mendes (2003) está toda voltada para os tornozelos.

CAPÍTULO 3: ANOS 30

A queda da Bolsa de Valores de Nova York provoca uma crise econômica mundial. Essa crise se reflete numa moda sem ousadias. Sãoroupas mais suaves, esculpidas, que acentuam os contornos naturais do corpo. Diferentemente da década anterior, que havia destruído as formas do corpo da mulher.

A silhueta ideal é de ombros largos e quadris estreitos (MENDES, 2003) O ponto focal para o cinema é perto do rosto. Daí, maior volume nos ombros. O corte enviesado, desenvolvido por Madeleine Vionnet e os decotes profundos nas costas marcam os anos 30. As costas femininas são o novo foco de atenção. As saias se ajustam ao corpo, revelando, pela primeira vez na história, a forma das nádegas.

CAPÍTULO 4: ANOS 4

Em 1940, a guerra já tinha começado na Europa, Paris é ocupada pelos alemães.. Severas regras de racionamento são impostas pelo governo. Apesar de tudo, a moda sobrevive.A silhueta militar, proposta no final dos anos 30, perdura até o final da guerra. A mulher é magra, suas roupas e sapatos tornam-se mais pesados e sérios.

Paris perde a posição de epicentro da moda. Estilistas de Londres e Nova York aproveitam a oportunidade para afirmar seus talentos.

O uso de cintos, bolsos peitorais, golas altas e colarinhos pequenos evidenciam a influência do estilo militar. Os ombros largos dão à silhueta uma forma quadrada.

CAPÍTULO 5: ANOS 50

Os anos 50 começam com uma mulher mais feminina e glamourosa, de acordo com a moda “New Look”, lançada por Christian Dior, em 1947. Apesar do nome, esse visual não é completamente novo. É, de forma clara, uma revisita ao vestuário de meados do século XIX, com suas cinturas minúsculas e saias amplas.

Duas silhuetas são marcantes até meados dos anos 50. Na análise de Mendes (2003), a primeira compreende um corpete justo, definindo os seios, além de uma linha de ombro natural, uma cintura apertada e uma saia imensamente cheia, chegando até a barriga da perna ou o tornozelo, sustentada por camadas de anáguas. A segunda diferencia-se apenas pela saia, que é justíssima, com uma abertura ou prega traseira para permitir o movimento.

A década de 50 está gravada na história, pela silhueta de ampulheta e o foco erógeno são os quadris.

CAPÍTULO 6: ANOS 60

O início dos anos 60 é marcado pela entrada do elemento jovem no mercado, que promete mudar o mundo. A transformação da moda é radical. Segundo Garcia (2007), a moda única chega ao fim, dando lugar a várias propostas. A forma de se vestir está, cada vez mais, ligada ao comportamento. A moda é não seguir a moda, sinal da desejada liberdade da juventude da época.

Até meados desta década, a moda ainda é dominada pelo visual elegante e convencional. Paris permanece o centro das atenções, lançando coleções com a silhueta trapézio.

Mas Londres passa a ser o foco das atenções. A grande vedete é a minissaia. De acordo com Mendes (2003), Mary Quant (inglesa) e André Courrèges (francês) dividem sua criação. Mas ambos afirmam que a idéia da minissaia não é deles, vem das ruas. Sem dúvida, a moda das ruas passa a influenciar o trabalho dos estilistas. Esse processo é chamado "*Boble Up*" (de baixo para cima).

Os joelhos estão à mostra, mas as formas e os volumes do corpo feminino ficam apenas insinuados. A linha A ou trapézio parece querer reduzir o corpo à bi-dimensionalidade. As linhas são retas, os tecidos firmes. As formas côncavas e convexas do corpo submergem nessa proposta.

CAPÍTULO 7: ANOS 70

Nessa década, a moda continua revolucionária, com muitas experimentações de materiais, cores, formas e texturas.

O reduto jovem mundial se transfere para São Francisco berço do movimento hippie.A estética hippie ganha espaço. Estão na moda cabelos longos, roupas coloridas, misticismo oriental, música e drogas. É a chamada anti-moda.

O jeans americano é o básico da moda de rua. São justíssimos, com as pernas boca-de-sino.A moda deixa de ser um ditame do estilista e passa a ser uma questão de escolha pessoal. Pode-se dizer que a minissaia foi a última moda universal.

Os festivais de rock ao ar livre cedem espaço para as discotecas. O filme de John Travolta, “Embalos de Sábado à Noite”, retrata bem o espírito da época. A chamada moda “glitter” é futurista,andrógina, metálica e espacial.

O *punk* é um dos fenômenos da época e vira moda O estilo Punk é anárquico, niilista e deliberadamente chocante e ameaçador.

A diversidade da moda faz surgir o conceito de “básico”, que são peças–chave do guarda-roupa feminino.

Fatores de importância no vestuário feminino: substituição da silhueta rígida, triangular da minissaia, por linhas longas e esbeltas dá midi e da maxi-saia; e a crescente adoção das calças.

CAPÍTULO 8: ANOS 80

A moda ganha *status,* e cuidar da aparência é fundamental.

As conseqüências do feminismo se fazem sentir.

É, na definição de Palomino, a era *yuppie* (young urban professionals): homens e mulheres, jovens profissionais urbanos, bem sucedidos, com dinheiro para gastar e interessados em exibir ao mundo signos do próprio sucesso É a época do exagero e da exibição. As mulheres adotam alguns elementos do vestuário masculino e a feminilidade fica a cargo da maquiagem e do corpo malhado.

O culto ao corpo vive seu auge. A estética das roupas usadas para malhar invade a moda e ganha as ruas. O tênis All Star abre as portas para que esse tipo de calçado venha a ser o mais usado no mundo.

A ambigüidade é um traço marcante dos anos 80: roupas saídas das academias, convivem com *tailleurs* e com estampas de oncinha, ombros largos e acessórios “fake . Está na moda ostentar riqueza.

As tribos urbanas expandem-se.. Punks, góticos, *skinheads*, *new waves* e rappers coexistem e fazem escola.

O universo musical influencia fortemente a moda.

Madonna e Diane personificam a oposição entre a moda de rua e a alta moda.

Mas, de acordo com Mendes (2003), são os japoneses Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto, que revolucionam a moda desta década. Intelectualizados e conceituais, subvertem as convenções de vestuário ocidentais e japoneses e lançam o pauperismo, que desestrutura radicalmente a silhueta. Os japoneses introduzem na moda o estilo desconstrutivista.

CAPÍTULO 9: ANOS 90

No início da década de 90, há uma reação ao consumo ostensivo. Aparece o estilo minimalista, com linhas retas e simplesNo entanto, o exagero dos anos anteriores ainda influencia a moda.

A moda se globaliza e se fragmenta, conforme Mendes (2003). As coleções ficam repletas de referências a uma série eclética, de sub-culturas do passado e do presente: grunge com sua silhuet extravagante (oversize), estilo étnico, fetichista, clubber, desconstrutivista, e o cyber fashion inspirado no filme Mad Max.

O belga Martin Margiela lança o visual de desordem artificial: as roupas parecem ter tido as mangas arrancadas, têm as bordas puídas, desfiadas

Durante esta última década do século XX, acontece um *revival* de modas das décadas passadas.

CAPÍTULO 10: SÉCULO XXI

O começo do novo século é marcado pelo ataque terrorista de 11 de setembro de 2001 aos Estados Unidos. Os valores da moda mudam radicalmente. É o fim do luxo ostensivo e do glamour extravagante.

Surge o varejo emocional, aquele que atrai o consumidor pelas sensações

Na análise de Sibilia (2006), o culto do corpo é, de forma contundente, característica da sociedade contemporânea. O corpo passa a ocupar uma tal centralidade na vida e no imaginário que houve uma reversão da relação entre moda e corpo. Antes, a moda moldava as formas que se desejava obter. Hoje é preciso moldar o corpo, cujas formas variam ao sabor das modas e, então, vesti-lo, de maneira a valorizar o que ele tem de melhor ou a parte mais em voga, tirando a atenção das demais partes ou daquela que se deseja despercebida.

Para dar ao corpo uma aparência de juventude e beleza, praticamente vale tudo.

Lipovetsky avalia que as roupas, por si só, são menos importantes que a imagem que tentam transmitir. A autonomia pessoal na forma de se vestir tem que ser levada em conta. Mesmo existindo tendências estabelecidas a cada nova estação, as pessoas se vestem cada vez mais, em função do próprio gosto, do próprio tipo físico apenas refletindo, de forma sutil, a tendência que mais lhe agrade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história nos mostra o quanto a moda foi pródiga em criar e propor corpos artificiais, que tinham pouco a ver com as formas e os volumes naturais do corpo feminino.

Este corpo artificial foi construído, basicamente, através da constrição (exemplo: achatamento dos seios nos anos 20) e expansão (ombros acolchoados). Além disso, foi exposto ou dissimulado ao sabor da moda.

A partir dos anos 20, a história da moda começa a coincidir com a descomplicação progressiva das formas de vestir e a busca pelo conforto.

A evolução da moda ao longo do último século está, segundo Embacher (1999), intimamente ligada à conscientização da mulher em relação ao próprio corpo. O que se deve a uma série de fatores: a diminuição do poder de coerção dos códigos morais, as práticas de higiene, esporte

e vida ao ar livre, progressiva liberação sexual, culto da juventude numa sociedade com maior expectativa de vida.

Tudo isso culmina numa cultura extremamente hedonista e individualista, a partir dos anos 80, com o culto do corpo e da saúde.

A sociedade, impregnada pela cultura do espetáculo e pela moral das sensações, procura a adequação ao corpo perfeito - conquista da beleza, da saúde, da longevidade e da boa forma -, desviando-se de maneira crescente do que tange ao cuidar de si.

“Cuidar de si”, termo utilizado por Foucault (SIBILIA, 2006, p. 99), não remete mais à preservação dos costumes e valores burgueses, tais como enriquecimento da alma, dos sentimentos ou das qualidades morais, mas atenta apenas ao cuidado do corpo físico.

Essa nova forma de preocupação com o corpo em si constitui o que alguns autores denominam bio-ascese, expressão de Ortega, citado por Sibilia. “Trata-se de uma corpolatría que se inicia e se esgota em si própria, como um tipo de ascese humanamente pobre e socialmente fútil.” (COSTA, 2004, p. 20)

Esses cuidados com o corpo são levados a sério por seus adeptos. Todos os sacrifícios são válidos, em seu nome, mesmo quando as práticas bio-ascéticas possam levar e têm levado seus seguidores a problemas sérios de saúde e até a morte.

Até meados do século passado, o consenso acerca das formas da moda era possível porque ideais de comportamento e aparência, baseados em classe, eram amplamente aceitos. Porém, segundo a concepção de Crane (2006, p. 471), “a moda de consumo”, que substituiu a moda “de classe”, é muito mais amorfa e imprevisível que esta última.

O desenvolvimento dos meios de comunicações e a globalização, fazendo uma analogia ao teatro, colocam todos num mesmo palco. Apesar do caminho supostamente natural da moda em direção à massificação, o que se tem observado é que, nesse enredo, o individualismo se impôs no figurino dessa peça teatral. “As identidades modernas, antes, territoriais e monolinguísticas, agora são transterritoriais e plurilinguísticas (organização cultural dos

jovens em torno dos esportes, marcas, ídolos).” (CASTILHO, 2006, p. 89) O ideal é ser único, original, porém identificado com o grupo.

Porém o mais intrigante dentro da história da moda é observar que as mulheres vêem lutando seguidamente por emancipação e liberdade e, no entanto, continuam presas a um ideal de silhueta pré-estabelecido. O espartilho, do passado, assume, metaforicamente, várias formas no correr do século XX e parece ter se instalado nos bisturis dos cirurgiões plásticos, nos aparelhos das academias, nas mil maneiras de se obter o corpo ideal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BULLA,Viviam. **História da moda.** Disponível em: <http://www.modapoint.com.br/materiaprima/repor/hmoda/h80/h80.html+historia+da+moda> . Acesso em 16 Fev. 2007
- CÂNDIDA, Tereza. **Desvendando sua geografia íntima.** Disponível em: <http://www.terra.com.br/mulher/especiais/corpofeminino/autoconhecimento>. Acesso em 13 Jun. 2007
- CASTILHO, Káthia. Interrelações da mídia, do design do corpo e do design da moda. In: GARCIA, Wilton (org). **Corpo e subjetividade –** estudos contemporâneos. São Paulo: Factash Editora, 2006
- COSTA, J.F. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004
- CATELLANI, Regina Maria. **Moda ilustrada de A a Z**. São Paulo: Editora Manole, 2003
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. São Paulo: Editora Senac, 2006
- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher:** pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora Senac, 2000
- EMBACHER, Airton. **Moda e identidade –** A continuação de um estilo próprio. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. Dicionário da Língua Portuguesa. 3ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999
- GARCIA, Cláudia. **Almanaque Folha**. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.br>. Acesso em 13 Fev. 2007
- GARCIA, Wilton. **Corpo e subjetividade –** estudos contemporâneos. São Paulo: Factash Editora, 2006

- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design –** manual do estilista. Tradução de Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005

- LA MODE, mode d'emploi. Disponível em: <http://www.fdlm.org/fle/article/344/344mode.php>. Acesso em 27 Abr. 2007

- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2002

- LODI, MARIA HELENA. **A moda dos anos 80 e 90 em Matrix.** Disponível em: http://moda.terra.com.br/interna. Acesso em 10 Mar. 2007

- MACDONELL, Nancy Smith. **O pretinho básico**. Tradução de Anna Olga de Barros Barreto. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2004

- MARQUES, Dayse. **Re-significando o corpo feminino**. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br>. Acesso em 6 Jun. 2007

- MARQUES, Dayse. **As Vênus contemporâneas.** Disponível em http://www.polemica.uerj.br/pol18/cimagem/p18_dayse.htm+formas+do+corpo+feminino. Acesso em 23 Abr. 2007

- MARRA, Heloísa; REGO, Júlio. **Estilo no trabalho**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2002

- MAYER, Fernanda. **Anos 70:** começo do fim ou fim do começo? Almanaque Folha. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.br/anos70.htm>. Acesso em 13 Fev. 2007

- MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. Tradução de Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2003

- MENDONÇA, Flávia Vasconcelos. **Moda e comunicação no Século XXI**. Disponível em: <http://www.dominiofeminino.com.br/moda/flavia>. Acesso em 22 Fev. 2007

- PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2003

- PIRES, Beatriz Ferreira. **O Corpo como suporte da arte:** piercing, implante, escarificação. São Paulo: Editora Senac, 2005

-SIBILIA, Paula. O corpo editado e a carne impura. In: GARCIA, Wilton (org). **Corpo e subjetividade** – estudos contemporâneos. São Paulo: Factash Editora, 2006

- SIGURTÁ, Renato. **Psicologia do vestir -** delineamentos psicológicos da moda masculina. São Paulo: Editora Assírio e Alvim, 1989

- WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como as imagens da beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992