MODA COMO IMAGEM DA CONTEMPORANEIDADE

Carmem Lúcia de Oliveira Marinho, Faculdade Senac Pernambuco, Professora.
carmemmarinho@yahoo.com.br

Introdução

A liberdade no vestir adquirida pelo homem contemporâneo teve início na década de 50 do século passado e teve como ponto de partida a juventude da época, que numa busca por identidade e por liberdade de expressão sentiu a necessidade de criar a sua própria estética. A moda, então, teve que atender a este novo público, e, a disseminação do *prêt-à-porter* veio a se tornar um dos pilares dessa adequação aos novos tempos, pois democratizava tanto as formas da moda como a sua forma de aquisição. A partir, principalmente deste momento, as pessoas passavam a não ter os seus guarda-roupas apenas comandados pelas idéias impostas pelos criadores da alta-moda, mas simplesmente pelas suas próprias realidades, necessidades e desejos, fenômeno que se intensificou nas décadas posteriores.

Assim como a sociedade se tornou cada vez mais complexa e mutável, tudo que faz parte do seu desenvolvimento foi tomado da mesma complexidade, e com a moda não poderia ser diferente, já que busca sempre atender as realidades que se apresentam. Contudo, explicar os movimentos da moda do início do século XXI não é tarefa fácil, pois, este momento não oferece verdades absolutas, nem conclusões fechadas com relação ao assunto. Como, então, podemos dizer que a moda de hoje, através dos produtos desenvolvidos por sua cadeia, reflete de maneira clara as principais características da sociedade contemporânea? Indagação esta que gerou a necessidade de realizar aqui um paralelo entre algumas das principais características da sociedade contemporânea (liberdade de expressão e ação, cultura da obsolescência, avanços tecnológicos, multiculturalismo e mudanças no comportamento masculino) e as características da moda atual, ou seja, onde a primeira aparece refletida na segunda.

Referencial Teórico

Como exposto por Braga: “a moda é o reflexo de uma época, da cultura de um povo, uma denunciadora de períodos e locais, verdadeiramente, uma sinalizadora dos tempos”(2005, p.22). A partir deste pensamento, pode-se iniciar uma reflexão a cerca do nosso contemporâneo a partir de algumas das suas características mais peculiares e do que a cadeia de moda oferta na atualidade para conquistar uma maioria de parceiros em nossa experiência coletiva. A liberdade de expressão e de ação vivenciada hoje pela maioria dos seres humanos é um exemplo disso. Esta característica se encontra refletida na moda quando observamos a quantidade de propostas lançadas a cada estação pela cadeia de moda, propostas essas, disseminadas para suprir a necessidade de vários personagens que hoje se apresentam nas ruas, com estilos de vida, pensamentos, gostos particulares e que possuem o desejo de externar através do seu vestir as suas subjetividades. Como aborda Garcia e Miranda: “o consumidor busca investir num *look* o valor de autenticidade e isso o mantém alheio a padronização” (2005, p.46).

Outra característica latente é a “cultura da obsolescência”, onde muitos produtos se tornam descartáveis diante de uma sociedade ávida por novidades principalmente por que é bombardeada todos os dias pela mídia que lhe propõe novas tendências a todo instante. As palavras de Garcia e Miranda reforçam este pensamento expondo que: “a tendência manipula o consumidor, um sujeito à espera do novo, a aceitar suas constantes modificações para permanecer atual ou “estar na moda’” (2005, p.39). Esta característica reforçou, mais do que nunca, o conceito de efemeridade da moda. Hoje, a moda dura menos de três meses nas araras das lojas e tem que se renovar em um ritmo frenético.

Os avanços tecnológicos alcançados pelo homem nas últimas décadas também se encontram refletidos na moda. Eles possibilitaram à indústria têxtil o desenvolvimento de novos produtos, como por exemplo, os “tecidos inteligentes”, aqueles que misturam fibras sintéticas e naturais, são resistentes, versáteis, baratos e ecologicamente corretos. Sem falar na multiplicação de possibilidades geradas na criação dos produtos de moda e que são visíveis na estética final das roupas e acessórios, não só pelo aparecimento de novos materiais, como também de novas máquinas e *softwers* de modelagem e estilo. Sobre isso Jones explana: “a evolução dos equipamentos mecânicos e eletrônicos permite rejuvenescer estilos e criar categorias de roupas inteiramente novas” (2005, p.127).

Pode-se observar também que as fronteiras étnicas e culturais caíram, principalmente, através do grande alcance de todos às mais diversas mídias, que encurtaram as distâncias geográficas. Os indivíduos pertencentes, sobretudo a sociedade ocidental, convivem atualmente com a mistura de crenças, valores, idéias, experiências e indumentária dos mais diferentes povos, ou seja, com o multiculturalismo, o que explica a estética híbrida encontrada na moda das passarelas e nos estilos que povoam os grandes centros urbanos. Para Seprini: "o multiculturalismo é, sem dúvida, a resultante de um processo de mistura e de encontro de diferenças" *(apud* MERLO, 2005).

No século XXI outro fenômeno se tornou visível segundo Braga: "o homem não mais se envergonha em estar preocupado com suas roupas, em estar atualizado com as novas propostas de moda...; é informado e exigente" (2005, p.43). A moda para os representantes do sexo masculino deixa de ser banal e passa a fazer parte das suas necessidades mais prementes, pois, torna-se um instrumento de auto-afirmação enquanto profissional atualizado e pessoa moderna e preocupada com a imagem, o que reflete na sua valorização pessoal e social. Este é um reflexo, principalmente, da competição no mercado de trabalho com o sexo feminino. A moda, então, oferece a ele novas possibilidades de exteriorizar estas mudanças, com a criação de peças com elementos como: cores, estampas, decorações e dimensões, antes, restritas ao vestuário feminino, mas que nem por isso, os deixam menos viris.

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica na busca de autores que fornecessem uma fundamentação teórica sobre a moda e a sua relação com a sociedade contemporânea.

Considerações Finais

Através deste trabalho foi possível traçar um paralelo entre algumas das características presentes na sociedade contemporânea e os movimentos da cadeia de moda que hoje servem as pessoas que convivem nesta experiência coletiva. Contudo, existem muitas outras características da nossa sociedade que poderiam ser analisadas a partir desta mesma perspectiva como: "importância da imagem" e a "supervalorização do corpo", e que não foram abordadas neste trabalho, mas que poderão vir a ser consideradas em pesquisas futuras.

Referências

BRAGA, João; **Reflexão sobre Moda, volume I**; Mônica Nunes (organizadora). São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula, **Moda é Comunicação: experências, memórias, vínculos**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005. (Coleção moda e comunicação).

JONES, Sue Jenkiyn, Fashion Design – Manual do Estilista . Trad. Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MERLO, Márcia, Material da aula "**Pluralismo Étnico e Multiculturalismo"** da disciplina *Antropologia e Multiculturalismo* do Curso Cultura de Moda on-line da Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2005.