

À PARTIR DA HISTÓRIA DA MODA À SUA DIVERSIDADE

Cleuza Bittencourt Ribas Fornasier¹

RESUMO

Para cumprir sua função na sociedade, a moda tanto quanto a arte procuram sua renovação por meio de uma relação de interdependência, influenciando-se e recebendo influências de outras formas de expressão e comunicação. Existem obras cuja função se perpetua e ultrapassa seu tempo tornando-se exemplo por gerações. Neste caso, a obra e a roupa produzida em outra sociedade ou época, tendo sido moda ou não, torna-se agora uma referência artística, uma obra de arte. Estas ainda são as dificuldades de entendimento dos interessados por moda, provavelmente por ainda não haver um consenso, outras por não quererem aceitar e muitos por desconhecimento. Este artigo propõe demonstrar algumas nuances que fazem a diferença, por meio da revisão bibliográfica, principalmente da tradução do termo moda no *Dictionnaire de la Mode au XXe Siecle*.

CONCEITUANDO A DIVERSIDADE

Para Remaury (1996)², moda vem do latim *modus* (maneira, medida). Na aceitação coletiva de vestuário, a palavra aparece em 1482 e designa maneira, depois feitio, que conduzirá ao inglês *fashion*. Vestir-se “à moda nova” torna-se, a partir de 1549, “estar na moda”.

Devido à ausência de uma tradução apropriada e de uma nomenclatura que seja condizente com o termo original *fashion*, é necessária a utilização da palavra moda e também uma discussão conceitual em torno do significado atribuído popularmente a termos como moda e estilo. Inicia-se com a apresentação de conceitos elaborados Joffily (1991), com objetivo de tentar simplificar o entendimento.

¹ Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC e Graduada em Design, docente dos Cursos de Design de Moda e Estilismo em Moda da Universidade Estadual de Londrina.

² Tradução da autora.

A moda não é só um dos mais importantes fenômenos sociais e econômicos da atualidade, mas é, também, um dos meios mais seguros de captar as motivações psicológicas, socioeconômicas, culturais e artísticas da

humanidade. Um dos indicadores mais sensíveis do “gosto de época” que constitui a base de toda valoração estética e crítica de um período histórico determinado, por suas características de efemeridade e sazonalidade. Portanto, inegavelmente, é um fenômeno cultural desde os seus primórdios. Um dos sensores de uma sociedade, que diz respeito ao estado de espírito, aspirações e costumes de uma população (JOFFILY, 1991 p. 9).

A cada vez que se estruturam novos dados sociais (visão de novos competidores), progressos tecnológicos (transformação da matéria, difusão dos modelos) e desenvolvimentos econômicos (trocas comerciais, estruturas de distribuição), geram-se elementos para o desenvolvimento da moda.

No entanto, quando se fala de moda supõe-se que haja uma interação entre os elementos (competidores, matéria e comércio), as diversas dimensões da história, da cultura, dos momentos da sociedade e os grupos que nela convivem.

Quadro 1. As diferentes atuações da moda

	Conceito	Breve historico	Características gerais
Alta-Costura	Produtos únicos Feitos à Mão Sob medida	• Surge na metade do século XIX • Câmara sindical que regulamenta as atividades foi criada em 1868	• Direcionamento do gosto do criador para a elite • Busca incessante do novo e do criativo • Hoje é marketing e pesquisa de tendências para formalizar conceitos e modificar materiais.
Estilo	Maneira de interpretar as tendências de uma estação	• Iniciada nos anos 40s pelos americanos • A partir de 60 não é mais o único comando do sistema de moda - a profissão se estrutura e adquire o título de nobreza.	• Concebe formas novas no domínio da vestimenta e adapta um estilo (escolha de tecidos, forma de roupas) para um mercado. • Não inventa – aconselha, seleciona, coordena.
<i>Wearable Art</i>	Arte usável	• Na década de 50, reagindo à massificação da moda pela produção em grande escala.	• Difusor - movimento <i>hippie</i> • Pesquisas têxteis com fibras naturais por artesãos • Nova forma estética adornada de forma artesanal

		• Jovens fogem das cidades em na década de 60 e formam comunidades que priorizam a natureza contra a era industrial • Diversificação de técnicas artesanais e personificação no vestir. • Aceita como movimento artístico em na década de 70.	• Expressão da individualidade do usuário. • Valorização da peça única • Fuga do óbvio e código preestabelecidos. • Independe de modismos tendências- não pode ser moda, mas a influencia.
Prêt-à-Porter	Expressão francesa vinda do ready-to-wear norte americano	• Surge após a Segunda Guerra Mundial • Novo caminho para a moda no Brasil a partir dos anos 60s • Criada em 1974 a câmara sindical que regulamenta as atividades	• Criatividade - uma das causas do declínio da Alta Costura • Introdução do estilo • Antes para poucos, agora de qualidade, atual, mas industrial, barateando o produto

Expressão de individualidade, a moda é um veículo privilegiado de tradução de significados da intimidade para aquilo que é público. Através dela, o ser humano demonstra seu poder de mudar e inventar sua maneira de aparecer. Seu vestuário não é apenas uma embalagem, ele retrata sua personalidade, com o intuito de ser percebido e aceito.

Para Souza (1987, p. 30), “a moda poderia ter sido arte antes do advento da era industrial, que a transformou numa sólida organização econômica, numa organização do desperdício, bastante característica de uma sociedade plutocrata”. Assim, a arte é um dos meios de expressão utilizados pela Moda em suas diferentes atuações. O quadro 1 fornece as principais informações sobre as diferentes atuações da moda.

Roupa é tudo aquilo que se veste sem preocupação com tendências. Serve para cobrir o corpo de forma não personalizada, portanto diferente da moda. Infelizmente para os brasileiros estas diferenças são mínimas, porque sua cultura remonta a menos de dois séculos, sempre incorporada de outras fontes. Abaixo alguns termos que são relacionados ou considerados como sinônimo de roupa.

Quadro 2 – Termos utilizados para identificar roupa

Costume	Uso, hábito, ou prática geralmente observada (como o costume de usar minissaia). Traje adequado ou característico de uma determinada atividade ou função, como o costume de montaria ou o vestuário de teatro.
Traje	Traje, ou trajo, é o vestuário habitual ou próprio de uma profissão, ou ainda vestes, vestuário, roupa. Essa palavra é utilizada para caracterizar o vestuário próprio de médicos, mecânicos, entre outros.
Vestuário	Conjunto das peças de roupa que se veste. Vestidura, traje ou indumentária.
Vestimenta	Peça de roupa que reveste exteriormente o indivíduo e em grau maior ou menor, o que caracteriza, como por exemplo, vestimenta ou vestes solenes dos sacerdotes. .
Indumentária	Arte ou história do vestuário relacionado com épocas ou povos. Traje, indumento, induto, vestuário.

Desta forma pode-se começar o entendimento de que moda não é roupa, que em algumas ocasiões ela é arte, em outras ela é somente moda.

RELEMBRANDO A HISTÓRIA DA MODA

O *Dictionnaire de la Mode au XXe Siecle*³ historia a moda de maneira concisa, passando pelos diversos conceitos de moda da história, por meio da diferenciação dos autores da literatura de cada época.

As mudanças econômicas e sociais do fim da Idade Média constituem-se em uma etapa marcante para a moda, assim como a Revolução Industrial ou a explosão econômica do pós-guerra são consideradas pontos de partida da noção de moda. A idéia de indústria da moda superpõe-se a esta evolução histórica e **as modas**, termo declarado desde 1692 para definir as profissões às quais as modas estão ligadas, tornam-se em 1860, apenas moda, mas com os dois significados, que exprime hoje um deslumbramento coletivo e passageiro em matéria de vestuário e de modos, e conjunto de indústrias da aparência.

Se a noção de moda evolui com o passar do tempo, a maneira como a entendemos evolui paralelamente. Os séculos XVII e XVIII produzem os primeiros escritos, em artigos satíricos de jornal ou panfletos de memorialistas, a moda é considerada como um dos meios de compreensão dos usos e costumes. Essa tradição literária evidencia-se no início do século XIX com o desenvolvimento da

³ Tradução livre da autora.

literatura do retrato humano, que faz largo uso do vestuário, sempre como modo de expressão. São exemplos as obras de Balzac⁴, Barbey

d'Aurevilly⁵, Mallarmé⁶ (REMAURY, 1994). A literatura ligada ao início da teorização do significado das modas é iniciada por Kant⁷ (REMAURY, 1994) e por Thomas Carlyle⁸ (REMAURY, 1994), que tomam das modas as leis da imitação como dinâmica de uma sociedade.

Paralelamente, no século XIX se vêem, sob a impulsão dos pintores da história e dos escritores, as primeiras reflexões sobre a história do vestuário, análises consagradas à observação e à data da aparição e da evolução das formas de vestimenta; são exemplos Quicherat⁹ e Racinet¹⁰ (REMAURY, 1994). Esse processo inscreve-se após uma tradição que poderíamos qualificar como pré-etnográfica que, do século XVI ao XVIII, preocupa-se com o vestuário, dentro de uma perspectiva mais topográfica que cronológica. Esse método histórico forneceu uma massa de documentos preciosos que permitem datar e recensear a maior parte das peças do vestuário. Pouco preocupado com o significado de aparência, adere a uma regra social e geográfica e vê nas evoluções do vestuário

⁴ **Honoré de Balzac** (1799-1850), escritor francês, escreveu *Théorie de la démarche e Traité de l'avie elegante*, onde descreveu a sociedade francesa após a Revolução Francesa, mostrando: o declínio da nobreza, a euforia da burguesia, a onipotência do dinheiro e a ascensão social dos plebeus ambiciosos e sem escrúpulos.

⁵ **Jules Amédée Barbey d'Aurevilly** (1808-1889) era um dândi, escritor romântico, católico fervoroso que escrevia contra o padrão social e aristocrático da Normandia, onde nasceu. Escreveu *Du dandysme et de George Brummel* (LIPOVETSKY, 1989, p.85).

⁶ **Stéphane Mallarmé** (1842-1898), escreveu "Mallarmé" (São Paulo: Perspectiva, 1974) contém poesias com texto em francês, traduções e estudos críticos de Augusto de Campos, Décio Pignatari e Haroldo de Campos. É de Mallarmé a frase "*la mode est la déesse des apparences*" (FLÜGEL, 1966, p.125) e o livro *La dernière moda* (LIPOVETSKY, 1989, p.85)

⁷ **Immanuel Kant** (1724-1804) filósofo prussiano, escreveu *Anthropologie du point de vue pragmatique*. Tradução de Alain Renaut. Paris: Flammarion, 1993, sobre a natureza humana e a relação homem e mulher.

⁸ **Thomas Carlyle** (1795-1881) escreveu *Sartor resartus*. London: Chapman & Hall, 1903, que significa alfaia remendada.

⁹ **Quicherat, J.** *Histoire du costume en France* : depuis les temps les plus reculés jusqu'à la fin du XVIII siècle. 2. ed. Paris : Librairie Hachette, 1877. Refere-se às mulheres desde os tempos primitivos até a época da Revolução Francesa, apresenta suas vestimentas, objetos e ornamentos pessoais, tinturas e penteados dos cabelos, hábitos culturais e até alimentação.

¹⁰ **Albert Racinet** escreveu a Enciclopédia histórica do traje. Lisboa: Replicação, 1994, sendo o original de 1888, com o título *Le costume historique*, onde descreve as vestimentas de diferentes países em diferentes épocas com desenhos detalhados.

uma seqüência de fenômenos, sem outra causa a não ser a evolução do gosto e sem outras conseqüências a não ser os próprios fenômenos.

Na virada do século, uma segunda escola de pensadores propõe uma explicação funcional da aparição ou da translação das peças do vestuário. Essa abordagem antropológica, liga-se às necessidades do portador do vestuário

como elemento determinante da constituição do sistema da aparência, seguida por Flügel¹¹ (REMAURY, 1994), enfatiza que “os dados antropológicos demonstram principalmente o fato de que entre as raças mais primitivas existem povos sem roupa, mas não sem enfeites” (FLÜGEL, 1966, p.13).

Para Barthes¹² (REMAURY, 1994), o vestuário é, ainda, uma expressão da moda, sendo a soma de um número de instintos e de necessidades individuais multiplicadas. A moda, sob esse outro ponto de vista, torna-se o instrumento de estudo dos mecanismos da competição e da propagação dos modelos. De acordo com Spencer¹³, Tarde¹⁴, Simmel¹⁵, Veblen¹⁶ (REMAURY, 1994), a moda gera diversas teorias de difusão dos modelos. Analisada como um deslumbramento provocado pela expressão simbólica do prestígio social, o qual possibilita a identificação da moda e, portanto. Simmel (1996, p.15), conceitua a moda como uma das formas de vida com as quais a tendência de igualdade social, a diferenciação individual e a variação se conjugam num fazer unitário. Sobre a moda Flügel assim se expressa:

¹¹ **John Carl Flügel** (1884-1955) psicólogo escreveu *The psychology of clothes*. The Hogarth Press, 1930, trata a roupa como comunicação cultural entre humanos e não como necessidade.

¹² **Roland Barthes** (1915-1980), semiólogo nascido na Normandia, escreveu *Sistema da moda*. São Paulo: Editora da USP, 1979.

¹³ **Herbert Spencer** (1820-1903) filósofo inglês, autor de *Principles of sociology* sendo um capítulo do Livro *Um Sistema de Filosofia* e da frase “o elemento de rivalidade, portanto, parece essencial à continuidade da moda”.

¹⁴ **Jean-Gabriel de Tarde** (1843-1904), escreveu: *Les lois de l'imitation. Etude sociologique*, Paris, Alcan, 1890, descreve a influência da referência social, sobre consumo e estilo de vida.

¹⁵ **George Simmel** (1858-1918) em 1885, assumiu como sociólogo o posto de Privatdozenten do Departamento de Filosofia da Universidade de Berlim, escreveu *On individuality and social forms* – Selected writings. In: LEVINE, Donald N. (Org.) Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980. e *Philosophie de la modernité*. Paris: Payot, 1989.

¹⁶ **Thorstein Veblen** (1857-1929) criador do conceito de consumo conspícuo. O objetivo do consumo não estaria em desfrutar da qualidade dos objetos e sim em exibi-los, portanto, forma de comunicação, trata-o como um indexador simbólico. Escreveu *La Teoria de la classe ociosa*. México: Fondo de Cultura, 1974.

O paradoxo da moda está em que todo mundo tenta, [...] ser igual e diferente de seus companheiros: parecer-se a eles no que se refere à sua superioridade, não parecer-se a eles (no sentido de estar mais na **moda**) na medida que julga ser inferior (FLÜGEL, 1966, p.127).

Denis (2000) faz uma observação sobre a moda do século XIX, afirmando que a preocupação exagerada com a aparência e com a questão do gosto foram indicadores da individualidade do grupo e do *status* social, passando “[...] a

existir o desafio de manter claras as distinções dentro de uma cultura [...]” (2000, p.90). A maneira de manipular a aparência também era por meio do poder aquisitivo o que, sob o aspecto sociológico continua sendo.

Valéry¹⁷ (REMAURY, 1994) dizia que, sendo a moda a imitação que alguém que não quer ser distinguido faz daquele que quer se distinguir, resulta numa mudança automática. Burgelin (REMAURY, 1994) afirmava que essa concepção, ligada ao campo do social, desenvolve os processos de difusão dos modelos, seja de uma concepção piramidal da sociedade (elite socioeconômica) seja de uma concepção transversal (elite cultural), que aponta como preceptores da moda uma população com comportamentos alternativos (intelectuais, marginais, jovens, etc.).

Na medida em que a moda é expressão de desejo, parecem inevitáveis os conceitos carregados de aspectos morais e filosóficos. Tanto respeitada quanto condenada, a moda é caprichosa e elitista. “[...] junto com a evolução tecnológica, a moda talvez seja o elemento mais influente na imposição de um ritmo de mudanças visíveis das formas e dos hábitos culturais” (DENIS, 2000, p. 132).

RELAÇÃO DA MODA COM O *DESIGN* DE MODA

Durante o século XX, a palavra moda deixou de referir-se apenas ao ato de vestir. Moda, hoje, é conceito, comportamento, tendência, um traço de identidade cultural e um sinalizador de *status*. A transformação e a expansão do setor aconteceram em virtude dos fatos que marcaram o século XX – duas

¹⁷ **Paul Ambroise Valéry** (1871-1945) poeta e crítico francês

guerras mundiais, a evolução tecnológica, a revolução sexual, a abertura política e a emergência do Oriente e do Leste Europeu, que pouco a pouco se estabelecem como consumidores e também como membros dessa cadeia produtiva em expansão.

Para Schulmann (1994), o *design* é considerado por muitos como produtor de objetos efêmeros, e Lipovetisck (1984) fala da efemeridade da

moda e sua constante mudança por razões intrínsecas à própria sobrevivência dessa indústria. Assim, o *design* não é associado à moda, pois nem todo produto de moda é *design*, mas todo produto de *design* de moda tem seu método criativo e produtivo baseado nas concepções do *design*. Os produtos de *design* de moda têm como característica principal a adequação a alguma necessidade específica, detectada em determinado público consumidor, tendo seu tempo de uso determinado por sua satisfação.

Bocca (1990) aponta diferenças e semelhanças entre moda e *design*. Entende que o projeto de moda é diferente de outros objetos de *design* porque as peças são usadas por indivíduos que interferem no produto, por meio de sua personalidade. Assim, a maneira como a coleção é apresentada ao público deve demonstrar o conceito trabalhado, para que o consumidor possa identificar-se ou não com a proposta. Salienta que os maiores estilistas são aqueles que, ao mudar as bases das coleções, não perdem o estilo, e recorda que estilistas de moda famosos que projetaram objetos não estiveram à altura da tarefa. Com isto, pode-se dizer que o *designer* de moda tem conhecimento para projetar produtos de moda e *design* de moda. No entanto, o estilista de moda provavelmente não terá conhecimentos suficientes das metodologias de *design* para desenvolver um projeto de *design*, mesmo que seja de *design* de moda.

As maiores diferenças estão no tempo de realização do projeto e no de consumo. A moda, mutante a cada semestre, não permite uma sedimentação da pesquisa, mas é sabido que a criatividade não se refere somente à parte projetual, pois desde a fibra já ocorre o processo criativo, e a soma dos tempos de pesquisa será superior ao despendido no objeto. Geralmente no *design* dedica-se maior tempo ao estudo do objeto, já que a pesquisa dos materiais e

da tecnologia não se compara à do setor têxtil. A moda tem um curto período de satisfação para o consumo, deixando de ser moda em pouco tempo, enquanto os objetos de *design* serão bens mais duráveis, por terem uma sedimentação mais lenta.

Entre as semelhanças estão o uso da criatividade e o sistema de trabalho. Em ambos os casos parte-se de uma idéia central na qual se realiza a pesquisa, agrega-se a experiência e conhecimento pessoal e dimensiona-se os consumidores hipotéticos. Uma outra similaridade, mas de duração diversa, é o percurso da imagem, que segue o mesmo ciclo: projeto-produto-imagem-*display*.

Os objetos de *design* estão assumindo as características de velocidade no planejamento e no consumo típicas do produto de moda. Como consequência, nasce uma reflexão coletiva sobre o ciclo de vida dos produtos. Dentro do aspecto da sustentabilidade pensa-se em produtos de moda mais duradouros, de modo a possibilitar outras funções após a saturação do consumidor.

CONCLUSÃO

Apresentou-se resumidamente as atribuições da moda desde o seu surgimento, demonstrando também sua diversidade. Evidencia-se o *design* e suas diferenças e semelhanças com a moda. Desta forma confirma-se a mudança que o *design* vem causando na moda, tanto quanto a moda está modificando o *design* de objetos, no entanto a vestimenta também é um objeto e que, portanto, enquanto *design* é *design* de produto.

REFERÊNCIA

BOCCA, Nicoletta (org.). **Moda: poesia e progetto**. *Percorsi della creatività*. Assago: Domus Academy, 1990.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo : Companhia das Letras, 1984.

REMAURY, Bruno (org.). **Dictionnaire de la mode au XX siecle**. Paris: Éditions du Regard, 1996.

SCHULMANN, Denis. **O Desenho industrial**. Campinas: Papirus, 1994.

SIMMEL, Georg. La moda. In: PERUCCHI, Lucio (org). **Georg Simmel la moda**. Milano: *Piccola Enciclopedia Se*, 1996.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.