

## **A moda como fator de contribuição histórica da sociedade<sup>1</sup>**

Isabel Cristina da Silva ASSIS<sup>2</sup>

Douglas Baltazar GONÇALVES<sup>3</sup>

Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, Volta Redonda, RJ

### **RESUMO:**

Esse artigo é uma parte inicial do estudo que tem como objetivo analisar a importância da moda para o mercado editorial brasileiro. Além disso, ao final desse semestre iremos concluir a pesquisa que tem como objetivo entender como Vogue Brasil mantém a produção de conteúdos jornalísticos de moda, em um tempo de convergência de informação dos meios de comunicação. Ao longo desse estudo abordaremos a importância da moda para o mercado editorial a partir de um levantamento bibliográfico, com intuito de contextualizar e ressaltar a importância da história da moda no Brasil e no mundo.

**PALAVRAS-CHAVE:** moda, comunicação, história, hábito, revista.

### **INTRODUÇÃO**

De acordo com Bourdieu (1983) existe certo receio a cerca da moda, e de sua relevância como objeto de estudo. Estigmatizada por muitos intelectuais como um objeto “indigno” de estudo, a moda foi ganhando espaço tanto na mídia quanto em pesquisas no campo científico, de forma gradativa. Com isso, atualmente é possível desenvolver a temática desse estudo, que trata sobre o processo de produção de notícia exclusiva no jornalismo de moda, tendo como objeto de estudo a revista Vogue Brasil.

Segundo Fogg (2013) o termo moda surgiu por volta do século XIV, antes desse período já se tem relatos sobre modos de vestir, porém as indumentárias permaneciam imutáveis por longos períodos, mas a partir da ascensão do capitalismo da Europa, na época, o conceito de moda tal qual conhecemos hoje, começou a se moldar. Porém somente no século XVIII que os modos de vestir mutáveis, deixaram de ser uma vantagem apenas da

---

<sup>1</sup>Artigo submetido ao Intercom Nacional, a ser realizado de 4 a 7 de setembro de 2015.

<sup>2</sup>Estudante do 4º ano do curso de Jornalismo, e-mail: [isaabelassis@icloud.com](mailto:isaabelassis@icloud.com)

<sup>3</sup>Orientador do trabalho. Professor e coordenador do Centro Universitário de Volta Redonda, e-mail: [douglasbgoncalevs@gmail.com](mailto:douglasbgoncalevs@gmail.com)

elite, e foram sendo adotados gradativamente, por grande parte da população urbana da Europa ocidental. Aos poucos a moda ganhou espaço nos meios de comunicação, e o que começou com pequenas ilustrações das roupas vestidas pelos nobres, hoje conta com publicações que se dedicam exclusivamente ao tema.

Este trabalho justifica-se dada a importância das revistas de moda para o mercado editorial. “Hoje, o segmento feminino representa a maior fatia do mercado de revistas” (SCALZO, 2013).

### O Conceito de Moda

“Originado do latim *“modus”*, literalmente “medida”, o termo moda passou a expressar valores tão diversos como conformidade e relações sociais, rebelião e excentricidade, aspiração social e status, sedução e encanto.” (FOGG, 2013, p.8). De acordo com dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, a palavra moda tem o seguinte significado:

**moda**, s. f. (fr. mode). 1. Uso corrente. 2. Forma atual do vestuário. 3. Fantasia, gosto ou maneira como cada um faz as coisas. 4. Cantiga, ária, modinha. 5. Estat. O valor mais frequente numa série de observações. 6. Sociol. Ações contínuas de pouca duração que ocorrem na forma de certos elementos culturais (indumentária, habilitação, fala, recreação etc.). S. f. Pl. Artigos de vestuário para senhoras e crianças. Antôn.: anti-moda. (Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, 1980, p.1156).

De acordo com Fogg (2013) a moda é uma espécie de mecanismo que direciona diversas esferas da nossa sociedade. Sendo assim, mesmo aqueles que se dizem alheios à moda, acabam se rendendo a algum tipo de modismo. Afinal, a moda não diz respeito apenas às roupas ou a maneiras de vestir-se, aplica-se também a inúmeros fatores, tais como música, arquitetura, hábitos e até nomes próprios, ou seja, tudo que varia de acordo com o tempo e é ditado por alguma tendência. Em sua obra Tudo sobre Moda, Fogg afirma que “O desejo de se vestir com elegância transcende as fronteiras históricas, culturais e geográficas”. (FOGG, 2013, p.8). A moda diz muito sobre a história da humanidade, é através dela que temos contato com culturas passadas e dessa forma podemos entender como as antigas civilizações viviam. Segundo Diana Galvão (2006) a moda é um fator decisivo, para que se conheça a história de um determinado período e de seu povo:

A moda é o que seu tempo é, revela a História. Sua realização dá-se num incessante fluxo de vertentes sociais, morais, religiosas, artísticas, políticas,

econômicas, científicas, tecnológicas; vetores interligados os quais formam a celebrada cultura de moda instaurada há centenas de séculos na Europa Ocidental. (GALVÃO, 2006, p.135).

Para compreendermos tal conceito é necessário primeiro, que se conheça e entenda a história da moda, começando nos primórdios da humanidade quando surgiram as primeiras peças de roupas, pois foi através das indumentárias que a moda começou se formar, e hoje transformou-se em um acontecimento de grande relevância mundial.

A roupa é sempre um retrato de uma época, um traço indissociável da sociedade que a produz e a veste, sendo imposta ao indivíduo desde os primeiros suspiros e acompanhando-o mesmo após o fim do seu ciclo vital. Dessa forma, a roupa, a aparência e a moda não podem ou não deveriam constituir uma temática distante dos gabinetes da História, pois sabemos que a construção da História se dá mediante as evidências deixadas pelo ser humano ao longo de sua trajetória. (GONÇALVES, 2012, p.15)<sup>1</sup>

Segundo Braga (2006) a relação do homem com a roupa começou a milhares de anos. De acordo com a história do *Big Bang*, versão científica para a criação do mundo, as roupas surgiram quando os homens pré-históricos perceberam que podiam usar a pele dos animais que caçavam para se alimentar, como proteção contra o frio.

Porém a pele dos animais abatidos, sem nenhum tipo de tratamento enrijecia rapidamente, dificultando os movimentos e tornando seu tempo de uso pequeno, ou seja, as peles precisavam ser trocadas com frequência. Além disso, com as peles duras os homens pré-históricos não conseguiam cobrir todo o corpo. Era preciso então, encontrar maneiras de tornar essa pele maleável.

[...] As peles, inicialmente usadas com o próprio pelo do animal, eram normalmente de urso ou rena e passaram a por processos de mastigação para serem amaciadas. Posteriormente, era normal untar essa pele com óleos ou gorduras animais para atribuir-lhe certa impermeabilidade e maciez, o que dava à peça uma maior durabilidade (BRAGA, 2004, p.18).

Com as peles mais maleáveis foi possível cobrir mais partes do corpo e criar modelos que se adaptassem melhor ao corpo humano. Mais tarde, com a descoberta do fogo, foram inventadas as primeiras agulhas de mão, que eram feitas de ossos e presas de animais, o que tornou possível a elaboração das primeiras roupas. Braga (2006) afirma que as roupas eram presas ao corpo com as garras dos animais ou mesmo ligando umas as outras com os nervos, tendões, fios da crina ou rabo de cavalos.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <[http://mestradohistoria.com.br/imagens\\_sys/Marcos%20ferreira%20Goncalves.pdf](http://mestradohistoria.com.br/imagens_sys/Marcos%20ferreira%20Goncalves.pdf)>. Acesso em: 27 de maio de 2015.

Engana-se quem pensa que as indumentárias no período pré-histórico, tinham a única função de proteção, elas eram usadas também, como forma de comunicação não verbal, isso porque, aqueles que estavam cobertos de peles eram tidos como bons caçadores e quanto mais peles, mais forte significava que eles eram, ou seja, as vestimentas os posicionavam dentro do grupo. A teoria de que as roupas eram usadas somente como forma de proteção contra o frio não explica também, porque os povos que viviam em regiões tropicais adornavam o corpo. Segundo Boucher (2010), o homem pré-histórico que vivia em países quentes, não precisava se aquecer, mais mesmo assim ele estava preocupado em se enfeitar com acessórios, para se diferenciar dos outros membros do grupo.

De acordo com Fogg (2013) mais tarde as antigas civilizações do Vale do Nilo, Eufrates e Indo também começaram a se cobrir. A partir do desenvolvimento da técnica de tecelagem, foram criados os primeiros pedaços de tecidos, que eram drapejados e enrolados em volta da cintura e foram denominados *sarongues*. Depois vieram as túnicas com mangas, túnicas com babados, a *toga*<sup>2</sup> romana, etc.

A partir daí o homem não parou mais de criar modelos e modos de se vestir. Porém, tais maneiras, ainda não eram consideradas como moda, eram apenas um modo de vestir, isto porque, as indumentárias permaneciam imutáveis por um longo período. Uma das principais características da moda é o fato dela ser efêmera, ou seja, estar em constante mutação. Em sua obra Tudo sobre moda, Fogg afirma que:

Uma das características centrais da moda é o fato de se modificar com o tempo. Não estão claras, porém a rapidez, a regularidade e a extensão necessárias nessas mudanças para que se possa qualificar o fenômeno de “moda”. (FOGG, 2013, p.6)

Para Barnard (2003) o processo de uso e descarte na indústria da moda é definido da seguinte forma:

A moda, entretanto, é diferente; logo que um item se exaure, outro toma o seu lugar e assim por diante. Outro nome para esse ciclo de obsolescência internamente construído ou planejado é moda. Consequentemente, o desejo por outro modelo, o mais recente possível, é instantaneamente satisfeito pelo ciclo da moda na pós-modernidade. Esse ciclo é o do desejo pela diferença sem fim (BARNARD, 2003, p. 227).

## A moda da Belle Époque

---

<sup>2</sup> Peça de vestuário característica da Roma Antiga

De acordo com Fogg (2013) a república da Belle Époque é o período compreendido entre 1890 até o início da Primeira Guerra Mundial, em 1914. Essa época ficou marcada pelo luxo, glamour e ostentação. Na mesma época, surgia o movimento *art nouveau*.<sup>3</sup> que influenciou, e muito, a moda daquele tempo.

Na *art.nouveau*, os desenhos tinham como base os caules em vez de pétalas das flores. A moda imitava a arte, e a Belle Époque se caracterizou pelo alongamento da silhueta feminina. Os vestidos foram ajustados acompanhando as curvas sinuosas do corpo (FOGG,2013, p.197).

Ainda segundo Fogg, a moda da Belle Époque foi marcada por mangas volumosas, que foram denominadas como manga presunto. Os decotes eram bem altos, na altura do queixo, os chapéus largos estilo viúva alegre também eram os mais utilizados nessa época. Um novo padrão de beleza foi criado, era o fim das cinturas muito finas, apertadas pelos espartilhos:

Enquanto o auge do período vitoriano foi definido pela criolina e pela cintura fina, a Belle Époque foi associada ao novo corpete saudável em formato “S” de frente achatada ou estilo bico de cisne. A busca pela cintura superapertada, alcançável por meio de espartilho vitoriano (1860;1880); suscitou preocupações sobre a saúde das mulheres. (FOGG, 2013, p.197)

Em resposta a preocupação das mulheres com a saúde, e na tentativa de eliminar o desconforto causado pelos espartilhos vitorianos, que apertavam tanto a cintura, que chegavam à deforma-las permanentemente, surge então, um novo tipo de espartilho, o “abdominal”, que tinha como objetivo alongar a silhueta feminina de maneira mais saudável e menos desconfortável, ele foi criado em 1853, por Inès Gaches-Serraute. “O espartilho em forma de “S” buscava eliminar as complicações médicas criando uma frente achatada com a ajuda de uma haste longa de madeira, inserida na parte frontal do produto” (FOGG, 2013, p.197).

### **A moda do século XX**

O início do século XX foi marcado por significativas mudanças no modo de viver, o que automaticamente influenciou a moda daquele tempo. A abolição dos espartilhos e as mudanças estéticas no vestuário feminino, feitas por Paul Poiret, Coco Chanel e Madeleine Vionet foram relevantes, mas a grande responsável pela drástica mudança na moda

---

<sup>3</sup> *Art Nouveau*. em português “Arte Nova”, foi um estilo artístico que surgiu na França, na década de 1890 e prevaleceu em destaque até a década de 1920. O movimento artístico espalhou-se rapidamente por toda Europa, Estados Unidos e outros países, incluindo o Brasil.

feminina foi mesmo a Primeira Guerra Mundial. Com os homens nos campos de batalha, as mulheres precisaram assumir outros papéis na sociedade.

Revolucionária da moda, Gabrielle Bonheur Chanel, a “Coco” (1883-1971), desenhou roupas para a mulher moderna emancipada. Sua estética despojada e fácil de usar se adaptava com perfeição às necessidades e aos desejos de mulheres com participação ativa no novo século. (FOGG, 2013, p.222)

Nos anos 20 a moda se torna ainda mais acessível, com roupas mais simples, muitas mulheres aprendem a costurar e fazem suas próprias vestimentas em casa. Significativas mudanças marcam a mulher deste século:

A mulher dos anos 1920 se torna também mais atlética e começa a bronzear-se e fazer dieta, pela primeira vez no século (...). Os comprimentos sobem mais e chegam à altura dos joelhos, e é a primeira vez na história ocidental que as pernas femininas podem ser vistas em pública. Os vestidos chacoalham ao som do charleston e do jazz. As mais ousadas aproveitam a chance e começam a usar roupas de homem, fumando em público e reivindicando o direito de votar. (PALOMINO, 2013, p.55)

De acordo com Palomino (2013) a década de 20 foi marcada pelo fim da ditadura dos espartilhos. Com vestidos mais curtos e de cintura baixa, que disfarçavam as curvas do corpo, as mulheres começam a se libertar. É o começo da era feminista. “Sexualmente liberada, de cabelos curtos, fumante e masculina” (PALOMINO, 2013, p.55), esse é o novo ideal de mulher.

Nos anos 30 em reação aos comprimentos mais curtos da década anterior, as medidas voltam a baixar, “de dia usa-se o *demi-molet* (no meio da panturrilha), e à noite, o longo” (PALOMINO, 2013, p.55). A moda nesse período é baseada nos cinemas, as estrelas hollywoodianas são quem ditam as tendências.

As imagens hollywoodianas de desejo e atração sexual influenciam com frequência a moda feminina, e mais do que nunca na era de ouro dos anos 1930, quando os Estados Unidos atingidos pela Depressão buscaram uma fuga no cinema. Estrelas como Carole Lombard e Mae West, as primeiras *bombshells* loiras, tornaram-se líderes de moda, ostentando cintilantes vestidos de cetim branco contra o fundo de superfícies espelhadas dos cenários art. déco. (FOOG, 2013, p.270)

Segundo Fogg (2013) a alta costura francesa era referência na moda de luxo, porém essa moda era restrita a um público específico. A população em geral não tinha acesso, mas o cinema hollywoodiano inovou ao apresentar ao mundo a alta costura francesa, o que influenciou a moda nessa década.

Em 1940, a moda novamente é influenciada pela guerra. De acordo com Palomino (2013) “a guerra vem como catalisador das mudanças na moda” (Palomino 2013, p.56). A Segunda Guerra Mundial (1939-1945) mudou diversos fatores da sociedade, incluindo a moda.

Em termos formais o uso de duas peças se impõe, garantindo praticidade ao *looks*, agora intercambiáveis. As saias ganham fendas para que as mulheres possam andar de bicicleta. A silhueta fica mais próxima ao corpo, devido ao racionamento de tecidos. As pessoas têm uma caderneta que acompanha o número de metros de consumo têxtil anual. A partir de 1940, é proibido gastar mais do que quatro metros para o mantô e um metro para a camisa (as grávidas ficam liberadas dessa determinação). Os cintos de couro não podem ter mais de quatro centímetros de largura. (PALOMINO, 2013, p.56-57)

Eram tempos difíceis, dessa forma a segunda Guerra Mundial prejudicou o desenvolvimento da moda. As roupas começaram a ser reutilizadas e os tecidos sintéticos, como a viscose se tornaram cada vez mais populares. A ordem era economizar. De acordo com Silva (2012) “historicamente, em épocas de crise, a moda torna-se menos ousada”.<sup>4</sup>

Aos poucos o ideal de mulher estabelecido pela Europa foi sendo substituído pelo americano, “as garotas de suéter e as *pin-ups* são verdadeira necessidades das tropas” (PALOMINO, 2013, p.57). Logo após o fim da Segunda Guerra Mundial a moda ressurgiu com o *New Look*<sup>5</sup>, de Christian Dior, que de acordo com Palomino (2013) foi uma das principais revoluções da história da moda. Em fevereiro de 1947, ao lançar sua coleção batizada de *New Look*, Dior quis trazer de volta a imagem de uma mulher feminina, glamourosa e sofisticada, que foi abafado pelos difíceis anos da guerra. Inspirado pela silhueta do século XIX, Dior trás de volta as mulheres o desejo de se vestir com elegância.

A coleção celebrou o retorno da figura da ampulheta, em contraste com a silhueta masculina de roupas inspiradas em uniformes (...) O empenho de Dior no uso extravagante de tecidos – a Maison era financiada pelo fabricante de têxteis Marcel Buossac -, combinado com uma adesão à visão romântica e nostálgica da feminilidade da Belle Époque, resultou em uma coleção que criou furor na imprensa da moda e encabeçou o renascimento do pós-guerra de Paris como centro da moda internacional. (FOGG, 2013, p.303)

Nos anos 50 de acordo com Palomino (2013) a mulher se torna mais sensual, a atriz “Marlyn Moore eterniza o *look* dos anos 1950, estabelecendo um padrão de símbolo sexual que atravessa décadas” (PALOMINO, 2013, p. 58). Outro símbolo de beleza dos anos 50

---

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/73/75>>. Acesso em: 07 de junho de 2015.

<sup>5</sup> A coleção de Christian Dior foi instantaneamente batizada de *New Look* (Nova Imagem), por Carmel Snow, editora de moda da revista americana *Haper's Bazaar*.

foi a também atriz, Audrey Hepburn, que definia a elegância da mulher da época. Com o fim da escassez do pós-guerra, a beleza também se tornou um item importante na moda. Produtos de maquiagem se tornaram essências e empresas investiram mais nesse setor. “A maquiagem estava na moda”<sup>6</sup> Segundo Palomino (2013) “ Spray de cabelo, delineador, salto alto e sutiãs pontudos são heranças da década” (PALOMINO, 2013, p.58).

Os anos 60 foram marcados como a década dos jovens. Pela primeira vez na história os jovens tiveram uma moda própria, era o fim da moda única. Cada vez mais as roupas tinham haver com comportamento.

Os anos 50 chegaram ao fim com uma geração de jovens, filhos do chamado "*baby boom*", que vivia no auge da prosperidade financeira, em um clima de euforia consumista gerada nos anos do pós-guerra nos EUA. A nova década que começava já prometia grandes mudanças no comportamento, iniciada com o sucesso do rock and roll e o rebolado frenético de Elvis Presley, seu maior símbolo. A imagem do jovem de blusão de couro, topete e jeans, em motos ou lambretas, mostrava uma rebeldia ingênua sintonizada com ídolos do cinema como James Dean e Marlon Brando. As moças bem comportadas já começavam a abandonar as saias rodadas de Dior e atacavam de calças cigarette, num prenúncio de liberdade.<sup>7</sup>

De acordo com Cidreira (2008) a moda dos anos 60 é ligada a cultura pop e ao movimento *hippie*, que começou nessa década, mas se firmou mesmo, na década seguinte. Cidreira afirma que a grande vedete dos anos 60 foi sem dúvidas a minissaia, criada por Mary Quant, em 1965, e que fazem sucesso até hoje.

Mary Quant diminuiu o comprimento das saias, colocou cinturas para baixo, usou faixas horizontais e inserções triangulares de pregas na linha da bainha para permitir o movimento. Suas roupas eram divertidas, fáceis de usar, rejeitando tudo que fosse engomado e formal; eram os jovens que ela buscava enquanto consumidores. (CIDREIRA, 2008, p.39)<sup>8</sup>

Os anos 60 também foram marcados pelos movimentos feministas, as mulheres buscavam cada vez mais, conquistar os espaços que antes eram destinados apenas aos homens. De acordo com Palomino (2013) com as pílulas anticoncepcionais as mulheres se tornam cada vez mais livres e sexualmente ativas. “Em 1966, Yves Saint Lauren inventa o smoking para as mulheres, numa ruptura do masculino/feminino influente até hoje” (PALOMINO, 2013, p.60).

---

<sup>6</sup> Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/30934083/Moda-e-habitos-nas-decadas-de-1940-e-1950#scribd>>. Acesso em: 07 de junho de 2015.

<sup>7</sup> Disponível em: < <http://almanaque.folha.uol.com.br/anos60.htm>>. Acesso em: 11 de junho de 2015.

<sup>8</sup> Disponível em: < <http://www2.ufrb.edu.br/reconcavos/edicoes/n02/pdf/Renata.pdf>>. Acesso em 11 de junho de 2015.



O movimento *hippie* que teve início na segunda metade dos anos 60, continuou na década seguinte e ganhou ainda mais força. Foi nos anos 70 que o estilo paz e amor, filosofia do movimento *hippie*, chegou ao seu apogeu. Segundo Tolentino (2014) “os anos 70 foi inovador. Tudo que as pessoas sabiam sobre moda mudou.” Isso porque nessa época surgiu o movimento anti-moda, as pessoas pararam de seguir a moda imposta, e começam a criar modos de vestir próprios. É o começo de uma moda cada vez menos massificada. De acordo com Silva (2012) os anos 70 caracterizou um período da moda em que as pessoas, em especial os jovens, buscavam por imagens individuais. Entre as características mais marcantes na moda dos anos 70 estão as cores vibrantes, tecidos de brilhantina, imagens psicodélicas, coletes de couro, franjas e a *calça flare*. As calças *jeans* também foram um fator marcante na moda dessa década “esse período também é o mais forte para calça *jeans*, desde que foi criada, na década de 50.” (FERNANDES, 2009, p.11)<sup>9</sup>

Foi nos anos 80 que a moda começou a ganhar status no mundo. De acordo com Palomino (2013) a música tem grande influência na moda dessa época, assim como “o culto ao corpo vive seu auge, com a ginástica e sua estética celebradas na moda e no dia a dia” (PALOMINO, 2013, p.62). A moda dos anos 80 era fortemente influenciada por uma tendência *fitness*, *collants* e polainas são características marcantes dessa década. Assim como *Tailleurs* e ombreiras.

Ao contrário da década passada, que foi marcada por extravagâncias, os anos 90 têm como principal característica o minimalismo e a logomania.

Foi a década do minimalismo extremo, do uso da cor preta, do salto impulsionado da tecnologia. O “estrelismo” das supermodels tornava-se cada vez maior e as marcas de moda perceberam o satisfatório retorno dos investimentos em publicidade. Surge uma diversidade de estilos: os grunges, os clubbers, as heroins chics, estas últimas, bem exploradas através das fotografias de moda. No final da década surge a logomania, onde o importante era mostrar claramente que se estava usando algo de grife. (BARBOSA;SHOJI)<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2098/2/20564650.pdf>>. Acesso em 17 de junho de 2015.

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://antennaweb.com.br/antenna/edicao2/artigos/pdf/artigo5.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

De acordo com Barbosa e Shoji<sup>11</sup>, a moda dos anos 90 foi marcada pela diversidade de estilos. As pessoas podiam adotar várias maneiras de vestir-se, sem precisar seguir um padrão pré-estabelecido.

As novas gerações deixavam de adotar novas modas padronizadas. A roupa passou a ser vista como elemento de criação, com muitas possibilidades de expressar seu individualismo.<sup>12</sup>

Em sua obra *Moda: O século dos estilistas*, Seeling (2000) afirma que o fim do século XX foi marcado pela globalização. Com isso as pessoas passam a ter mais acesso as informações de todo o mundo. Isso influencia muitos aspectos da vida moderna, inclusive a moda. Surgem as semanas de moda, os grandes desfiles, e as modelos passam a ser consideradas estrelas, *status* que antes era atribuídos as atrizes *hollywoodianas*. As tendências passam então a ser mundiais, os modos de vestir são similares. Para Palomino (1999) “os anos 90 testemunham o crescimento de tendências e estilos que, cada vez mais se tornam difíceis de categorizar.”

### **A moda no século XXI**

Para Gostinski (2009) “os anos 2000 protagonizam a consolidação da era da globalização”. (Gostinski, 2009, p.82)<sup>13</sup>. As mudanças são ainda mais aceleradas, o acesso a informação é cada vez maior e mais dinâmico, dessa forma a mídia passa a ser grande influenciadora na vida das pessoas.

Segundo Silva (2012) “o início do século XXI é marcado por duas tendências: a que nada se cria, e tudo se copia e a moda vem e vai”, isso porque o que podemos ver nesse novo milênio são releituras de décadas passadas. A cada temporada uma década é celebrada. O século XXI é caracterizado por uma grande gama de tendências, o que vemos hoje, é um movimento inverso, onde as tendências vão das ruas para as passarelas.

(...) hoje, o must quase só é conhecido por um público circunscrito de profissionais ou de iniciados, a maioria não sabe mais exatamente o que está na

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://antennaweb.com.br/antenna/edicao2/artigos/pdf/artigo5.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

<sup>12</sup> Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda\\_2012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/103494\\_A\\_Moda\\_no\\_Brasil\\_a\\_irreverencia\\_dos\\_anos\\_noventa.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/103494_A_Moda_no_Brasil_a_irreverencia_dos_anos_noventa.pdf)>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

<sup>13</sup> Disponível em: <[http://www.intelectoc.com.br/files/artigos/Relevancias\\_da\\_historia\\_da\\_moda\\_dos\\_anos\\_10\\_a\\_virada\\_do\\_seculo\\_XX.pdf](http://www.intelectoc.com.br/files/artigos/Relevancias_da_historia_da_moda_dos_anos_10_a_virada_do_seculo_XX.pdf)>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

ponta do novo, a moda se assemelha cada vez mais a um conjunto vago, cujo conhecimento é distante e incerto. Simultaneamente, o fora de moda perde sua radicalidade; ainda que não desapareça, é mais impreciso, menos rápido, menos ridículo”. LIPOVESTKTY, GILLES (1989,pág..142)

De acordo com Gostinski (2009) “a cara dos anos 2000 ainda está se formando e só se terá certeza de sua feição quando romper-se a barreira da década.” O século XXI confirma a teoria de Barnard (2003) de que a moda é um ciclo de mudanças constantes.

## **JUSTIFICATIVA**

Em sua obra “Alta Costura e Alta Cultura”, Bourdieu (1983) disserta sobre o preconceito que existe acerca da pesquisa de temas considerados sem importância, e por isso seriam “indignos” de serem estudados:

O título desta comunicação não é uma brincadeira. Vou realmente falar das relações entre a alta costura e a cultura. A moda é um assunto muito prestigiado na tradição sociológica e, ao mesmo tempo, aparentemente um pouco frívolo. Um dos objetos mais importantes da sociologia do conhecimento seria a hierarquia dos objetos de pesquisa: um dos vieses através dos quais se exercem as censuras sociais é precisamente esta hierarquia de objetos considerados como dignos ou indignos de serem estudados. (...) se quero comunicar alguma coisa esta noite é justamente a ideia de que há lucros científicos ao se estudar cientificamente objetos indignos. (BOURDIEU, 1983, p.1)

Considerada por muito tempo como acontecimento de menor importância, a moda foi ganhando espaço de maneira gradual e hoje não a como negar que “o sistema da moda se tornou um fenômeno global” (FOGG, 2013, p.7).

A partir do momento em que se percebeu que moda é muito mais do que apenas roupas, o mercado foi se abrindo e a moda foi entrando em outros setores da sociedade. A moda foi um dos principais fatores que impulsionaram a segmentação editorial e a criação das revistas. “Hoje, o segmento feminino representa a maior fatia do mercado de revistas” (SCALZO, 2013).

## **CONCLUSÃO**

A relação entre moda e a mídia configurou-se em algo indissociável, uma vez que a imprensa tornou-se essencial para a disseminação da moda vigente de cada época. A partir da propagação da moda, torna-se possível entender o contexto histórico de um determinado período e de sua sociedade.

## **REFERÊNCIAS INICIAIS**

AMARAL, Felipe. **Moda e identidade cultural**. Disponível em: <[http://www.casadosaber.com.br/sp/media/mediauploader//m/o/modaeidentidadecultural\\_r elatorio1.pdf](http://www.casadosaber.com.br/sp/media/mediauploader//m/o/modaeidentidadecultural_r elatorio1.pdf)>. Acesso em 19 de março de 2015.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro, Rocco, 2003.

BARBOSA, Josiane; SHOJI, Marisa Yori. **Supermercados de estilo: a moda aberta**. Disponível em: < <http://antennaweb.com.br/antenna/edicao2/artigos/pdf/artigo5.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

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

BORDIEU, Pierre. **Alta Costura e Alta Cultura**. Disponível em: <<http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/babel/textos/bourdieu-alta-costura.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2015.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

BRAGA, João. **História da Moda: uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

CARELLI, Gabriela. **O inventor do luxo**. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/310805/p\\_110.html](http://veja.abril.com.br/310805/p_110.html)>. Acesso em 19 de março de 2015.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda nos anos 60/70 (Comportamento, aparência e estilo)**. Disponível em: < <http://www2.ufrb.edu.br/reconcavos/edicoes/n02/pdf/Renata.pdf>>. Acesso em: 11 de junho de 2015.

**DICIONÁRIO Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Mirador Internacional, 1980.

FOOG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Tradução pro Débora Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FERNANDES, Vivian Campelo. **Mercado Alternativo de Moda / Acessórios em Brasília**. Disponível em: < <http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2098/2/20564650.pdf>>. Acesso em: 17 de junho de 2015.

GALVÃO, Diana. **A internet Fashion – um passeio pela estética digital**. In: CASTILHO, Kathia; VILLAÇA, Nízia. (org) *Plugados na Moda*. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2006.

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

GONÇALVES, Marcos Ferreira. **Roupa de Ver Deus: Cotidiano e Vestimenta em Salvador (1958-1968)**. Disponível em: <[http://mestradohistoria.com.br/imagens\\_sys/Marcos%20ferreira%20Goncalves.pdf](http://mestradohistoria.com.br/imagens_sys/Marcos%20ferreira%20Goncalves.pdf)>.

Acesso em 27 de maio de 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras. 1989.

**Mídia Kit 2015 Vogue Brasil**. Disponível em: <[http://editora.globo.com/midiakit/vg/midiakit\\_vg.pdf](http://editora.globo.com/midiakit/vg/midiakit_vg.pdf)>. Acesso em 21 de março de 2015.

OLIVEIRA, Vanessa Melo; FARIA, José Neto; NAVALON, Eloise. **Design, moda e vestuário no século XIX (1801-1850)**. Disponível em: <<http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/70169.pdf>>. Acesso em: 07 de junho de 2015.

PALOMINO, Erika. **A Moda**. 4ª ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

PALOMINO, Erika. **Babado Forte: moda, música e noite na virada do século 21**. São Paulo: Mandarim, 1999.

PASSOS, Andre Schmidt; CAMARGO, Gabriela Martins. **O papel da mulher e a indumentária do século XIX pela perspectiva do filme Anna Karenina**. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda\\_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-7-FIGURINO\\_COMUNICACAO-ORAL/O-papel-da-mulher-e-a-indumentaria-do-seculo-XIX-pela-perspectiva-do-filme-Anna-Karenina.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-7-FIGURINO_COMUNICACAO-ORAL/O-papel-da-mulher-e-a-indumentaria-do-seculo-XIX-pela-perspectiva-do-filme-Anna-Karenina.pdf)>. Acesso em 07 de junho de 2015.

TOLENTINO, Tainá. **A moda nos anos 70**. Disponível em: <<https://www.trabalhosgratuitos.com/Sociais-Aplicadas/Hist%C3%B3ria/A-Moda-Nos-Anos-70-380503.html>>. Acesso em 13 de junho de 2015.

RIELLO, Giorgio. **História da Moda da Idade Média aos Nossos Dias**. 1ª ed. Lisboa: Texto e Gráfia, 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

SIMMEL, George. 1957. apud Flores, Ana Marta. **Jornalismo de moda online no Brasil**. 2008, p.13. Disponível em: <<https://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/ana-marta-moreira-flores.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2015.

SEELING, Charlotte. **Moda: O Século dos Estilistas: 1900-1999**. 1ª ed, Colônia: Könemann, 2000.

SHOEMAKER, Pamela. **Teoria do Gatekeeping – construção e seleção da notícia**. Tradução por Vivian Nickel. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, Gabriela Jobim. **Design 3D em tecelagem jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos : aplicação em acessórios de moda**. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3152/4/Cap.%20II%20-%20ESTADO%20DA%20ARTE%20-%20Moda.pdf>>. Acesso em 21 de maio de 2015.

SILVA, Angela A. Gimenes. **História da Moda: da idade média à contemporaneidade do acervo bibliográfico do Senac – Campus Santo Amaro**. Disponível em: <<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/73/75>>. Acesso em: 03 de junho de 2015.

SOUZA, Brenda Luiza de; INÁCIO, Caroline Maria Vicente; SAUER, Diego Luis; SILVA, Jéssica da; SANTOS, Nately Maiara dos. **A moda no Brasil - a irreverência dos anos noventa**. Disponível em: < [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda\\_2012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/103494\\_A\\_Moda\\_no\\_Brasil\\_a\\_irreverencia\\_dos\\_anos\\_noventa.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/103494_A_Moda_no_Brasil_a_irreverencia_dos_anos_noventa.pdf)>. Acesso em 15 de junho de 2015.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e Comunicação: A Indumentária como Forma de Expressão**. 2005. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>>. Acesso em: 01 de junho de 2015.