

SUSANNA MOTA FERNANDES – UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
ADRIANA LEIRIRITA BARRETO MATOS – MESTRE – UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ

### **A Moda enquanto Fenômeno**

A pesquisa que se almeja realizar a partir deste projeto consiste em investigar o lugar e a importância do conceito de moda enquanto fenômeno, ou seja, como apresentação de uma idéia, assim como do modo pelo qual a sensibilidade nos fornece objetos, na concepção crítica da modernidade. Buscamos elucidar este conceito a partir da manifestação de sua essência que será percebida em forma de produto e no campo da experiência, isto é, a esfera onde partilhamos o sensível.

Muito dos estudos acadêmicos a respeito da moda têm por objeto de estudo a vestimenta, o que não a limita aquela de ser passível de ocorrer em qualquer acontecimento moderno em que possa ser ter apresentadas as suas características. A moda, do latim *modus*, que significa modo, maneira, não está unicamente a servir-se de um produto, está também imbuída na satisfação, fruição, ou seja, em qualidades subjetivas.

Historicamente podemos determinar o porquê se deve à roupa essa atenção maior. Um evento de grande notoriedade, do empregar do fenômeno moda, foi realizado na vestimenta. O período em que se dá o surgimento do fenômeno é o final da Idade Média e início da Idade Moderna. Como produto cultural que é, assim afirma Mônica Moura (2008,), a moda refletirá a sociedade de em dado momento, caracterizando-a cada vez mais por impulsionar o alcance do fenômeno a tudo e a todos naquele tempo.

Na Renascença, os espaços urbanos deram-se pelas divisões em burgos do que antes eram feudos, daonde surgiu a uma nova classe social: a burguesia. A sociedade estamental cai no desuso e a mobilidade social está apta a quem dispor de posses para comprar títulos de nobreza. Começa a ser verificado uma maior valorização do homem e da natureza, e não mais de um Deus (teocentrismo) e do sobrenatural, ao que denominado de Humanismo, o que trouxe o passado greco-romano como fonte de inspiração os para tempos modernos, ou seja, a representação de um movimento de exaltação do

homem, tornado centro de todas as indagações e preocupações, assim os humanistas não mais aceitavam os valores e maneiras de ser e viver da Idade Média.

Em uma reflexão sintética como se deu e o que foi o início da Idade Moderna, verifica-se um campo fértil para o fenômeno moda adequar-se e fazer adequar. A mobilidade social fazendo-se acontecer devido ao sistema econômico mercantilista demonstra a quebra da tradição. Uma maior flexibilidade em decorrência do status que naquele dado momento pode ser comprado e não mais previamente ditado por uma ordem inatingível, faz surgir uma nova dinâmica social, que é descrita por Lipovetsky, onde a moda é menos signo das ambições de classes do que saída do mundo da tradição. Não foi pelo desejo dos burgueses de se fazerem Nobres, mas sim pelo desejo dos Nobres de serem reconhecidos como uma classe a parte.

O mundo das tradições foi sendo deixado para trás, dando lugar a uma nova história de costumes efêmeros. Como elucidado anteriormente, o fenômeno se fez mais notável nas vestimentas como pode ser visto representado na queda das leis suntuárias, que limitava o acesso de certos tecidos aos Nobres anteriormente e passou a ser de alcance dos novos Nobres. No entanto, ao aprofundarmos a questão é possível notar o fenômeno se fazendo presente no modo, na maneira de ser da sociedade, pois este está implícito nos atos, como agenciador que impulsiona, qualifica, seleciona e resignifica a ação do parecer.

Chegamos então a algumas características do fenômeno moda: dentro dos grupos sociais haverá a individuação entre os integrantes deste, porém se estabelecerá alguma unidade que se dará por mimese para diferenciar-se de outros grupos sociais. Mimese e individuação são características verificadas até os dias atuais no fenômeno moda.

O avançar da história chega à Revolução Industrial, trazendo um conjunto de mudanças tecnológicas com profundo impacto no processo produtivo. O Fordismo é adotado como modelo de produção para a produção em série de artefatos, onde verifica-se um certo pesar estético, porém o que se pretendia ao adotá-lo era alcançar uma certa rapidez de produção, o que acarretava uma péssima qualidade de acabamento. O desejo de consumo era mais facilmente alcançado devido aos inúmeros exemplares disponibilizados,

porém esse desejo era mais rapidamente satisfeitos e descartados, devido a fatores como a ausência da exclusividade e o interesse por outros artefatos posteriormente lançados. Aqui verificamos mais qualidades a serem adicionadas à explicação do porquê do interesse pelo novo e assim a efemeridade dos fenômenos de moda. Uma sociedade organizada de ponta a ponta pela sedução e pelo efêmero, pela própria lógica da moda, assim descrito por Lipovetsky.

Levantada algumas das questões históricas da moda e seu alcance como fenômeno, em um primeiro momento, e posteriormente extraído as problemáticas básicas dessa leitura pretende-se desvendar e aprofundar-se ainda mais em conceitos que por hora não são tão bem solucionados no âmbito acadêmico. Em um segundo momento, pretende-se ajudar na desmistificação do conceito moda como algo frívolo, desmerecedor de uma investigação problemática, ou algo marginalizado, mas sim com o propósito de evidenciá-la como algo que surge na sociedade e será utilizado pela mesma, seguindo sempre esse movimento e não sendo imposta, firmando-se como produto cultural.

Palavras-chave: moda, fenômeno, cultura

### **Referência Bibliográfica**

BARTHES, R. História e Sociologia do vestuário. In: BARTHES, R. **Imagem e Moda**. Inéditos Vol. 3. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAUDRILLARD, J. A moda ou a magia do código. In: **A troca simbólica e a morte**. (Parte III) São Paulo: Edições Loyola, 1996.

CALANCA, Daniela, **História Social da Moda** / tradução de Renato Ambrósio. – São Paulo : Editora SENAC São Paulo 2008.

CRANE, D. **A moda e seu papel social**. Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

MOURA, Mônica, A moda entre a arte e o design. In: **Design de Moda: olhares diversos** / Dorotéia Badauy Pires (org.). Barueri, SP:Estação das Letras e Cores Editora, 2008

PITOMBO, R. **Moda, Cultura e Sentido**. In: GHREBH. Número 3, São Paulo, julho de 2003. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br>.

LIPOVETSKY, Gilles, O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas / Tradução Maria Lucia Machado, São Paulo: Companhia das Letras, 2009