



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.
volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

MODA E CONTEMPORANEIDADE: AS IMAGENS DE MODA COMO DOCUMENTAÇÃO DO CONTEMPORÂNEO E SEU TRAJETO DE DESENVOLVIMENTO

Izabel Marques Cruz¹

RESUMO

Considerando as proposições de alguns importantes autores que discutem sobre moda, cultura, gênero e mundo contemporâneo esse artigo discute sobre uma importante função social da moda: documentar, com seus recursos, princípios e valores de uma época. Mostra alguns indícios de como a imagem de moda se apresenta como documentação do contemporâneo, ou seja, tudo o que perpassa o tempo vivido, e sua propagação e movimento permite o surgimento de novas abordagens estéticas.

Palavras-chave: Moda. Cultura. Contemporâneo. Gênero.

Efêmera por excelência, a moda sempre teve gosto pela novidade, e só foi possível começar a vivê-la após o final da Idade Média, quando, segundo o filósofo Lipovetsky, “a renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24). Somente quando o valor do transitório se sobrepôs ao da tradição é que a moda conseguiu se instaurar de vez, pois, ainda como alega o filósofo, sua instabilidade significa que o parecer não está mais sujeito à legislação intangível dos ancestrais, mas que procede do puro desejo humano. De acordo com Baudrillard (1996):

¹ Designer de Moda - Universidade FUMEC, mestranda do Programa em Estudos Culturais Contemporâneos – Universidade FUMEC.



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.

volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

[...] não há moda a não ser no quadro da modernidade. Isto é, num esquema de ruptura, de progresso e de inovação. Em qualquer contexto cultural, o antigo e o moderno se alternam significativamente. Mas só para nós existe, depois das Luzes e da Revolução industrial, uma estrutura histórica e polêmica de mudança e de crise. Ao que parece, a modernidade instala simultaneamente o tempo linear, o do progresso técnico, da produção e da história, e um tempo cíclico, o da moda. (BAUDRILLARD, 1996, p.115)

Georg Simmel (2008) defendia que somente no espaço urbanizado e industrializado a moda se desenvolveu de fato, uma vez que as grandes cidades acentuam a individualidade e elevam a um novo status os cuidados da aparência pessoal, tornando a moda um elemento de suma importância na exteriorização da personalidade de cada um. A urbanização foi responsável por gerar a tomada de consciência da subjetividade humana, pois a ampliação dos círculos sociais e o maior contato com as pessoas geraram uma preocupação acerca da autoimagem.

Sendo um fenômeno cultural que reflete os padrões estéticos inseridos em uma sociedade, a moda é o signo da novidade e permite ao indivíduo se qualificar e se resignificar, além de captar com fidelidade a consciência de um tempo, isto é, tudo aquilo que se passa em determinada época e, por isso, muda com tanta facilidade. Pode-se dizer que a moda é o mecanismo que doou à modernidade, e doa à contemporaneidade, a capacidade da mudança. Como ressalta Holzmeister (2010), “a moda capta a energia de cada época e transforma em imagem, tendo como suporte o corpo” (HOLZMEISTER, 2010, p.16), ou seja, toda a expressão do *zeitgeist* da contemporaneidade é convertida em imagem que, conseqüentemente, retrata as formas vigentes do corpo.

Nossa percepção do corpo humano é sempre dependente das modas dominantes da época, e nossa percepção das modas é, por sua vez, dependente de como são representadas visualmente em pinturas, fotografias ou outros meios. (SVENDSEN, 2004, p.87).

De acordo com Poschardt (1999), “uma olhada para os últimos vinte anos da fotografia de moda expõe nossa cultura visual: ela explica as raízes, distorções, mostra uma beleza radiante e detalhes sangrentos, ambos no banal e no sublime” (POSCHARDT, 1999, p.7). Com o passar das estações, inúmeras

ISSN 2318-5724

Achiote.com	Belo Horizonte	v.4	n.2		2016
-------------	----------------	-----	-----	--	------

imagens são geradas e descartadas em uma velocidade voraz, e apenas as mais memoráveis, aquelas que extraem o eterno do transitório, como disse Baudelaire (1997), ficam na lembrança.

Desde que a moda se consolidou com o fortalecimento do capitalismo, passou por diversas fases até chegar ao presente momento e, se analisada como um todo, de seu início até agora, não haveria nenhum espanto, pois é nítida cada transformação, cada detalhe.

Dessa forma, todo o ideal imagético de uma época pode ser percebido nas publicações de moda, e uma vez que o corpo é o suporte da roupa, ele também sofre alterações que refletem o espírito do tempo. No livro *Moda: uma Filosofia*, Lars Svendses (2004) alega que “o corpo se tornou um objeto de moda especialmente privilegiado. Ele parece ser algo plástico que pode mudar constantemente para se adequar a novas normas à medida que elas emergem” (SVENDSES, 2004, p.85). Essa ideia de corpo como suporte das representações do tempo é reforçada pelo curador do *Metropolitan*, Harold Koda, que diz que “a moda é a evidência do impulso humano de aproximar o corpo de um ideal transitório” (KODA apud SVENDSEN, 2004, p.93). Dessa forma, o ideal de cada época imprime-se no corpo e, conseqüentemente, na imagem de moda.

É importante ressaltar que a fotografia de moda dialoga com o tempo em forma de imagem: ela apresenta todo o ideal estético de uma época, e é por esse motivo que apontar os editoriais de moda como objeto de análise para caracterizar uma época é válido.

A contemporaneidade nada mais é que o próprio tempo. Entretanto, ela não consiste apenas no próprio tempo, mas, como conceitua Agamben (2009), é uma relação particular com o tempo vivido: perceber as trevas, o escuro de sua época ao invés das luzes que atrapalham a visão. Porém o escuro citado não configura a simples ausência de luz, mas o resultado de uma não passividade em perceber o próprio tempo, ou seja, neutralizar as luzes que provêm da época para descobrir suas trevas.

Por conseguinte, para melhor compreender a imagem de moda da contemporaneidade, é necessário retomar a época que a influenciou. Sendo assim, a década de 1990 revela-se como precursora da imagem de moda da contemporaneidade. “É como se aquela invisível luz, que é o escuro do presente, projetasse a sua sombra sobre o passado, e este, tocado por esse fecho de sombra, adquirisse a capacidade de responder as trevas do agora” (AGAMBEN, 2009, p.72).

Após uma década em que o luxo e o glamour estavam em voga, era das supermodelos e dos milionários cachês, os anos 80 cultuavam um corpo perfeito: proporções equilibradas, corpo esguio e curvilíneo. Sendo assim, como alega Holzmeister, “para que surja uma nova tendência, a anterior precisa morrer; uma nova tendência surge centrada exatamente no contrário da anterior, trazendo, assim, a impressão do novo” (HOLZMEISTER, 2010, p. 21). Em negação à década anterior, os anos 1990 propuseram uma imagem oposta: começou a ser veiculado nas publicações de moda um ideal de corpo andrógino, extremamente magro, beirando o doentio e remetendo ao uso de drogas, materializado pela modelo Kate Moss, ícone do *heroin chic*. O visual causou polêmica na época, sendo até censurado pelo presidente dos Estados Unidos no momento, Bill Clinton.

Esse novo ideal de corpo remetia aos cenários urbanos e degradantes, o que se refletia também na atitude das modelos, sempre apáticas e deprimidas. Ambientes com pouca luz, cinzeiros sujos, bebidas alcoólicas, cabelos aparentando estar sujos, pele pálida, móveis velhos, todos esses aspectos compunham a estética da imagem de moda noventista.

Essas características podem ser apontadas como uma consequência à síndrome do final do século XX, uma vez que, em meio a uma infinidade de dúvidas e pessimismo, desastres ecológicos e uma série de avanços tecnológicos galopantes, configuraram uma espécie de medo, que a moda captou, “transformando em imagem e tendo como suporte o corpo”

(HOLZMEISTER, 2010, p. 16). Sendo assim, como em diversas outras épocas, o corpo se apresentou como suporte não só para a criação da roupa, mas como reflexo do imaginário social que permeava na época.

A tecnologia se apresenta como um fator essencial na difusão das novidades, e principalmente, fortifica o surgimento de novas abordagens estéticas, não só pelo uso do computador para manipulação de imagens, mas também pela rapidez em que os costumes se propagam e geram novas tendências. Como discorre Baudrillard, citado em Holzmeister (2010), “trata-se da realidade contaminada por seu simulacro, uma vez que a moda é espontaneamente contagiosa” (BAUDRILLARD apud HOLZMEISTER, 2010, p. 42).

Em torno dos acontecimentos da década de 1990, alguns temas se destacaram como produtores da experiência de tempo da época, são eles o já citado *heroin chic*, bonecas e ciborgues, que, conseqüentemente, influenciaram a imagem de moda da contemporaneidade. Como pontua Holzmeister (2010), “tanto no século XIX como no XX, as bonecas foram idealizadas à semelhança das mulheres adultas, e vestiam, inclusive, os mesmos estilos de roupas” (HOLZMEISTER, 2010, p. 19). Em oposição a essa idealização da mulher, diversos fotógrafos propuseram uma inovadora abordagem das bonecas, com o paradoxo animado/inanimado, colocando em pauta a forma na qual a sociedade tratava o sexo feminino. Nesse sentido, Baudrillard (1996) observa que “a moda faz parte de um mesmo sistema que inclui outras modalidades de exclusão e exploração, e que, sob o signo da beleza e o princípio do prazer, a mulher é separada da vida de si mesma e do seu corpo” (BAUDRILLARD, 1996, p. 128).

Já o aspecto ciborgue, que também faz menção aos opostos animado/inanimado, traz à tona o *Ciborgue Manifesto*, de Donna Haraway, que discute o quanto de artificial existe no ser humano, uma vez que considerando os avanços tecnológicos que possibilitam a construção de um corpo artificial, fragmentado. Portanto, o ciborgue aponta para um corpo em construção, que,

metaforicamente, como alega Silva (2000), é o meio para discutir a identidade e a subjetividade no contemporâneo.

Uma das mais importantes questões de nosso tempo é justamente onde termina o humano e onde começa a máquina? Ou dada a ubiquidade das máquinas, a ordem não seria inversa? [...] ironicamente, a existência do ciborgue nos intima a perguntar sobre a natureza do humano: quem somos nós? (SILVA, 2000, p.12 e 13).

Como dito anteriormente, uma época nega a anterior e, portanto, a chegada do século XXI renovou toda a imagem proposta no final do século passado: “Durante os seis primeiros anos do século XXI, viu-se nos desfiles, catálogos e ensaios de revistas uma verdadeira ode à alegria e à saúde” (HOLZMEISTER, 2010, p.57), personificada pela modelo brasileira Gisele Bündchen, apelidada pelo estilista Alexander McQueen de “the body”. Após esse culto à felicidade da primeira década dos anos 2000, pode-se perceber alguns sinais que remetiam ao espírito do tempo da década de 1990: a quebra de padrões, a veiculação de uma imagem de moda que não exaltava o belo mas questionava a identidade.

De uma forma mais direta, as imagens propostas pelos editoriais dos últimos anos retomam da estética noventista do *grunge*, porém de forma diferente da apresentada à época. O corpo continua delgado, porém, não faz associação ao uso de drogas.

A imagem de moda a partir de 2010 não faz menção unicamente à estética noventista, ela propôs algo novo: o questionamento da identidade de gênero. Desde então, diversos âmbitos da cultura começaram a propagar essa nova faceta do contemporâneo.

Se analisarmos as publicações de moda dos últimos anos, diversos editoriais abordam a transgeneralidade, seja pela escolha dos modelos ou pela estética escolhida. Diversas marcas vêm reforçando esse novo ideal de corpo contemporâneo, o que reflete em suas campanhas publicitárias. A modelo



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.

volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

Saskia de Brauw foi a escolhida pela marca francesa Saint Laurent Paris para protagonizar a campanha masculina primavera/verão de 2013.

Portanto, ao observar os editoriais das publicações de moda da atualidade, é notória a transposição da contemporaneidade na imagem e, ao se fazer uma análise mais minuciosa, percebe-se a veiculação de um corpo ambíguo, ora feminino, ora masculino, e na maioria das vezes, indefinido. Há uma dúvida quanto ao gênero apresentado na imagem, tendo em vista que, cada vez mais, a estética andrógina vem se tornando preponderante não somente nas revistas de vanguarda, como a *I.D e Candy*, mas, também, nas edições da *Vogue* e da *Elle* de todo o mundo.

É de suma importância pontuar, neste momento, quais foram os acontecimentos que culminaram o surgimento dessa ampla gama de identidades de sexuais, largamente explorada pela moda atualmente. Desde que a moda se consolidou como fenômeno e o valor do efêmero se sobrepôs ao da tradição, a construção identitária de gênero, isto é, o modo como o sujeito se apresenta à sociedade pela imagem, tornou-se fragmentada, plural. O próprio processo de desenvolvimento da moda, pautado pela renovação das tendências, pela busca de novos temas, propiciou maior enfoque na questão da imagem ambígua. Como salientado previamente, a androginia já aparecia nas publicações há algum tempo, entretanto, só após a primeira década do século XXI ela foi um tema de destaque. O aumento da circulação das informações proporcionado pela globalização gerou conhecimento sobre os diversos acontecimentos do mundo, como a questão da homossexualidade, os tabus de casamento de pessoas do mesmo sexo e da transgeneralidade. Diversas discussões ganharam força após essa quebra de conceitos tradicionais, e a moda, que capta a essência do tempo, refletiu essas mudanças nos editoriais. Segundo Hall (apud JAYME, 1996),

Quanto mais a vida social torna-se mediada pelo marketing global de estilos, lugares e imagens, pelos trânsitos internacionais, por imagens de mídia e sistemas de comunicações em redes globais, mais as identidades tornam-se descartáveis – desconectadas de tempos,



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.

volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

lugares, histórias e tradições específicas, parecendo estar à deriva.
(HALL apud JAYME, 1996, p.57).

Em suma, como apresentado durante o texto, a imagem de moda se apresenta como documentação do contemporâneo, ou seja, tudo o que perpassa o tempo vivido, e sua propagação e movimento permite o surgimento de novas abordagens estéticas.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEM, Giorgio. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. São Paulo: Argos, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Loyola, 1996.
- HOLZMEISTER, S. **O estranho na moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- JAYME, J. Travestis, transformistas, *Drag queens*, transexuais: identidade, corpo e gênero. **VIII Congresso Luso-afro-brasileiro de Ciências Sociais**, 2004.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2010.
- MESQUITA E CASTILHO, C. e K. **Corpo, moda e ética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- POSCHARDT, Ulf. **Archeology of Elegance**. New York: Rizzoli, 1999.
- PRECIOSA E MESQUITA, R. E C. **Moda em ziguezague- interfaces e expansões**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- SVENDSEN, Lars, **Moda: Uma Filosofia**. São Paulo: Zahar, 2010.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**, Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008.