

A COMPLEXIDADE DA MODA COMO PROFISSÃO

Adrienne Rabelo Anchieta¹

Ser um design é estar aberto para os movimentos do mundo, percebendo as suas várias divergências e convergências.

A moda, pela sua complexidade, gera discussões polêmicas. Muitas vezes ligada ao supérfluo, ela costuma ser admirada, odiada, tratada com indiferença ou ignorada, contudo, é inegável, que ela faz parte de um momento histórico da sociedade. Ela está presente no comportamento, na definição das tribos, na arquitetura, nos carros, na linguagem etc.

O produto de desejo criado pela moda traduz “necessidades das pessoas em um exato momento, que é único para cada classe social, etnias e seres individuais

Enquanto nas eras de costumes reinam o prestígio da antigüidade e a imitação dos ancestrais, nas eras da moda dominam o culto das novidades assim como a imitação dos modelos presentes e estrangeiros. Prefere-se ter semelhanças com os inovadores contemporâneos do que com os antepassados (LIPOVETSKY,p. 1989)

Estar fora de moda é não adotar as suas estruturas, formas, cores da atualidade, enfim, o comportamento que busca traduzir. Os movimentos contemporâneos acompanham a incessante busca do novo, causada pela velocidade na comunicação com o mundo e do mundo com as pessoas através da mídia, TV e internet, causando assim uma rápida massificação e conseqüentemente um desgaste das novas propostas.

Com isto estamos mais vorazes e insatisfeitos, buscando sempre o diferente, fazendo cada momento mais efêmero.

A controvérsia pela busca do novo ocorre quando visualizamos a multidão e percebemos uma grande massificação, gerando uma sensação democrática, integrada de comportamento, mas quando damos um zoom

¹ professora na graduação do curso de Design de Moda da Universidade Fumec, das disciplinas , Planejamento de Coleção, Oficina de Moda, Núcleo de Projeto e Núcleo de Projeto e Pesquisa de Moda, bem como da pós-graduação de Moda. Professora no curso de Moda e Estilo da Unifenas 2004

percebemos as suas artimanhas e as diferenças apresentadas em cada peça quando analisadas individualmente.

Tomando como exemplo a calça jeans Five Pockets (calça de 5 bolsos lançada por volta de 1873 por Levi Strauss) é a peça que conta a história do século XX e XXI, com o distanciamento do olhar percebemos nas ruas uma multidão uniformizada mas ao aproximarmos detectamos os pequenos mas grandes detalhes, que fazem de uma peça tão básica ser um fator de inclusão ou exclusão social. A diferença se dá pelo poder de algumas grifes serem reverenciadas pela sociedade como situação de status, ao passo que vistos de longe elas ganham um visual igualitário. A rapidez e o acesso das informações que chegam a todos, transforma a massa em um falso perfil democrático, onde a diferença se dá através dos pequenos detalhes e de grande importância social.

A moda é um excelente veículo de estudo para traçar o retrato social. Nela está vinculado os aspectos **CULTURAIS, SOCIAIS, PSICOLÓGICOS E TÉCNICOS**, que podem servir como base acadêmica de um discurso, capaz de construir um novo perfil social da moda.

ASPECTOS CULTURAIS:

A importância em estudar a etnia do país, sentir as suas características, diferenças e interferências. Analisar o Brasil e o seu povo, com tantos perfis físicos e psicológicos assim como costumes diversos, As miscigenações, as estruturas do corpo que vão ganhar singularidades do norte ao sul com todo este conhecimento ficamos capacitados para interpretar os seus desejos em produtos mais adaptadas, resguardando as suas características físicas e regionais.

Com características únicas, a luminosidade gera cores e nuances diferentes pela grandiosidade do sol e a mescla da convivência com grandes centros urbanos, aspectos rurais, matas e florestas são cenários de extrema riqueza num contexto global.

A nossa culinária de diversos temperos e cores, adaptada para o nosso paladar e rica de influências diversas. Interferências que vivenciamos no decorrer da nossa história, principalmente pela atração exercida das nossas

riquezas, nos fizeram absorver interferências desde a nossa colonização, como interferências contemporâneas delineando um cenário propício para a investigação. Tudo isto faz transbordar as nossas cartelas de cores, texturas, estampas e formas.

Esta diversidade de elementos inusitados assim com o estudo das nossas raízes, possibilita uma infinidade de idéias para a interpretação da criação e dos desejos deste imenso país de riquezas inéditas.

ASPECTOS SOCIAIS:

A moda mescla interferências externas e internas a sociedade e cria aspectos democráticos e ditatoriais ao mesmo tempo. Ela se divide em tribos tendo cada uma as suas especificidades, gerando atitudes e posturas diferentes. Dentre as diversas tribos urbanas, à distância vista como iguais, como as tribos underground, com várias vertentes cada uma com comportamento, linguagem e atitudes específicas, criando assim símbolos para simbolizar cada tribo. Este comportamento deixa de ser democrático quando é imposto ao indivíduo o uso do mesmo comportamento e indumentária a partir do momento que tais símbolos definem a inclusão ou exclusão do indivíduo no grupo. A exemplo desta diversidade temos algumas tribos urbanas como os *Axezeiro* que usam abada, tênis e bermuda, *Tranceiro*, usam bota, cachecol, óculos escuro, saia e short, *Sundown* usam cores fluorescentes, *Metaleiro* usam cotuno, taxas, sobretudo preto e crucifixos, *Hard Rocker* usam onça, zebra e calças colantes, *Anos 80*, usam o estilo Cow boy e meia arrastão.

Estas diferenciações acabam criando barreiras, preconceitos e discriminações sociais. Mesmo aqueles que pregam a anti-moda se declarando contra a “moda” (limitada visão), acaba se incluindo a um grupo de moda específico, usando termos exclusivos como *bicho doído*, *ripingos* e outros. Os diferentes aspectos e comportamento de cada tribo delineiam seus traços declarando a sua postura perante as reações que querem passar.

ASPECTOS PSICOLÓGICOS:

O fenômeno das novelas globais fato característico da nossa cultura, projetam no inconsciente coletivo mitos a serem seguidos. Integrado ao nosso dia a dia, faz com que as pessoas percam a definição do seu gosto pessoal. Incorporem o mito pré-produzido eliminando a análise individual. Essas referências pré-determinadas embotam o raciocínio, provocando uma disseminação de idéias e comportamentos que direcionam os indivíduos a agirem e consumirem conforme o modelo apresentado.

Tais processos fazem proliferar situações, experiências, estímulos, ilimitados e em ritmo acelerado, fazendo os sujeitos transitarem entre demandas e desejos diversos, impossibilitando-os de se constituírem como "sujeito unificado". O sujeito que emerge é pura possibilidade, entrecruzamento de identificações e diferenciações, como sujeito mutante e gestor de "identidades próteses", que além de diferenciadas, são muitas vezes contraditórias (MOTA, 2006).

A moda por incorporar mitos e fantasias pode criar situações hilárias, como cruzar com indivíduos literalmente fantasiados, alguém vestido como um cowboy, que acabou de sair de cena de Hollywood, mulheres e homens com rótulos poderosos, indianas, gurus, ciganas etc. Essas alegorias incorporadas ao dia a dia fazem o teatro social contemporâneo.

Trocar a roupa significa mudar de personagem, retratar através do vestuário suas fantasias, mitos, humor diário, o que deseja ser ou sentir.

Outro fenômeno contemporâneo, ligada as imposições de padrões sociais é a valorização e priorização da aparência às questões vitais, cultuando a qualquer preço um estereótipo físico, gerando patologias específicas deste comportamento como a bulimia e anorexia

Maffesoli (1996) que denominou a contemporaneidade como mundo imaginal, em razão da força das manifestações imaginárias, simbólicas, aparentes, instituindo a teatralidade como modo de vida. E o lugar primeiro dessa teatralidade é o próprio corpo, que produz uma auto - imagem, conferindo ao sujeito a possibilidade de contar uma história, de afirmar quem é, poderíamos dizer de anunciar-se. O corpo surge como lugar preparado e ocupado para a produção de identidades sociais desde as primeiras formas societárias, quando se desenvolveram os signos de uma linguagem. O corpo é corpo

social, e sempre foi marcado por pinturas, vestes e ornamentos, cheios de significados que pertencem a culturas específicas (MOTA, 2006).

ASPECTOS TÉCNICOS:

A importância do conhecimento e representação técnica está na concretização da idéia para o produto. Levando em consideração que as proporções são alteradas de acordo com parâmetros individuais, cada um pode interpretar a idéia de acordo com um embasamento próprio. Para fidelizar a idéia a representação gráfica precisa ser descrita e especificada em relação a sua proporção, através de medidas, estrutura para entendimento da forma, matéria prima e detalhes de acabamento para a execução da peça.

O desenvolvimento de um produto segue as seguintes etapas:

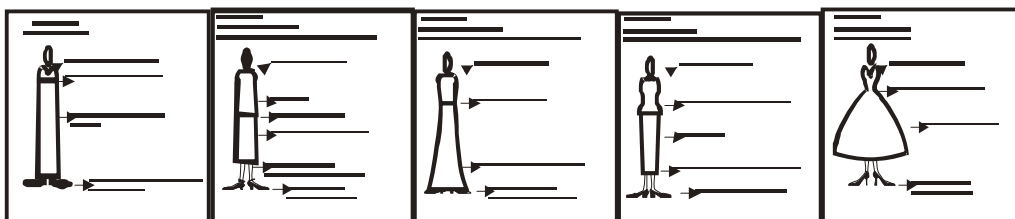
A pesquisa, o esboço da idéia, análise da estrutura e a sua construção, , matéria prima, processo de produção e acabamentos.

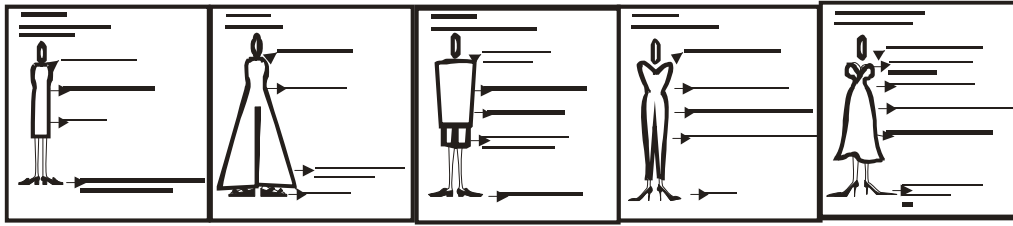
A Pesquisa: culturais, sociais, psicológicos e tendências de moda.

Analisando o que está sendo lançado no mundo, podemos definir a mão ou contra mão destes lançamentos, paralelo a pesquisa cultural, social e psicológica fazendo a adaptação para um público definido.

Esboço da idéia: saber expressar a idéia através das várias formas de representação, define o produto dentro das características pesquisadas e idealizadas

Análise da Estrutura: Analisando a estrutura do corpo humano e as diversas mudanças que ele adquiriu através do tempo, podemos concluir que a modelagem sofre grandes alterações na disposição e projeções dos volumes deste corpo.





Matéria Prima: Pesquisa da matéria prima disponível no mercado ou a necessidade de desenvolvimento de uma matéria prima específica.

Processo de Produção: Conhecimento das várias formas de produção e maquinário para a execução.

Acabamentos: conhecimento dos vários processos de acabamento para a diferenciação do produto com tinturaria, estamparia, bordado e outros.

O PROFISSIONAL DE MODA

Ser um profissional de moda não é apenas saber representar a idéia no desenho e conseqüentemente o desenho em um produto final, mas retratar nele os desejos específicos de cada tribo. Entender a moda na sua totalidade, é saber interpretar no produto as expectativas e desejos contemporâneos.

A complexidade da profissão está em perceber o momento histórico analisado, com todas as suas características e traduzi-lo. Estar atendo as diversidades, analisar o mercado e o seu consumidor específico, seus anseios e desejos e a partir daí concretizar o projeto através deste conhecimento amplo e divulgá-lo no veículo direcionado ao seu público alvo.

O reconhecimento do profissional de moda é a aceitação do produto e conseqüentemente o retorno, seja através da projeção do nome na mídia ou o retorno financeiro, ou um e outro, dentro dos objetivos traçados.

Concluindo, este profissional precisa de uma bagagem ampla de conhecimento, para que possa retratar todas estas características em apenas um produto e fazer com que este produto seja a projeção dos desejos.

Bibliografia

BORGES, Virginia T. Vestidos para mostrar: as máscaras da identidade. Disponível em www.eco.ufrj.br/semiosfera/conteudo_mm_vborges.htm. acesso em 6 de junho de 2005.

ECO, Umberto. *A história da beleza*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LAYER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

MOTA, Dolores. *Moda e Identidade: Aspectos psicossociais da roupa na contemporaneidade*
Disponível em www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=PT&cod=23905.
Acesso no dia 10 de ago. 2006.

PALOMINO, E. *A Moda*. São Paulo: Publifolha, 2002.

