

MODA, CULTURA BRASILEIRA E O CENÁRIO SOCIAL: Reflexões sobre o dinamismo da moda

AUGUSTO, Letícia de J.; Graduanda; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - Campus Passos,
leticia.augusto@alunos.ifsuldeminas.edu.br

FERREIRA, Flávio C.; Graduando; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - Campus Passos,
flavio.cunha@alunos.ifsuldeminas.edu.br

DUARTE, Filipe; Graduando; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - Campus Passos,
filipe.duarte@alunos.ifsuldeminas.edu.br

Área temática: () Design de Moda e Sustentabilidade; () Design de Moda, Modelagem e Ergonomia; () Design de Moda, Materiais, processos produtivos e processos têxteis; () Design de Moda, produto, produto conceito, produto autoral; **(X) Design de Moda e Comunicação;** () Moda, Corpo e Gênero; () Design, Cultura e Relações Étnico Raciais na Moda.

Resumo: Este texto apresenta uma revisão bibliográfica buscando entender o papel da moda na sociedade a partir da provocação do Jornalista Rener Oliveira ao destacar o processo de massificação de tendências e esvaziamento cultural através das roupas de Festa Junina. Aqui foram trazidas reflexões sobre a expressão de identidade, o processo de desapropriação cultural e como a moda atravessa os nossos tempos.

Palavras-chave: Moda no Brasil; Tempo e Moda; Massificação de tendências.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho surgiu através da provocação trazida pelo texto de Renner Oliveira intitulado “a massificação de tendências e o esvaziamento cultural das festas juninas através das roupas” publicado em seu perfil na rede social Instagram em 15 de junho de 2022 utilizando como pano de fundo uma foto da cantora e vencedora do Big Brother Brasil, Juliette Freire e da cantora carioca, Anitta. O texto citado aborda o apagamento histórico, identitário e cultural que a tradicional Festa Junina vem sofrendo no decorrer dos anos através da moda, em que os trajes típicos, que lembram e caracterizam a festa, vêm sendo substituídos por figurinos pouco representativos. Dito isso e após a leitura do texto, surgiu a indagação: a moda sempre foi um forte elemento de comunicação e parte constituinte e importante da identidade de um povo. Sendo assim, a moda seria um marco temporal que dependendo da sua função na sociedade deve permanecer imutável diante do cenário relevante à época?

Para responder a tal questão, e auxiliar na construção desta pesquisa, realizou-se uma revisão bibliográfica para buscar entender a relação da moda com a expressão de identidade, a identidade cultural trazida pelas festas tradicionais e como a moda se comporta na sociedade. Este artigo não pretende questionar a constatação acerca da massificação de tendência e esvaziamento cultural trazida pelo autor, seu objetivo é trazer reflexões acerca deste panorama e aumentar as discussões sobre a função histórica e social da moda no país.

1.1 A moda como expressão de identidade

O conceito de identidade tornou-se um elemento curioso devido a ambiguidade em relação a sua definição. Acredita-se que o anseio para falar sobre ela é um sintoma da pós-modernidade e possui precedentes para ser observada por meio de diferentes prismas. Alguns estudiosos ligam a identidade como sendo um “conceito de si”, “representação de si” e “sentimento pessoal”

através de uma perspectiva de identidade social, com características individuais que podem também remeter a algum grupo. Já alguns outros autores compreendem a identidade cultural como particularidades atribuídas a um indivíduo ou grupo por ele se sentir pertencente a uma cultura específica (MORESCO; RIBEIRO, 2015).

No entanto, um grupo social é definido justamente por aquilo que ele não é, ou seja, pelo que o diferencia de outros grupos, sendo assim a identidade é algo que não nasce naturalmente, mas que é construída pelos grupos através de diferentes processos discursivos (MORIGI, 2005). Assim, no mundo contemporâneo, discute-se o conceito de identidade decorrente do sentimento de pertencimento a alguma estrutura estável e fixa, tanto individuais como coletivas, que por ora estão cada vez mais fragmentadas, descentralizadas e descontinuadas (MORIGI, 2005).

Emerenciano (2005) evidencia o fato de a vestimenta corporal ser um produto da cultura material humana capaz de expressar diferentes significados, sendo por este motivo um instrumento de organização utilizado em diversas sociedades. Porém, Salvador (2020) lembra que a moda é um meio de comunicação e uma forte simbologia, capaz de transformar a visão sobre o corpo humano, expressando o universo e a identidade pessoal de cada indivíduo.

2.2 A Identidade cultural brasileira e o processo de desapropriação cultural

Ao refletir sobre a cultura como autoconsciência da sociedade moderna, Bauman (2012) acredita que o conceito de “cultura” surgiu para definir algo que estava destinado a ser “subdeterminado” sobre a condição humana, ao passo que para ser determinado necessitava ser mediado pelas escolhas humanas, abrindo espaço para a liberdade e a autoafirmação. Segundo ele, o conceito de identidade surgiu para unir fatores que antes estavam opostos e foi planejado para responder os anseios da época, porém, as respostas não foram exatamente o esperado, permanecendo o ambíguo no meio das aflições.

A verdade é que atualmente existem diversos significados para o termo cultura e a palavra está associada a diferentes conceitos que são amplamente utilizados, como cultura de massa, patrimônio cultural, cultura popular e diversidade cultural. Trata-se de algo que abrange todos os aspectos da vida, desde conhecimento técnico, costumes, religiões, línguas a comportamento socioeconômico (CAMPELLO, SANTIAGO, ANDRADE, 2018). Em 2002 houve uma pesquisa em âmbito nacional realizada pelo SEBRAE com o objetivo de identificar quais seriam as características brasileiras que melhor determinam o caráter e valor do Brasil na construção de uma imagem positiva do país. Dentre as opções identificadas, alguns dos principais traços citados na pesquisa foram: a natureza, a cultura social por meio das manifestações econômicas, a educação, os ritos, a cultura ideal a partir da comunicação e as formas expressivas (SUTTER, *et al.* 2019).

Para Campello et al. (2018) o desenvolvimento e a globalização trazem um preço a ser pago: a desapropriação cultural, tendo em vista as diversas ameaças que a integridade cultural dos diferentes grupos humanos sofreu em detrimento do crescimento econômico e a eficácia institucional isolada. Exemplos recorrentes podem ser vistos em países subdesenvolvidos, que possuem seus valores culturais frequentemente deteriorados por modelos que beneficiam o consumo, a manipulação e a competição humana. Esse processo traz consigo o apagamento da função social da cultura de um local e de um povo, da Silva e Sartori (2015) em seus estudos apontam para os institutos jurídicos de proteção do patrimônio cultural brasileiro, que consta no artigo 216 da constituição federal, com o objetivo de sistematizar o tema para melhor compreensão da aplicação para a sociedade e poder público.

A UNESCO vem ampliando e defendendo o debate sobre a diversidade cultural, e, dentro dessa lógica, as festas populares, por exemplo, são consideradas patrimônios culturais imateriais. Logo, essas atividades permitem a distinção cultural de comunidades, atualizam tradições, valores e promovem a congregação coletiva (DAVEL; DANTA, 2019). No Brasil, as festas populares

representam uma importante e poderosa forma de manifestação cultural. O país é considerado um caldeirão cultural, e, devido a sua formação advinda de diferentes matrizes étnicas, as festas tradicionais - como a festa junina -, que são realizadas em todo o território nacional, carregam consigo grande apelo popular (BUGNONE; CAPASSO, 2018). As festas juninas, assim como o carnaval e outras comemorações, possuem diferentes elementos simbólicos que as representam. Isso ocorre, porque a maioria dos costumes foram trazidos pelos colonizadores europeus. Contudo, a Festa de São João, nascida no Nordeste do Brasil, possui uma origem rural associada à época de colheita agrícola. Tal festividade, porém, foi evoluindo em um processo caracterizado pela migração das pessoas do campo para a cidade, somado à uma faceta comercial, com aspirações econômicas e políticas. Um dos elementos mais visíveis dessa nova vertente é a mistura de elementos tradicionais e modernos associados ao passado, como a estilização do homem do campo e a inclusão de diferentes adereços às vestimentas tradicionais do campo (BUGNONE; CAPASSO, 2018), percebido na Figura 1 a seguir:

Figura 1 - Postagem no Instagram de Rener Oliveira em 15 de junho de 2022



Fonte: Perfil - Instagram @RenerOliveira. Link: <https://www.instagram.com/p/Ce1HrcWOQYj/>.

Como pôde ser visto na Figura 1 acima, o autor resgata duas personalidades midiáticas: à esquerda está a influenciadora digital e vencedora do *reality show* Big Brother Brasil 21, Juliette Freire, e, à direita, está a cantora pop carioca, Anitta. Do outro lado da imagem, no entanto, está o texto autoral do jornalista Rener Oliveira, publicado em formato feed em seu Instagram no dia 15 de junho de 2022 durante o período das comemorações tradicionais de junho conhecidas como “Festas Juninas”.

1.3 O dinamismo da moda

Vestir é um dos meios pelo qual o homem utiliza para produzir significados. Bezerra e Filho (2013) apresentam a moda também como uma ferramenta de comunicação, expressão individual ou coletiva da interação com o mundo. Neste sentido, Garcia & Miranda (2017) afirmam que “o modo de vestir, como símbolo social, modifica-se em função das alterações da estrutura e do estado geral da sociedade”.

Por outro lado, ao citar um dos principais elementos simbólicos das festas juninas, a quadrilha, as autoras Bezerra e Filho (2013) sinalizam as modificações estéticas, musicais e coreográficas que as danças e os figurinos vêm sofrendo com o passar do tempo. Isso é resultado do processo de mudança chegado com as festas juninas contemporâneas e as chamadas quadrilhas estilizadas; processo esse que também acompanha a moda. Para Campos e Rech (2010) existem mudanças recorrentes na moda, e essa é uma dinâmica inerente à questão, de modo que essas alterações são indispensáveis para o funcionamento do sistema de moda.

Mafessoli (2010 *apud* KAULING, 2017) menciona que a moda é um fenômeno com diferentes formas e faz referência a um tempo social, não podendo ser reduzida apenas ao ato de vestir: ela permanece em uma série de períodos e é constituída por momentos que se conectam rapidamente. A autora acredita que assim como a natureza da vida, na qual existe uma sinergia entre

o movimento e o repouso, a moda convive com uma dualidade caracterizada pelo particular e o universal - ou sujeito e autoafirmação -, ao passo que “A moda se torna um bom exemplo desse entroncamento natural, cuja concretização da tendência para imitar, [...] é quase sempre impessoal e não nasce da criatividade individual, mas dos sentimentos coletivos”.

2. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente, considerando a postagem que deu origem a essa análise, na qual é chamada a atenção para o esvaziamento cultural que as tradicionais festas juninas sofrem com o passar dos anos e que exibem perceptíveis mudanças - principalmente através das roupas -, observou-se que de fato este é um fenômeno que tem acontecido e que está muito atrelado a interesses comerciais. Ademais, considerou-se, através dos estudos, que a vestimenta representa muito mais do que meros adereços: são instrumentos fortes de representação, tanto individual como coletivamente. Por outro lado, entendeu-se que faz parte dos sistemas de moda atravessar mudanças, uma vez que a mesma é um reflexo do tempo e contexto em que uma sociedade vive.

Através dessa revisão bibliográfica, foi possível visualizar ainda, que a moda não é algo estático: ela acompanha a época. Logo, as modificações em figurinos e a massificação de tendências nada mais são do que um reflexo dos tempos atuais e do comportamento de mercado e consumo. Em uma era cibernética e contemporânea, então, isso ganha proporções inimagináveis e inúmeras representações pelos meios digitais.

Vislumbra-se, por fim, que a moda é um reflexo de interesses, anseios e a denotação da realidade de uma sociedade. E como ela é tida como elemento cultural, é totalmente e facilmente passível de mudanças.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2012.

BEZERRA, M.L; FILHO, S.A. **A festa junina de roupa nova: uma análise dos figurinos das quadrilhas estilizadas sob o olhar da folkcomunicação**. v.11, n.23, p.30-43, 2013.

BUGNONE, Ana Liza; CAPASSO, Verônica. **Cultura, arte y Sociedad**. La Plata: EDULP, 2021.

CAMPELLO, L.G; SANTIAGO, M.R; ANDRADE, S.L. **A valorização da identidade cultural como desafio à concretização do direito ao desenvolvimento**. Revista de Direito Brasileira, v. 19, n.8, p.3-19, 2018.

CAMPOS, A. Q. **Considerations about fashion, trends and consumption**. Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte - São Paulo – v.3 n.3 dez. 2010.

DA SILVA, F. F.; SARTORI, M. V. (2015). **A Desapropriação e a Proteção dos Bens Culturais no Direito Brasileiro**. Revista Eletrônica Direito E Política, 10(1), 602–615.

DAVEL, E. DANTAS, M. **Festa Popular na Bahia: gestão e Dinâmica Identitária**. n. 17, p. 203-224, 2019.

EMERENCIANO, J. **A Comunicação através das Roupas: Uma Compreensão do Design de Moda além da Superficialidade**. Design em foco, v. 2, n.1, p. 9 - 25, 2005.

FREITAS, R.F. **Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências**. CMC, v.3, n. 4, p. 125 - 136, 2005

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. 2.ed. Rev – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

KAULING, Graziela Brunhari. **As redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda**. 2017. 146 f. (Tese Doutorado em Ciências da Linguagem) - Curso ciência da linguagem, Universidade Do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2017.

MORIGI, V.J. **Mídia, identidade cultural nordestina: Festa Junina como expressão**. Intexto, v.1, n.12, p. 1-13, 2005.

SALVADOR, Sara Isabela Limeira. **A Importância da Moda Moda, Linguagem, Individualidade e Estética.** 2020, (Tese de Mestrado) - Design de Moda, Universidade Beira Interior, Covilhã, 2020.

SUTTER, et al. **Estudo Sobre a Utilização de Atributos da Identidade Cultural Brasileira como Fonte de Vantagem Competitiva no Segmento de Moda.** v. 16, n. 1, p. 130-156, 2014.