

CULTURA JOVEM: MODA E IDENTIDADE

Youth Culture: Fashion and Identity

Morais, Claudia M.G. Docente, CESUMAR claudinhamgmorais@hotmail.com

Lopes, Gileyde G.F.C Mestre CESUMAR gileyde.lopes@cesumar.br

Resumo

O jovem da modernidade busca através da moda se inserir em uma determinada tribo, comunidade ou identidade sonora. Partindo desse pressuposto esse trabalho tem o objetivo de analisar o comportamento e escolhas dos jovens por meio da moda, os quais tendem a copiar e se inspirarem em determinados ídolos e personalidades.

Palavras Chaves: Comportamento, Moda, Identidade.

Abstract

The young people of modernity search through the fashion to be insert in a particular tribe, community or identity score. Based on this assumption this study aims to analyze the behavior and choices of young people through fashion, which tends to copy and find inspiration in some idols and personalities.

Keywords: Behavior, Fashion, Identity.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como finalidade estudar o comportamento dos jovens, que de tempos em tempos vem mudando seus hábitos e criando novos grupos/tribos a partir da mídia e da comunicação social na moda. Tornando extensivo o conhecimento do assunto para os estudiosos de moda. E analisar porque esses grupos são considerados “antimoda”, mas fazem parte dela.

Os jovens com seus diversos estilos tem sido fonte de lucros no contexto da Moda. Partindo desse pressuposto essa pesquisa é relevante, pois busca identificar e analisar a relação entre Moda e Economia e Identidade Social no universo da moda jovem. A pesquisa também visa analisar a influência psicológica, emocional e comportamental desses indivíduos.

A preferência de estudar os jovens é que eles estão em um período de busca pela identidade própria e aceitação por grupos na sociedade. A identificação por esses grupos geralmente nesta faixa etária é feita por afinidade, por gostos musicais e estilos semelhantes.

Segundo Embacher (2004), na infância e na pré-adolescência a identidade pelo vestuário é ditada pelos pais, e na juventude há uma busca expressa por um estilo próprio. É comum o indivíduo buscar uma vestimenta exótica na tentativa de chamar atenção e de se sentir mais importante. Dentro desta cultura jovem há as chamadas tribos urbanas ou subculturas, onde são encontrados vários estilos, o punk, gótico, hippie, nerd, grunge, emo, *happy rock*, *skinheads*, surfistas, *skatistas*, *heavy metal*, entre outros, que se destacam e são reconhecidos através de sua vestimenta.

Essas culturas adolescentes têm seus estilos próprios e foram fontes de inspiração na moda para muitos estilistas desenvolverem as suas coleções, já que a cultura de rua pode ser considerada historicamente, pois os velhos estilos de rua influenciam designers contemporâneos desde os vestuários aos adornos. (Seivewrighth, 2009).

O jovem, através da moda, serve-se dela com roupas, adornos específicos e semelhantes aos seus ícones. Assim sente-se fazendo parte de um grupo social afetivo. Segundo Garcia & Miranda (2005) – as chamadas “Patricinhas” detestavam os meninos tatuados e de *piercing*. Todavia, a partir

do momento que os seus ídolos começaram a usar esses adornos, eles passaram a fazer parte do seu universo de referência.

Cada época vive uma moda, a moda reflete os acontecimentos da sociedade como os punks nos anos 60, os hippies nos anos 70, e hoje com os famosos *emocore* e *happy rock*, que refletem a sociedade que vivemos hoje, e que influenciaram os novos jovens, principalmente através da música e de seus ídolos.

Para Mafesoli (1998), existe uma multiplicidade de estilos de vida, certo multiculturalismo, para ele conforme as épocas predominam estilos específicos para as relações que estabelecemos com o outro, portanto o indivíduo não vive de maneira isolada, pois ele está ligado aos outros indivíduos na sociedade pela cultura, comunicação, lazer e, essencialmente, pela moda, que não podem se resumir numa questão de gosto e conteúdo, mas como se vive e exprimem as relações coletivas.

Mesmo sem que percebam, esses jovens que se rotulam antimoda depende extremamente dela para se agregarem as suas culturas urbanas, das vestimentas, da aparência estética como cabelo, corpo. Podemos citar os rockeiros que geralmente usam cabelos longos, as patricinhas sempre magras, dentro do modismo ditado pela mídia, os skatistas com seus bonés e, assim, sucessivamente. Sem a moda de um modo geral, eles não teriam como se identificar, se diferenciar da sociedade comum e de outras tribos, para tal necessitam da moda.



Jovens de Tribos Urbanas

Esses jovens, pertencentes a essas culturas e fora das tendências de moda, estão gerando lucro para o mercado de moda. Atualmente existe um mercado que atende esse público com pequenas lojas.

A moda da oportunidade para que o jovem possa experimentar vários estilos de vestimentas e, assim, vivenciar diversos estilos de vida, e isso contribui para que ele

encontre uma identidade tanto na moda quanto

para a vida adulta.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o conteúdo tribos urbanas através de obras de estudiosos de moda, da psicologia social, de economia e de comunicação da moda.

A pesquisa almeja desenvolver um estudo que auxilie aos estudiosos de moda entender a representatividade da moda em seus universos de atuação, entre eles o contexto das tribos urbanas, que influenciam o comportamento social por meio das suas escolhas de moda.

REFERÊNCIAS

EMBACHER, Airton. **Moda e Identidade: A construção de um Estilo Próprio**. 3.ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

GARCIA, Carol, e MIRANDA, Ana Paula. **Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2°.ed. Rio de Janeiro. Editora Forense Universitária, 1998.

SEIVEWRIGTH, Simon. **Fundamentos do design de moda: pesquisa e design**, Porto Alegre, Bookman, 2009.