

A Alma da Moda

Mode's soul

Moda, processos de criação e produção de subjetividade

Vanessa Amaral Milbradt

(Pesquisa Científica- estudante de moda)

e-mail vannynha@yahoo.com.br

RESUMO: A moda adota uma abordagem dinâmica dos movimentos, costumes e gestos, traduzindo a função psicológica e social fundamental na organização estrutural da sociedade. Ter um estilo está relacionado à integração e distinção entre grupos sociais. A indústria da moda está altamente ligada às mutações e as necessidades do universo "fashion". É através do modo de se vestir que cada vez mais mostramos nossa personalidade na sociedade. Vários quesitos na transformação da moda são atribuídos ao estado de espírito das tribos que estão em transformações.

PALAVRAS- CHAVES: moda, atitude, pensamentos.

ABSTRACT: The fashion adopts a dynamic approach of the movements, customs and gestures, translating the basic psychological and social function in the structural organization of the society. To have a style is made a list to the integration and distinction between social groups. The industry of the fashion is highly connected with the changes and the necessities of the universe "fashion". It is through the way of be putting on that we more and more show our personality in the society. Several queries in the transformation of the fashion are attributed to the state of mind of the tribes that are in transformations.

Key words: fashion, attitude, thoughts

INTRODUÇÃO

O senso comum tende a ter uma compreensão da moda baseada sobre duas perspectivas diferentes, porém complementares. Por um lado, tem-se a moda como o “reflexo das transformações da sociedade contemporânea, dos costumes e do comportamento em geral.” – Bergamo, Alexandre -

Pensar que a moda inicia com uma idéia luminosa do estilista e termina em uma peça de perfeito caimento sobre o corpo, ainda não conhece as dificuldades que precedem a confecção. O cidadão não consome na base do encantamento, mas sim para se defender de um vazio interior. Há entendimentos equivocados a partir do apelo estético da indumentária. Mostrar através das roupas quem somos não pode ser considerado futilidade. Quando o artista executa a sua obra, ou o arquiteto projeta algum monumento arquitetônico estão exteriorizando sua arte, pois expressam nelas sentimentos e energias. Vestir-se é também uma forma de arte em um caráter pessoal. Não podemos generalizar, pois nem todos que pintam quadros ou arquitetam algo são necessariamente artistas, seguindo da mesma forma nem todos que se vestem se envolvem com arte na performance da vestimenta. Como dizer que a moda não está relacionada à futilidade? Transcrevendo a frase da autora Luciana Parisi: “A moda nasce dos desejos do consumidor. Dizer que a moda é fútil seria o mesmo que dizer que nossos desejos são fúteis.” O motivo desse projeto é certificar-se que na moda apontamos diversas formas de entrelaçamento em muitos campos; industriais, filosóficos, artísticos e através desses segmentos abordar que no sufixo a moda segue de maneira límpida e transparente perante as necessidades de quem as utiliza.

A HISTÓRIA DA BELEZA

“Se refletimos sobre o comportamento distante que nos permite definir como belo um bem que não suscita o nosso desejo, compreendemos que falamos de Beleza quando fruímos de alguma coisa por aquilo que é independentemente da questão de possuí-la ou não. Até mesmo um bolo de casamento bem confeccionado, quando o admiramos na vitrine do confeitiro, nos parece belo, mesmo que, por questões de saúde ou de inapetência, não o desejemos como um bem a ser adquirido. É bela alguma coisa que, se fosse nossa, nos deixaria felizes, mas que continua a sê-lo se pertence a outro alguém. Naturalmente não se considera o comportamento de quem, diante de

uma coisa bela como o quadro de um grande pintor, deseja possuí-lo por orgulho de ser o possuidor, para poder contemplá-lo todo dia ou porque tem grande valor econômico. Estas formas de paixão, ciúme, desejo de possuir, inveja ou avidez, nada têm a ver com o sentimento do Belo. O sequioso que ao dar com uma fonte precipita-se para bebe, não lhe contempla a Beleza. Poderá fazê-lo depois, uma vez satisfeito o seu desejo.

Por isso, o sentido da Beleza é diverso do sentido do desejo. Podemos considerar alguns seres humanos belíssimos, mesmo que não os desejemos sexualmente, ou que saibamos que nunca poderão ser nossos. Se, ao contrário, se deseja um ser humano (que além do mais poderia até ser feio) e não se pode ter com ele as relações almejadas, sofre-se. Todavia, veremos que a relação entre Beleza e Arte colocou-se muitas vezes de modo ambíguo, pois, mesmo privilegiando a Beleza da natureza, admitia-se que a arte poderia representá-la de modo belo, inclusive quando esta natureza representada fosse em si perigosa ou repugnante.” (Eco, Umberto, 2004, P.08)

Na obra de Oscar Wilde, O retrato de Dorian Gray, pode-se verificar como fonte de embasamento um tipo de beleza, em uma perspectiva rodeada de preceitos paralelos aos de Eco.

MODA E MÍDIA

Ter apoio e foco da mídia é fundamental para os estilistas que aproveitam as novelas e revistas para apresentar suas tendências e estilos. O jornal O Estado de S. Paulo, entrevistou no dia 24 de agosto de 2004 o antropólogo americano Ted Polhemus que disse: “hoje não há uma direção única a seguir, porque cada um quer criar seu próprio estilo”. Para ele, a moda atualmente é a miscigenação de estilos, porque os consumidores investem em um visual próprio. Gilles Lipovetsky, filósofo francês, em outra entrevista para o mesmo jornal, publicada no mesmo dia, disse que a moda é necessária porque se constitui em instrumento de democratização das sociedades, que necessitam e desejam o supérfluo. "Moda é um estado de espírito individual que comunicamos para o ambiente em que vivemos, portanto, depende do lugar, da época e do próprio indivíduo."

A rigidez dos comportamentos imposta pela sociedade está se modificando, fazendo com que existam diversas manifestações de comportamentos que traduzem moda. Em âmbito de Moda, a função do vestuário é designar o indivíduo. Em face das alterações sociais podemos

dizer que há uma linguagem das roupas. Unindo a mídia e a moda temos transformações em uma perspectiva notável.

PROCESSOS DE CRIAÇÃO: CRIADOR→ PRODUTO→ USUÁRIO

“(…) Um estilista que arranca exclamações sobre o anticonvencionismo de seus modelos é Alexandre Herchcovitch, 22. Ele admite que faz roupas difíceis de serem usadas: “Não quero simplicidade, sei das dificuldades que roupas como corselets e ilhoses apresentam, mas se não mostrá-las, perco minha identidade” justifica. Para Herchcovitch, é importante ser fiel a um estilo. “ser ou não prático e acessível não importa muito. Acho legal ressaltar esquisitices, é que escolhi para fazer.” (Fonte: *Folha de São Paulo, Ilustrada, 19.03.1994*)

Nessa entrevista o estilista contorna o seu perfil profissional, confirmando uma análise de processos de criação da história da moda. Nos séculos XIV, XV e XVI, podemos perceber que a estética da indumentária era pregada por imperadores ou imperatrizes dispostos a mediar a arte da vestimenta durante seus legados. Nessas épocas a sociedade seguia fielmente o estilo dos seus governantes, dessa forma alfaiates, costureiras e artesãos da época apenas exerciam o papel físico de confeccionar as diversas peças encomendadas sem expor a sua criatividade.

A partir do século XX o papel dos costureiros muda de foco. Podemos citar alguns nomes como: Gabrielle Chanel, Christian Dior, André Courrèges, Paco Rabanne, Yves Saint Laurent entre outros estilistas, que marcaram época, chegando ao ponto que gostaria de salientar, ou seja, ditaram moda.

Sendo assim os estudos nos mostram que nesse século a mentalidade da sociedade mudou num ângulo de 180 graus. O homem que antes se vestia cheio de rococós, maquiagens, perucas cacheadas, saltos carretel, pintas que iam e vinham num rosto masculino, passaram a ser sóbrios e exercendo papel de neutralidade, utilizando um perfil esperado para o homem na sociedade.

Graças às conquistas, as misturas de raças, ao envoltório de culturas está clara a mudança peculiar social e claro como os costureiros passaram de meros facionados á ditadores de moda. Nos dias de hoje a moda passou de artesanal/ familiar à industrial/ financeiro.

MATERIAIS E MÉTODOS

Filosofia, lingüística subjetiva sobre a moda em uma junção de obras literárias e comentários autorais. Uma perspectiva clara com citações de obras clássicas embasando o conteúdo escolhido.

RESULTADOS E CONCLUSÃO

Em uma conclusão também embasada dessa vez por Lipovetsky, a moda não deixava de ser um luxo que socialmente pensando está relacionada a um objeto de luxo. Porém se aprofundarmos nossos pensamentos em conceitos de vida haverá um luxo diferente de pensamentos de riqueza, mas sim principalmente um pensamento religioso.

No fim da idade média havia entre as classes altas o *hobby* de colecionar antiguidades, paradoxo entre a procura de objetos antigos e a loucura pelo presente, nascendo assim a moda, temporalidade do luxo.

Moda valoriza o presente. Tudo muda com a modernidade, os pensamentos também.

AGRADECIMENTOS

À biblioteca do Centro Universitário Ritter dos Reis.

BIBLIOGRAFIA

Bergamo, Alexandre,

Rev. Antropol. Vol 41, n.2, São Paulo, 1998.

Eco, Umberto,

O ESPÍRITO DAS ROUPAS, ed. Cia das Letras, São Paulo, 1987.

<www.speedo.com.br> consulta dia 08/05/2008

CURRÍCULO DO AUTOR

Ensino fundamental e médio no Colégio Marista Nossa Senhora do Rosário (Dez/2004); Senai Moda e Design (Julho/ 2007); Cursando Design de Moda no Centro Universitário Ritter dos Reis (1º semestre- Julho/2008).