

## TENDÊNCIAS DE MODA E OS RITMOS DO SOCIAL

Braga Clemente, Mariana; PhD; PUC-SP: COS|CPS - UNIBO,  
maribraga.c@gmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

A presente pesquisa explora as maneiras pelas quais as tendências de Moda, sob a perspectiva do vestuário – mas não somente –, delineiam ritmos ao social. Dentre as tensões e as distensões da espera pelas novidades, a ideia do “novo” emerge a partir de retomadas da plasticidade do vestuário do passado, bem como de seus valores, que são atualizados no presente. Essa retomada é encarada como um modo pelo qual as sociedades lidam com sua memória cultural e projetam, assim, possíveis futuros. A pesquisa se embasa nos preceitos da semiótica discursiva de A.J. Greimas e de seus continuadores, como E. Landowski, A.C. de Oliveira e G. Ceriani, entre outros. Com esse embasamento foram realizadas observações e análises das aparências cotidianas, desfiladas pelas ruas das cidades, a partir das quais foi possível apreender diferentes maneiras de se estar em relação à Moda de um dado grupo social: tanto de modo mais programático (enquanto conformista ou seguidor), quanto de modo mais aventureiro (enquanto *bricoleur* ou disruptivo). Entre esses modos, constroem-se continuidades e descontinuidades da aparência e, por meio desse movimento, a Moda imprime ritmos no devir coletivo, regulando o tempo social no qual as invariâncias começam enquanto variações de aspecto incoativo, onde se modaliza o querer-ser e daí são apropriadas, mimetizadas, alaistradas. Ocorrem assim sob determinada duratividade, até alcançarem um ponto de saturação, que é quando chegam ao seu “fim”, de aspecto então terminativo. Mas o final entre aspas indica que, em outra temporalidade, tudo (re)começa por meio da articulação outras figuras e temas, gerindo os sentimentos de identidade por meio dos modos de estar em relação à Moda num dado tempo e espaço. Nesse cenário é possível discutir também sobre a intensidade do uso (ou das práticas) dessas figuras, elementos

---

<sup>1</sup>Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC São Paulo, em cotutela com a Università di Bologna (Itália). Mestre em Comunicação e Semiótica (PUC São Paulo, 2015) e Bacharel em Design de Moda (UEL, 2012). Pesquisadora no Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS).



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

invariantes, que vão da tensão da “novidade” que vão pouco a pouco distensionando, até cair na insignificância, quando a satisfação de seu uso deixa de existir devido à frequência, a qual é capaz de distender uma tendência até que seja posto um novo objeto a ser valorado e desejado. É nesse sentido, da intensidade de um uso ou de uma prática, que é possível falar dessas tendências enquanto movimentos da Moda. Na instituição das “novidades”, os sujeitos se afirmam não somente sincronicamente dentre os grupos sociais contemporâneos, mas também diacronicamente, tanto em relação a si mesmos, como em relação aos grupos sociais, e aí reside da função do “fora de moda”: diferenciar-se do que passou, da última estação, do último ano, de si mesmo no passado. Convertendo-se em uma instância reguladora, o sujeito Destinador “Moda”, transfigura cada tempo presente em relação ao seu passado, e por isso não são as modas, mas a Moda que institui determinada aspectualidade a partir de combinações de elementos de momentos diversos da história, convergindo e combinando espaço-temporalidades de modo quase paradoxal. Portanto, essa instância, a Moda, é o que faz com que o sujeito, do disruptivo ao conformista, construa discursivamente o seu(s) modo(s) de pertencimento ao social.

**Palavras-chave:** Semiótica; Moda; Tendências.