A formação dos sistemas de Moda: Trickle Down e Bubble Up. Estudos e Análises

The Formation Of Fashion Systems: Trickle Down And Bubble Up. Studies and Analyses

Nyilas, Marcelo. Curso de Têxtil e Moda - Escola de Artes, Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo.
nyilas@usp.br

Italiano, Isabel Cristina. Profa. Dra. - Curso de Têxtil e Moda - Escola de Artes, Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo
isabel.italiano@usp.br

Held, Maria Sílvia Barros de. Profa. Dra. - Curso de Têxtil e Moda - Escola de Artes, Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo.
silviaheld@usp.br

Resumo

A moda, quando acompanhada do devir e da adoção de assimilação, impõe-se em um meio social determinado. Sendo assim, ela comprova ser um meio de regulação e pressão social. Esse despotismo é percebido ao longo do séculos. Este estudo propõe a exposição de duas formas de funcionamento da moda: o *Trickle Down* e o *Bubble Up*.

Palavras-chave: moda - trickle down - bubble up

Abstract

Fashion, when accompanied by the process and adoption of assimilation, imposes itself on a particular social medium. Thus it has proven to be a means of regulation and social pressure. This despotism can be perceived throughout the centuries. This study proposes to show two forms of fashion movement: Trickle Down and Bubble Up.

Keywords: *fashion - trickle down - bubble up*

Lipovetsky diz, em seu livro *O Império do Efêmero,* que a moda é comandada pela lógica da teatralidade: a moda é um sistema inseparável do excesso, da desmedida do

exagero. A moda tem como destino a inexorabilidade, ela é arrebatada pela escalada de acréscimos, de exageros de volume, de amplificação de forma, fazendo pouco do ridículo[1].

A moda, quando acompanhada do devir e da adoção de assimilação, impõe-se em um meio social determinado. Sendo assim, ela comprova ser um meio de regulação e pressão social. Esse despotismo é percebido ao longo do séculos.

Fundamentalmente, é em razão do desejo dos pretendentes e dominados em assemelhar-se aos pretendidos[2], aqueles que brilham de prestígio e posição (sociais), que a moda consegue se propagar. G. de Tarde dizia que a difusão da moda ocorre pelo desejo do mimetismo, desejo que vem dos séculos aristocráticos até os tempos modernos. Essa difusão ocorreu, preponderantemente, de cima para baixo[3].

Bourdieu (1979) classifica a sociedade basicamente em três posições: pretendidos (donos do capital cultural), pretendentes (classe média que dispõe de algum meio para ascender) e dominados (classes baixas, sem capital cultural). Então, entende-se que a vontade do mimetismo surge dos dominados e pretendentes em relação aos pretendidos. Fato que Bourdieu justifica pelo sentimento de incompetência, fracasso ou indignidade cultural, dos dominados em relação aos dominantes[4].

A moda não atingiu imediatamente as classes subalternas. Durante séculos, o vestuário respeitou a hierarquia das posições sociais. Tradicionalmente, os plebeus eram proibidos de se vestir ou se parecer com os nobres, então, a moda ficou hierarquizada por séculos, tendo o seu consumo como luxuoso e prestigioso, elementos restritos apenas aos nobres.

Entretanto, com o desenvolvimento da classe burguesa (novo rico) gerando imensas fortunas nos séculos XIII e XIV, um novo padrão de vida surgiu. O novo rico possuía um estilo de vida faustoso e suntuoso, ostentando todo o seu dinheiro. Esses burgueses se vestiam como os nobres: cobriam-se de jóias e ostentavam todo seu potencial financeiro. Isso rivalizava em elegância com a nobreza de sangue. A teoria de Veblen diz que o dispêndio demonstrativo serve como meio para significar uma posição, para despertar a admiração e expor um estatuto social[5]. Por esses e outros motivos, Itália e França viram-se obrigadas a ampliar suas leis suntuárias, que, entre outros motivos, tinham como objetivo manter a distinção entre nobres e burgueses, pretendiam manter a sua ordem hierárquica. Max Weber já tinha observado que “o luxo não era, na classe dirigente feudal, supérfluo, mas um meio de auto-afirmação”.[6]

Somente entre os séculos XVI e XVIII a imitação do vestuário nobre se propagou pelas camadas médias e baixas da sociedade. Mesmo que o vestuário burguês não copie

igualmente o nobre, a moda passa por um processo que Lipovetsky (1989) já chamava de democratização da moda.

Essa democratização ocorre porque os novos ricos escolhiam seus modelos na nobreza, porém, nem todas as inovações ou exageros eram aceitos. A moda apresenta, nesse momento, suas primeiras características contemporâneas: o jogo de liberdade e escolha, de adaptação e gradação, favorecendo a individualização de cada consumidor.

Com individualismo estético, a moda permitiu uma relativa autonomia individual na aparência, instituiu uma relação entre o ser individual e a regra social. A moda propõe uma regra de conjunto e, simultaneamente, deixa lugar para escolhas pessoais.[7]

> " (...) é preciso ser como os outros e não inteiramente como eles, é preciso seguir a corrente e significar um gosto particular"(...) (LIPOVETSKY, 2008, p.44).

Contudo, esse individualismo estético ainda fica submetido às leis imperativas da moda. A escolha do vestuário é inerente a cada indivíduo, porém, se vê limitada às cores, linhas, formas, recortes, volumes... Isso ocorre porque a uniformidade das tendências ainda muda em função das preferências dos poderosos. Isso mostra que a moda ainda não pertence à individualidade coletiva, mas sim aos gostos dos poderosos.

> " A individualidade do parecer ganhou uma legitimidade mundana; a busca estética da diferença e do inédito tornou-se uma lógica constitutiva do universo das aparências. Longe de ser inteiramente subordinado a uma norma de conjunto, o agnete individual conquistou uma parcela de iniciativa criadora, reformada ou adaptadadora: a primazia da lei imutável do grupo cedeu lugar à valorização da mudança e da originalidade individual." (LIPOVETSKY, 2008, p.47).

A moda, porém, não é apenas marca da distinção social. Ela não representa apenas a vontade de cada indivíduo e não reina apenas no mundo das aparências. A estetização das formas (entende-se por estética algo que sensibiliza algum dos 5 sentidos humanos) também é um atrativo sensual, prazer do olhar e da diferenciação. A moda promove o alter ego, o narcisismo.

Esta estetização é definida por Maffesoli como processo de correspondência humana no ambiente social. O Homem só o é quando está em contato com um substrato que sabe e lhe dá o seu valor, o homem neste mundo de estilo precisa estar nos seus quadros sociais, precisa ser visto[8].

Lipovetsky ressalta que a cultura cortês instituiu no amor a sublimação do impulso sexual, superestima e celebração lírica da mulher amada, submissão e obediência à dama[9].

Esse esquema valoriza o guerreiro que, a partir de suas atitudes viris, ganha o amor da dama idealizada. Entretanto, na contemporaneidade, a moda e a cultura hedonista moderna possibilitaram a mudança desse panorama. Da mesma forma que o homem deve manter a "poetização do cortejar[10]", ele deve sofisticar sua aparência, trabalhar seu vestuário. No mundo contemporâneo, a roupa é a extensão da personalidade.

Essa atitude nos firma o culto às aparências. Os antigos paradigmas morais e santuários perdem seus valores e o indivíduo se torna totalmente egocêntrico. Viver para chamar a atenção, uma vida de estética. Pode-se notar que, no funk, principalmente nos bailes, antigos valores morais e metafísicos não existem mais. O culto ao corpo, a sedução e o prazer tornam o indivíduo completamente hedonista e seus valores narcisistas vêm à tona. A sedução é a regra vigente nessas festas e tanto a música quanto a roupa são fatores dominantes para que essa ação seja bem sucedida. A letra, muitas vezes, incita o sexo, e a roupa, que expõe o corpo, exalta as formas físicas, que por vezes facilitam o ato sexual. Esses elementos são dominantes nesse ciclo de prazer imediato. Sendo assim, temos a ética da estética, ou seja, a maneira de sentir e experimentar em comum, com o outro. Maffesoli começa a partir daí mostrar os novos tempos de relação social, o tempo das tribos[11] .Este novo tempo nos trás uma peculiaridade. O sexo, a aparência, o modo de vida, de forma geral, estão cada vez mais excedendo a lógica identitária. As novas relações detêm termos como: trans e meta, termos que nos indicam a queda do social racional[12].

Movimento criado nas classes sociais menos abastadas, o funk teve seus conceitos copiados pela elite, logo, pode-se notar que o pretendido, agora, copia o pretendente e o dominado. A música toca em festas de Classe A, e as roupas são utilizadas por indivíduos que compõem essas classes. Dessa forma, o Bubble Up está criado.

Entretanto, na moda nem sempre foi assim, e, a princípio, a moda, no sentido moderno, tinha suas leis imperativas diferentes. Lipovetsky denomina esse sistema de moda de cem anos.

Da metade do século XIX até 1960, momento em que o sistema começa a mostrar sua ruptura, a moda funcionou sobre uma organização estável, suntuosa e desejada. A moda viveu seu período sublime nessa época.

> "(...) Vimos aí, com efeito, mais do que a moda; reconhecemos uma figura, certamente particular, mais significativa do advento das sociedades burocráticas modernas; vimos aí mais do que uma página da história do luxo, das rivalidades e distinções de classes; aí reconhecemos uma das faces da revolução democrática." (Tocquevillle, Apud. Lipovetsky p. 69).

A moda de cem anos articulou-se em torno de duas indústrias distintas, com objetivos e métodos diferentes. De um lado, a Alta Costura, e de outro, as confecções industriais. Embora distintas, elas formavam uma configuração unitária.

A Alta Costura teve seu nascimento sob o luxo, a costura sob medida e a preços exorbitantes. Já a confecção industrial se propagou por meio da produção em série e barata, que imitava a Alta Costura.

Enquanto a Alta Costura tem sua imagem vinculada à inovação, lançadora de tendência e poder social, as confecções industriais inspiravam-se nela. A confecção industrial copiava com certo atraso e com preços incomparáveis os lançamentos das grandes Casas. A Alta Costura era o laboratório das inovações, as quais provocaram a mobilização de inúmeras leis a fim de proteger as suas criações. A Alta Costura é a instituição mais significativa da moda moderna e teve suas criações imperativas até por volta de 1960.

A idéia atual que atua na moda hoje provém de Worth. Ele implementou a idéia de modelos inéditos, preparados com antecedência e mudados freqüentemente. Ademais, a apresentação em salões luxuosos com modelos desfilando provém de Worth também. Isso torna a moda uma empresa, a empresa de criação, a empresa do espetáculo consumível. Uma empresa tão bem desenvolvida que, em 1920, representava 15% da exportação Francesa[13].

Apesar de sua fundação ter ocorrido 50 anos antes, foi só no começo do século XX que a Alta Costura adotou o ritmo de criação semestral. Essas criações eram apresentadas primeiramente aos representantes estrangeiros, os quais compravam os modelos e tinham o direito de reproduzi-los em série em seus países. Dessa forma, o mundo todo podia se vestir com o que foi criado em Paris e os lançamentos podiam ser comprados a preços muito baixos no resto do mundo. A ascensão desse modelo favorece a institucionalização da renovação bianual.

Paris dita a moda, a cidade hipercentraliza as criações e, ao mesmo tempo, os representantes as tornam internacionais, demonstrando que, diferente do que se pensava, a Alta Costura contribuiu para a democratização da moda.

A primeira manifestação de consumo em massa, apesar de luxuosa e cara, é a moda produzida pela Alta Costura. Isso porque, com a possibilidade de cópia, ela se torna homogeneizada e indiferente às fronteiras. A uniformização mundial da moda parisiense revalida o conceito de Trickle Down, no qual o criador é único e ditador do que será utilizado pelo resto do mundo. A Alta Costura começa a democratizar suas criações.

Lipovetsky (1989) observa que a democratização da moda não significa uniformização ou igualação do parecer; novos signos mais sutis ainda asseguram as funções de distinção e de excelência social. Essa nova forma de pensar a moda não eliminou a estratificação social, apenas a atenuou, promovendo referências que valorizam o alter ego. Esse sistema, além de aproximar a maneira de se vestir, despertou o gosto pela novidade e pelo consumo, fez das frivolidades uma necessidade de massa, a lei imperativa do consumo.

Todos esses efeitos provocados por um sistema centralizado e suntuoso transformam o costureiro em criador, cuja missão é lançar tendências constantemente. Após séculos, o costureiro se torna artista, cuja preocupação é inovar sempre. Entretanto, o costureiro tem sua limitação inovadora, pois, diante o consumo, ele precisa obter lucros com suas roupas e, se o novo se torna comum, ele deixa de ser vanguardista. Dessa forma, a moda se firma como objeto sublime.

Coube à Alta Costura fazer rupturas e mudanças profundas no pensamento até certo ponto feudal. A frivolidade é sinônimo do pecado e do orgulho, uma ofensa a Deus e ao próximo. A moda se opõe aos valores tradicionais e metafísicos; efêmera e fluida, a moda tem caráter pós-moderno e Niilista.

A hegemonização do sublime, a estética da forma, a sedução, a excitação e a fonte de prazer rompem com o antigo regime. O novo estatuto da moda favorece o individualismo, dignificando a liberdade e a felicidade. O homem se torna desejoso de novas sensações, desejoso de inovações e surpresas. O espírito hedonista do século XX se confirma.

> “A ideologia individualista e a era do sublime da moda são assim inseparáveis; culto da expansão individual, do bem estar, dos gozos materiais, desejo de liberdade, vontade de enfraquecer a autoridade e as coações morais: as normas “holistas” e religiosas, incompatíveis com a dignidade da moda, foram minadas não só pela ideologia da liberdade e da igualdade, mas também pela do prazer, igualmente característica da era individualista.” (Lipovetsky, 2008, p.47).

A moda moderna surge para romper com a cultura tradicionalista. Dessa mesma forma, o funk foi adotado pelas camadas mais abastadas. O rompimento com conceitos do antigo regime e a nova era hedonista têm sua confirmação em movimentos de cultura de massa. O mundo busca o novo, o tradicional nada mais é que um elemento decorativo de um sistema em que o fluxo de novidades e de informações não permite mais a verdade inata, ou a verdade imutável. A metafísica não impera mais, e a ordem moral católica perdeu espaço para o individualismo holístico.

Essa nova forma de pensar e tratar a moda cria um novo processo. Agora, as emoções e a personalidade individual passam a aparecer nas roupas. A moda se tornou psicológica. A moda moderna, agora unida com o psicológico, deixa de ser apenas marca de classe social e passa a se tornar expressão de um pensamento, símbolo da personalidade individual.

A Alta Costura reinou por cem anos, entretanto, seu sistema entrou em decadência, presa do seu próprio estilo, porque a realidade mutável das coisas favoreceu com o rompimento desse sistema. O surgimento do prêt-à-porter uniu a produção em série ao laboratório de tendências, antes privilégio das Casas de costura.

> "(...) são bem mais a novidade-choque, o espetacular, o afastamento das normas, o impacto emocional que permitem aos criadores e estilistas distinguir-se de seus rivais e impor seus nomes no placo da elegância através dos órgãos de imprensa. É o tempo das legitimidades ecléticas; hoje podem chegar à notoriedade criadores cujas coleções repousam sobre critérios radicalmente heterogêneos. Depois do sistema monopolístico e aristocrático da Alta Costura, a moda chegou ao pluralismo democrático das grifes." (Lipovetsky, 2008 p. 117).

Cecil Beaton observa que o sistema da Alta Costura ruiu, pois o aparecimento da nova burguesia moderna e sua dinâmica primou pelo capital cultural e não econômico[14]. Ademais, essa burguesia se viu preocupada em distinguir-se da burguesia tradicional e elitista. A nova burguesia buscava a distinção no próprio eu, ou seja, a legitimidade em si, a moda tornando-se motivo de distinção social e cultural. Dessa forma, os novos ricos negavam os símbolos monárquicos e burgueses tradicionais, os símbolos de poder eram desacreditados. O novo símbolo é cultural: a moda expressa, agora, um ponto de vista.

A legitimidade da nova elite é menos forçada, dá-se com a própria situação cultural, na qual a moda externaliza o indivíduo, a distinção é no pensamento. A burguesia agora é mais jovem, e a moda ganha, também, essa conotação. A moda exprime um estilo de vida, é mais do que apenas uma posição social. O estilo de vida jovem, emancipado, livre das opressões sociais e morais acarreta a desafeição do luxo. O rompimento das convenções, o choque social e a fluidez do conhecimento sobressaem-se sobre o culto ao chique e ao bom gosto. O virtuosismo jovial é sobreposto à respeitabilidade social.

A fluidez das relações humanas favorece o surgimento de uma nova interação com o outro, a sedução impera sobre a honrabilidade social. "As pessoas já não têm vontade de serem elegantes, querem seduzir" (Yves Saint Laurent). Sendo assim, o funk se apodera da moda, o figurino passa de sexy para vulgar. Nesse ponto, a sedução passa a oferecimento,

os freqüentadores passam a oferecer seus corpos uns aos outros. Mais uma vez, esse meio mostra a sua ruptura com os valores do antigo regime. O prazer individual toma conta dos bailes funk, onde a conquista e o sexo são os troféus dos freqüentadores.

O estilo estético favorece o estar junto que não tem uma finalidade própria a ser atingido, ele favorece a busca dos prazeres do mundo, ou aquilo que Focault define como uso dos prazeres[15]. Esse prazer individual só acontece com a interação entre pessoas, então a era narcisista passa a ser dominada pelo dionisíaco, que nos remete à promiscuidade sexual, que é evidente no funk, às efervescências afetivas e festivas, que desta forma só podem existir a partir das relações coletivas, do doxa comum[16].

No momento pós-moderno, as roupas passam a imagem própria do consumidor, sua cultura, e não mais apenas seu sucesso financeiro. Entretanto, nesse novo sistema, a lei imperativa é a mostra da juventude, o indivíduo passa a oferecer a si e ao outro uma imagem jovem e própria. Sendo assim, cada um é obrigado a trabalhar sua imagem pessoal, é obrigado a se reciclar em uma sociedade que muda a cada minuto. A moda passa a ser democrático-individualista, momento no qual cada um passa a ser o próprio estilista.

Essa nova forma de funcionamento da moda está apoiada na cultura jovem, que se sustenta em critérios de ruptura com a moda profissional. A antimoda ganha amplitude. Jovens mostram novos códigos da sociedade: o anticonformismo, a quebra com comportamentos antigos, a busca pela emancipação e a renegação do antigo tornam a moda mais fluida. Ademais, os jovens utilizam a moda como diferenciação individual em relação aos adultos e a outros jovens. A moda passa a ter aparência única, impossível de ser copiada. A mistura de estilos e a customização promovem o individualismo hedonista presente nessa nova cultura jovem. Esse “é o fim da era consensual da aparência[17]”.

Lipovetsky ressalta que o novo sistema da moda está em perfeita concordância com a “*open society*”. A hiperescolha e o self-service dos estilos imperam sobre as tendências sazonais, criam-se os *looks*[18]. A escolha não é mais só entre modelos de roupas, mas sim entre idéias e estilo de vida. A moda passa a possuir o adjetivo de atitude. Os jovens buscam negar todo e qualquer valor metafísico e cristão, a lei do imutável não existe mais e, em uma sociedade cheia de fluxos, torna-se possível mostrar seus pontos de vista. Maffesoli (1999) comprova esta nova era quando ele diz que nas sociedades atuais “o fundo não pode existir sem sua forma”.

Dessa maneira é que o funk penetra em todas as camadas sociais. Assim como a moda, os movimentos culturais de massa não são mais aclamações sociais, são movimentos imperativos do fim dos padrões e dogmas vigentes. Os jovens rompem de vez

com a falsa moral cristã e não aceitam as verdades inatas, a vida é uma experimentação, e os limites impostos pelo antigo regime são desafiados. O Niilismo é vigente. O funk desafia todo padrão de uma sociedade baseada ainda no american way of life. E a função do jovem é a ruptura com paradigmas, principalmente, sociais. Entre tantas mudanças, um padrão é ainda mais forte do que no início da moda de cem anos: o hedonismo jovial é tremendo, a busca do prazer não possui mais limites.

Nesse período de conceitos misturados com roupas, a era dos looks representa a individualização de um sistema de moda, agora, democrático. O exagero, a singularidade, a diferença nada mais é do que a exposição da teatralidade proporcionada apenas pela moda. Fatores que sempre existiram em outras épocas, entretanto, com limites e facetas diferentes.

O *look* e sua artificialidade compõem, agora, um momento do espetáculo, uma era em que a liberdade e o prazer são primordiais. A valorização, agora, é pelo desvio, pelo surpreendente, e não mais pela perfeição de um modelo determinado. Sendo assim, o funk inicia esse rompimento com os padrões da perfeição e do rebuscamento. O sexo em detrimento do lirismo nas letras, a batida simples e sincopada em vez de composições complexas de harmonia e arpejos. E muitos cantores sem vozes e afinações padrões, que já conhecemos, montam esse cenário de surpresas, de novas formas e valores. Um movimento de vanguarda que acaba com os paradigmas da técnica.

Toda essa popularização das formas e da criação eleva a moda ao seu momento mais recente, um momento pós-moderno. A cultura e o consumo de massa tomam conta do mercado. A vontade de pertencer a um grupo permite o surgimento das tribos, que, apesar de terem o mesmo ideal cultural, buscam expor a individualização do ser, a unicidade do indivíduo.

Apesar da unicidade do indivíduo, a nova forma de socialização é induzida pelo estilo. Maffesoli (1995) conclui que este tempo de ver, de sentir e de se entusiasmar em comum e no presente gera o novo momento de relações, o momento das tribos. Portanto comprova-se mais uma vez que a ocupação de uma sociedade burguesa egoísta está acabando, a cultura nascente é a emergência de compartilhamento de prazeres, uma relação tribal.

Nota-se que o funk nas camadas sociais mais abastadas tem uma relevância enorme. Pode-se perceber que o público A, burgueses do antigo regime, buscam essa interação entre os corpos e os deleites sensoriais, mais uma vez fica evidente o fim dos valores metafísicos e cristãos.

Estas novas comunidades de massa passam por um processo de partilhamento de informações, informações próprias de cada tribo, então a grande indagação feita por Maffesoli é como estas massas se relacionarão entre si. Entretanto ele mesmo encontra a resposta para esse novo caminho da sociedade. Estas informações não superam uma razão poderosa, ela se difrata em inúmeras formas de definição, é o fim da verdade inata, e em diversos grupos portadores. Portanto a informação e a cultura de cada tribo não simbolizam a distância de suas relações, mas sim apenas uma forma diferente que cada grupo terá de viver[19]. E ainda que metaforicamente, essa multidão de tribos se cruzam, se ajudam ao mesmo tempo que permanecem elas mesmas[20].

Ao se analisar esta nova forma de vida é visível que não existe mais o gosto comum, a verdade imperativa. Cada grupo de pessoas possui um determinado padrão e este padrão é o que as unirá. Não existe mais um único código como era proposto pelo antigo regime ou pela moda de cem anos, agora esta psicologização da moda nos mostra um novo caminho. Foi-se o tempo de dominantes e dominados, no mundo contemporâneo tanto dominantes usam símbolos que remetem aos dominados quanto a recíproca é verdadeira. A pós-modernidade democratiza o Bubble Up. Assim a nova moda é uma moda de grupos, que através de um vestuário de bases comuns lembram um único corpo.

Assim, comprazer-se na aparência é reconhecer que estas novas relações inter-pessoais e sociais representam uma nova globalidade. A globalidade estética, que neste caso, Maffesoli (1988) diz ser a emoção comum. Portanto a aparência se torna elemento intrínseco do corpo social. As novas relações são regidas pela estética.

A partir dessa forma de convívio social o valor objetivo e a imposição subjetiva do poder financeiro não causam mais temores na sociedade. A estratificação social só existe pelo capital financeiro, e os dominados passam a ser pretendentes, pois o capital cultural da ética da estética também se torna dominado pelas classes menos abastadas. Ou seja, o burguês, muitas vezes se confunde com o pobre, pois ambos buscam a troca de prazeres sensoriais.

Então como Lipovetsky (1989) já nos ressaltava, a nova moda é dominada pela cultura, pela idéia e não mais pelos seus valores objetivos e suntuosos. Logo temos eventos nos quais as casas de costura parisiense se apropriam de valores culturais das classes mais pobres. Enaltecendo o fim da supremacia do gosto do dominante.

Logo estas novas relações são associadas a fala de Maffesoli (1988) que diz a respeito do indivíduo, o qual só pode ser definido e entendido a partir das relações que ele estabelece com o mundo circundante. Seja o mundo de outros indivíduos ou o mundo das

situações e fatos ordinários. Portanto a pessoa constrói-se na e pela comunicação e suas relações humanas serão potencializadas a partir disto.

No funk a relação e a comunicação humana são intensas. O movimento e a tribo funk prezam por este dionisíaco e por este contato imediato e despretensioso, provavelmente porque já esteja embebidos neste meio pós-moderno da fluidez de informações e relações, como afirmado antes o ambiente do funk não permite mais verdades e relações fixas e como Maffesoli (1988) comprova: o mundo da estética é o mundo das experimentações e relações sensoriais. Além disso, as preocupações impessoais, a própria estrutura que supera o individualismo e as idéias em comum exaltam as características do surgimento desta tribo, o funk. Um grupo estritamente impessoal, de forte conotação erótica e passional são as bases sociais deste novo grupo que surge. Isto tudo comprova o ponto de vista de Maffesoli (1988) da perspectiva holista, é a caracterização da comunidade orgânica. Esta comunidade orgânica ainda que um tanto hedonista já está contaminada por valores tribais, e a moda junto com as relações pessoais se altera.

Ironicamente estas relações promovem uma nova moda, a moda de grupos. Grupos que buscam unir pessoas iguais entre si, e a partir de símbolos comuns as identificar. Ainda que símbolos diferentes da nobreza, o ideal do simbolismo volta a tomar conta da moda.

Essas tribos buscam criar um estilo ou um comportamento específico, e isto segundo Maffesoli é a imitação. E, ironia antropológica a necessidade de singularização do próprio eu inverte-se ao desejo de unidade do grupo, trata-se certamente de algo relacionado a identidade, que tem na moda seu veículo mais rápido e externo de demonstração. Portanto vale ressaltar que o individualismo estético do indivíduo dentro do grupo tem seu sentido alterado em relação ao individualismo burguês. Agora a individualização é a comprovação da identidade, e mais uma vez esta identidade está relacionada a nova era da simbologia de identificação.

Então, todo o processo de democratização de valores e sentidos tornam a vontade do indivíduo em ser único no mundo. O que se tem atualmente não é mais a busca pela uniformidade da aparência como ocorria na relação de nobres e burgueses, na primeira fase da moda. Não existe mais o indivíduo sozinho, como na era individual-democrática. Temos um entrelaçamento de ideais e conceitos, uma mistura de atitude, contracultura, simbologia e interações que trazem o caráter mais atual da moda e da sociedade. Uma sociedade de fluxos, indagações e representativa, que apesar de tentarem renegar quase todos os valores histórico-morais, ainda tem coisas em comum com as eras passadas.

Pode-se notar que a história da moda, assim como a história da sociedade e das posições sociais, estão completamente ligadas à vontade do individuo e suas necessidades. Atualmente o mundo é regido pela lei imperativa das relações e do prazer.

A moda é uma forma de relação entre os seres, é uma estrutura da vida coletiva. A vida social sofre oscilações entre valores do antigo regime e busca pelas novidades. Passamos por uma fase que a novidade instantânea impera em nossos meios de vida. Portanto, tanto a moda quanto as relações sociais são regidas pelo momento, o que Lipovetsky chama de "presente social"[21].

---

[1] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 37.

[2] Pierre Bourdieu, A Distinção, São Paulo, 2008, Edusp, p. 60.

[3] Gabriel de Tarde, Lês Lois de L'Imitation, Genebra, Slatkine, 1979.

[4] Pierre Bourdieu, A Distinção, São Paulo, 2008, Edusp, p. 360.

[5] Thorstein Veblen, Théorie de la classe de loisir, Paris, 1970, Gallimard, p. 114

[6] Th. Veblen, ibid.,

[7] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 44.

[8] Michel Maffesoli, A Contemplação do Mundo, Artes Ofício, 1995, Porto Alegre, p. 37.

[9] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 64.

[10] René Nelli, L'Érotiquedes troubadours, Paris, UGE, 1974, p. 204

[11] Michel Maffesoli, A Contemplação do Mundo, Artes Ofício, 1995, Porto Alegre, p. 53.

[12] Michel Maffesoli, O Tempo das Tribos, Forense Universitária, 1998, São Paulo, p. 17.

[13] Philippe Simon, Monographie d'une industrie de luxe: la houte couture, Paris, 1931, p. 102.

[14] Cecil Beaton, Cinqueante Ans d'élégance et d'art de vivre, Paris, Amiot-Dumont, 1954.

[15] Michel Maffesoli, A Contemplação do Mundo, Artes Ofício, 1995, Porto Alegre, p. 55.

[16] Michel Maffesoli, O Tempo das Tribos, Forense Universitária, 1998, São Paulo, p. 194.

[16] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 266.

Maffesoli, O Tempo das Tribos, Forense Universitária, 1998, São Paulo, p. 38.

[17] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 127.

[18] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 127.

[19] Michel Maffesoli, O Tempo das Tribos, Forense Universitária, 1998, São Paulo, p. 136.

[20] Michel Maffesoli, O Tempo das Tribos, Forense Universitária, 1998, São Paulo, p. 194.

[21] Gilles Lipovetsky, O Império do Efêmero, São Paulo, 2008, Cia. das Letras, p. 266.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre: *A Distinção: Crítica social do julgamento*, São Paulo, 2008, Edusp 2ª Edição. 1ª Edição 1979.

CRANE, Diana. *A Moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas,* São Paulo, 2006, Senac, 1ª Edição.

ESSINGER, Silvio. *Batidão: Uma história do funk,* Rio de Janeiro, 2005, Record, 1ª Edição.

JENKYN JONES, Sue*. Fashion Design: O manual do estilista*, 2005, Cosacnaif. , 1ª Edição.

LIPOVETSKY, Gilles: *O império do efêmero: A moda e seus destinos nas sociedades modernas*, São Paulo, 2008, Companhia das Letras, 11ª Edição. 1ª Edição 1989.

MAFFESOLI, Michel: *A Contemplação do Mundo*, Porto Alegre, 1995, Artes Ofício, 1ª Edição.

MAFFESOLI, Michel: *No fundo das aparências*, Petrópolis, 1999, Editora Vozes, 2ª Edição. 1ª Edição 1996.

MAFFESOLI, Michel: *O Tempo das Tribos*, São Paulo, 1998, Forense Universitária, 2ª Edição. 1ª Edição 1988.

Webgrafia

http://www.noticiacompleta.com/wp-content/uploads/2009/04/valesca-popozuda-em-baile-funk.jpg <acessado em 10/12/2009>

http://3.bp.blogspot.com/_CPSVeXAzL3Q/SiYx-e65BPI/AAAAAAAAAto/wOo6pV00ai0/s400/Castelo+das+Pedras+-+Baile+funk.jpg <acessado em 10/12/2009>

http://images.google.com.br/images?hl=pt-BR&um=1&q=baile+funk&sa=N&start=20&ndsp=20 < acessado em 10/12/2009 >

http://www.ipcdigital.com/var/ipcdigital/storage/images/noticias/comunidade/baile-funk-bomba-mais-que-pagode-em-hamamatsu/as-letras-simples-a-danca-livre-sem-passos-complicados-e-o-apelo-ao-erotismo-fazem-parte-do-universo/317169-1-por-BR/As-letras-simples-a-danca-livre-sem-passos-complicados-e-o-apelo-ao-erotismo-fazem-parte-do-universo_fotogaleria_h.jpg <acessado em 10/12/2009>

http://www.exclaim.ca/images/up-rio_baile_funk_1_lg.jpg <acessado em 10/12/2009>

http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://ego.globo.com/Gente/foto/0,,14520494-EXH,00.jpg&imgrefurl=http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL427614-9798,00-

KELLY%2BKEY%2BVAI%2BATE%2BO%2BCHAO%2BEM%2BBAILE%2BFUNK.html&usg=__8Kfb2IcD_rTkX_N_ZipLpLs6M9k=&h=452&w=602&sz=64&hl=pt-BR&start=13&um=1&tbnid=TBWq_lmvPBuCXM:&tbnh=101&tbnw=135&prev=/images%3Fq%3Dbaile%2Bfunk%26ndsp%3D20%26hl%3Dpt-BR%26sa%3DN%26um%3D1 <acessado em 10/12/2009>

http://h2.vibeflog.com/2006/12/13/19/11281605.jpg <acessado em 10/12/2009>

http://portalmie.com/eventos_/wp-content/uploads/2008/11/foto-413.jpg <acessado em 10/20/2009>

http://img514.imageshack.us/i/bycharizardfuracaoantigpw5.jpg/ <acessado em 10/12/2009>