



## O TEMPO DA MODA: CICLOS E FLUXO

### ARTIGO ORIGINAL

MITRE, Maria Augusta da Silveira <sup>1</sup>

MOTTA, Leda Tenório da <sup>2</sup>

MITRE, Maria Augusta da Silveira. MOTTA, Leda Tenório da. **O tempo da moda: Ciclos e fluxo**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 11, Vol. 13, pp. 45-63. Novembro de 2020. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicacao/tempo-da-moda>

### RESUMO

Este trabalho volta-se ao estudo da dinâmica do fluxo da moda, na figura de seus ciclos, entendendo-os como estruturadores de um fenômeno complexo maior, que traz relação direta com o tempo social, e sua capacidade comunicacional. Assinalando que o ciclo é parte integrante da própria definição de moda, mostramos como esta estrutura esteve sempre presente ao longo da sua história, e, ao mesmo tempo, proporcionando a qualidade de fluidez necessária para que as transformações da moda operassem, fazendo com que o fenômeno moda se modifique e sobreviva, adaptando-se aos novos tempos, sem perder sua característica de sazonalidade e sua ligação com a efemeridade, bem como, a sua capacidade de nos indicar o tempo histórico em que está inserida. Os principais referenciais do nosso trabalho envolvem diferentes estudos sobre a moda, com a intenção de encontrar nesses teóricos suas referências sobre a estrutura cíclica e o fluxo do fenômeno da moda. Resgatamos

---

<sup>1</sup> Doutoranda (2017 - atual) em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre (2016) em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, graduada (2003) em direito pela PUC-SP.

<sup>2</sup> Orientadora. Doutorado em Semiologia Literária. Mestrado em Semiologia Literária. Graduação em Letras Modernas.



alguns dos principais teóricos pioneiros do final do século XIX, início do XX, à luz do que nos ensina Gilda de Mello e Souza. Trazemos, também, referências de Walter Benjamin para pensar a modernidade e Roland Barthes para pensar o século XX e Ted Polhemus para pensar a contemporaneidade. Sempre com o respaldo do pensamento de Gilles Lipovetsky e o auxílio de outros historiadores da moda, com a finalidade maior de buscar como enxergaram o ciclo e o fluxo da moda, e chegar a uma compreensão das engrenagens da moda.

Palavras-chave: ciclo da moda, fluxo da moda, tempo, comunicação.

## INTRODUÇÃO

Há cada ano, a moda destrói o que acaba de adorar; adora o que acaba de destruir; a moda vencida do ano passado poderia dirigir-se à moda vitoriosa do ano corrente estas palavras inamistosas dos mortos aos vivos, inscritas em alguns túmulos: Fui ontem o que és hoje, serás amanhã o que sou hoje. (Roland Barthes)

Certamente, estudar a moda é pensar a sociedade e suas relações. Fenômeno que hoje mostra sua onipresença, não se restringe apenas ao uso das roupas, mas deve ser visto como um sistema social complexo que abarca diversas áreas da vida em grupo (LIPOVETSKY, 1989), como um tecido - uma verdadeira estrutura, que se entrelaça à sociedade. No entanto, por outro lado, a moda é também um eficiente modo de comunicação, não apenas social, mas da comunicação entre pessoas e suas situações sociais diversas, e também do ar do tempo. Diante da complexidade do fenômeno, neste trabalho, nos circunscreveremos a buscar a compreensão de sua estrutura com o objetivo maior de tentar reconhecê-la ao longo do tempo. Para isso, nosso recorte aqui passa ao exame das roupas femininas, em pontos específicos de sua história, para compreender como seu sistema foi sendo delineado. Este recorte nos pareceu bastante exemplificativo do que buscamos apontar.

A compreensão da estrutura da moda requer um exame de fatores particulares de sua história para que o seu regime geral seja enxergado. É necessário que dissequemos sua anatomia para reduzir as suas engrenagens com o fim de chegar a sua equação básica de funcionamento, que é a estrutura que sempre a acompanha e que



chamaremos, aqui, de “ciclo da moda”. É o funcionamento dessa estrutura cíclica que buscaremos enxergar, assinalando o ponto específico de que, nesse movimento, está presente um processo de aceleração ao longo do tempo e um fluxo que não encontrou ainda interrupção. Por meio da análise de pontos que definiram a história do sistema da moda, percebe-se que os ciclos se encurtaram, o que quer dizer que as substituições de silhuetas e padrões foram ficando cada vez mais frequentes, fornecendo o ritmo para esta aceleração.

Desde os primeiros estudos teóricos sobre a moda, ainda no século XIX, o ciclo como estrutura básica do sistema já fora destacado. Gabriel de Tarde, em *Les Lois de L'imitation* (1890), afirmou que “repetição universal” regia a vida em sociedade, pois bem, já está presente aí, o indício da ideia do ciclo. O ciclo da moda implica necessariamente o nascimento, vida e morte de um padrão, que por sua vez é substituído por um novo padrão, em um movimento contínuo de substituição, gerando a renovação, característica basilar do sistema da moda.

Pensar, por exemplo, na roupa usada no antigo Egito pode ser esclarecedor como ponto de partida para traçar a distinção entre moda e indumentária (ou vestimenta), e começarmos a apresentar o nosso ponto. O mundo egípcio passou aproximadamente dois mil anos sem apresentar grande variância ou alterações na vestimenta da sua população. Em um universo estável e sem mudança, não há que se falar em moda, não há substituição cíclica, não há ciclo. As alterações ou as mudanças constituem o ponto central para que se compreenda o que é o ciclo. O historiador James Laver (2006), e outros tantos historiadores de moda[3], nos explicam que no antigo Egito, *grosso modo*, havia três ou quatro modelos de roupas que foram usados por toda a população durante toda a história da civilização egípcia. No mundo grego, algo semelhante ocorria, na Roma antiga, tivemos sim algumas outras mudanças, mas basicamente havia, novamente, três ou quatro modelos. E, assim, segue a história da indumentária, não da moda, até o século XIV. O tempo lento das mudanças do vestuário ao longo da história reflete também as lentas mudanças socioeconômicas e as mudanças nas formas de pensar.



Barthes, já tratando da moda no século XX, captou e nos mostrou que o movimento da moda pode ser brutal. Em *O Duelo Chanel-Courrèges* (1967), quando assinala que “A cada ano, a moda destrói o que acaba de adorar, adora o que acaba de destruir.” (2006, p.367), refere-se à ideia de moda com ciclos marcados e já indica a ideia do gosto como motor do sistema, o que Lipovetsky irá desenvolver mais tarde.

Para Barthes, a moda e as roupas são matéria para a semiologia, ou seja, são um problema de significação que nos remete diretamente à ideia de arbitrariedade do ciclo e que também se expressa no caráter coercitivo do sistema “Se me dizem que o azul está na moda, ou que a camélia é otimismo, concluo que a cor e o adorno são supostamente classes de significantes, unidades significantes” (2005, p.307). Barthes, assim como Benjamin, viu na moda uma maneira de linguagem captadora do ar do tempo.

A dinâmica da moda fica estabelecida quando após o lançamento de uma moda por um grupo, temos sua difusão e aceitação e, por fim, seu desuso ou morte. Lipovetsky (1989) trata de definir este movimento (e sua arbitrariedade) da seguinte maneira: “a partir de um certo momento, o processo brutalmente faz uma reviravolta, inverte-se, renega a tendência passada, mas é impulsionado pela mesma lógica do logo, pelo mesmo movimento caprichoso.

Outro ponto que iremos explorar sobre a estrutura da moda, além da aceleração já mencionada acima, é a regularidade - ou o ritmo - com a qual os ciclos se renovam, dando continuidade ao fluxo inesgotável. Esta regularidade faz com que haja a previsão da mudança, ou simplesmente a sazonalidade, que o conceito embrionário de Gabriel de Tarde já esboçava.

Assim, a busca pela estrutura, o ritmo de aceleração, a sazonalidade e o fator arbitrariedade presentes na moda são os elementos que nos fornecerão condições para o exame dos ciclos com a finalidade da obtenção de uma visão unificada das engrenagens da moda. Começando pelos pioneiros do século XIX e invocando, em alguns momentos, a esclarecedora visão de Gilda Mello e Souza em *O Espírito das Roupas* e também o trabalho de Gilles Lipovetsky, percorreremos alguns dos pontos



que julgamos fulcrais para o estabelecimento da dinâmica da moda. Pensadores como Barthes e Benjamin nos auxiliam para compreensão da ideia de ritmo e do próprio ciclo em si, bem como historiadores da moda[4] que nos fomentam com os dados históricos das mudanças que queremos apontar como importantes para nosso ponto.

## **A AFIRMAÇÃO DO CICLO**

Ao retomar Gabriel de Tarde, vemos que, para o autor, a vida em sociedade é regida por um princípio básico: o da “repetição universal”. Este é o principal ponto em Tarde que concebe a sociedade como um conjunto de sujeitos que se imitam entre si. Tarde traça a distinção entre moda e costume para esclarecer seu ponto, e para pensarmos o ciclo esse raciocínio é fundamental. O costume é baseado nas tradições e, portanto, no passado. A moda é uma imitação mais próxima, cultuando a novidade (MELLO E SOUZA, 1987), um certo culto ao presente. Lipovestky, cita Tarde e traz para os dias de hoje a importância de seu pensamento:

Encontra-se já em Gabriel de Tarde a análise justa desse processo: enquanto nas eras dos costumes reinam o prestígio da antiguidade e a imitação dos ancestrais, nas eras da moda dominam o culto das novidades assim como a imitação de modelos presentes e estrangeiros – prefere-se ter semelhanças com os inovadores contemporâneos do que com os antepassados. (1989, p. 35).

Assim como o ciclo, a palavra moda – diferentemente de costume, carrega consigo a questão da efemeridade. Valer-se do termo “moda”, significa necessariamente o uso da ideia de movimento e de mudanças no vestuário. Tal dinâmica, afirma Lipovetsky[5], começou de forma bem lenta e gradual no final da Idade Média e início do Renascimento e consolidou-se no século XIX, como já assinalamos trata-se da dinâmica do ciclo. A este respeito Gilda Mello e Souza corrobora com sua visão clara do fenômeno nesse período:

(...) é no século XIX quando a democracia acaba de anular os privilégios de sangue, que a moda se espalha por todas as camadas e a competição, ferindo-se a todos os momentos, na rua, no passeio, nas visitas, nas estações de água, acelera a variação dos estilos, que mudam em espaços de tempo cada vez mais breves. (2009, p.21)



Outro pioneiro nos estudos da moda, o economista Thorstein Veblen, em *A Teoria da Classe Ociosa* (1899), desenvolveu os conceitos de “ostentação” e “consumo conspícuo”. Veblen fundamentou sua teoria no fato dos indivíduos buscarem inclusão social por meio do seu vestir, uma vez que este é um recurso eficiente de transmissão de mensagens, gerando afirmação de posição social. Para o autor, a moda é a perfeita consagração do conceito de consumo conspícuo pois as roupas possuem imediata visibilidade, propiciando a boa comunicação. Para o autor, a moda surge da tensão social entre diferentes classes. A classe ociosa, que não produz riqueza, consome e ostenta, já a classe trabalhadora imita as classes mais ricas para delas se aproximar. Nesse sentido, vale apontar que Veblen também pode ser elencado como um pioneiro na questão de enxergar a moda como veículo de comunicação, e até do corpo como mídia. A visão do autor nos ajuda a pensar na propulsão do motor da moda, que Georg Simmel, em *Filosofia da Moda e Outros Escritos*, (1905), corrobora quando coloca a questão da tensão social:

(...) pela mudança de conteúdos, que marca individualmente a moda de hoje em face da de ontem e da de amanhã, consegue-o ainda de modo mais enérgico, já que as modas são sempre modas de classe, porque as modas de classe superior se distinguem das da classe inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas começa a se apropriar. (2008, p.24)

Porém, Simmel, além dessa corroboração, insere uma ideia diferente: ele entende que a moda exerce um “papel conciliador” no “grande pacto” entre o indivíduo e o coletivo. O indivíduo, dentro deste sistema de moda, tem o pequeno poder de fazer suas escolhas do ponto de vista de sua vestimenta, e este pequeno poder ressoa como uma sensação de liberdade, criando assim um estado de certo bem estar diante das imposições da moda – e da organização social regente, que são sistemas coercitivos: “Trata-se, por um lado de uma moda em grupo mas, por outro, também de uma moda individual, porque significa que o indivíduo submete a essa fórmula a totalidade de seu âmbito de representações” (SIMMEL, 2008, p. 48).

Neste ponto, vale relembrar que o trabalho de Pierre Bourdieu, em *A Distinção: crítica social do julgamento* (1979) segue na linha dos pioneiros sobre a diferenciação social, no qual ele elabora o conceito do “gosto da necessidade” (1979, p.351), e assim de forma mais direta, nos explica que os mais pobres, pelas suas condições, consomem





aquilo que é básico e necessário, enquanto as classes superiores podem se dar ao luxo de ter o gosto por novidades, e é o gosto pela novidade que impulsiona o motor da moda.

Até este ponto, vimos que a ideia de ciclo como parte estrutural da ideia de moda, se confirma e é abordada de forma recorrente pelos pensadores, em seguida veremos como o fenômeno foi ganhando ritmo e se acelerando.

Salientando alguns pontos históricos que são importantes para o processo de estabelecimento da moda e a aceleração de seus ciclos, buscamos nas origens da moda, indícios que nos ajudam a compreender os rumos que a moda tomou.

De acordo com Lipovetsky em *O Império do Efêmero*, a moda surgiu entre 1340 e 1350, no ducado de Borgonha, na casa de Valois, como um fenômeno exclusivo e oriundo da corte. Vestir-se de determinada maneira servia a um propósito conveniente a classe dominante: o de se distinguir dos não pertencentes a mesma classe. Na prática, a roupa era bom instrumento para dividir e afastar os diferentes grupos sociais. Na emergência da classe dos comerciantes – a futura burguesia, pelo poder econômico que detinha, configurou o primeiro par antagônico social com a corte, de modo a promoverem assim as condições necessárias para que se estabelecesse a vontade de distinção social, da qual a roupa mostrou-se bom veículo.

A nova classe endinheirada começou a consumir retratos e outras pinturas, itens de mobiliário para as casas, junto a esse consumo, também começou a procura por uma elaboração das roupas, à semelhança da classe dos nobres. A necessidade de se destacar entre os demais dava vazio aos valores como o individualismo, que se estabeleciam como parte da nova moral, e a possibilidade de alguma mobilidade social em uma busca por *status* formaram o caldo perfeito para que a distinção social impulsionasse a troca das roupas: “não é por acaso que os historiadores consideram esse momento, o fim da Idade Média, como o do início da percepção da individualidade, o nascimento da consciência de si, do Eu” (BONADIO, DE MATTOS, p.178). Sobre tudo esta percepção do eu relaciona-se diretamente com a moda, esta que é um meio de expressão pessoal e social perfeito.



O mecanismo daquele ciclo, ainda em forma de semente, apresentava a seguinte dinâmica: burgueses copiavam as roupas usadas na corte, e os nobres, sentindo-se e nutrindo um incômodo em se igualar, encomendavam novos modelos. Num próximo momento, os burgueses tomavam conhecimento de que os nobres haviam mudado seus modelos, tecidos, cores, e queriam se assemelhar novamente. Conclusão: mandavam fazer novas peças, agora à semelhança dos novos modelos usados pelos cortesãos. Ainda que de forma embrionária, já vemos o esboço do ciclo, nascimento, vida e morte já há desde esse momento. Porém, obviamente, ainda não há de se falar em aceleração e difusão como a concebemos na moda moderna do século XIX em diante.

Ainda que neste primeiro momento, tudo seja muito embrionário no sistema da moda, já se depreende que além da distinção social, as roupas têm o poder de dar vazão a um lado ligado ao estético, à beleza e ao sonho. O elemento feérico tal qual Lipovetsky se refere em *O Império de Efêmero*, também já compunha este todo. A moda implica busca pela novidade, e esta busca é um motor para superar o novo de antes baseado na necessidade do feérico, do onírico que se anseia na sociedade, o escape do comum de uma realidade posta. Assim, moda, diferente da roupa de indumentária comum, tem pouca relação com a necessidade, ela está sobretudo ligada ao mundo do prazer e da estética.

O que se tem, nesse momento ancestral, é uma mudança de formas que ocorre dentro de um sistema social estabelecido e até quase estático, apesar da ascensão da classe dos comerciantes. E a moda, como vimos, não se estabeleceu e ganhou tanta relevância puro acaso, ela requer diversas condições para existir, condições estas que encontrou nesse tempo histórico. Não apenas a questão da burguesia emergente, como também toda a atmosfera que estava presente na corte dos Valois, fez com que a moda fosse possível naquele momento. Lipovetsky, a esse respeito:

Ao contrário do imperialismo dos esquemas da luta simbólica das classes, mostramos que, na história da moda, foram os valores e as significações culturais modernas, dignificando em particular o Novo e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o





nascimento e os estabelecimento do sistema da moda na Idade Média tardia (2010, p.11).

O autor explica com esta descrição o que foi a moda no seu primeiro momento:

Nesse percurso multissecular, um primeiro momento se impôs durante cinco séculos, da metade do século XIV à metade do século XIX: é a fase inaugural da moda, onde o ritmo precipitado das frivolidades e o reino das fantasias instalaram-se de maneira sistemática e durável. A moda já revela seus traços sociais e estéticos mais característicos, mas para grupos muito restritos que monopolizam o poder de iniciativa e de criação. Trata-se do estágio artesanal e aristocrático da moda (1989, p. 27).

Em *Histórias da Moda*, Grumbach reforça esta ideia afirmando que “a moda era antes de mais nada privilégio da corte” (2009). A moda surge como fenômeno elitista, mas ao passo que a burguesia emergia e se estabelecia, começava a receber incentivos que colaboraram para suas mudanças. E isso também foi chave para o impulsionamento do ciclo, já há também o primeiro movimento em direção a uma difusão vertical. Para se pensar o movimento dos ciclos, é fundamental pensar suas direções.

Ainda no campo da distinção, a ideia de se diferenciar do outro está diretamente ligada à constituição da noção do indivíduo, do “Eu” e do individualismo, e a moda como ferramenta de expressão pessoal se mostrava promissora nesse sentido. Uma eficiente ferramenta de expressão. Para entendemos que algo se estabelecesse como moda, há o caráter de difusão e massificação obrigatórios. Por outro lado, e trazendo uma contradição própria de sua definição, ela também individualiza o sujeito. E sobretudo neste primeiro momento, a moda muito mais individualiza do que massifica, pois ainda está circunscrita a um grupo muito pequeno de pessoas, à nobreza e à burguesia.

De acordo com Lipovetsky, “a moda deriva de uma tensão básica entre a necessidade de imitação (conformidade) e de distinção (excentricidade)” (1989, p.29), sem tensão, não há ciclos. Lipovetsky nos oferece uma visão mais atualizada do sistema quando afirma que até mesmo em uma mesma classe social, estabelece-se competição uma vez que existe a necessidade de distinção entre indivíduos pertencentes a mesma



situação social. Tudo isso corrobora a ideia da distinção vertical e também a distinção entre sujeitos de mesma classe, a horizontal. Quanto a este ponto, assinalamos aqui a nuance da distinção do ego também, que impulsiona o motor moda: “Na divisão estamental que ainda vigorava naqueles séculos, a aristocracia se mantinha como referência de estilo e de bom-gosto. E, diante disso, era natural que a burguesia afortunada se espelhasse nela e buscasse se parecer com ela” (BONADIO, DE MATTOS, 2011, p.179).

Lipovestky trata, em seu livro, da questão do gosto pelo novo como motor para mudanças na moda. Isso posto, afirmamos ser esse um dos fatores que leva o movimento do ciclo a adquirir mais ritmo, no contexto século XIX. Uma espécie de simbiose entre os dois fatores (distinção e gosto) são as razões para a que moda caminhe com seus ciclos em aceleração, vejamos:

Gosto pela renovação que, precisamente, orchestra a moda. Esta não pôde nascer senão sustentada por uma atitude mental inédita que valoriza o novo e dá mais valor à transformação que à continuidade ancestral. A moda não saiu diretamente das rivalidades de classe: ela supôs um abalo cultural não redutível aos acontecimentos econômicos e sociais, a promoção de valores dinâmicos e inovadores capazes de tornar obsoleta a aparência tradicionalista e de consagrar um sistema cujo princípio é “tudo o que é novo agrada” (LIPOVETSKY e ROUX, 2005, p. 41).

A palavra decreto também diz muito sobre a coercibilidade, outro caráter constitutivo da moda, e que se faz necessário observar para compreender como a estrutura cíclica se manteve, e compreender a morte do ciclo:

A moda é um sistema original de regulação e de pressão sociais: suas mudanças apresentam um caráter constrangedor, são acompanhadas do “dever” de adoção e de assimilação, impõem-se mais ou menos obrigatoriamente a um meio social determinado – tal é o despotismo da moda tão frequentemente denunciado ao longo dos séculos (1989, p. 43).

Mencionamos a distinção, a importância do individualismo no processo todo, o gosto pelo novo, o caráter coercitivo da moda, e o feérico[6] ou fator fantasia. Como apontamos acima, a moda vai além da questão fisiológica de nos cobrirmos por



necessidades básicas, já apontava Gilda de Mello e Souza, almeja-se o novo muitas vezes sem razões lógicas, e sim por um simples capricho, uma vontade, uma vaidade, e todos estes são fatores que impulsionam e trazem combustível ao nosso motor. Ora, já ficou claro que há um motor e que ele faz a moda caminhar com a troca de seus ciclos, resta examinar a qual ritmo e com que aceleração isso se deu e se dá.

O intervalo de tempo que levava para o burguês tomar conhecimento da roupa do nobre, e este por sua vez não querer vestir-se como aquele, era exatamente a medida do ciclo de moda da época. O ritmo, quer dizer, a frequência das mudanças ocorridas, era lento, naquela modernidade ainda embrionária da renascença. Porém, não há de se negar que a fórmula básica dos ciclos já está presente, apesar de o fenômeno ainda não ser atrelado às estações do ano, isso ocorrerá apenas no século XIX com Charles Frederick Worth.[7] Passaremos ao exame desse ritmo com exemplos de troca de silhuetas e algumas datações, sempre com base nos historiadores de moda[8].

Por volta de 1500, surgem os vertugados (vertugadim ou *farthingale*), estruturas que armavam a saia dos vestidos das damas da corte configurando-a em uma forma de cone, que combinado com o espartilho, o qual formava outro cone invertido, resultava em uma silhueta rígida e delineada. Um pouco mais tarde, este mesmo vertugado expandiu-se, formando uma espécie de “mesa plana” ao redor da cintura, para depois descer volumoso e armar a saia. Desta época, não se pode esquecer das famosas golas rufo, que emolduravam o rosto, para compor aquela linguagem das roupas das cortes europeias. O que nos interessa aqui é que a moda dos vertugados durou aproximadamente um século, o que significa um ciclo de cem anos. Esta peça ficou em voga durante todo este período.

Com Luís XIII e Luiz XIV na França, a roupa masculina era enfeitadíssima, cheia de laços, fitas, cores pastel e até cores suaves vibrantes, dourados, muito planejamento e de uma complexidade muito alta marcou o período do barroco e rococó. A essa altura, o sistema da moda já estava mais amadurecido no ambiente da nobreza e na classe burguesa, de forma a ficarem mais voláteis principalmente ao capricho do gosto.



Tudo que se usava na vestimenta masculina estava também presente na feminina, e cada vez com mais exagero. Todos os elementos das vestes da corte eram rebuscados e nababescos, inclusive, maquiagem, penteado e perucas. Havia um, chamado penteado *à la Fontange*, que foi lançado pela dama de mesmo nome, que por sua vez era amante do rei. Tal moda tomou conta por quase quarenta anos dos cabelos da corte. Temos aí mais uma medida de ciclo, não tão extensa como a anterior, assinala-se.

Nesse período, Jean-Baptiste Colbert, ministro da economia de Luiz XIV, estabeleceu mudanças importantes para a configuração da moda moderna. Com uma política protecionista, em prol da manutenção da tradição artesanal do país, marcou a preocupação francesa oficial com o luxo, que foi uma semente para, mais tarde, no século XX, a instauração da Câmara Sindical da Alta Costura.

Em outra direção no sentido político, contudo sempre em direção a uma moda mais difundida, o cenário muda muito com a Revolução Francesa de 1789. Com um clima diverso, os exageros da monarquia somem e as roupas tornam-se mais sóbrias, já temos um novo ciclo. Na moda dos homens as calças compridas começam a ser usadas fora da classe trabalhadora. A roupa feminina “seca” os seus volumes, dando lugar para a moda mais leve, bem mais simples, que foi apelidada de moda “*à la grec*”. É um outro momento histórico, está firmada uma outra silhueta. Deixando o espartilho de lado, os tecidos dos vestidos passam a ser de algodão muito fino, quase transparente. A cintura alta e a saia longa solta, esvoaçante, à semelhança das estátuas greco-romanas da antiguidade clássica. Há um certo ar de relaxamento na moda feminina, os decotes grandes e os braços nus.

Atentemo-nos para os ciclos, o barroco cheio de exuberâncias com *panniers* e laços perduraram por quase um século, claro que com mudanças pequenas, mas a silhueta era a mesma. O período neoclássico, com a moda império, já teve duração bem menor cerca de vinte anos, podemos entender assim que há uma aceleração marcada. Todo o exagero e o luxo cortado pela Revolução Francesa significam um movimento rumo à democratização da moda, mas isso não significou um caminho rápido, a moda seguinte resgatou algo desse passado. Este movimento de volta ao passado é



também característica dos ciclos e da própria moda, que busca em si mesma, novas formas de existir. A este movimento que se volta para si, numa busca de passado, um retrô, e hoje, um vintage, vai para trás, mas aponta para frente, sempre trazendo novos significados, já que foram deslocados de seu tempo original.

Tratar do ciclo seguinte já é tratar da moda romântica com suas estruturas por baixo das saias que crescem novamente. As crinolinas modelam a silhueta permitindo às saias um volume enorme, com a composição de um gosto pelo espartilho cada vez mais acinturado. Essa moda vai até a segunda metade do século XIX, quando crinolinas encolhem em seu volume frontal para se transformarem nas famosas anquinhas, que circulavam pelas primeiras lojas de departamento. Com podemos observar com essas marcações de mudanças de silhueta, os ciclos vão sendo substituídos com mais frequência, ou seja, ritmo, sazonalidade e também aceleração já marcam o século do progresso.

O século XIX, também foi o século da imprensa. Como escreve Baudot: “Neste final do século XIX, (a moda) em geral se vale do desenvolvimento exponencial de todas as formas de comunicação e das facilidades, sempre crescentes, para deslocar-se, viajar e explorar” (2002, p. 33). O avanço tecnológico possibilitou a difusão dos meios de comunicação em maior escala. Além dos jornais e revistas que já existiam, os folhetins e a fotografia surgem por volta de 1830 e serão de extrema importância para o processo difusão da moda e da sua forma mais dinâmica. Revistas, jornais, crônicas, fisiologias, colunas sociais e até a própria literatura estavam presentes e acessíveis e levavam a informação de moda com muito mais rapidez, contribuindo tanto para a difusão vertical (social), quanto a difusão horizontal (pelo gosto).

Walter Benjamin em *Passagens*, dedicou-se a escrever, dentre outros tantos assuntos relacionados à modernidade e à cidade, sobre moda. Para Benjamin a modernidade pode ser definida como um parâmetro estético de ideias, valores, e comportamentos que ocorreram desde meados do século XIX e se estenderam até o início do século XX. Tais padrões estão relacionados com a questão da mercantilização da sociedade, portanto, podemos dizer que se trata também de um momento econômico específico que traz condições muito propícias para acarretar uma aceleração na moda, à



semelhança da aceleração das comunicações e invenções de outras áreas que apareciam.

Com esses avanços econômicos e também por sua herança histórica, Paris foi o *habitat* onde a moda pode se desenvolver. Depois da reforma urbana de Haussmann o espaço público ganha outra importância e a sociedade parisiense podia mostrar sua individualidade nesses espaços.

No século XIX, o surgimento das metrópoles coincide com uma nova fase de culto das aparências, durante a qual uma parcela maior da população passa a fazer parte daqueles que consomem mais novidades incessantemente criadas pela sociedade industrial (BONADIO; DE MATTOS, 2011, p.21).

Paris moderna com seus bulevares, avenidas largas e novos calçamentos, ganhava suas primeiras lojas de departamento e as suas “galerias de novidade”. As passagens cobertas (*passages couverts*) - que deram nome ao trabalho de Benjamin - também tiveram papel central nessa nova era de consumo. Abridadas das intempéries, as pessoas podiam passear, olhar as vitrines e consumir, era uma nova modalidade de entretenimento:

A maioria das passagens de Paris surge nos quinze anos após 1822. A primeira condição para seu aparecimento é a conjuntura favorável do comércio têxtil. Os ***magasins de nouveautés***, os primeiros estabelecimentos a manter grandes estoques de mercadorias, começam a aparecer (BENJAMIN, 2006, p. 39).

Ele as descreve assim: “As passagens são o centro das mercadorias de luxo. Para expô-las, a arte põe-se a serviço do comerciante. Os contemporâneos não cansam de admirá-las” (2006, p. 40). Em outro trecho, Benjamin fala sobre os panoramas. Esse tipo de arte – painéis pintados dentro das galerias – também compunham o novo modo de passear pela cidade: “O apogeu da difusão dos panoramas coincide com o surgimento das passagens.” (2006, p. 42). Inclusive, a primeira *passage couvert* é a chamada Passage des Panoramas, pois havia no teto do edifício pinturas do estilo de panoramas que se tornaram atração para o público.





Este mundo moderno era também o mundo da mercantilização, do qual a moda é filha legítima, e corroborou o “gosto pelo gosto”, parte da natureza humana, para que a mercadoria pudesse ser vista maior do que ela realmente era. Mudou a relação de consumo e necessidade, há uma desconexão entre o produto o seu valor, estabeleceu uma nova relação com o consumo de moda:

A moda prescreve o ritual segundo o qual o fetiche mercadoria deseja ser adorado. Grandville estende a autoridade da moda aos objetos de uso diário. (..) Ela se encontra em conflito com o orgânico, unindo o corpo vivo ao mundo inorgânico e fazendo valer no corpo vivo os direitos do cadáver. O fetichismo subjacente do sex appeal do inorgânico é seu nervo vital. O culto da mercadoria coloca-a a seu serviço (BENJAMIN, 2006, p. 45)

Além da difusão da informação de moda pelas mídias da época que floresciam, além das mudanças na cidade e o surgimento dos mercados de moda, a tecnologia foi crucial. Com Singer e o aperfeiçoamento da máquina de costura, por volta 1850 e o avanço da indústria têxtil elevaram a moda a um outro patamar.[9] É o primeiro grande momento de difusão da moda, com o acesso às roupas prontas e com preços mais acessíveis dos grandes magazines. Lojas como Bom Marché e a Galerie Lafayette prosperavam na França, atingindo não apenas as elites, mas também oferecendo produtos prontos as classes trabalhadoras também. Na Inglaterra, a Selfridges fazia história, e em Nova Iorque, o pioneiro Marble Palace. As mulheres começam a experimentar uma certa independência de consumo, pois estas galerias eram construídas para serem locais onde elas pudessem, além de comprar, socializar.

Paris ao mesmo tempo que abrigava as galerias e magazines, mantinha sua tradição dos costureiros de luxo e foi berço da Alta-Costura:

O berço da moda, como hoje a entendemos, Paris, a partir dos primeiros anos do século XX, dividiu essa indústria de criação em duas categorias profissionais antagônicas e cuidadosamente particularizadas. De um lado, o mundo da alta costura, clube fechado, que agrupa a criação sob medida. De outro, a confecção, que se dedica às produções em série (2002, p. 11).

Nesta mesma grande atmosfera em que filósofos e poetas voltavam seus olhos para a moda, as anquinhas, estruturas que armavam a parte de trás da saia, saíram de



moda para dar lugar a uma nova silhueta, e nesse novo momento, a cartela de cores veio das artes, e a cor malva entra em cena. Entre um lilás e um rosado, essa cor torna-se moda na virada do século.[10]

A moda das anquinhas durou por volta de quinze anos e, aos poucos, cedeu espaço para a famosa silhueta em “S” - símbolo das mulheres do fim do século XIX e começo do XX. Na Belle Époque, virada do século, a silhueta fica mais esguia e menos volumosa. A saia diminuía seu volume, mas em compensação o espartilho se alongava, cobrindo mais o corpo da mulher e apertando-o como nunca: a moda agora era ter a cintura do tamanho da circunferência do pescoço, a famosa silhueta em “S” ou “ampulheta” levada às últimas consequências, constrangia o movimento natural do corpo da mulher de forma violenta.

Gola alta, mangas compridas e armadas nos ombros, a saia longa, o uso de rendas e tules era o que havia de mais elegante e marcaram a roupa da Belle Époque. A saia sem volumes nos quadris abria-se em forma de sino e as cascatas de rendas desciam dos decotes. Os cabelos presos em coques mais presos ou mais folgados, e os acessórios de cabeça ajudavam a projetar a silhueta em “S”.

Importante marcar a atuação de Charles Frederick Worth e sua relevância, especificamente no que concerne a questão da sazonalidade da moda, Worth que foi o mestre das crinolinas (GRUMBACH, 2009) e o costureiro preferido da elite parisiense, tinha entre suas clientes a imperatriz Eugénia de Montijo, Sissi da Áustria e até a brasileira Eufrásia Teixeira Leite que deixou seu acervo raro no Museu Casa da Hera em Vassouras. Conhecido como pai da alta costura, Worth também foi o idealizador dos desfiles de moda com a presença de modelos humanas e assinou as roupas que desenhava, com uma espécie de etiqueta com logo, transformando seu negócio numa marca desejada. O desfile e o modo como Worth tratou sua marca, também são símbolos de uma moda moderna que nascia no período, mas a sazonalidade que ele propôs com coleções outono-inverno e primavera-verão, certamente apontam para o cadenciamento de um ritmo de substituição de ciclos bem marcados, e que, sabemos, não abandonará mais a moda.



## O INÍCIO DE UM NOVO CENÁRIO

O início do século XX para a moda foi marcado por importantes mudanças que ajudaram a imprimir o ritmo cada vez mais acelerado que estava por vir. O balé russo, com Diaghilev e Nijinsky, e figurinos ousados de Leon Bakst deu o tom do novo momento, com a estética orientalista que caía no gosto geral da elite. Com a apresentação da peça *Sherazade*, o pálido malva cai para dar lugar ao mundo exuberante de cores com combinações exóticas. O trabalho de Paul Poiret ficou para a história como representante desse período (GRUMBACH, 2009), e o de Mariano Fortuny, muito presente na obra de Proust[11], também figurou como um dos principais nomes dessa era. O contexto social mudou: “As carruagens com seus equipamentos dão lugar aos automóveis, os cabelos fofos são cortados curtos, os vestidos de cauda trocados por saias batendo nos joelhos. As mulheres abandonam o espartilho.” (BAUDOT, 2002, p. 62)

Apesar das mudanças aludidas, a criação e a produção de moda ainda pertencia exclusivamente o mundo elitizado. Apesar dos grandes magazines já estabelecidos no século anterior - com uma moda acessível por ser industrializada - não há de se falar ainda criação de moda em outra instância a não ser no coração da alta costura.

Coco Chanel, em meio a este novo contexto e com ideias inovadoras transformou a moda feminina em forma e função. As criações de Poiret ainda carregaram o valor da opulência, valor um pouco deslocado do contexto histórico social que se iniciara no novo século. Assim, Chanel apresentou um outro olhar sobre a vestimenta da mulher. Seu pensamento sobre mulher moderna, mais prática e ágil ajudou a fornecer os elementos necessários para que ela pudesse ler as novas necessidades (CALANCA, 2011). Poiret, Chanel e outros fazem parte das primeiras décadas do século XX, que apresentou como característica ciclos de aproximadamente dez anos. Lipovetsky inclusive descreve tal característica como um padrão de repetição com ciclos de aproximadamente dez anos, em *O Império do Efêmero*, chamando este período de “moda de cem anos” A moda de cem anos é marcada, pelo autor, do início da alta costura, em 1850 com Worth, até meados do século XX, quando a estrutura de



inovação e criação da moda passa a recorrer a outras fontes que não apenas a alta costura (LIPOVETSKY, 1987). Conclui-se que com esse novo padrão que foi se imprimindo desde meados do século XIX, os ciclos ganham ritmo, a relação da sociedade com a moda é outra, muito mais íntima e mais presente, e a aceleração em relação ao passado é visível.

No século XX, o século do cinema, já no período entre guerras, a influência do que se via nas telonas não pode ser descartada, e contribuiu para pensarmos o ritmo que se acelerava. Estrelas, como Louise Brooks, Theda Bara, Pola Negri e Mae Murray (o mito da loira platinada), foram ícones de moda da década de vinte. Mais tarde, o lendário Adrian, figurinista de Hollywood (de 1925 a 1952) foi o responsável por diversos sucessos, vestindo as grandes estrelas da época, como Greta Garbo e Joan Crawford. Em um filme ainda na década de vinte, ele veste Garbo com *shorts*, o que só vai ser difundido e virar moda nos anos trinta (STEELE, 2010). Esta relação temporal mostra bem como era o tempo da difusão de uma moda e como o ciclo, embora constante, apresentava ainda lentas mudanças em relação ao que estaria por vir.

Barthes, já nos anos 1950 em *Mitologias*, escreve *O Rosto de Garbo*. Ele apresenta diva e traz um trecho sobre o que significou esse rosto para aquela época:

Garbo pertence ainda a essa fase do cinema em que o enfoque de um rosto humano deixava as multidões profundamente perturbadas, perdendo-se numa imagem humana como num filtro, em que o rosto constituía uma espécie de estado absoluto da carne que não podia ser atingido nem abandonado. Alguns anos antes, o rosto de Rodolfo Valentino provoca suicídios; o de Garbo ainda participa do mesmo reino do amor cortês, onde a carne desenvolve sentimentos místicos de perdição (2009, p 71).

Trazer Barthes com o “mito” do rosto de Garbo, ajuda a revelar a influência dessa atriz perante a sociedade, bem como a influência do cinema na época, o que é um dado importante para moda que se acelera ao ritmo das imagens em movimento. Barthes mostra bem a relação temporal, da efemeridade das estrelas, quando menciona Rodolfo Valentino como uma imagem que envelheceu, dando lugar a imagem de Garbo, assim como, depois dela, Audrey Hepburn se tornava a musa que tomava o



lugar da antiga, configurando um sistema de renovação de ciclos semelhante ao da moda.

Além do cinema americano, no período de 1940 a 1945, os EUA tiveram importância ímpar no desenvolvimento da indústria das roupas. Por uma necessidade de trazer ao mercado coisas mais práticas, inclusive a forma de confecção e vendas de roupas, os EUA trouxeram um novo modo de comprar muito mais ágil, que será o pai do *prêt-à-porter*, vejamos: “Durante o entre guerras, graças a sua indústria competitiva, bem gerenciada e inovadora no que diz respeito às técnicas de marketing, o *ready-to-wear* conhece um desenvolvimento notável” (BAUDOT, 2002, p. 122).

Em termos de design de moda do período, durante a segunda grande guerra, com toda condição geral sócio-política e a escassez de matéria prima, foi necessário adaptar o modo como se confeccionavam as roupas. Assim, uma moda menos suntuosa, mais prática e mais barata surgiu. Casacos que, em composição com as saias, já mais curtas, de mesmo tecido, formavam uma aparência de vestido, e sapatos de “bom senso”, (LAVÉ, 2006), eram recursos para reduzir a utilização de matéria prima e economizar. As famosas costuras pintadas para simular o uso de meias-calças que não chegavam mais às lojas da Europa eram emblemáticas desse momento.

Paris caiu em 1940, mas a moda sobreviveu, enfrentando o desafio de tecidos, processos de fabricação e mão de obra limitados, e até limitações na confecção. As roupas da época da guerra demonstram com que força a moda reflete a situação econômica e política vigente, e a atmosfera do momento (LAVÉ, 2006, p. 252).

A guerra impactou nas vendas e na produção de moda, principalmente na Alta Costura que sofreu forte abalo. Contudo, novas tecnologias foram desenvolvidas. Vale mencionar que a essa altura, a Inglaterra e os Estados Unidos já estavam ganhando lugar no mundo da moda, e a tentativa dos grandes costureiros com seu *Theatre de la Mode*, apesar do êxito que tiveram no evento, viveram nos anos seguintes mudanças cruciais, começando pela introdução do *ready-to-wear* americano.



Os Estados Unidos já produziam uma roupa direcionada para o mercado de massa, com o seu *ready-to-wear*. A fórmula americana de fazer moda era diferente do tradicional e caro gosto francês. Baudot, sobre as estilistas americanas deste período a afirma “Com elas, o *ready-to-wear* deixa de ser uma espécie de quebra-galho para tonar-se uma forma elegante de vestir-se moderna e confortavelmente” (2002, p. 124), mostrando que uma nova relação de consumo de moda é possível agora.

Assim, historiadores de moda[12] concordam que é possível distinguir uma identidade – e até uma unidade estética – em cada década de meados do século XIX até meados do século XX, uma vez que os ciclos foram sofrendo substituições mais marcantes e delineadas a cada década, e reforçando o que afirmamos acima, é a “moda de cem anos”, de Lipovetsky. Apesar de apresentar sempre pequenas variações e ondas que são próprias do fenômeno da moda, é possível dizer que grandes mudanças de silhuetas ocorriam a cada dez anos. E um teste rápido é identificar algo em moda ou fora de moda era tarefa mais simples, mesmo em se tratando da complexidade com que as criações se apresentavam. Quanto mais delineada a moda, mais aparece o caráter coercitivo. Vejamos as palavras de Lipovetsky:

Da metade do século XIX até a década de 1960, momento, com efeito, que o sistema começa a fender-se e a readaptar-se parcialmente, a moda vai repousar sobre uma organização a tal ponto estável que é legítimo falar em moda de cem anos, primeira fase da moda moderna, seu momento heroico e sublime (1987, p.79).

Todo esse período, em termos de criação e design, foi baseado na Alta Costura e seus ditames, assim, mesmo para a grande maioria das pessoas que não eram suas clientes, a moda funcionava com uma forte característica de coercibilidade. O autor afirma: “A moda de cem anos não eliminou os signos da posição social; atenuou-os, promovendo pontos de referência que valorizam mais os atributos mais pessoais: magreza, juventude, *sex appeal*, etc” (1987, p.87).

Os ritmos de substituição dos ciclos da moda, até então, nunca se mostraram de fato um movimento contrário, de desaceleração. A mudança veio em outra direção.





Com a guerra e as mudanças na tecnologia, as indústrias têxteis se renovaram com a produção de materiais sintéticos, um exemplo disso é o náilon que era usado na confecção de paraquedas e passa a ser matéria prima para *lingerie* (BAUDOT, 2002, p. 142). Em a *Moda e a Guerra, um Retrato da França Ocupada*, Dominique Veillon retrata a introdução dos fios sintéticos na indústria da moda, diante da escassez de fios naturais que as guerras haviam gerado:

Se por um lado se registra uma queda sensível da produção tradicional em virtude das convenções de armistício – que prevêem fortes entregas de lã e de produtos acabados à Alemanha –, por outro, as fibras artificiais como o raion e a fibrana, fazem rápidos progressos. Na falta de algo melhor, moda e alta costura, depois de esgotarem suas reservas de antes da guerra, são claramente obrigadas a adaptá-las e utilizá-las. Mais uma vez, a imprensa e a propaganda desempenham papel de retransmissores, incitando os consumidores a se familiarizarem com esses tecidos novos que levam nomes esperançosos, difundindo as melhores criações das costureiras (2001, p.121).

No período do pós-guerra, já começa a mudança na hegemonia da criação de moda francesa: com o desenvolvimento e as condições sócio-políticas, os Estados Unidos passam a uma posição mais central. Em termos práticos, o fio sintético começa a ser destinado a confecção de roupas, trazendo agilidade e preço baixo para a indústria.

O novo modelo de negócios do *ready to wear* americano (CALANCA, 2011), ocupou o espaço ocioso nos mercados de vestuário e atendeu bem a clientela. Baudot, nos explica que os Estados Unidos além de serem o “Berço da democracia, mas também da sociedade de consumo, (...) impõem seu modelo à Europa” (2002, p. 140). E assim, a moda de “cem anos” esvai-se para dar lugar ao que Lipovetsky chamou de “moda aberta”.

Quanto ao modelo de negócio da moda pronta, ou *ready to wear*, muito mais prático e uma verdadeira simplificação do modo de criação dos franceses, implicava produtos com confecção seriada, mais acessíveis ao consumo e com bons designs (BAUDOUT, 2002). O sucesso foi grande, tendo sido consagrado na língua francesa como o *prêt-à-porter*: “A partir dos anos 1950, os industriais europeus compreendem a necessidade de utilizar estilistas para oferecer, seguindo o exemplo norte-americano, roupas que tenham como valor agregado gosto e moda” (CALANCA,



2011, p. 204), e Lipovetsky corrobora: “Evidentemente, a revolução do *prêt-à-porter* não pode ser separada dos progressos consideráveis realizados em matéria de técnicas de fabricação de vestuário, progressos que permitiram produzir artigos em grande série de muito boa qualidade” (1989, p. 132).

O *prêt-à-porter* conjugado com as lojas de departamento, próprias para esse tipo de demanda, rapidamente afirmaram seus espaços. Antes, o que faltava às lojas e à produção seriada era a qualidade dos produtos, com as novas possibilidades este problema fica eliminado, Lipovetsky faz essa diferenciação:

A confecção industrial precedeu o aparecimento da alta costura. Desde os anos 1820 instala-se na França, à imitação da Inglaterra, uma produção de roupas novas, em grandes séries e baratas, que conhece um verdadeiro impulso depois de 1840, antes mesmo da entrada na era da mecanização com a entrada da máquina de costura por volta de 1860. A medida em que se implantam os grandes magazines, que as técnicas progredem, que diminuem os custos de produção, a confecção diversifica a quantidade de seus artigos, dirigindo-se à pequena e média burguesia (1987, p. 81).

Com efeito, os ciclos de substituição de uma moda por outra se renovarão com mais velocidade e a adesão (fator difusão em aceleração), por parte dos consumidores, era também cada vez maior. Com mais ofertas de modelos e variedade de preço, a difusão era muito mais eficiente, o que não significa que a moda seja agora uma estrutura democrática, mas há difusão e maior alcance da informação de moda:

A democratização da moda não significou uniformização ou igualação do parecer; novos signos mais sutis e mais nuancados, especialmente de *griffes*, de cortes, de tecidos, continuaram a assegurar as funções de distinção e de excelência social. Ela significa redução das marcas da distância social, amortecimento do princípio aristocrático do ***conspicuous consumption*** (1987, p. 87).

Assim, a “moda de cem anos” funcionou até esta altura, sempre impondo um discurso advindo das grandes *maisons*, entrelaçando-se nesse sistema de leis unívocas e respostas consoantes, vejamos o que assinala Lipovetsky a esse respeito:

Sob a autoridade da Alta Costura e das revistas de moda, as tendências anuais e sazonais impuseram-se como ditames: para ser chique era



preciso adotar o mais depressa possível a última linha em voga, mudar o guarda-roupa no ritmo dos caprichos dos grandes costureiros e das mulheres *up to date* (1987, p.164).

A “moda de cem anos” teve como característica uma articulação em torno de duas cabeças: a Alta Costura de um lado e de outro a moda que a imitava, já industrializada, sendo assim a segunda uma espécie de reflexo da primeira, um sistema “exclusivamente monocéfalo” (LIPOVETSKY, 1987, p 81). Nas palavras do autor:

A Alta Costura de um lado, inicialmente chamada costura, e a confecção industrial de outro – tais são as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e griffes da Alta Costura (1987, p 81).

A entrada do sistema *prêt-à-porter*, a produção industrializada de boa qualidade, permitiu que os ciclos fossem cada vez mais curtos.

[...] até o final dos anos 1950, o *prêt-à-porter* será pouco criativo em matéria estética, mas dará continuidade à lógica anterior: a imitação sensata das formas inovadas pela Alta Costura. É a partir dos anos 1960 que o *prêt-à-porter* vai chegar de alguma maneira à verdade de si mesmo, concebendo roupas com um espírito mais voltado à audácia, à juventude, à novidade do que à perfeição “classe” (LIPOVETSKY, 1989, p. 127).

Os rumos da história da moda, nesse momento, apontam para uma maior dissipação: a matéria prima sintética como possibilidade, a produção acelerada, a forma de exposição e difusão das peças nas lojas, preço final mais barato ia de encontro ao clima de fim das guerras e o recomeço de vida. A característica de moda de massa passa a tornar-se mais evidente:

Os signos efêmeros e estéticos da moda deixaram de aparecer, nas classes populares, como um fenômeno inacessível reservado aos outros; tornaram-se uma exigência de massa, um cenário de vida decorrente de uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo Novo e pelo consumo (LIPOVETSKY, 1989, p. 133).

Vamos aos exemplos que refletem essa mudança rítmica: nos anos 1950, o modelo icônico *Corolla* de Dior ou, como ficou conhecido, o *new look*, ganhou espaço e transformou-se na moda da década. Porém, foi neste mesmo período que a Inglaterra



exibe uma moda jovem que traz a voz das ruas e passa a coexistir com a moda pré-estabelecida. Todo sistema e a lógica anterior da moda parisiense sofre essa reviravolta: “É a primeira vez que uma moda autônoma, própria das camadas jovens da sociedade, não procede daquilo que está sendo usado pelos mais velhos” (BAUDOT, 2002, P.188). Vejamos:

O pop eclodindo nos clubes de Londres, o congelamento das imagens de **Blow up**, a extravagância da Dolce Vita romana ou pela ternura parisiense de Quatre cents coups [Os Incompreendidos], e os filmes subversivos de Godard e a Nouvelle Vague e fala claro, da revolução de Courreges e Mary Quant, a pílula anticoncepcional, maio de 68 (2002, p. 188).

A mesma moda jovem que trouxe a minissaia, trouxe principalmente a influência do que ocorria nas ruas, por meio da voz dos jovens. A própria Mary Quant, diz que foram suas clientes que pediram para ela encurtasse a altura da saia: “A ideia de minissaia não é minha, nem de Courrèges, confessará Mary Quant. Foi a rua que inventou” (BAUDOT, 2002, p. 224). Está estabelecida uma moda diferente, com caráter mais popular, mais jovem e inovador. As ruas criavam moda, e o jovem a adotava, outra lógica pairava sobre a moda, e assim com isso, a mudança de padrões e de ciclos começou a ocorrer de forma diferente também.

Como vimos, este período de moda aberta não significou que a moda tradicional de *maison* havia acabado, ou perdido força em influenciar a criação, ela apenas modificou-se. Passou-se de um sistema unívoco, e que emanava leis apenas de um “lugar”, monocéfalo, para algo dual. Para o autor neste momento não temos mais apenas a Alta Costura criando e fazendo moda, temos “de um lado, uma oferta sempre muito precipitada e inconstante; de outro, uma demanda sem fidelidade e “emancipada”, que não anda a passo cadenciado.” Há uma autonomização (1987), ou esta independência que se criou com a nova possibilidade advinda das ruas. O sujeito de moda passa a ter maior independência em relação a suas escolhas, e esta será a característica da moda contemporânea.

Desde Simmel a estrutura da moda estava fundamentada num modelo conhecido como “gotejamento”, aquele em que a moda é gerada pelas camadas da elite e



“gotejam”, em um ritmo mais lento, suas informações para as camadas mais baixas. Também chamada de teoria do *trickle down* (STEELE, 2010), serviu por muito tempo para explicar a difusão da moda, baseado numa tensão entre classes que querem se diferenciar.

Neste novo momento, com as ideias inovadoras emendando das ruas, o gotejamento inverteu o seu sentido, e aquela ideia do “*dernier cri* que se propagava em ecos sucessivos pelas camadas inferiores da sociedade [...]” (BAUDOT, 2002, p.12), tornou-se insuficiente para explicar a estrutura de funcionamento do sistema.

Alta Costura passou a conviver com o *prêt-à-porter*, e com o grito das ruas. É o fim da moda unívoca, e o início de uma moda que abre mais possibilidade: “A moda aberta significa precisamente o fim desse “dirigismo” unanimista e disciplinar [...]” (LIPOVETSKY, 1987, p.164). A respeito desta nova lógica, o autor assinala:

A rua está emancipada do fascínio exercido pelos líderes de moda, já não assimila mais as novidades senão em seu próprio ritmo, à escolha. No público apareceu um poder fortemente ampliado de filtragem e de distanciamento em material de aparência, significativo da escalada individualista das vontades de autonomia privada (1987, p.164).

Assim, tendo que dividir suas atenções em duas direções, a moda perde um pouco seu poder de coerção, e isso corresponde a uma espécie de desaceleração do ciclo, abrem-se possibilidades, a aceleração perde lugar: “Assim, a propagação de moda, curiosamente, diminuiu seu ritmo após uma longa fase de aceleração e de adoção sincrônica” (LIPOVETSKY, 1987, p.165), e que ele chamou de “moda consumada”. O autor propõe então a ideia de que a moda andava agora em “velocidade cruzeiro” (1987, p. 166), com uma estabilidade, dentro deste novo sistema:

A moda consumada vive de paradoxos: sua inconsciência favorece a consciência; suas loucuras, o espírito de tolerância; seu mimetismo, o individualismo; sua frivolidade, o respeito pelos direitos do homem. No filme acelerado da história moderna, começa-se a verificar que, dentre todos os roteitos, o da moda é o menos pior (2010, p.21).

E assim seguiu, mais tarde, nos 1980 há o grande momento da antimoda, representada pelas subculturas que deram vida às tribos de estilo, para compreender



esse momento mais próximo de nós, os estudos do antropólogo anglo-americano Ted Polhemus são bastante elucidativos.

Na mesma linha de Dick Hebdige, que inaugurou o estudo das importantes subculturas inglesas com foco em moda, Polhemus cunhou o termo “supermercado de estilos” (1997, p. 148), e explica que a individualidade e a liberdade pessoal tornam-se valores definidores de uma época (1994), o que reflete a moda dos anos 1990, quando a variedade de subculturas aumenta ainda mais, há mais “opções”. Os estilos próprios de se vestir das subculturas começarão a ser adotados sem que o restante delas o fossem também. Vestir-se ao estilo *punk*, ou *hippie* é o retrato da estrutura da moda, naquele momento, que acumulava possibilidades e liberdades: Alta Costura, *prêt-à-porter*, subculturas com suas bandeiras políticas, e também agora as chamadas “tribos de estilos”, ou *styletribes*, que consiste exatamente nos grupos que se apropriam dos estilos das subculturas, porém não necessariamente de seus signos políticos.

Com tudo isso a complexidade de criação aumenta, e a aceleração dos ciclos para colocar à disposição do consumidor novas modas se intensifica ainda mais para se adequar a essa nova realidade. A teoria do gotejamento ou *trickle-down*, complementada com o *trickle up* – ou *bubble up* “Ao invés dos mercados das classes mais baixas emularem o topo, acontece o reverso”[13] (1994, p.10), que é o movimento inverso do gotejamento, desenha o sistema de forma mais fiel, e retrata a nova possibilidade de surgimento de talentos independentemente da classe social.

Nos anos 1990, já marcado uma heterogeneidade ímpar de estilos, diversas tribos conviviam: *Hardcore Ravers*, *Technos*, *Cyberpunks*, *Travellers*, *Indie Kids*, *Skaters*, *B-Boys/Flygirls*, *Goths*, *Pervs*, *Grungies*, *Acid Jazzers*, *Raggamuffins*, entre outros (POLHEMUS, 1994, p. 128).

Nesse momento já não há a obrigação de ser fiel a uma tribo ou outra, e sim cunhar o seu próprio estilo com o que existe de disponível neste imenso mercado de variedades (1994). O gosto pessoal, a vontade e a individualidade são as palavras de ordem para guiar as escolhas dos indivíduos, e Ted Polhemus afirma que nunca na





história da moda tivemos tanta liberdade em escolher, e ao mesmo tempo escolhemos nos massificar, pertencer a um grupo ou outro, (1997). Isso mostra o caráter da contradição da moda, individualizar e pertencer, bem como reforça a sua capacidade de comunicar.

A oferta de peças no mercado, as combinações que aumentam ainda mais as opções fazem com que os ciclos da moda não sejam tão evidentes. A nova anatomia dos ciclos, em meio a esta moda híbrida de possibilidades, está mais próxima de ciclos que se abrem, mas que não se fecham, do que dos ciclos mais fechados do passado. Tudo isso devido ao ritmo acelerado com que as novas modas aparecem. Entendemos que as modas ficam em uma espécie de estado de suspensão, à espera de uma possível e provável sobrevida, não há mais aquela identidade marcada de uma única silhueta, ou cor. Não há mais limites tão marcados e também não há tanta estranheza.

Relembremos o que Valerie Steele escreveu a respeito do famoso *new look* de Dior, lançado em 1947, vc podia gostar ou odiar, mas o *look* era a moda (STEELE, 2000).

E à semelhança do homem fragmentado que vem desde a modernidade, esta moda híbrida não deixa de ser uma moda fragmentada, na qual não há uma única lei que vigore, ditando e cerceando as vontades e as possibilidades individuais de forma totalitária. Calanca afirma: “Identificar um único percurso na moda de hoje, pode-se dizer, é o mesmo que, metaforicamente falando, orientar-se em um labirinto de linhas e contornos, de superfícies e figuras caleidoscópicas (2011). E em meio a esse cenário e considerando ainda: moda- arte (*wearable art*), o *vintage* e o retrô, todo esse sistema de tribos com seus estilos e linhas condutoras de uma moda própria, estamos diante de uma “moda-tudo”, sem ignorar a presença da alta costura, claro, que encontra ainda seu lugar, refletindo-se no enorme mercado de acessórios de luxo, já que as roupas são ainda bastante restritas a um círculo muito pequeno.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Do aparecimento da semente moda no Renascimento, até a sua consolidação no século XIX, e considerando todo o panorama do fenômeno, no contexto do século XX, fica mais do que evidente que a moda se acelerou, dando forma a um fluxo contínuo de ciclos inesgotáveis. Fica claro também que, analisando as teorias de moda aqui destacadas, não se trata de um movimento único, mas sim um sistema complexo que se movimenta em diversas direções, principalmente na contemporaneidade diante do cenário instalado.

A moda se acelerou e vem se acelerando formando uma curva mais acentuada desde o final do século XIX até hoje, e isso caracteriza não só o efêmero, mas também tem o poder de captar o ar do tempo através de suas formas, mostrando que a estrutura cíclica do fenômeno além de proporcionar seu fluxo de continuidade, forma a própria estrutura da moda e ajuda a relevar a sociedade, como sendo uma espécie de espelho seu. A todas as mudanças sócio-históricas e econômicas, a moda responde prontamente, mostrando-se uma boa medida da figuratividade dos tempos, pura captação do efêmero.

Vimos também que a moda, complexa como se tornou, não apresenta apenas uma aceleração rumo ao mundo dos frenéticos *fast fashions*, hoje, há movimentos de desaceleração que ocorrem concomitantemente. Com a liberdade na escolha do que queremos ser, há também a liberdade no vestir, e esta liberdade implicou “desobediência” aos ditames da moda, gerando, de certa forma, uma desaceleração do ritmo coercitivo, em favor do estilo pessoal. Não mais uma moda é excluída e substituída em definitivo, ela pode voltar e ser reutilizada à maneira de cada um.

Uma moda cada vez mais pulverizada oferece possibilidades infinitas ao sujeito, assim, o que existe hoje é uma moda híbrida, difusa, uma espécie de almágama complexa, que caminha em vários ritmos e em várias direções, configurando ciclos mais fluidos. Ao pensarmos a moda na contemporaneidade, pensamos multiplicidade, heterogeneidade e fragmentação, uma moda de possibilidades, na qual as regras não imperam da mesma forma.



Concluimos que a estrutura que identificamos neste trabalho como fórmula básica da moda, ou ciclos da moda, a princípio permanece, porém com a particularidade de que, na contemporaneidade, eles não se fecham mais como antes. Os ciclos são lançados, mas não chegam a ser encerrados, esgotados, mortos. Algo não é mais excluído e considerado “fora de moda” pelo senso geral da forma como foi antes. Assim, a estranheza e desconforto causado por uma moda diferente que se coloca, já não se faz mais tão relevante, levando-nos a entender que dentre as características da moda, foi, principalmente, seu aspecto de lei, com força e caráter coercitivo que perderam importância.

Diante do que vimos, levantamos aqui a seguinte questão: a moda se acelerou tanto, que ciclos se abrem e não se fecham, ficam em suspensão, aptos a serem adotados ou não, dependendo do estilo e da vontade de cada um. Seria possível, então, falar em extinção dos ciclos, configurando-se o paradoxo de uma moda sem ciclos e compreender a efemeridade do fenômeno de outra forma? Afinal, ciclos que só se abrem, e não se fecham, talvez não sejam mais ciclos, talvez estejamos rumando para uma nova estrutura do fenômeno, na qual a sua radiografia não seria mais um ciclo completo.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Inéditos vol. 3: imagens e moda**. São Paulo: Editora Martins Fontes. 2005.

\_\_\_\_\_. **Sistema da Moda**. São Paulo: Editora Martins Fontes. 2009.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora Oficial – UFMG. 2006.

BONADIO, Maria Claudia e MATTOS, Maria de Fátima da S. Costa G. de. **História e Cultura de Moda**. São Paulo: Estação das Cores e Letras Editora, 2011.

BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.



BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: Crítica Social do Julgamento**. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2008.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

GRUMBACH, Didier. **Histórias da Moda**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

LAVER, James. **A Roupas e Moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEHMANN, Ulrich. **Tigersprung Fashion in Modernity**. London: The MIT Press, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles e ROUX, Elyette. **O Luxo Eterno: da Idade do Sagrado ao Tempo das Marcas**; Editora Companhia das Letras, 2005.

POLHEMUS, Ted. **Street Style**. London, Thames & Hudson Ltd, London 1994.

\_\_\_\_\_. **Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium**. London Thames & Hudson Ltd, 1996.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos**. Lisboa: Editora Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas – A Moda no Século Dezenove**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2009.

STEELE, Valerie. **The Berg Companion to fashion**. UK: Editora MPG Group, 2010.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**. Coleção Os Pensadores. 2 edição. São Paulo: Abril Cultural, 1985.



## APÊNDICE - REFERÊNCIAS DE NOTA DE RODAPÉ

3. Além de James Laver, para este estudo consideramos múltiplas visões da história da moda, principalmente em nomes como François Boucher, Didier Grumbach, Valerie Steele, Daniela Calanca e Maria Claudia Bonadio.
4. Além de James Laver, para este estudo consideramos múltiplas visões da história da moda, principalmente em nomes como François Boucher, Didier Grumbach, Valerie Steele, Daniela Calanca e Maria Claudia Bonadio.
5. Há duas correntes de entendimento sobre o nascimento da moda. Uma, da qual Lipovetsky faz parte, compreende que a moda nasceu no século XIV, com o Renascimento. A segunda afirma que a moda é um fenômeno da modernidade em sua fase mais consolidada, já no século XIX.
6. Lipovetsky nomeia a primeira parte de seu livro *O Império do Efêmero* de “O Feérico das Aparências”, onde traz toda uma discussão sobre as origens da moda, o que motivou o surgimento do fenômeno.
7. Worth foi o primeiro costureiro a colocar etiquetas em suas criações e também a criar modelos seus e vendê-los, não trabalhando assim apenas com encomendas, como era o costume até então. É conhecido como pai da Alta Costura francesa.
8. Para este estudo consideramos múltiplas visões da história da moda, principalmente em nomes como François Boucher, Didier Grumbach, James Laver, Valerie Steele, Daniela Calanca e Maria Claudia Bonadio.
9. Este desenvolvimento da moda no século XIX está descrito no livro de Maria do Carmo Teixeira Rainho, *A Cidade e a Moda*, Brasília: Editora UNB, 2002, p. 14.
10. A tese de doutoramento intitulada *O Vestido de Proust: uma construção na trama das correspondências*, de Bernardete Oliveira Marantes traz uma seção dedicada à pesquisa sobre essa emblemática cor, e também sua relação na obra de Proust.



11. Tese de doutoramento de Bernardete Oliveira Marantes sobre Prout. a moda e Mariano Fornuty, O Vestido de Proust: uma construção na trama das correspondências.

12. Histórias da Moda, Didier Grumbach; História do Vestuário no Ocidente, François Boucher, Uma História da Moda, James Laver, entre outros, é padrão a divisão por décadas nos livros de história da moda em geral.

13. Tradução nossa para “Instead of the bottom of the market emulating the top end, precisely the reverses” (1994, p.10).

Enviado: Novembro, 2020.

Aprovado: Novembro, 2020.