

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
ESPECIALIZAÇÃO EM MODA, CULTURA DE MODA E ARTE.**

**POLIANA SALES SILVA**

**MODA: SUA HISTÓRIA E LINGUAGEM COMO MEIO DE EXPRESSÃO  
IDENTITÁRIA**

Juiz de Fora  
2016

**POLIANA SALES SILVA**

**MODA: SUA HISTÓRIA E LINGUAGEM COMO MEIO DE EXPRESSÃO  
IDENTITÁRIA**

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a conclusão do Curso de Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Brandão

Juiz de Fora  
2016

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva, Poliana Sales.

Moda : Sua história e linguagem como meio de expressão identitária / Poliana Sales Silva. -- 2016.

54 f. : il.

Orientadora: Angela Brandão

Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte, 2016.

1. Moda. 2. História. 3. Linguagem. 4. Identidade. I. Brandão, Angela, orient. II. Título.

**POLIANA SALES SILVA**

**MODA: SUA HISTÓRIA E LINGUAGEM COMO MEIO DE EXPRESSÃO  
IDENTITÁRIA**

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a conclusão do Curso de Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Angela Brandão (orientadora) – UFJF

---

Javer W. Volpini – UFJF

---

Mônica de Queiroz Fernandes Araújo Neder – UFJF

Aprovada em: 20 de julho de 2016.

Aos meus queridos pais.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus.

Aos meus pais que sempre foram e são os agentes impulsionadores das minhas vitórias, mostrando-me que com persistência se alcança o que se almeja.

Ao meu querido irmão Rafael.

Ao meu namorado que entendeu que a minha ausência se fez necessária durante o período do curso.

A equipe docente do curso que doou parte do seu tempo e de si próprios repassando conhecimento. Em especial a minha orientadora, Angela e ao coordenador do curso, Javer.

Aos amigos que fiz durante o curso, principalmente Cacá e Letícia pela paciência empenhada na jornada de ir e vir aos sábados.

A todos aqueles que se fizeram presentes, minha gratidão.

“Nem todos podem ser ilustres,  
mas todos podem ser bons.”

CONFÚCIO

## RESUMO

O objetivo geral do trabalho é descrever uma breve história da moda e averiguar de que maneira a linguagem da roupa é utilizada como meio de expressão identitária. Em termos de objetivos específicos, busca-se descrever o surgimento do vestuário, seus principais períodos e transformações, por meio de um resgate histórico. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, com base na leitura de livros que abrangem a temática, bem como o acesso a sites pertinentes ao assunto. O vestuário possui inúmeras transformações ao longo da história, todavia, a discussão existente entre antropólogos e historiadores sobre os motivos pelos quais o homem cobre seu corpo, ultrapassam as fronteiras do clima. Com o passar do tempo as pessoas dão cada vez mais importância às roupas, até que o simples fato de vestir-se misture-se à representação de símbolos sociais, como diferenciação e identidade, formando este fenômeno conhecido como moda. Justifica-se a pesquisa pois o estudo da relação entre a história da moda e o seu papel subjetivo com relação à identidade do indivíduo é válido, já que este tem, na roupa, uma forma de externar suas diversas escolhas. Conclui-se que as roupas sempre foram um meio pelo qual o ser humano produziu significação. Essa motivação, de caráter social e psicológico, mostra que o vestuário foi adotado como expressão do ser. As roupas “receberam” a função de propagar o que se é ou gostaria de ser.

**Palavras-chave:** Moda. História. Linguagem. Identidade.



## **ABSTRACT**

*The general objective of this study is to describe a brief history of fashion and find out how the clothes of language is used as a means of identity expression. In terms of specific objectives, seeks to describe the appearance of clothing, its main periods and changes through a historical. This is a literature search, based on reading books that cover the topic, as well as access to relevant sites to the subject. The clothing has numerous transformations throughout history, however, the existing debate among anthropologists and historians about the reasons why the man covers his body, beyond the climate borders. Over time people give more importance to the clothes, even the simple fact of dressing mix to the representation of social symbols, such as differentiation and identity, making this phenomenon known as fashion. It is appropriate to search for the study of the relationship between the history of fashion and its subjective role in relation to the identity of the individual is valid, since it has, clothes, a way to express their various choices. We conclude that the clothes were always a means by which the human being produced meaning. This motivation, social and psychological character, shows that clothing was adopted as an expression of being. Clothes "received" that function to propagate whether or would like to be.*

*Keywords: Fashion. History. Language. Identity*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Tear primitivo. ....	16
Figura 2 - Indumentária primitiva feita de pele e adornos. ....	17
Figura 3 - Trajes masculinos durante o período Barroco. ....	19
Figura 4 - Moda marcada pelos exageros delicados, durante o período denominado Rococó. ....	20
Figura 5- Napoleão Bonaparte sendo coroado imperador da França. ....	21
Figura 6 - Distinção e sobriedade do estilo dândi, durante o Romantismo. ....	22
Figura 7 - Vestidos ornamentados , mangas bufantes e chapéus “boneca” como características da indumentária feminina Romântica. ....	23
Figura 8 - Volume traseiro viabilizado pelo uso da crinolina, padrão vigente da época. ....	24
Figura 9 - O gosto por curvas provindoda Art Nouveau como influência também na moda da época.....	27
Figura 10- Trajes femininos adaptados às novas necessidades,na primeira década do século XX. ....	28
Figura 11 - Simplificação que privilegia o funcionalismo das roupas nos anos 1920. ....	29
Figura 12 - Greta Garbo, uma das atrizes influentes na moda da época. ....	30
Figura 13 - O estilista Christian Dior em uma das sacadas de sua Maison, na França. ....	33
Figura 14 - O consagrado New Look, de Christian Dior. ....	33
Figura 15- Linha Y, que tinha como características a evidenciação do colo e ombros. ....	34
Figura 16 - Uma das linhas criadas por Dior, que ditou inúmeras possibilidades de formas e volumes para a moda da época. ....	34
Figura 18 - A arte como influência na moda. Vestido criado por Yves Saint Laurent , com inspiração no quadro do pintor Mondrian. ....	36
Figura 17 - Vestidos de Yves Saint Laurent, com estampas inspiradasna Pop Art...36	
Figura 19- Os diversos estilos dos anos 1970.....	37
Figura 20 - A moda dos Yuppies, que se caracterizava pelo estilo arrumadinho dos jovens profissionais da época. ....	39

Figura 21- Modelos dos anos 1990, que serviram de ideal de beleza a ser seguido na época. ....41

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1. MODA E HISTÓRIA</b> .....	14
1.1 MODA: CONCEITO E ORIGENS.....	14
1.2 A EVOLUÇÃO DA ROUPA DENTRO DE UM CONTEXTO HISTÓRICO.....	16
<b>2. MODA, IDENTIDADE E LINGUAGEM</b> .....	43
2.1 A RELAÇÃO ENTRE IDENTIDADE E MODA .....	43
2.2 A MODA E A SUA LINGUAGEM COMO MEIO DE EXPRESSÃO .....	44
<b>3. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	52
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	53

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho objetivará descrever a história da moda e de que maneira esta é utilizada como meio de expressão de identidade através de sua linguagem.

Em meio a diversas atitudes tão comuns no cotidiano, escolher o que vestir, exige, além das necessidades funcionais, a intenção de expressar o que se é ou como se deseja ser percebido pelos outros.

O vestuário age como uma forma de mostrar certas características do indivíduo, como seus gostos pessoais, sua classe social, sua profissão, dentre outros aspectos.

Relatando sua história, este possui inúmeras modificações. O homem busca primeiramente sua utilização como meio de proteção contra os fatores climáticos, o principal deles é o frio, todavia, a discussão existente entre antropólogos e historiadores sobre os motivos pelos quais o homem cobre seu corpo, ultrapassam as fronteiras do clima.

De acordo com relatos descritos por Embacher (1999) em sua obra “Moda e Identidade: a construção de um estilo próprio”, pode-se acrescentar mais dois motivos pelos quais o homem se vestia, sendo eles o pudor e a afeição pelos adornos.

Em determinado contexto da história do ocidente as pessoas deram cada vez mais importância às roupas, até que o fato de vestir-se foi combinado à representação de símbolos sociais como poder, *status*, diferenciação e identidade, formando este fenômeno conhecido mundialmente como moda.

As roupas sempre foram um meio pelo qual o ser humano produziu significação. Essa motivação, de caráter social e psicológico, mostra que o vestuário foi adotado como expressão do ser, portanto, as roupas “receberam” a função de propagar o que se é, o que se pretende ou gostaria de ser, para o meio em que se insere.

Livolsi (1989, p.37) escreveu, “Apesar da aparente frivolidade, cremos que o estudo dos fenômenos da moda seja um componente fundamental no estudo daquilo que podemos definir como transformações socioculturais da nossa sociedade”.

Segundo Erner (2005) o indivíduo perpetua a concretização de sua identidade através das escolhas que faz ao vestir. O estudo de Erner e outros mais serviram para fundamentar a pesquisa do presente trabalho, que se insere em uma nova fase para os estudos relacionados à moda, de pesquisas de cunho científico, sejam na área de comunicação, história, sociologia, antropologia, semiótica, enfim, diversas áreas que estreitam relações com a área da moda.

As pesquisas colaboram para uma troca de informações entre áreas aparentemente distintas, bem como para o crescimento de produções culturais, com informações que visam fazer acontecer um processo de construção de uma cultura de moda, já que esta é fundamental na atualidade, estruturada pela cultura visual.

Justifica-se a pesquisa, pois o estudo da história da moda possibilita uma visão mais profunda da utilização da roupa em diversas épocas, e o seu papel subjetivo com relação à identidade do indivíduo se faz válido, já que este tem na linguagem da roupa uma forma de externar suas diversas escolhas.

O objetivo geral do trabalho é observar de que maneira a roupa é utilizada como linguagem na demonstração de escolhas identitárias. Em termos de objetivos específicos, busca-se descrever o surgimento do vestuário, seus principais períodos e transformações, por meio de um resgate histórico, avaliando a moda como forma de expressão e comunicação pessoal no decorrer da história.

Por fim, pretende-se delinear o conceito de identidade abordado para o desenvolvimento deste trabalho, referindo publicações que demonstrem a relação moda e identidade e verificando o papel desempenhado pelo vestuário como meio de expressão da identidade dos indivíduos.

A metodologia é descritiva, buscando caracterizar a subjetividade da moda dentro da linguagem da roupa, relacionado-as à sua influência como meio de expressão do ser. Quanto aos procedimentos técnicos, tem-se que a pesquisa é de

análise bibliográfica, com base na leitura de livros que abrangem a temática, bem como o acesso a sites pertinentes ao assunto.

## 1. MODA E HISTÓRIA

A história da moda, das origens à atualidade não consiste numa narrativa simples, linear ou evolutiva. Como todos os aspectos da cultura, a moda e as roupas, de modo mais geral, inserem-se numa complexa rede de problemas históricos, sociais, políticos e econômicos. Propomos de início, uma brevíssima história da moda, a seguir, seu conceito e suas origens, com base na bibliografia de referência, que nos servirá como suporte para discutir, em seguida, o aspecto identitário que se relaciona aos vestíveis. Ao construir uma resumida narrativa histórica para a moda não pretendemos criar a ilusão de uma trajetória evolutiva, pois trata-se de processos culturais amplos que resultam em evoluções, retrocessos e rupturas.

### 1.1 MODA: CONCEITO E ORIGENS

Remontando ao início do aparecimento das vestimentas, nos tempos primitivos, geólogos afirmam que após sucessões de eras glaciais o motivo principal para se cobrir o corpo era o de proteção contra o frio. Percebendo a pele dos animais, os homens primitivos notaram que não só poderiam se alimentar deles, mas como também poderiam usar de suas peles como fonte de vestimenta e proteção. (LAVÉ, 1989, p.8)

Portanto, como foi descrito por James Laver, quando surgiram as primeiras vestimentas, não havia o conceito de moda ainda formado. A ideia de se usar roupas nada tinha a ver com ornamentação e vaidade e sim com proteção. A intenção inicial era de se proteger das intempéries, mantendo-se aquecido.

Segundo Palomino (2003, p.15), o conceito de moda só foi surgir séculos depois, precisamente no século XV, na corte de Borgonha, com a organização da vida nas cortes e com o surgimento de cidades. Nesta época, os burgueses começaram a copiar as roupas usadas pela nobreza e esta, por sua vez, buscando sua diferenciação dos demais, procurava sempre se inovar. A partir desta busca pela inovação e diferenciação surgiu a moda.



A moda, apesar de ser reconhecida por sua relação com a roupa, vai muito além disso, estando relacionada em diferentes épocas e de modo complexo com a sociedade, seus costumes, sua história e sua economia.

Somos conscientes da importância e da necessidade social que o ser humano tem de se apresentar perante os outros com uma boa imagem, uma figura adequada ao meio em que vive. Em meio a um costume tão diário para as pessoas, escolher que roupa vestir, implica, além de necessidades funcionais, em outras intenções, uma delas é possivelmente a de propagar o que somos ou como desejamos ser notados pelos outros.

Mas a roupa tem um papel tão ou mais importante para os indivíduos que começam a caminhar rumo à construção de sua identidade. Ela é a primeira impressão que passam de si para os outros. Neste caso, o vestuário desempenha um papel fundamental entre elas e a sociedade. Ele age como meio de comunicação entre as partes.

Ao observar, desta forma, o desenvolvimento do homem e o da indumentária, pode-se perceber a relação de dependência existente entre eles, os dois necessitam “caminhar” juntos, mas, o segundo elemento exerce grande influência sobre o primeiro.

Dentre às diversas opiniões formadas sobre a moda, aqui nos interessa sua abordagem como artifício de resgate da memória histórica social e cultural a fim de compor uma base de informação capaz de auxiliar no entendimento de qual é o papel desempenhado pelo vestuário como meio de expressão da identidade dos indivíduos.

A descrição deste tema considera-se necessária para que se possa ter um completo entendimento do valor que homem adquiriu pelo vestuário ao longo dos séculos e do desempenho da moda em relação às transformações sociais.

Trata-se ainda de esclarecer o conceito de identidade utilizado para desenvolver o presente trabalho, bem como a opinião de alguns autores quanto à relação entre moda e identidade.

## 1.2 A EVOLUÇÃO DA ROUPA DENTRO DE UM CONTEXTO HISTÓRICO

Para Embacher (1999, p.27) “é na pré-história que nossa espécie começa a se emancipar de sua condição natural, tornando-se humana”. Em meio a diversas teorias sobre a descoberta do vestuário e seu uso por civilizações antigas, a mais conhecida é o sentido mais simples do vestir, a busca de proteção, possivelmente contra fatores climáticos.

Ao seguir esta primeira linha de raciocínio de Embacher, em relação ao aparecimento do vestuário, Bomfim afirma que:

O homem primitivo percebeu que os animais tinham maior proteção no corpo, e logo começou a utilizar além de sua carne, sua pele. O homem percebeu que utilizar a pele somente colocada nos ombros atrapalhava seus movimentos, por isso era preciso dar forma a ela. Encontraram problemas, pois perceberam que as peles dos animais secavam, tornando-se duras e difíceis de manipular e usar. A forma mais simples que encontraram para amaciá-las foi a trabalhosa mastigação. (200-, p.1).

Ainda conforme Bomfim, o homem pré-histórico vai desenvolvendo suas habilidades com “tecidos” (peles de animais, alguns tipos de fibras vegetais e outras fibras presentes em cascas de árvores) até conseguir deixar sua indumentária mais adaptada ao corpo humano. Ele criou espécies do que hoje conhecemos como tear e de acordo com Bomfim (2000, p.1) “a manufatura dos tecidos abriu então caminho para o desenvolvimento do que chamamos de roupas”.

**Figura 1-** Tear primitivo.



**Fonte:**Disponível em:

[http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula01/p02.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula01/p02.htm). Acesso em: 27 Jun. 2016.

Assim, Embacher (1999, p.28) apresenta mais duas explicações para que o homem tenha feito uso de vestimentas, já que “muitas são as discussões travadas entre os antropólogos e diversos outros estudiosos sobre os motivos pelos quais o homem adotou o uso de roupas. Há, porém, uma concordância [...] proteção, pudor e enfeite”.

Sobre a proteção descreve-se a necessidade dos povos que habitavam as regiões de clima frio: buscar algo para se aquecer, assim como os animais tinham sua pele. Em relação ao pudor, segundo Embacher (1999) o vestuário parece necessário, sobretudo em culturas estruturadas pela religião, especialmente a cristã, pois homens e mulheres acreditavam na ideia de que é preciso vestir-se para cobrir suas partes íntimas.

Quanto aos enfeites, o homem pré-histórico valorizava também os adornos. Embacher (1999, p.28) relata que “o homem do paleolítico (660000 a.C. a 8000 a.C.), por exemplo, usa ornamentos na cabeça e colares”. Pode-se perceber que o homem busca se “decorar”, possivelmente com o objetivo de se exibir “socialmente”.

**Figura 2** - Indumentária primitiva feita de pele e adornos.



Fonte: *Le Costume Chinois*,  
Zhou Xun e Gao Chunling.  
Office du Livre,  
Fribourg, Suíça, 1985.

**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula01/p02.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula01/p02.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

Adiante, no século XV, já com o surgimento do que chamaríamos de moda, a roupa serve como elemento para distinguir as classes e o poder. Embacher (1999, p.34) diz que “as classes intermediárias imitam quanto possível os trajes dos mais abastadosmas, quando não esbarram em suas próprias limitações econômicas deparam-se com leis que os proíbem de usar determinadas cores”. A burguesia é proibida também de usar fios de prata e ouro e o descumprimento da proibição gera pagamento de multas à monarquia.

Após o Renascimento, na arte, surge um conjunto de transformações estéticas que serão chamados mais tarde de Barroco, movimento que nasce tanto a partir do clássico como em oposição ao clássico, com contrastes entre o claro e o escuro, na pintura e na escultura, por exemplo, e que se prolongou pelo século XVII. O contexto considerado barroco foi, para Embacher (1999, p.35), “uma releitura do período, podendo-se qualificá-lo como uma deformação do Renascimento. O barroco – termo que significa pérola com defeito – traz em si a própria ideia de deformação, caracterizada pelo volume”. Neste período de afirmação das monarquias absolutistas havia um grande desejo de possuir o luxo e este movimento deixou grandes marcas principalmente na cultura francesa. A moda barroca francesa era exagerada, entretanto em cortes como a espanhola, desde a primeira parte do século XVII o exagero de ornamentação foi preterido em favor de uma tendência de simplicidade. Nery (2003, p.121) explica que “foi a vez da rica burguesia holandesa ditar a moda. Para contrariar os realistas ingleses, os puritanos resolveram usar apenas roupas de cores discretas e cortar os cabelos”. A autora relata que optou-se por uma roupa mais adaptada aos movimentos, sem os acolchoados e os vestidos extremamente rígidos e substituiu-se a imponente gola rufo que ainda representava o rigor da moda espanhola por uma gola mais simples sem glamour feita apenas de renda.

Nery (2003) afirma que no final do século XVII o exagero diminui e iniciou-se uma fase mais delicada. Na moda masculina, o casaquete é substituído pelo justaucorps, sempre com punhos virados e acompanhado de camisas brancas. Conforme a autora, (2003, p.130) a moda masculina era também, usar “colete comprido e culotes estreitos, da mesma cor do paletó, jabot de renda – antepassado

da gravata atual – meias de seda de cor vermelha ou rosa...”. Por fim, acompanhando o conjunto, um bigode fino e adesivos com formato de pintas ou moscas colados no rosto para atribuir status.

**Figura 3** - Trajes masculinos durante o período Barroco.



Exemplo de gola caída:  
Henry Rich, First Earl of  
Holland, Daniel Mytens  
(Escola de) 1640. (National  
Portrait Gallery, Londres).

**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula04/p02.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula04/p02.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

No século XVIII surge a tendência estética que será chamada mais tarde o Rococó. Segundo Nery (2003, p.136) “a expressão “estilo rococó” originou-se da palavra francesa rocaille. Era um estilo rico que se caracterizou nas artes pelo abuso de ornamentos de flores, conchas e plantas sem a regularidade geométrica”. Completando o sentido deste movimento Embacher afirma:

É a leveza com muito volume. É a arte coerente com um momento histórico no qual a sociedade está empenhada em traduzir “agradabilidades”. O uso de tons pastel, o exagero de detalhes, os tecidos ricos e as formas delicadas atestam isso. [...] O rococó aspira a uma linguagem de sonho, bastante suave, que transmite ideais de leveza espiritual. (1999, p.36).

Sendo assim, o rococó se desenvolveu no ambiente das cortes europeias unicamente para cultuar a estética e a beleza das coisas. Para Nery (2003) o

movimento vinha em sentido contrário às linhas duras e apagadas do período barroco, trazendo cores e suavidade nos seus arabescos rebuscados. O vestuário continuava a sofrer toda a influência da França. Stefani (2005, p.20) descreve: “a corte de Versalhes se impunha com seus padrões sociais para o resto da Europa”. Por todos os lugares viam-se cabelos exageradamente altos com flores artificiais, meias de seda, sapatos com salto e pele igual à porcelana. De acordo com Nery (2003, p.138) a pele branca com bochechas rosadas “deu às pessoas um aspecto de bibelô de louça”.

**Figura 4** - Moda marcada pelos exageros delicados, durante o período denominado Rococó.



**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhembibr/html/ead01/historia\\_moda/aula04/p03.htm](http://www.anhembibr/html/ead01/historia_moda/aula04/p03.htm).  
Acesso em: 27 jun. 2016.

Mais ao final do século XVIII, conforme Embacher (1999), homens e mulheres usam as cores da bandeira da França, símbolo da Revolução, em suas roupas. As mudanças políticas e sociais na França da segunda metade do século XVII levaram a uma modificação do rococó, identificado como o modo de vestir-se do Antigo Regime, em direção ao neoclassicismo que se identificará com o processo revolucionário e com uma inspiração no passado greco-romano.

Em 1799, Napoleão Bonaparte, torna-se um déspota, considera-se o soberano e único detentor do poder. A época do governo de Napoleão que durou de 1804 até 1814, recebeu o nome de Império. Durante o período napoleônico

“construiu-se” uma nova Paris, com boulevards, parques e monumentos. Sentiam-se novos ventos, soprados da tão próxima Inglaterra relata Nery (2003). Entretanto segundo Stefani, Napoleão interferiu também no vestuário:

Quando proclamado imperador, em 1804, Napoleão Bonaparte proibiu a importação de musseline de algodão da Índia, devido a problemas políticos com a Inglaterra (que colonizava o território indiano) e também pela tentativa de desenvolver a indústria têxtil francesa. O imperador continuou suas proibições impedindo as damas da corte de repetirem seus vestidos publicamente, com o objetivo de gerar um maior consumo. Napoleão também almejava fazer com que a França retornasse a ser um polo divulgador de moda, já que a indumentária masculina estava sendo totalmente influenciada pelos ingleses. (2005, p.20).

**Figura 5-** Napoleão Bonaparte sendo coroado imperador da França.



**Fonte:** Disponível em:  
[http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula05/index.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula05/index.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

A Inglaterra passa a ditar a moda masculina, mais sóbria em oposição à moda francesa, e nasce em Londres, criado por George Bryan Brummel, o estilo dândi. Para Braga este estilo era:

Na realidade uma espécie de distinção e uma maneira diferente de ser e, conseqüentemente, de se vestir. Não foi a suntuosidade que ditou a regra dândi e sim a distinção e a sobriedade que se tornaram a marca registrada da moda masculina. A magia criada por esse estilo tornou-se, a partir daí, referência em toda a moda masculina do século XIX. (2004, p.59).

**Figura 6** - Distinção e sobriedade do estilo dândi, durante o Romantismo.



Fonte: Disponível em: [http://www2.anhembibr/html/ead01/historia\\_moda/aula05/p02.htm](http://www2.anhembibr/html/ead01/historia_moda/aula05/p02.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

Stefani (2005, P. 21-22) narra que “o estilo romântico na moda aparece após a Revolução Francesa e não antes, como na arte. As mulheres usam pouca roupa e se cobrem com xales. As inglesas usam o que as francesas vestem” e Nery diz:

Após a moda grega dos períodos anteriores [...], surgiu a moda ampulheta, projetando uma certa fragilidade, meio artificial, das mulheres da época romântica. Em 1822, a cintura dos vestidos reencontrou seu lugar natural; paradoxalmente, porém em consequência de sua finura, teve que voltar o corpete laçado e munido de barbatanas: o corset! Para acentuar ainda mais a impressão de fragilidade da figura feminina, foram criadas imensas mangas bufantes – mangas-balão – e uma gola especial, que cobria os ombros como um telhado. (2003, p.162).

Para Stefani (2005) na década de 1840, como via de regra nas sociedades patriarcais, as mulheres casadas são mantidas submissas e resignadas. Usam trajes nos quais o pudor é visivelmente enfatizado, até os chapéus encobrem suavemente o rosto. Estes são conhecidos como chapéu estilo boneca. As saias são tão amplas que o peso das anáguas é trocado por uma anágua de arcos. O aumento visual dos quadris representa a fertilidade feminina. Embacher dá mais uma prova da submissão feminina. Conforme seus relatos (1999, p.40), “o próspero homem de negócios espera de sua esposa duas coisas: primeiro, que seja um modelo de



virtudes domésticas; segundo, que não faça nada, uma vez que sua ociosidade representa o status social do marido”.

**Figura 7** - Vestidos ornamentados , mangas bufantes e chapéus “boneca” como características da indumentária feminina Romântica.



*Madame Dobrée, Du Pavillon, c. 1833. Nantes, Musée Dobrée. (Foto G. Madec).*  
**Fonte:**Disponível em:  
[http://www2.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula05/p02.htm](http://www2.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula05/p02.htm).  
 Acesso em: 27 jun. 2016.

A partir de então deu-se início à chamada era Vitoriana, nome dado devido ao reinado da rainha Victoria. Para Stefani (2005, p.22) “A era vitoriana transformou os anos 50 do século XIX na década da crinolina, armação que proporcionava volume à saia e simbolizava o prestígio e esplendor da sociedade capitalista”. A responsável pela “invenção” da crinolina foi a Imperatriz Eugênia, da França. Para os vestidos de festa, saias repletas de babados e no busto corpetes justíssimos com decotes intensos deixando de fora a parte de cima dos seios. Como proteção contra o clima frio, típico da Europa, usavam-se pelerines e mantilhas, descreve Nery (2003).

De acordo com Embacher (1999, p.41), “o reinado da crinolina dura aproximadamente 15 anos, chegando ao ápice por volta de 1860. A partir daí, começa a sofrer algumas alterações e desloca-se para trás, deixando a frente da saia completamente reta”. Para Nery (2003, p.178) “a moda feminina do século XIX tinha muitos aspectos, do bem-comportado ao muito frívolo.” Ela afirma ainda que a moda ia e vinha. Entretanto, nem sempre era seguida por todas as mulheres. A maioria vestia-se de acordo com seu bom senso e sua necessidade. Entre os

acessórios estavam o leque, chapéus volumosos, pulseiras e broches em forma de camafeu e até mesmo apliques de cabelo comprados nas lojas, para economizar idas aos salões de beleza.

**Figura 8** - Volume traseiro viabilizado pelo uso da crinolina, padrão vigente da época.



**Fonte:**Disponível em:  
[http://www2.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula05/p03.htm](http://www2.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula05/p03.htm).  
Acesso em: 27 jun. 2016.

Stefani (2005) narra que neste período, ao mesmo tempo em que iniciava-se desde o final do século XVIII o processo de industrialização na fabricação de tecidos e de industrialização das roupas, com a invenção das máquinas de costura e o advento gradativo das “roupas prontas”, surge, por outro lado, a figura do estilista, e da alta costura. Monsieur Worth cria o primeiro conceito de grife ao fixar etiquetas dentro das peças. Braga (2004, p.63) completa: “Foi nesse período que a moda encontrou uma grande maneira de se diferenciar, uma vez que, devido ao prestígio financeiro da burguesia industrial, o aspecto visual das roupas dessa nova rica estava semelhante àqueles da nobreza”.

Com o surgimento das tintas à base de anilina, substituiu-se as cores pálidas por cores vivas e alegres. Nery (2003) considera que como as bicicletas tornaram-se

um meio de transporte popular, com os vestidos da época, era completamente inviável para as mulheres andar nelas. Para resolver o “problema”, Amelia Bloomer cria os bloomers, saias divididas ao meio (uma espécie de calção feminino) que cobriam os joelhos. Porém a iniciativa é um fracasso. Os homens se opõem completamente e a imprensa ridiculariza a ideia.

No ano de 1880, durante a revolução francesa, nasce o movimento do traje racional. Segundo Embacher (1999), este movimento estava preocupado com as características não saudáveis da moda e lançava a ideia de roupas mais fluidas, com mangas e sem espartilhos e os calçados sem saltos altos. Para o vestuário masculino, Embacher descreve:

Os homens adotam calções até os joelhos, casaco de veludo, gravata fluida e chapéu widewake – roupa usada por Oscar Wilde, escritor associado aos estetas e ao próprio traje nacional. Entre os homens jovens, as jaquetas curtas tornaram-se mais populares, sobretudo em Oxford e Cambridge, e os casacos de “marujo” são usados principalmente para praticar o iatismo. (1999, p.41).

Rumo ao fim do século XIX, Embacher comenta que nesse período ocorre mais uma transição de valores e costumes. As crianças passam a usar roupas com verdadeiro aspecto infantil, pois até então elas usavam a mesma roupa dos adultos, mas em tamanho reduzido. A última década do século já apresentava os novos ares que iriam pairar nos anos seguintes. Ocorrem mais mudanças nos valores e na antiga estrutura social. O autor relata que (1999, p.42) “Há um ar de liberdade tanto em seus trajes cotidianos como em suas roupas esportivas”. Essas novas sensações marcam o término da era vitoriana.

A França continuou a influenciar os outros países principalmente no que se refere à moda, conforme Baudot diz:

A moda, como todas as outras artes de caráter utilitário e decorativo no século XIX, continua sendo essencialmente, desde o início do século XX, o bom negócio de Paris. Não se trata tanto da França e de sua capital, mas de um astro independente, com vocação internacional. Poderosa, próspera, bem povoada a França tem o domínio absoluto das indústrias de luxo. [...] As artes da moda – tecidos, adereços, todos os tipos de acessórios feminino, sobretudo a ourivesaria das famosas maisons Chaumet e Fabergé – constituem uma considerável indústria. (2002, p.30).

Para Nery (2003, p.184), foi nesta época em que “apareceu o Impressionismo, primeiro entre os pintores ingleses Constable e Turner, depois entre os franceses Courbet, Degas, Monet, Renoir e Monet”. A roupa pronta estava sendo comercializada, chamada de *prêt-à-porter* (pronta para vestir, em francês) e de *readytowear* (em inglês). Em Paris eram vendidas em lugares como a Galerie Lafayette e o Bom Marché, sendo lançada uma nova moda. Mesmo que estas roupas prontas fossem de qualidade inferior, os novos ricos estavam muito mais interessados no “efeito do que na qualidade”, comenta a autora.

No final do século XIX nasce um novo movimento, relacionado especialmente às artes aplicadas, chamado de Art Nouveau. Nery (2003, p.185) descreve: “A Art Nouveau, foi uma manifestação da era industrial em massa que ofuscou o bom artesanato tradicional, expressando-se pela valorização das linhas curvas inspiradas nas formas vegetais”. Foram com estas inovações que iniciou-se a chamada Belle Époque, período que se estendeu do término do século XIX ao início da Primeira Guerra Mundial no século XX. Para Embacher (1999, p.43) “é um período de grande euforia no mundo, em virtude da própria transição de um século para o outro”, da ampliação dos processos industriais e crescimento urbano.

Quanto à indumentária, Baudot (2002, p.33) descreve “o fato é que na junção dos dois últimos séculos do milênio, os trajes dos homens e das mulheres de classe alta continuam surpreendentemente parecidos com os do passado”. Ela diz que as mudanças para as roupas masculinas atêm-se aos detalhes, uma vez que se afirmou desde o final do século XVIII o uso das três peças: calças, paletós e coletes sobre uma camisa branca. A cartola passou a ser usada somente em noites de gala, para o dia chapéus de feltro ou coco. A roupa do homem tornou-se basicamente uniforme desde que adotou-se a moda dos costureiros ingleses.

Mas, para as damas emergentes as novidades não paravam. As novas ricas desejavam impressionar a tradicional aristocracia e inovavam sem parar. Conforme os relatos de Nery (2003), o “cul” de Paris, criado por monsieur Worth, veio no lugar da crinolina e deixou as mulheres com um curioso perfil em “S”, de silhueta “ampulheta”, com ombros largos, cintura afunilada e quadris volumosos. As saias eram repletas de babados, plissados, franjas, véus e passamanarias acompanhadas de uma parte de cima igualmente elegante e afinada pelo espartilho.

Todavia, as transformações continuam. Nery afirma que o perfil em “S” foi substituído por saias tão justas que as damas mal podiam caminhar. Os acessórios eram luvas, chapéus exagerados com flores ou penas de avestruz, pérolas em formato de gota, sombrinhas, entre outros e a autora finaliza dizendo que(2003, p.186)“o encanto feminino, a determinação masculina e, sobretudo, a beleza das mulheres refletiam-se na posição do marido, somando-se aos esforços conjuntos de ascensão social”.

**Figura 9** - O gosto por curvas provindoda Art Nouveau como influência também na moda da época.



A atriz Polaire, em foto de 1890, declarou: "A cintura fina de minha divina caberia, creio, em meus dez dedos".  
Fonte: *Sutiãs e Espartilhos - Uma História de Sedução* de

**Fonte:**Disponível em:  
[http://www2.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula05/p04.htm](http://www2.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula05/p04.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

Sobre a primeira década do século XX, Embacher relata:

Caracteriza-se pela corrida para o futuro, como bem reflete a grande ênfase dada então ao automobilismo. É o período em que um considerável número de jovens das classes médias começa a ganhar a vida como governantas, datilógrafas e balconistas – razão pela qual suas roupas não podem ser elaboradas demais. (1999, p.43)

Quanto à indumentária feminina Stefani (2005, p.24) conta que “as saias sobem para a altura das canelas e ficam estreitas na barra, os chapéus são

imensos, há botões por toda a roupa e elas não são mais obrigadas a usar espartilhos”. Em 1907 Paul Poiret liberta “definitivamente” as mulheres do espartilho quando adere a moda do “conforto” e lança em sua grife o vestido reforma, até então criticado e ridicularizado pela sociedade.

A autora Baudot (2002) comenta que mais agitações seguiram-se após o lançamento do vestido Reforma. Charles Poynter Redefern é o primeiro estilista a lançar em sua *maison* um vestido inspirado nas roupas masculinas, o *tailleur*, popularizado pela princesa de Gales. A autora continua, dizendo que, apesar das evoluções da moda, as roupas das damas endinheiradas continuam sendo diferentes das vestidas pelo resto da população.

Por fim, antes da Primeira Guerra Mundial ocorre uma nova transformação no vestuário feminino, mais precisamente em 1913. De acordo com Embacher (1999), este fato deve-se ao surgimento do decote V. Além de ser acusado de indecência pelo povo, para os médicos é tratado como um atentado à saúde.

Em contradição a este período de renovação e transformação da arte com as vanguardas, estoura em 1914 a Primeira Guerra Mundial. Para Nery (2003) os efeitos desta Guerra foram notórios no que diz respeito à moda, principalmente para as mulheres, que viram-se obrigadas a trabalhar fora para substituir os maridos ausentes. As modificações nas roupas femininas foram enormes e as senhoras precisaram a usar cada vez mais de trajes mais funcionais.



**Figura 10-** Trajes femininos adaptados às novas necessidades, na primeira década do século XX.

**Fonte:** Disponível em: [http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula06/index.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula06/index.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

Os anos seguintes à Primeira Guerra Mundial são conhecidos como “anos loucos”, nome que se atribuiu às modificações do período. Após ter sido sufocada pela Guerra, a moda retoma seu “fôlego” e inova na década de 1920. O movimento Art Nouveau cede lugar ao novo, com formas mais sóbrias e geométricas, conhecido por Art Déco (em português arte decorativa). Segundo Embacher (1999), a nova moda é andrógina e erótica, as curvas são deixadas para trás, o busto assemelha-se ao de um menino, algumas mulheres chegam a usar achatadores, os cabelos são curtos à *lagarçonne*, e o chapéu *cloche* é a sensação do momento. Segundo Nery (2003) o utilitarismo exagerado é tão igual que se torna praticamente impossível diferir as mulheres por classes sociais baseando-se nas roupas.

No ano de 1925 uma importante modificação ocorria com os vestidos. Nery (2003) descreve que estes encurtaram e a cintura baixou até a altura dos quadris, fato que horrorizou a sociedade conservadora e que sujeitou a multas e prisões a qualquer mulher que andasse nas ruas com as saias acima de oito centímetros dos tornozelos.

**Figura 11** - Simplificação que privilegia o funcionalismo das roupas nos anos 1920.



O chapéu *cloche* e os longos colares de pérolas sempre presentes nos trajes femininos (c.1926). *La Mode au xxe siècle*. Valerie Mendes e Amy de la Haye. Thames & Hudson, Paris, 2000.

**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhemi.br/html/ea/d01/historia\\_moda/aula06/p02.htm](http://www.anhemi.br/html/ea/d01/historia_moda/aula06/p02.htm). Acesso em: 27 jun. 2016.

A irreverente estilista Coco Chanel introduziu a moda do corpo bronzeado e com ela a diminuição das roupas de banho. O uso de recortes bicolores nas roupas e calçados e a perpetuação do uso das bijuterias na moda deveu-se, também, a ela, relata Embacher (1999).

Os anos 1930 começaram abalados pela crise de 1929, que gerou um alto índice de desemprego. Poucos foram os que não sentiram seus abalos e mantiveram um bom capital. Todavia, Stefani (2005, p.26) diz que “embora o mundo estivesse passando por um período de grande depressão econômica, a moda viveu momentos luxuosos durante A Depressão”. Foi a vez de Hollywood ditar a moda, com as grandes estrelas do cinema, Greta Garbo, Marlene Dietrich, Jean Harlow e Mae Wets. Em relação à esta moda de luxo Nery afirma:

A crise econômica se fez notar muito no setor da moda: mesmo que os grandes criadores da alta costura parisiense, como Jean Patou e Chanel, continuassem a empregar milhares de pessoas, tiveram que reorganizar suas casas; com menos clientes especiais, eles foram obrigados a viver de suas ideias, exportando-as para o mundo inteiro, divulgando-as assim, a usuários anônimos. Os anos 30 marcaram a consolidação dos costureiros (2003, p.220).

**Figura 12** - Greta Garbo, uma das atrizes influentes na moda da época.



Greta Garbo extremamente elegante. Nos anos 30, Garbo deu um grande impulso à indústria da chapelaria feminina na América.

*La Mode au xxe siècle*, Valerie Mendes e Amy de la Haye. Thames & Hudson, Paris, 2000.

**Fonte:** Disponível em: [http://www.anhembri.br/html/ead/01/historia\\_moda/aula06/p03.htm](http://www.anhembri.br/html/ead/01/historia_moda/aula06/p03.htm)



Para o autor Embacher (1999) a crise de 1929, ajudou a aumentar as semelhanças entre as roupas de todas as classes, mas o conceito em relação às vestimentas mudou. Baudot (2002) relata como a moda para as mulheres voltou a ser feminina e diz que (2002, p.64) “a forma do corpo reencontra seu lugar. Os cabelos têm comprimentos médio e são em geral ondulados. Quanto ao corpo, continua magro, musculoso, esportivo e o busto novamente é valorizado”. As roupas valorizam a feminilidade, e agora o ícone de sedução é deixar a mostra às costas bronzeadas.

Braga (2007) comenta sobre o crescimento de grandes nomes da moda, principalmente Madeleine Vionnet (com o sucesso de seu corte em viés) e Chanel, que tanto influenciou a década passada, com suas bijuterias, calças compridas pantalonas e corpos bronzeados. A grande inovação, porém, ficou a cargo de Elsa Schiaparelli (1890-1973), italiana radicada em Paris, que, com sua genialidade inusitada, introduziu à moda os conceitos surrealistas da arte, inspirando-se em Salvador Dali e Jean Cocteau. Suas criações foram marcadas pela irreverência e pela excentricidade, desde os complementos como chapéu-sapato, colar de insetos às roupas com bolsos imitando gavetas. (2007, p.78).

Em meados de 1940, com a tomada da França pelo exército alemão, Laver (1999) comenta que o maior pólo gerador de moda, Paris, desaba. A capital francesa fica completamente abalada pelos rumos da Segunda Guerra Mundial, porém a moda sobrevive, ela se reinventa para enfrentar o desafio da escassez de tecidos, processos de fabricação e mão-de-obra. As vestimentas desse período demonstraram, com força, o reflexo da situação econômica e política do momento.

Na América, onde as restrições de materiais foram menores, a moda desenvolveu-se. A exemplo disso descreve Embacher (1999, p.49) “nos EUA desenvolve-se uma moda totalmente nacional, alicerçada numa alta costura independente e numa indústria de moda voltada para o mercado de massa”. O autor cita ainda que a América do Sul é moda, e Carmem Miranda também. Entretanto, a moda americana não deixou de seguir uma linha pré-guerra e conforme descreve Laver (1999) as saias acompanhavam a linha fina da cintura e abriam-se até o comprimento final. Estas eram usadas com blusas justas. Porém a moda ainda variava regularmente e conforme o desenvolvimento dos conflitos as restrições

aumentavam e as roupas tinham de acompanhar o racionamento dos tecidos. As saias tornaram-se mais justas e mais curtas em comparação ao período anterior, “calças compridas de corte masculino eram práticas e populares [...]”.

Com término dos conflitos em 1945, data do fim definitivo da Segunda Guerra Mundial, toda uma geração deseja o novo, almeja ter acesso às boas coisas da vida, e do prazer causado pelo consumo, o desejo é conforme Baudot (2002) tornar as diferenças mais sutis e os privilégios menos aparentes.

Um novo conceito de moda estava nascendo, assim como afirma Moutinho (2000, p.142), “as mulheres tinham mudado muito seu estilo de vida e sua maneira de pensar, com isso os costureiros tinham que balancear elegância e praticidade, deixando o luxo e os grandes voos de imaginação para trajes e ocasiões mais formais ou de gala”. Durante o período de guerra elas precisaram trabalhar fora e aprender a lidar com situações até então de responsabilidade “exclusiva” dos homens, como sustentar a família e isso exigia uma roupa mais confortável e prática.

Porém, apesar das “marcas” deixadas pela guerra e as mudanças visíveis no comportamento feminino, as mulheres ainda desejavam suas saias. “Que a mulher esteja a fumar, que participe de saraus literários, que seja moderna... mas que não abdique da formosura dos movimentos das saias a envolverem as pernas” (Comentário da Revista Feminina, citado por MOUTINHO, 2000, p.133).

Em atenção para realizar esse desejo é lançado em 1947 por Dior<sup>1</sup> o New Look, constituído de saias amplas que se abriam a partir de uma cintura justíssima e corpetes armados com barbatanas. O comprimento das saias chegava até a canela e estas eram pregueadas, franzidas e drapeadas em um exagero de tecido e ousadia para reforçar novos tempos sem as tristezas e a escassez da guerra. A moda escolhida e oferecida por Dior encontrou colegas de profissão que admiravam tamanha ousadia e criatividade e tornaram-se assim seus “seguidores”, entre eles, estilistas como Nina Ricci, Pierre Balmain e Balenciaga, comenta Moutinho (2000, p.157).

---

<sup>1</sup> Christian Dior, estilista francês revolucionário. Disponível em :[http://www.dior.com/couture/pt\\_br/a-maison-dior/historias-da-dior/a-revoluc%C3%A3o-do-new-look](http://www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/historias-da-dior/a-revoluc%C3%A3o-do-new-look)

**Figura 13** - O estilista Christian Dior em uma das sacadas de sua Maison, na França.



**Fonte:** Disponível em: [http://www.dior.com/couture/pt\\_br/a-maison-dior/historias-da-dior/avenida-montaigne-numero-30](http://www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/historias-da-dior/avenida-montaigne-numero-30). Acesso em 27 jun. 2016.

**Figura 14** - O consagrado New Look, de Christian Dior.



*Tailleur Bar*, da coleção *Corolle*, primavera-verão 1947. Arquivos Christian Dior. Foto W. Maywald/Adagp.

**Fonte:** Disponível em: [http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula06/p04.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula06/p04.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

Acompanhado a nostalgia de “bons tempos” que as roupas femininas carregavam, a partir de 1947, Embacher (1999, p.50) relata, “a roupa masculina, também impregnada de nostalgia, volta a exibir um visual ‘eduardiano’: paletós mais compridos e ajustados, abotoados até o pescoço, calças apertadas e chapéu-coco, com abas viradas”.

Neste novo clima de esperança pós-guerra dá-se início uma nova a década, a dos anos 1950, marcada pela explosão do chamado “baby boom” (explosão de bebês que se deve o fato do retorno de muitos homens que foram para a guerra), fato que faz com que as mulheres voltem a retomar suas atividades antigas, desempenhando o papel de mãe e esposa dedicada e exemplar e com mais tempo para se dedicar aos cuidados com a aparência, principalmente as americanas.

Mas embora os anos cinqüenta tragam uma boa fama de anos dourados, a mulher americana em sua grande maioria adotou um estilo mais casual, exatamente como relata Moutinho (2000, p.158) “nada fascinava mais a mulher americana do que a roupa versátil, que pudesse ser usada de dia e de noite, no campo e na cidade, como saias, blusas e casacos que podiam ser combinados de formas diferentes”.

Para Nery (2003) as novas linhas tubo, caracterizadas por vestidos mais estreitos e curtos com um cinto sobre os quadris, desapareceu com a cintura e o busto, e os terninhos franceses, com ênfase na moda Chanel, tornaram-se adequados para qualquer ocasião. Assim as mulheres deixaram claro que apesar de estarem voltando suas atenções com “exclusividade” novamente para o lar, não iriam abrir mão das conquistas realizadas no período de Guerra. Outras tendências dos anos cinquenta são, de acordo com Embacher:

Os vestidos na linha H (tubinho), na linha Y (ombros mais largos) e na linha A (trapézio), assim como o xadrez, o poá, a linha campestre (picnic), o Twist, Mary Quant, com sua eterna minissaia e o jeans”. Surgem os mitos jovens: James Dean e sua rebeldia romântica, Marlon Brando como o jovem revoltado, Elvis Presley na música pop. Mais liberado o jovem assume um novo comportamento. (1999, p.51).

**Figura 16** - Uma das linhas criadas por Dior, que ditou inúmeras possibilidades de formas e volumes para a moda da época.



Linha H. Christian Dior para outono-inverno 1954. Arquivos Christian Dior.

**Fonte:**Disponível em: [http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula07/index.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula07/index.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

**Figura 15-** Linha Y, que tinha como características a evidenciação do colo e ombros.



Linha Y. Christian Dior para outono-inverno 1955-1956. Arquivos Christian Dior.

**Fonte:**Disponível em: [http://www.anhemi.br/html/ead01/historia\\_moda/aula07/index.htm](http://www.anhemi.br/html/ead01/historia_moda/aula07/index.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

Nery(2003) descreve a respeito de uma moda mais jovem, composta de calças jeans *cigarrete*, suéteres, camiseta e paletós largos, que começou a circular pelas ruas e Moutinho afirma que “as garotas avançadinhas preferiam saias longas

usadas com malhas justas. Essas adolescentes brigavam com os pais para usar batom escuro, vestidos pretos e nas festas e bailes vestidos sem alça”. (2000, p.162). A roupa torna-se um símbolo de quem a veste.

Com a aderência de uma moda mais americana, Braga (2007, p.85) aponta que, “os jovens norte-americanos começaram a buscar uma identidade própria para sua moda”, o que tornou especialmente a indústria do *prêt-à-porter* cada vez maior.

Chegam os “revolucionários” anos 1960. Para Baudot (2002) nesta década aconteceram transformações marcantes na moda em todo o mundo. A autora relata que “a partir daí, nada mais de tendência unívoca, nem de uma moda única, mas um mosaico de proposições. Elas são indissociáveis daquelas que influem em outros aspectos da vida cotidiana” (2002, p.186).

De acordo com Braga (2007) os anos sessenta são marcados por várias mudanças e adaptações às transformações da época.

A moda ditada pela capital francesa estava disputando sua grande influência mundial com os caminhos traçados pelos passos de Mary Quant, em Londres, com suas minissaias acompanhadas de botas de meio cano ou cano longo cobrindo parte da coxa.

De acordo com Nery (2003, p.249) “Mary Quant conseguiu encurtar até as saias das damas do castelo de Buckingham, com a Ordem do British Empire”. Ela comenta também sobre a influência parisiense, que vinha através de Paco Rabanne, com suas loucas ideias de roupas com metal e arame, a Pop Art de André Courrèges, as linhas espaciais de Pierre Cardin e as inspirações nas obras de Mondrian para os vestidos de Monsieur Yves Saint Laurent que lançou no fim da década o primeiro conjunto de calça e paletó femininos.

**Figura 18** - Vestidos de Yves Saint Laurent, com estampas inspiradas na Pop Art.



**Fonte:**Disponível em: [http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula07/p02.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula07/p02.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

**Figura 17** - A arte como influência na moda. Vestido criado por Yves Saint Laurent, com inspiração no quadro do pintor Mondrian.



**Fonte:**Disponível em: [http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula07/p02.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula07/p02.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

A Guerra do Vietnã continuava a incomodar a geração que lutava por dias melhores. Braga (2007, p.90) diz que, “em 1968, esses jovens, realizaram uma passeata por Washington contra a guerra, colocaram flores nos canos dos revólveres e espingardas dos policiais norte-americanos. Slogans famosos foram criados como “*Flower Power*” (Poder da Flor)”, o famosíssimo “*Peace and Love*” (Paz e Amor) e o “*Make Love not War*” (Faça Amor não faça Guerra).

Sendo assim, estava difundido um novo movimento. Seja pelos *slogans* contra a violência, seja pela influência oriental trazida da Índia pelos Beatles após sua passagem por lá, ou seja, pela contestação dos jovens em relação as aquisições da sociedade nesta década, os alicerces do movimento Hippie estavam construídos e contaram com o apoio do festival de Woodstock realizado em 1969, embalado por canções de Jimi Hendrix e Janis Joplin, para se fixarem ainda mais.

De acordo com o que descreve Mountinho (2000) em seu livro “A moda do século XX”, os anos 1970 são marcados por uma tentativa de reorganizar as várias

ideias lançadas na década passada, entretanto a juventude continua seguindo a moda de roupas práticas. Stefani refere-se à moda assim:

A indumentária dos anos 70 continua com as tendências da década anterior. É uma moda muito democrática, oferecendo diversas opções de estilo. O escapismo predomina em uma década de incertezas. A nova fase da moda é romântica, com estampas florais, anáguas rendadas e chapéus de palha adornados com flores do campo. (2005, p.29).

**Figura 19-** Os diversos estilos dos anos 1970.



**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula07/p02.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula07/p02.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

Embacher (1999) destaca que as calças jeans foram sensação mundial, principalmente junto às camisetas, por serem baratas e fáceis de cuidar. Calças boca de sino, jeans bordados, camisas com estampas indianas ou saias longas e flores pelos cabelos compridos também estavam em voga.

Contudo, esta ampliação da possibilidade de que pessoas decidissem por conta própria o que é moda começou a preocupar as grandes *maisons* francesas. Assim criou-se na França uma assembléia com o objetivo de direcionar as tendências a serem seguidas nas roupas, pois todos poderiam trabalhar com as mesmas propostas de moda e lançou-se a feira existente até hoje e conhecida como *Première Vision*.

Para Moutinho (2000) nos anos setenta estabeleceram-se cinco capitais da moda: Paris, Londres, Milão, Tóquio e Nova Iorque, cada uma consagrando os seus estilistas e suas incansáveis mentes criativas. Destacaram-se em Paris, Azzedine

Alaïa, Jean-Paul Gaultier, Kenzo, Emmanuel Ungaro e Rei Kawakubo. Em Londres, Vivienne Westwood com sua moda *punk* e Helen Robinson. Em Milão, Gianni Versace, o luxuoso Valentino e Giorgio Armani com sua elegância muito bem unida à praticidade. Em Tóquio Yohji Yamamoto e por fim em Nova Iorque, os modernos como Calvin Klein, Ralph Lauren e Perry Ellis.

Mesmo assim o setor do *prêt-à-porter* continuava a se fortalecer e com ele a aparição dos estilistas que lançaram as suas marcas também para o mundo da produção de roupas em série. Braga (2007) refere-se a elas como *grifes*, que deixavam à mostra nas roupas grandes etiquetas com seus nomes. Como exemplo disto tinha-se Pierre Cardin e Fiorucci.

Os gays já não tinham medo das opressões sociais e ganhavam apoio com o sucesso do grupo norte-americano Village People. A proposta excêntrica da moda *glam* ou *glitter*, iniciada por Elton John e David Bowie se fortaleceu no final da década.

Quase na virada da década para os anos 1980, a continuidade da moda glam deu um novo gás à moda associada à febre das discotecas, onde a ideia do brilho nas roupas prevalecia juntamente com roupas práticas para dançar e a enorme profusão do uso de cores vivas. Nada mais peculiar para retratar esse momento do que o filme “Os Embalos de Sábado à Noite”, estrelado por John Travolta, que virou febre mundial. (BRAGA, 2007, p.94).

Os anos 1980 chegam embalados por música, dança e uma moda colorida com cara de festa. Todavia, Nery (2003, p.264) descreve que, “uma grave crise econômica, que já começara nos anos 70, acentuou-se nos anos 80, quando diversos países passaram a acumular gigantescos déficits em suas balanças comerciais”, o que resultou em mais uma quebra da bolsa de Nova Iorque e prejudicou os países subdesenvolvidos.

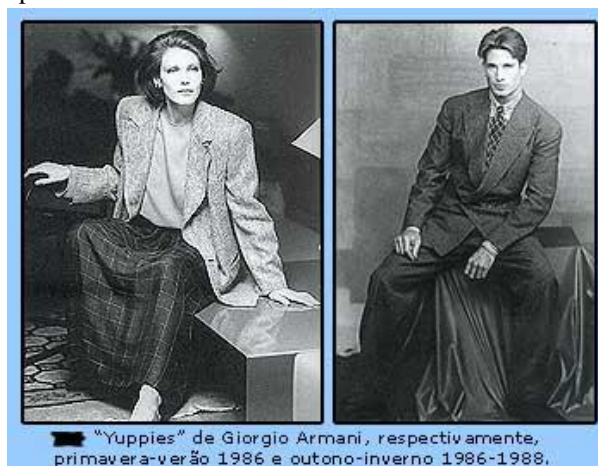
Esta foi mais uma década caracterizada por grandes acontecimentos. Além da quebra da bolsa nova-iorquina, a globalização ultrapassou todas as fronteiras, explodiu a guerra entre o Irã e o Iraque e deu-se finalmente a queda do muro de Berlim. Explode a usina nuclear de Chernobyl e consolida-se o fim do Apartheid, graças a personagens como Nelson Mandela.



Acompanhando os acontecimentos políticos e culturais, o aprofundamento das relações capitalistas, a moda, com seu consumismo exagerado e o início do movimento Yuppies, (uma revolução nas roupas e no estilo de vida, um desejo por tudo o que há de bom e de melhor). Juntamente com fenômeno Yuppies, consolidam-se os impactos do feminismo, movimento que se desenvolvia desde o século XIX. Embacher (1999, p.54) cita que, “as mulheres lutam cada vez mais para se firmar em ambientes antes reservados apenas aos homens, tornando a competição entre os sexos mais evidente”. Com o aumento da rivalidade profissional entre homens e mulheres, as roupas de ambos os sexos se aproximam e se parecem. Braga (2007, p.97) descreve que “o nome da moda que foi o ícone dos yuppies veio da Itália: Giorgio Armani (nascido em 1934)”.

Em contraponto a moda luxuosa e “certinha” da geração Yuppie, aparecem movimentos contraculturais com protagonismo dos estudantes e jovens. De acordo com Moutinho (2000) eles usavam roupas simples, basicamente jeans, camisetas e blusões de moletom com o brasão das universidades ou times de futebol bordados. Os looks completavam-se com óculos escuros. Os *punks* continuaram a perpetuar o mesmo estilo da década passada, roupas escuras adornadas por correntes e taxas.

**Figura 20** - A moda dos Yuppies, que se caracterizava pelo estilo arrumadinho dos jovens profissionais da época.



“Yuppies” de Giorgio Armani, respectivamente, primavera-verão 1986 e outono-inverno 1986-1988.

**Fonte:**Disponível em:  
[http://www.anhembri.br/html/ead01/historia\\_moda/aula08/index.htm](http://www.anhembri.br/html/ead01/historia_moda/aula08/index.htm). Acesso em 27 jun. 2016.

Chegam ao fim os badalados anos oitenta. Segundo Baudot (2002, p.276) eles terminam “com as festas do bicentenário da Revolução Francesa. Parece que o século apressado em seu início, acaba dez anos antes, já que a recessão econômica põe fim à despreocupação, um pouco artificial, do decênio que termina”.

A década de mil novecentos e noventa vem limpar as marcas deixadas pelos exageros e ostentações da década anterior. A informática cresce espantosamente, a AIDS assola o mundo. As pessoas deixam, em parte, o capitalismo consumista tão cultuado pelos Yuppies.

O autor Embacher (1999) fala ainda que não só as mulheres mudam seu comportamento, como os homens tornam -se mais vaidosos, usam cremes, praticam esportes e demonstram com mais freqüência e naturalidade seus sentimentos e emoções. Conseqüentemente as mudanças no universo da moda são inevitáveis.

Stefani (2005) relata que a indústria da moda não se restringe mais aos criadores e suas roupas, ela passa a integrar um considerável número de fotógrafos, *personal stylists*, produtores e modelos. Quanto a estas, o culto a uma boa imagem passa a fazer delas símbolos de perfeição e de ideal de beleza a ser seguido. Preocupada com a estética, a clientela pertence visivelmente à mesma geração dos criadores das grifes que a mesma usa e as roupas aparecem nas ruas em cores mais claras, cortes mais retos e simples. *Blazers*, calças de tecido e camisas são peças importantes no guarda-roupa feminino e o “uniforme jovem” (jeans e camiseta) da década de 1980 passa a vestir todas as gerações.

De acordo com Braga (2007), o conceito de tribos tão difundido nos anos 1980 continua e agora com uma nova tribo em especial, os chamados *grunges*. Eles têm origem nas bandas de Seattle, entre elas o Nirvana e seu vocalista Kurt Cobain como principal ícone de estilo deste movimento. As roupas do tipo *grunge* são simples, jeans, tênis, camisas de flanela sobrepostas às camisetas ou apenas amarradas na cintura e muito uso das chamadas roupas *oversized* (roupas em tamanho maior do que a pessoa veste). Ainda destacam-se as tribos *clubbers*, *dragqueens*, *cybers* e *ravers*.

Desta forma, a Alta-costura depara-se com uma crise. Yves Saint Laurent e Pierre Cardin conseguem manter-se no mercado de luxo, mas estilistas como

Lanvin, Courrèges e Patou acabam por fechar suas “maisons”. Os que ainda insistem em sobreviver lançam linhas alternativas para seus produtos, dando início à perfumes, cosméticos e até mesmo objetos de decoração e roupas de cama com o nome de *griffe*, comenta Moutinho (2000). E assim as roupas prontas, industriais e massificadas conquistam mais e mais espaço.

Por fim, pode-se considerar a década de 1990, como inconstante em seus princípios e valores sociais, mas principalmente inconstante em sua moda. O autor Embacher (1999) finaliza citando que aparecem modismos com mais frequência, em intervalos menores de tempo e sem qualquer conotação sociopolítica ou econômica facilmente reconhecível. Eles chegam, estouram e são substituídos – não havendo uma clara resposta social.

**Figura 21-** Modelos dos anos 1990, que serviram de ideal de beleza a ser seguido na época.



**Disponível em:** [http://www.dior.com/couture/pt\\_br/a-maison-dior/historias-da-dior/avenida-montaigne-numero-30](http://www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/historias-da-dior/avenida-montaigne-numero-30). Acesso em 27 jun. 2016.

Nos anos 2000, a moda é cada vez mais o centro das atenções, principalmente econômicas. As grandes marcas foram adquiridas por gigantescos grupos empresariais, como o LVMH da França, que possui os direitos sobre *griffes* como Louis Vuitton, Emilio Pucci e Givenchy.

De acordo com Braga (2007), o Brasil entra para o calendário mundial da moda com o São Paulo Fashion Week e Rio de Janeiro lança o Fashion Rio, evento que faz a fama da nossa moda *beechwear*.

As roupas do início do século XXI apresentam, de modo geral, um quê de releitura de décadas passadas, entretanto com conceitos novos como o *vintage* e aspectos de customização. As pessoas adéquam suas roupas de acordo com seus gostos e preferências, e as grifes abusam do luxo para evitar as indesejáveis cópias, comenta Braga (2007) em seu livro “História da Moda: Uma narrativa”.

Nota-se, portanto, a partir deste estudo histórico da moda, que a linguagem da roupa acompanhou momentos econômicos e sociais de cada época, sofrendo diversas modificações decorrentes de vários fatores. Porém, em cada um destes períodos, ela desempenha seu papel de demonstrar algo, quer seja pudor, status, condição socioeconômica ou uma revolta com as normas vigentes.

Observando-se este aspecto peculiar da moda no decorrer de sua história, deu-se a intenção de aprofundamento em definir como esta seria, portanto, utilizada como meio de expressão identitária.

## 2. MODA, IDENTIDADE E LINGUAGEM

### 2.1 A RELAÇÃO ENTRE IDENTIDADE E MODA.

O termo identidade pode ter várias interpretações, estas dependem de como a palavra está empregada, no contexto o qual se deseja comentar ou analisar. De acordo com o dicionário brasileiro Globo (1999), Identidade é: “s.f. Caráter do que é idêntico ou perfeitamente igual; reconhecimento de que um indivíduo é o próprio; (mat.) equação cujos membros são identicamente os mesmos. (Do lat. *Identiate*)”.

Todavia, neste item descreve-se sobre o conceito de identidade que nos interessa explanar, para que seja possível compreender o trabalho que segue, pois o objetivo é discutir acerca do papel desempenhado pelo vestuário como meio de expressão da identidade individual, e não tanto às identidades de grupos ou nações. Sendo assim recorreremos à Psicologia Social, a fim de que esta nos forneça aspectos de estudos em relação à identidade que nos serão úteis para o esclarecimento do tema proposto.

Conforme o artigo, “O movimento de João de Santo Cristo” escrito por Toassi, Stolf, Coutinho e Soares publicado na revista *Aletheia* (jan./jun.2008) o conceito de identidade é: “polissêmico e paradoxal, contemplando uma série de sentidos e significados. Na Psicologia Social, considera-se o sujeito como sendo ao mesmo tempo singular e plural, ao constituir sua identidade atrelada ao âmbito social, do qual também é constituinte.” (2008, p.139). Pedro completa:

Para a Psicologia Social a identidade representa e engendra sentimentos que o indivíduo desenvolve a respeito de si e que é construída socialmente, a partir de seus dados pessoais, sua história de vida e seus atributos (conferidos por si mesmo e pelas outras pessoas), acompanhando o movimento deste no mundo social. (2005, pp.110-111).

Desta forma observa-se que o ser humano – mesmo sendo ele quem constitui uma sociedade – é dependente do meio em que vive para definir inteiramente sua identidade, ao contrário do que se define a palavra pelo dicionário, como algo idêntico ao seu portador, no sentido de que se é o que se parece ser, esta para a psicologia social é algo que não é necessariamente igual ou idêntico à pessoa, ela é

mutável de acordo com as necessidades de cada um, podendo-se aparentar perante ao convívio social uma identidade contrária à que se sente ser ou que se é. Sabendo da relação de dependência entre indivíduo e sociedade, Ciampa afirma:

Cada indivíduo encarna as relações sociais, configurando uma identidade pessoal. Uma história de vida. Um projeto de vida. Uma vida que nem sempre é vivida, no emaranhado das relações sociais. Uma identidade concretiza uma política, dá corpo a uma ideologia. No seu conjunto, as identidades constituem a sociedade, ao mesmo tempo em que são constituídas, cada uma por ela. (1993, p.127)

Portanto, é este o conceito de identidade abordado no desenvolvimento da pesquisa deste trabalho, construída por meio das relações sociais e manifestada através das roupas. A moda tem função indispensável na expressão identitária das pessoas, essencialmente na adolescência. Erner afirma:

O indivíduo prolonga, com a escolha das roupas, o trabalho sobre a sua identidade. É a razão pela qual a preocupação com a moda alcança seu mais alto nível nos períodos em que cada um procura se definir. É obviamente o caso dos adolescentes, momento da existência em que a atenção dada às marcas é particularmente aguda. Nessa época da vida, a integração a um grupo tem uma importância especial. (2005, p.220).

Por isso, fala-se da relação entre a moda e identidade, pois uma representa a outra, e ambas são constituídas por cada um conforme o meio em que se está inserido.

## 2.2 A MODA E SUA LINGUAGEM COMO MEIO DE EXPRESSÃO

Conscientemente ou não, ao vestir-se, o ser humano está propagando para os outros o que e como ele é, mesmo que não o seja verdadeiramente. As roupas servem como um veículo de comunicação entre o ser e o meio em que ele vive, a indumentária transmite informações a respeito das pessoas.

No entanto, a moda não é algo natural, ela pode ser manipulada, agir ou se expressar de determinada maneira. Ela é passível de transformação, pode aparentar mais facilmente ser o que não se é, e isto tem foco direto na identidade social do ser humano, pois como foi descrito anteriormente, para a Psicologia Social a identidade de cada um é decorrente de seu contexto, mesmo que esta não seja igual a

nenhuma outra, além disso, a “identidade” que se transmite, pode ser mutável de acordo com a necessidade do ser humano.

Desta forma, Eco (1989) diz que o vestuário “fala”, e completa:

Porque a linguagem vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para os transmitir. (1989, p.17).

Para Sigurtá (1989, p.23) “denotar com uma linguagem clara e muitas vezes mesmo codificada com precisão alguns significados e dar a conhecer outros de maneira explícita, mas sempre sensível, eis o objetivo principal do vestuário”, entretanto este pode ser o objetivo do vestir, mas seu significado é variável. Eco (1989, p.19) afirma que, “muitas vezes a escolha do vestuário muda de significado segundo o contexto em que se insere”.

Usar calças no Brasil tornou-se ato comum ao cotidiano das mulheres deste país, porém o mesmo ato no Sudão é uma forma de rebeldia, um atentado à cultura e às tradições daquele povo, neste caso uma brasileira no Sudão não deveria usar esta peça, mesmo que para sair na rua vestida com elas não signifique absolutamente nada além de um ato normal, a identidade que ela transmitiria aos outros significaria um forma de insulto, assim, esta suposta mulher não se sentiria bem ao sair de calças em um lugar onde todos a apontariam e ela seria motivo de chacota, o que significa que quando se está vivendo em sociedade segue-se ou deveria se seguir basicamente o senso da identidade comum, embora não igual.

Ao saber dos significados transmitidos pelo vestuário, Coelho (2003, p.31) fala que, “múltiplos fatores psicológicos, sociais, econômicos e tecnológicos fazem com que a mulher estruture sua identidade sobre o acatamento de normas sociais que a sociedade propõe” e Erner descreve:

Em nossas sociedades, a preocupação com a aparência obriga a entrar em acordo com a moda; em outros termos, com escolhas coletivas que favorecem algumas tendências. Entre essas diferentes propostas, o indivíduo faz uma escolha: esta procede de uma estratégia perfeitamente racional. De forma deliberada, ele procura conjugar distinção e imitação para se tornar aquele que deseja ser. Essas preocupações conjuntas e às vezes antagônicas explicam as atitudes paradoxais observadas em relação à moda. (2005, p.221).

O autor Livolsi (1989, p.39) narra que, “a gente, um certo grupo social, o indivíduo, podem-se vestir-se, ou para tentar ser diferente ou para ser iguais ao seu grupo ideal de referência”, Erner (2005) fala que estas duas tendências são populares entre os jovens, e reafirma que a moda é um modo de formar a identidade. Seguindo esta linha de pensamento, Livolsi (1989, p.37) escreveu que, “um dos setores mais importantes dos consumos juvenis é exatamente o do vestuário, quer a nível quantitativo, quer a nível qualitativo (o modo de vestir é um dos símbolos mais importantes da subcultura juvenil)”.

Assim pode-se considerar, segundo Erner (2005), os dois motivos citados pelo autor para a pessoa vestir-se de determinada maneira, o vestir para distinguir ou o vestir para imitar.

Para o primeiro o autor diz, “o lugar hoje ocupado pela moda testemunha a vontade geral de se singularizar e escapar ao conformismo e à homogeneidade” (2005, p.221), o vestir para distinguir, também foi objeto de estudo de Livolsi, com o tema de “Moda, consumo e mundo jovem”, publicado no livro Psicologia do Vestir (1989). Segundo ele, o vestuário é o elemento que mais caracteriza as barreiras do comportamento social. Estas barreiras podem ser devidas à posição socioeconômica, ao fato de habitar-se a cidade ou o campo ou a uma determinada posição que indica status, o que explica porque certas pessoas se vestem de determinada maneira, buscando sempre apresentar um diferencial em relação ao outro.

Quanto ao segundo item, o vestir para imitar ou para se assemelhar, Erner afirma que, “a vontade de se distinguir, em si, não é suficiente para criar modas. Para existir, as tendências precisam de processos milimétricos por meio dos quais se criam polarizações.”

“Um fenômeno que conjuga imitação e a distinção acaba necessariamente em paradoxo” (2005, p.225). Stefani (2005) fala que se de um lado o indivíduo usa a moda para se expressar e dizer quem é, de outro – por mais que a pessoa busque a individualidade – ela possui um certo referencial quanto o que se deve vestir ou não, ao ler revistas de moda, acompanhar às telenovelas entre outros, o que a insere de uma forma ou de outra na coletividade.



Sendo assim, a moda transita entre estes dois desejos, o de construirmos nosso próprio eu e o de nos relacionarmos com o outro, entretanto conforme Erner (2005, p.232) “a moda pode experimentar ter esse papel integrador; ela permite que o indivíduo se situe pela oposição, que ele se integre e, ao mesmo tempo se distinga”.

De acordo com Erner (2005) atualmente as pessoas estão muito mais informadas quanto aos significados das roupas, completando:

Nossa sociedade se caracteriza por sua reflexividade, sua capacidade de decifrar os símbolos sociais que são as roupas ou as marcas. Esses símbolos podem informar sobre a posição social de um indivíduo às vezes também sobre seu nível de renda. Contudo, são sobretudo instrutivos a respeito da imagem que este último quer refletir. (2005, pp.225-226).

O autor completa que, “de maneira geral, as diferenças de roupas se apagam, traduzindo desta forma o fato de que a condição dos homens está se nivelando. Não são os ricos ou os pobres que estão desaparecendo, mas os indícios que permitiam distingui-los” (2005, p.228).

Na cultura jovem, este paradoxo entre diferença e semelhança em um mesmo contexto parece ter ainda mais significância. Livolsi (1989, p.42) descreve que, “os jovens parecem lançar os seus próprios modelos culturais alternativos muitas vezes em aberta contradição com os que deveriam assumir”, ou seja, parece existir uma identidade jovem e esta é coletiva, no entanto como ela se difere das outras existentes na sociedade, a identidade jovem torna-se individual.

Neste caso, de acordo com Livolsi (1989, p.44) “a moda é entendida, então, como possibilidade de expressão, de auto-realização de si próprio, de independência do controle social, etc”. Para Coelho (2003, pp.27-28) “a moda é uma linguagem, uma sintonia individual e social. Diga-me o que vestes e eu te direi como estás, quanto tens, a que grupo pertences”, isso porque a roupa fala sobre quem a veste.

Portanto, para Coelho (2003, pp.28-29) “a atitude de individualização da mulher ao se vestir, usando o que gosta, o que prefere, o que a diverte ou o que lhe dá prazer fará com que o outro a reconheça como diferente, individualizada, singular, sujeito”, mostrando sua verdadeira identidade através das roupas. Sendo

assim, de acordo com Erner, “poderíamos imaginar que a relação com a moda revelasse a ansiedade do indivíduo por se tornar ele mesmo” (2005, p.234).

Por fim, nota-se com este estudo que o vestuário é um dos principais meios que o indivíduo encontra para expressar sua identidade, ao vestir-se ele está falando sobre si, e mostrando ao outro quem ele é, mesmo que não o seja realmente, pois como vimos o vestuário pode camuflar ou esconder a identidade no que diz respeito a características de idade, nível econômico, profissional ou ao grupo a que se pertence, todavia, quando o estilo e a identidade entram em acordo com o ser e o meio em que este está, as roupas apresentam de forma explícita quem verdadeiramente se é, são representações.

De acordo com Coelho (2003, pp.27-28) “a moda é uma linguagem, uma sintonia individual e social, portanto, pode-se entender que o vestuário fala, ele se comunica com o meio em que a pessoa está.

O ser humano, através da indumentária, propaga para os demais o que e como ele é, mesmo que não verdadeiramente. Para Stefani:

A aparência é o desejo de mostrar-se similar a um modelo desejável (parecer) e, sobretudo, de manifestar-se diante do outro (aparecer). Funciona como uma camuflagem ou maneira superficial de se apresentar publicamente, parecendo verdadeira ou ocultando a essência do ser sob essa camada externa. (2005, p.70).

Sendo assim, podemos entender a moda como um meio de expressão da identidade social do ser, esta pode nem sempre ser a identidade real da pessoa, mas é aquela que se é capaz de subentender-se ao julgar o ser pelo o que este veste.

O professor Dr. Antonio da Costa Ciampa, professor do Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia da PUC-SP, descreve em sua obra, “A estória do Severino e a história da Severino” que, “cada indivíduo encarna as relações sociais, configurando uma identidade pessoal. Uma história de vida. Um projeto de vida [...] Uma identidade concretiza uma política, dá corpo a uma ideologia”, (1993, p.127).

Assim, compreende-se que a moda tem uma função indispensável na expressão da identidade das pessoas, essencialmente na adolescência, para isto Erner afirma:

O indivíduo prolonga, com a escolha das roupas, o trabalho sobre a sua identidade. É a razão pela qual a preocupação com a moda alcança seu mais alto nível nos períodos em que cada um procura se definir. É obviamente o caso dos adolescentes, momento da existência em que a atenção dada às marcas é particularmente aguda. Nessa época da vida, a integração a um grupo tem uma importância especial. (2005, p.220).

Ao ter esta linha de pensamento Livolsi (1989, p.37) escreveu que, “um dos setores mais importantes dos consumos juvenis é exatamente o do vestuário, quer a nível quantitativo (é a despesa mais importante), quer a nível qualitativo (o modo de vestir é um dos símbolos mais importantes da sub-cultura juvenil), talvez este consumo esteja justificado pela necessidade de expressão que o adolescente tem, conforme afirmou Erner. O autor Livolsi diz ainda que a moda por ser compreendida como uma auto-realização de si próprio.

As roupas podem trazer segurança à pessoa que a veste, assim, ela se sente mais aceita no meio em que vive.

Ao saber da importância social das roupas e da ascensão do consumo de moda entre os jovens, tem-se uma questão a ser resolvida, descobrir junto às adolescentes, qual o papel desempenhado pelo vestuário em relação à expressão de suas identidades.

De acordo com o estudo de Pedro (2008), a identidade do ser é construída socialmente, partindo dos seus dados pessoais, como o nome, por exemplo, e suas características sociais atribuídas por si mesmo e pelo meio em que este vive. Para Ciampa (1993), a identidade representada pelo ser pode não ser verdadeira em sua totalidade.

Quando o meio de expressão em questão é o vestuário, fica ainda mais fácil “ocultar” a verdadeira identidade, pois esta pode ser “manipulada” e passar uma falsa impressão de si para os outros, na tentativa de talvez tornar-se aceito em algum grupo social, de impressionar ou até mesmo de seduzir as atenções do sexo oposto.

A adolescência é um período crucial na formação da identidade do ser, é uma fase da vida onde se passa por inúmeras transformações e descobre-se várias coisas ao mesmo tempo. É uma confusão de sentidos e sentimentos, e na tentativa de se adequar ou de se diferenciar a roupa tem função primordial, pois ela faz uma ponte de comunicação entre a jovem e a sociedade a que esta pertence.

Neste sentido, pode-se ir de acordo com o que Stefani (2005) escreveu sobre a aparência. A autora descreve que esta possui dois desejos, o de se parecer com um modelo ideal e o de se aparecer em meio à coletividade, o que pode justificar a ascensão do consumo de moda entre as jovens. Mesmo que estas sejam de classes econômicas diferentes, o desejo de manifestar-se por meio das roupas é comum a todas.

Erner (2005) fala em seu livro “Vítimas da moda? Como a criamos e por que a seguimos” que o indivíduo estende seu trabalho sobre sua identidade através da escolha das roupas, esta é possivelmente a razão pela qual a preocupação com a moda atinge seu ápice no momento em que cada um procura se definir como ser individual e social, e para o autor esta fase ocorre normalmente na adolescência. O que nos explica o porquê de tantas meninas preferirem “investir” dinheiro em roupas em meio a diversas opções.

Conforme Erner (2005), na sociedade em que vivemos atualmente é grande a preocupação com a aparência e esta nos força a entrar em acordo com a moda, assim, fazemos escolhas completamente racionais, capazes de garantir nossa interação no meio coletivo, entretanto sem nos tornar escravos da “ditadura” das tendências e com uma certa “abertura” para expressar o que e como somos, através das roupas.

Erner (2005) comprova este fato, ao dizer que aquele que segue estritamente a moda, já não a veste mais, ele a ironiza, pois apresenta ser algo que não condiz com seu real perfil social e psicológico. Como o autor escreveu, pode-se usar calças de estilo militar e ao mesmo tempo participar de uma passeata contra a guerra.

Segundo o artigo escrito por Toassi, Stolf, Coutinho e Soares, a Psicologia Social considera o ser como singular e plural. Ao mesmo tempo em que este tenta construir sua identidade vinculada ao meio, a mesma é construída por ele. As

influências externas acabam interferindo quer queira quer não neste processo de auto-identificação, de construção de uma identidade, fato que se pode considerar – embora não unicamente – como falta de alicerce para a descoberta de um estilo próprio.

Coelho (2003) descreve em seu livro “Moda e Sexualidade Feminina” que o vestuário é um meio de comunicação, uma sintonia entre o ser o e meio, e o estilo de vestir desempenha o papel de emissário da identidade pessoal para o ambiente social, então, a falta de um estilo pode ser na verdade uma conseqüência da não descoberta da própria identidade.

Erner (2005) “fala” que nossa sociedade se configura por sua capacidade de interpretação quanto aos símbolos, pois a roupa é um signo, ela está sempre caracterizando algo, ou os gostos pessoais, ou a profissão, ou a classe social, ou ainda uma ideologia, entretanto estes símbolos são os reflexos da imagem que se quer apresentar.

Eco (1989) afirma que o vestuário possui linguagem, ele diz, “porque a linguagem vestuário, [...] Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para os transmitir”. (1989, p.17).

Stefani (2005), diz que o indivíduo busca a moda para se expressar, a fim de que a linguagem do vestuário fale sobre si, neste caso para Livolsi (1989, p.44) “a moda é entendida, então, como possibilidade de expressão, de auto-realização de si próprio”.

Desta maneira, pode-se concluir que embora o vestuário desempenhe vários papéis em relação à identidade dos indivíduos, o principal deles é o de transmitir – através de aspectos visuais – quem é a pessoa que está usando determinadas roupas.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora a moda seja considerada um tipo de sistema, observando seu contexto histórico esta possui uma relação diferenciada com a sociedade quando comparada a outros métodos de linguagem.

A construção da linguagem da moda - fala-se de linguagem pois de acordo com o que foi descrito neste trabalho, a moda discursa - é resultado da interação do ser com o meio em que ele se encontra inserido.

A moda tem a função de propagar por meio de uma imagem ou uma linguagem de signos informações sobre o indivíduo.

Com a breve descrição da história da indumentária apresentada neste estudo, compreendeu-se que desde o começo as roupas têm outra função que não a de apenas cobrir o corpo. Mesmo na pré-história o homem as utilizava como adorno a fim de distinguir-se dos outros. Esta avaliação nos permitiu observar que com o decorrer dos anos a maneira de utilização das roupas, como forma de expressão e comunicação, modificou-se.

Sabendo-se dos estudos de diversos autores relatando as inter-relações e os paradoxos entre a indumentária e a identidade, buscou-se verificar se estes serviriam de fundamento para prosseguir com a presente pesquisa. Os autores confirmaram que a moda serve de linguagem “muda”, visual para o ser. Este pode representar por meio do que veste os pensamentos e sentimentos que deseja transmitir a sociedade a que pertence.

Compreendeu-se pela análise destes estudos que o vestuário é uma possibilidade de expressão, de individualização e mesmo de coletividade do ser.

## REFERÊNCIAS

- BAUDOT, François. *Moda do século*. 2. Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2002.
- BEIGBEDER, Frédéric. *Barbie*. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- BOMFIM, Lilianny. *Pré-História: O Início do vestuário*. Disponível em: <[http://www.modaecompanhia.com.br/portal/doc/pre\\_historia.pdf](http://www.modaecompanhia.com.br/portal/doc/pre_historia.pdf)>. Acesso em: 03 abr. 2016.
- BRAGA, João. *História da moda: Uma narrativa*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- CEREJEIRA, Thiago. *História da Moda. Século XVI: Os Lansquenets e a moda espanhola*. Disponível em: <<http://modahistoria.blogspot.com/2008/06/sculo-xvi-os-lansquenets-e-moda.html>>. Acesso em: 31 mar. 2016.
- CIAMPA, Antonio da Costa. *A estória do Severino e a história da Severino*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- COELHO, Maria José de Souza. *Moda e sexualidade feminina*. Rio de Janeiro: UAPÊ, 2003.
- CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das Roupas*. São Paulo: Senac, 2006.
- ECO, Umberto et al. *Psicologia do vestir*. 3.ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.
- EMBACHER, Airton. *Moda e identidade: A construção de um estilo próprio*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.
- ERNER, Guillaume. *Vítimas da moda? : como a criamos, por que a seguimos; tradução Eric Roland René Heneault*. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.
- ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L8069.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2016.
- FAÇANHA, Astrid. O fluxo da informação na moda. In: WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson José de. *Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico*. São Paulo: Arte e ciência, 2002.
- GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Senac, 2010.
- GOLDENBERG, Mirian. *O corpo como capital: Estudos sobre gênero, sexualidade e moda na Cultura Brasileira*. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2010.
- LAVÉ, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. Capítulo final [por] Christina Probert. Tradução Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Aristeu Elisandro Machado. As modas de Berlim: A guerra franco-prussiana nas ilustrações do periódico fluminense *Semana Ilustrada* (1870-1871). Artigo publicado na edição nº 34 de Janeiro de 2009. Disponível em: <<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao34/materia03/>>. Acesso em: 15 abr. 2016.

LOTUFO, Flávio. Androginia - moda masculina “bebe na fonte” da feminina: Qual o motivo? *O Arauto*, Salto, abril 2011. Contra Cultura.

MOUTINHO, Maria Rita. *A moda do século XX*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

NAVARRI, Pascale. *Moda & inconsciente - Olhar de uma Psicanalista*. São Paulo: Senac, 2010.

NERY, Marie Louise. *A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2003.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Corpo e Moda - Por uma compreensão do contemporâneo*. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2008.

PEDRO, Wilson José Alves. O estudo da identidade no âmbito da psicologia social brasileira. *Revista Uniara*, 2005, n.16, p.110-111.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Teoria da Moda - Sociedade, imagem e consumo*. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2009.

SINGER, J. *Androginia: Rumo a uma nova teoria da sexualidade*. São Paulo: Cultrix, 1990.

STEAMS, P. N. *História da sexualidade*. São Paulo: Contexto, 2010.

STEFANI, Patrícia da Silva. *Moda e comunicação: A indumentária como forma de expressão*. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2. sem. 2005, 90 fl. mimeo. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social. Disponível em: <[http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem\\_2005/pdf/PSilva.pdf](http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem_2005/pdf/PSilva.pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2016.

TOASSI, Andresa Jaqueline et al. O movimento de João de Santo Cristo no mundo: a via-crúcis de uma identidade. *Revista Aletheia*, 2008, n. 27 (1) - jan/jun, p.139.