

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

ANA PAULA PROTO ALEIXO

**MODA E FORMAÇÃO HUMANA:  
UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS  
PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES  
BRASILEIRAS**

Goiânia  
2017

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR  
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES  
NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico:     Dissertação     Tese

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

Nome completo do autor: *Ana Paula Prota Slexo*

Título do trabalho: *Nada e formação humana: um estudo bibliográfico da produção acadêmica dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras*

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.

*Ana Paula Prota Slexo*  
Assinatura do (a) autor (a)<sup>2</sup>

Ciente e de acordo:

*[Assinatura]*  
Assinatura do(a) orientador(a)<sup>2</sup>

Data: 30 / 10 / 2017

<sup>1</sup> Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

<sup>2</sup> A assinatura deve ser escaneada.

ANA PAULA PROTO ALEIXO

**MODA E FORMAÇÃO HUMANA:**  
UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS PROGRAMAS  
DE PÓS-GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Educação pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edna Mendonça Oliveira de Queiroz.

Goiânia

2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Proto Aleixo, Ana Paula

MODA E FORMAÇÃO HUMANA [manuscrito] : UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS / Ana Paula Proto Aleixo. - 2017.

105 f.

Orientador: Profa. Dra. Edna Mendonça Oliveira de Queiroz.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,  
Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós-Graduação em Educação,  
Goiânia, 2017.

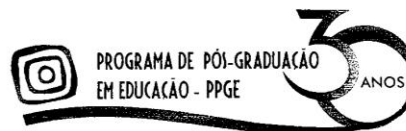
Bibliografia. Apêndice.

Inclui lista de tabelas.


1. Moda. 2. Modernidade. 3. Formação humana. 4. Produção acadêmica. I. Mendonça Oliveira de Queiroz, Edna, orient. II. Título.

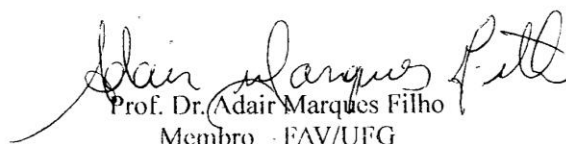
CDU 37

Faculdade  
de Educação



**ATA DA REUNIÃO DA BANCA EXAMINADORA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE ANA PAULA PROTO ALEIXO** – Aos trinta e um dias do mês de agosto do ano de dois mil e dezessete (31/08/2017), às 8h30, reuniram-se os componentes da Banca Examinadora: **Prof.ª Dr.ª. Edna Mendonça Oliveira de Queiroz**, orientadora, doutora em Educação pela UFG; **Prof. Dr. Adair Marques Filho**, doutor em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações pela UnB e **Prof.ª Dr.ª. Gina Glaydes Guimarães de Faria**, doutora em Educação pela UFG, para, sob a presidência da primeira e em sessão pública realizada nas dependências da Faculdade de Educação, procederem à avaliação da defesa da dissertação intitulada: **“Moda e formação humana: um estudo bibliográfico da produção acadêmica dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras”**, em nível de Mestrado, área de concentração em **Educação**, de autoria de **Ana Paula Proto Aleixo**, discente do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás. A sessão foi aberta pela presidente da Banca Examinadora, Prof.ª Dr.ª. Edna Mendonça Oliveira de Queiroz, que fez a apresentação formal dos membros da Banca. A palavra, a seguir, foi concedida à autora da dissertação que, em 20 minutos, procedeu à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro da Banca arguiu a examinanda, tendo-se adotado o sistema de diálogo sequencial. Terminada a fase de arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista o que consta na Resolução nº 1063/2011 do Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura (CEPEC), que regulamenta o Programa de Pós-Graduação em Educação e procedidas às correções recomendadas, a dissertação foi **APROVADA** por unanimidade, considerando-se integralmente cumprido este requisito para fins de obtenção do título de **MESTRE EM EDUCAÇÃO**, pela Universidade Federal de Goiás. A conclusão do curso dar-se-á quando da entrega da versão definitiva da dissertação na secretaria do Programa. Cumpridas as formalidades de pauta, às 12h a presidência da mesa encerrou esta sessão de defesa de dissertação e, para constar, eu, Lúcia Maria de Assis, Subordinadora do Programa de Pós-Graduação em Educação, lavrei a presente ata, que depois de lida e aprovada será assinada pelos membros da Banca Examinadora em três vias de igual teor.

  
Prof.ª Dr.ª. Edna Mendonça Oliveira de Queiroz  
Presidente -- PPGE/FE/UFV

  
Prof. Dr. Adair Marques Filho  
Membro - FAV/UFV

  
Prof.ª Dr.ª Gina Glaydes Guimarães de Faria  
Membro – PPGE/FE/UFV

ANA PAULA PROTO ALEIXO

**MODA E FORMAÇÃO HUMANA:**  
UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS PROGRAMAS  
DE PÓS-GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Educação pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás.

Aprovada em: \_\_\_\_\_.

Banca Examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edna Mendonça Oliveira de Queiroz (FE-UFG)  
(Presidente da banca)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gina Glaydes Guimarães de Faria (FE-UFG)

---

Prof. Dr. Adair Marques Filho (FAV-UFG)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juliana de Castro Chaves (FE-UFG)  
(Suplente da banca)

Goiânia

2017

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ser meu amparo e por me fortalecer ao longo de todo o processo do mestrado. Toda conquista se deve a Ele.

Agradeço minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edna Mendonça Oliveira de Queiroz pelo trabalho zeloso, pelo exemplo diário de amor ao conhecimento e pela dedicação em todos os momentos no decorrer do mestrado. Muito obrigada!

Agradeço aos professores da banca de defesa de mestrado, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gina Glaydes Guimarães de Faria da Faculdade de Educação da UFG e Prof. Dr. Adair Marques Filho da Faculdade de Artes Visuais da UFG pelas contribuições no exame de qualificação. Agradeço imensamente por se disponibilizarem a compor a banca da qualificação e da defesa desta dissertação.

Agradeço minha família, meu pai José Carlos Aleixo, minha mãe Valdirene Proto Aleixo, minha irmã, Camila Proto Vilela, e meu amor, Vinícius Carvalho Castro, por serem extensão do amparo e cuidado de Deus em minha vida. Agradeço especialmente a eles por estarem ao meu lado nos momentos de angústia, assim como nos momentos felizes.

Aos meus amigos e companheiros de estudo, Carmen Júlia, Rafael, Leonardo e Túlio, agradeço imensamente por dividirem comigo, essa breve, mas tão longa e árdua jornada. Gratidão por serem modelo de perseverança em todos os nossos dias de estudos. Aos queridos companheiros de estudo que encontrei ao longo do mestrado que foram inspiração de busca pelo conhecimento, agradeço com carinho.

De modo especial e cheio de admiração, agradeço aos professores da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás que tanto me ensinaram, e à Universidade que colaborou grandemente em meus processos de aprendizagem desde a graduação em Pedagogia.

Agradeço, cordialmente, à CAPES por investir em minha formação.

Obrigada a todos que fizeram parte desse processo. Levo todos no coração com muito carinho!

## RESUMO

Vinculada à linha de pesquisa de Fundamentos dos Processos Educativos, problematizou-se, nesta dissertação, a formação humana partindo da análise do fenômeno social da moda e seu desenvolvimento na modernidade. A revisão da literatura permitiu entender a moda como um fenômeno historicamente determinado e produzido sob as condições do modo de produção capitalista. Destacaram-se, como elementos relevantes na discussão sobre moda e formação humana, o princípio do “novo” e a busca constante por renovação, assim como o rompimento com a tradição, a partir das discussões de autores dedicados ao estudo da moda, como Calanca (2011), Lipovetsky (2009) e Svendsen (2010) e teóricos que, ainda que apresentem diferentes concepções metodológicas, contribuíram para a discussão da modernidade e a constituição do sujeito como, Harvey (2004), Berman (1986), Bourdieu (1975) e Resende (2012). O percurso metodológico consistiu na pesquisa bibliográfica por meio do levantamento da produção acadêmica dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras, extraídos da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), a partir da temática “moda e formação humana”. Obteve-se, como resultado, treze trabalhos de pós-graduação que abordam a discussão sobre moda e formação humana sob variadas perspectivas teórico metodológicas, oferecendo contribuições a este estudo. Foram definidos, com base nos resultados, quatro eixos de análise pelos quais essa relação foi discutida: moda e produção do vestuário; moda como elemento de expressão de fenômenos sociais; moda e produção de identidade; moda e consumo.

**Palavras-chave: Moda. Modernidade. Formação Humana. Produção Acadêmica.**

## **ABSTRACT**

This work is linked to the research line of Principles on Educational Processes. This dissertation problematized the human formation starting from the analysis of the social phenomenon of fashion and its development in Modernity. The literature review allowed us to understand fashion as a phenomenon - historically determined and produced under the conditions of the capitalist mode of production. The "new" principle and the constant search for renewal, as well as the break with tradition, were highlighted as relevant elements in the discussion about fashion and human formation, based on the discussions of authors dedicated to the study of fashion, such as Calanca (2005), Lipovetsky (2009) and Svendsen (2010) and theoreticians who, although presenting different methodological conceptions, contributed to the discussion of modernity and the constitution of the subject as, Harvey (2004), Berman (1986), Resende (2012). The methodological course consisted of a bibliographical research and a survey of the academic production of the graduate programs of the Brazilian universities, extracted from the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations (BDTD), from the theme "fashion and human formation". As a result, thirteen graduate studies were carried out that address the discussion about fashion and human formation under different theoretical and methodological perspectives, offering contributions to this study. Based on the results, four analysis axes were defined for this relationship: fashion and clothing manufacturing; Fashion as an expression of social phenomena; Fashion and identity production; Fashion and consumption.

**Keywords: Fashion. Modernity. Human formation. Academic Production.**

## LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1 - Quantitativo de trabalhos dos Programas de Pós-graduação brasileiros que tratam sobre moda, educação e formação humana segundo os descritores utilizados.....	49
Tabela 2 - Região brasileira dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	102
Tabela 3 - Anos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	102
Tabela 4 - Áreas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	102
Tabela 5 - Presença dos termos “moda”, “educação” e “moda e educação” nos títulos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	102
Tabela 6 - Palavras-chaves mais recorrentes nos resumos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	103
Tabela 7 - Termos mais recorrentes nos temas principais dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	103
Tabela 8 - Palavras mais recorrentes nos objetivos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	103
Tabela 9 - Clareza na relação entre moda e educação nos resumos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira	

que aborda a temática “moda e formação humana” .....	103
Tabela 10 - Áreas de referência dos trabalhos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica que aborda a temática moda e formação humana .....	104
Tabela 11 - Clareza nos tipos de pesquisas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	104
Tabela 12 - Instrumentos de coletas de dados dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	104
Tabela 13 - Explicitação da relação da moda como mediação na formação/constituição do sujeito moderno nos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	104
Quadro 1 - Trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que trata da temática “moda e formação humana” .....	48
Quadro 2 - Temas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	52
Quadro 3 - Objetivos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana” .....	105
Quadro 4 - Enfoque teórico dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação que abordam a temática moda e formação humana .....	55

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 MODA E MODERNIDADE: UMA CONSTRUÇÃO HISTÓRICA</b> .....	16
2.1 Moda e modernidade .....	16
2.2 Desenvolvimento do fenômeno social da Moda .....	29
2.3 A industrialização e a Moda .....	37
<b>3 PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE MODA E EDUCAÇÃO</b> .....	47
3.1 Apresentação da produção acadêmica .....	49
3.2 As concepções de moda nas produções acadêmicas .....	56
3.3 Moda e modernidade nas produções acadêmicas .....	65
<b>4 MODA E FORMAÇÃO HUMANA</b> .....	71
4.1 Moda e produção do vestuário .....	72
4.2 Moda como expressão social .....	77
4.3 Moda e produção da identidade .....	82
4.4 Moda e consumo .....	86
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	91
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	95
<b>REFERÊNCIAS DA PRODUÇÃO ACADÊMICA PESQUISADA</b> .....	97
<b>APÊNDICES</b> .....	99
APÊNDICE - 1 Modelo de Planilha de análise .....	99
APÊNDICE - 2 Tabelas .....	102
APÊNDICE - 3 Quadros .....	105

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte do pressuposto de que, como produto humano, ao mesmo tempo em que consiste na objetivação do homem na realidade em que vive, expressando o seu mundo particular e coletivo, a moda é também processo de criação da vida humana que a produz. Entende-se que o homem se expressa, ou se objetiva através de sua relação com a natureza, como se verifica na produção da história humana. Segundo Andery et. al (2006, p. 10), o homem é uma espécie, diferentemente dos animais, que “atua sobre a natureza”, pois a forma de sobrevivência de sua espécie está contida na procura por satisfazer as suas necessidades.

Nessa relação entre homem e natureza, a espécie forma a sua humanidade, a qual consiste na dinâmica de interação com a natureza. Nesse processo, o homem deixa sua marca na natureza e a transforma. Do mesmo modo, ocorre a transformação do próprio homem. A busca por sobrevivência e satisfação das necessidades traduz essa dinâmica, pois a atividade humana de “criação de instrumentos, a formulação de ideias e formas específicas de elaborá-los” (ANDERY et. al, 2006, p. 10) demonstra a atuação “intencional e planejada” dessa espécie, o que atesta a relação de transformação homem/natureza. Não se limita, no entanto, “[...] à imediatez das situações com que se depara; ultrapassa limites, já que produz universalmente (para além de sua sobrevivência pessoal e de sua prole), não se restringindo às necessidades que se revelam no aqui e agora”.

Como ressalta a autora, a espécie humana não se limita à satisfação apenas de necessidades básicas, como a alimentação, ela se coloca a buscar “novas necessidades que passam a ser tão fundamentais quanto as chamadas necessidades básicas à sua sobrevivência” (ANDERY et. al, 2006, p. 10). Nesse contexto, é possível compreender o fenômeno da moda como uma necessidade criada na produção da vida da espécie humana. A busca pela moda pode ser o que Andery (2006) apresenta como as formas “sofisticadas” de necessidades humanas, formas que ultrapassam as necessidades básicas, mas ainda assim, formas de relação entre o homem e a natureza que o cerca. Nessa perspectiva, “uma compreensão da moda deveria contribuir, portanto, para uma compreensão de nós mesmos e de nossa maneira de agir” (SVENDSEN, 2010, p. 7).

Assim considerada, a moda constitui-se como fenômeno social que se

desenvolve a partir de determinadas condições históricas. Alguns autores como Gilles Lipovetsky (2009), Daniela Calanca (2011) e Denise Pollini (2007), concordam com a afirmativa de que a moda, como processo social, emerge somente a partir da modernidade. A ruptura com a tradição, a paixão pelo novo e a busca constante por mudanças, que marcam o advento do mundo moderno, constituem-se como princípios relevantes na compreensão do fenômeno da moda. Defendem que a partir do momento em que esses princípios se tornam regras e valores sociais, a moda passa a expressar certa normatização coletiva. Nesse sentido, a temporalidade breve da validade imputada aos produtos da moda está associada à sua lógica de consumo.

Como fenômeno social atrelado à particularidade histórica da modernidade, na moda é perceptível o destaque ao vestuário como um aspecto de relevância nas relações sociais estabelecidas pelos homens, o que implica certa normatização. Historicamente, o vestuário deixou de ser apenas um elemento de proteção e suprimento de necessidades de sobrevivência, para significar fator de distinção ou pertencimento de uma determinada classe social, além de um produto de consumo de primeira importância. Segundo Lipovetsky (2009, p.25), “a história do vestuário é com certeza a referência privilegiada de tal problemática”.

Além das roupas, os adereços e instrumentos fazem parte dos elementos criados pelo homem para demarcar a sua posição dentro de um grupo. Viana (2015) apresenta as tatuagens e os *pearcings* como exemplos de modificações corporais, além do vestuário, consistindo em práticas antigas vinculadas à motivações distintas que mostram como homens e mulheres, em sua história, usam diferentes meios para se comunicarem e interagirem uns com os outros através de seus corpos. Assim, a moda, na perspectiva social, expressa a ação humana, “possibilitando uma identificação pormenorizada de diferentes culturas através de seus costumes e também através de seus vestuários, adornos corporais, adereços e regras de etiqueta” (MARQUES FILHO, 2015, p. 77).

Nas sociedades primitivas, no entanto, não ocorreu o desenvolvimento da moda como processo social, pois nelas não havia lugar para mudanças diante de um sistema de tradições e costumes. Com o novo princípio de sociedade que se inicia na modernidade, o rompimento com as tradições permite compreender o processo social baseado na mudança constante. Foi, então, que a moda ganhou, de fato, o corpo e os costumes dos homens, processo investigado neste estudo.

Assim, esta pesquisa tratou a questão da formação humana por um viés ainda pouco investigado nas Ciências Sociais e Humanas, mas que pode oferecer contribuições valiosas na análise e compreensão a respeito da constituição dos sujeitos: a moda como fenômeno social. Segundo Lipovetsky (2009, p. 9), a temática moda “não faz furor” na área acadêmica, não sendo comumente tomada como elemento de investigação. Mesmo sendo “celebrada no museu, é relegada à antecâmara das preocupações intelectuais reais; está por toda parte na rua, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes”. Com base nessas considerações, faz sentido trazê-la à pesquisa acadêmica na busca de uma compreensão mais abrangente dessa forma de expressão do modo de vida do sujeito moderno e das contradições que permeiam as relações entre os elementos constitutivos deste fenômeno social.

A questão principal que orientou este estudo emerge da busca do que está por trás da aparência para compreender as contradições que implicam o sujeito da modernidade: quais são os nexos vinculados ao fenômeno social da moda que mediam a constituição da formação humana hoje? Esse questionamento indicou o objetivo de examinar como a formação do homem e da mulher modernos está imbricada à moda como processo social, instigando entender de que modo os processos que envolvem a produção e consumo da moda afetam a constituição do sujeito moderno.

Delineou-se, para o estudo, como objetivos específicos: discutir o que é moda, como ela se desenvolveu historicamente, quais as condições socioculturais implicadas na produção da moda e em que medida constituem-se como elementos mediadores do modo de ser do homem e da mulher nessa sociedade.

Considerando esses objetivos, este estudo bibliográfico define-se como de natureza qualitativa, ao privilegiar “o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (MINAYO, 2001, p. 21). Nessa perspectiva, a revisão da literatura que embasou a pesquisa bibliográfica teve por objetivo discutir os elementos teóricos, em especial, da educação e da moda em vista de analisar qualitativamente o fenômeno social da moda e sua relação com a formação do homem e da mulher modernos.

Partiu-se da contribuição de estudiosos de diferentes campos do

conhecimento para que se pudesse alcançar uma compreensão mais abrangente e aprofundada do tema em questão, pois a educação e a moda oferecem ricas contribuições; a educação através de diversas áreas do conhecimento, como sociologia, filosofia, história, dentre outros e também a moda, como um fenômeno multifacetado (MARQUES; PEREIRA, 2014).

Teóricos como Harvey (2004), Resende (2012), Berman (1986), Bourdieu (1975), Calanca (2011), Lipovetsky (2009) e Svendsen (2010), entre outros, fundamentaram este estudo sobre moda e educação. Ao longo do trabalho, serão apresentadas perspectivas teóricas distintas e, em grande medida, divergentes, na tentativa de construir intencionalmente uma compreensão que expressa tensão entre as diferentes abordagens do fenômeno pelos autores.

A pesquisa desenvolveu-se tomando como campo investigativo a produção acadêmica dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras. Considera-se que essa produção é fértil para conhecer o desenvolvimento da pesquisa científica sobre temáticas específicas, como no caso da relação entre moda e formação humana. Sendo a pós-graduação constituída para favorecer a pesquisa e a formação, possibilita a investigação científica e o aprofundamento dos estudos em áreas definidas do conhecimento, oferecendo condições na universidade para o adensamento da cultura acadêmica.

Assim, o procedimento de levantamento da produção acadêmica foi realizado por meio da consulta à Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)<sup>1</sup> que, por ser uma base nacional de teses e dissertações, consiste em uma rica fonte de dados a respeito da produção da pesquisa científica acadêmica. Estabeleceu-se, como único critério para a realização do levantamento, a relação com a temática proposta, não se tendo definido período de tempo, tipo de instituição, ou outro recorte. A pesquisa se deu através da utilização da combinação de palavras-chave na busca pelos trabalhos que pudessem expressar a vinculação com a temática. Inicialmente, utilizou-se a combinação de palavras-chave “moda e formação humana”, obtendo-se poucos resultados, o que levou a se buscar uma

---

<sup>1</sup> “A *Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações* (BDTD) tem por objetivo reunir, em um só portal de busca, as teses e dissertações defendidas em todo o País e por brasileiros no exterior. As instituições de ensino e pesquisa atuam como provedoras de dados e o *Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia* (IBICT) opera como agregador: coleta os metadados das teses e dissertações dos provedores (instituições), fornece serviços de informação sobre esses metadados e os expõem para coleta para outros provedores de serviços”. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/vufind/>>

nova combinação que pudesse dar maior amplitude à pesquisa, sendo utilizada a combinação de “moda e educação”. Com efeito, as palavras-chave utilizadas foram “educação”, “formação humana” e “moda”.

Como resultado do levantamento, foram selecionadas onze dissertações e duas teses que atenderam ao critério definido, como pode-se observar no Quadro 1 (ver p. 47 do Capítulo 2). Essa produção acadêmica é procedente de vários programas de pós-graduação, sendo eles onze, ao todo, como também consta na Tabela 1 (ver p. 48 do Capítulo 2).

Após a identificação e seleção dos trabalhos por meio dos resumos, constituiu-se um banco de dados da pesquisa que possibilitou a leitura integral e o estudo das dissertações e teses. A análise foi realizada tendo, como instrumento, uma planilha de documentação<sup>2</sup> (ver modelo no Apêndice 3) que possibilitou identificar elementos constitutivos dos estudos, bem como o exame detalhado dos trabalhos, a fim de apreender como a relação entre moda e formação humana foi contemplada na produção investigada.

Os dados foram organizados em Tabelas e Quadros. As informações obtidas, em especial, as que se referem à concepção de moda, à sua relação com a Modernidade e com a formação humana, foram organizadas e sistematizadas em temas mais recorrentes nos trabalhos que expressavam as discussões sobre a temática.

Os resultados são apresentados nesta dissertação que se constitui de três partes. Na primeira, analisa-se a presença do fenômeno social da moda no contexto do mundo moderno. Discute-se como a emergência da modernidade é marcada pelo rompimento com a tradição medieval e como a nova forma de organização social viabilizou o aparecimento de novos modos de experiência social. Nesse contexto, assinala-se como transformações nos diferentes campos da sociabilidade humana, como na ciência, nos transportes, no vestuário, na indústria e nas relações de trabalho, criaram um cenário de efervescência social que caracterizou uma experiência nova para a humanidade. Há, então, o surgimento da renovação, da novidade, como uma característica particularmente moderna.

Apresenta-se ainda, um breve histórico da moda, discutindo a origem do

---

<sup>2</sup> A planilha de documentação utilizada para análise neste estudo foi adaptada de outras planilhas utilizadas em pesquisas realizadas no Núcleo de Estudos e Pesquisas em Psicologia, Educação e Cultura (NEPPEC/FE/UFG).

termo e sua expressão no decorrer da história. Mereceu atenção a ideia acerca do que é o “novo”, demonstrando ter um forte vínculo ao processo de renovação das coisas e à criação e consumo da moda. Outro fator importante na discussão sobre a moda e o mundo moderno é o vestuário, entendido neste trabalho como um elemento bastante relevante na compreensão da moda, embora este termo se vincule a outras expressões da sociabilidade, como comportamentos, hábitos e objetos variados. Trata-se, também, nesta parte, do elo entre a industrialização e o setor têxtil no estabelecimento da moda como um sistema com suas próprias regras, expondo as novas relações de trabalho surgidas por meio da presença do processo industrial de fabricação de objetos, em especial, os produtos da área têxtil.

Traçado esse percurso, na segunda parte, são apresentados os dados encontrados na produção acadêmica brasileira de teses e dissertações. São apresentadas informações sobre a produção acadêmica que consistem na identificação dos trabalhos, como a indicação dos autores, os títulos, as universidades e programas de pós-graduação dos quais são provenientes, o ano de cada produção, as áreas de referência, temas, objetivos dos trabalhos, dentre outras informações. Da mesma forma, foram abordadas as concepções de moda e modernidade das produções acadêmicas discutindo como os autores entendem a moda e a modernidade e que relações estabelecem entre elas. Isto se dá na medida em que expressam pensamentos teóricos sobre o campo da moda e da educação.

O terceiro capítulo analisa a relação entre moda e formação humana, discutindo os resultados apresentados na produção investigada e, ao mesmo tempo, relacionando com a literatura, trazendo abordagens teóricas para discutir os resultados. Os resultados foram organizados em quatro eixos temáticos que emergiram da investigação da produção acadêmica investigada. Estes eixos temáticos aglutinam as discussões encontradas nas teses e dissertações que correspondem à questão da formação humana tendo a moda como elemento mediador nesse processo, sistematizados na discussão sobre moda e produção do vestuário, a moda como expressão social, a moda como produção da identidade e a moda e o consumo.

## **2 MODA E MODERNIDADE: UMA CONSTRUÇÃO HISTÓRICA**

Nas modernas sociedades ocidentais, o fenômeno social da moda ocupa cada vez mais espaços expandindo rapidamente seu reinado (LIPOVETSKY, 2009). Desde a simples escolha de determinada roupa para uso próprio até os modos e costumes dos homens e mulheres no relacionamento que estabelecem cotidianamente, a moda apresenta seus ditames. Neste capítulo, será investigado o fenômeno da moda e sua relação com a modernidade, apontando alguns elementos que contribuem para compreender melhor o tema, como o rompimento com a tradição, a busca por novidades e as inovações, traça-se uma trajetória do desenvolvimento da moda, assim como discute-se o processo de industrialização do setor têxtil que acelerou a produção e o consumo dos produtos de moda.

### **2.1 Moda e modernidade**

Que o sistema da moda ganhou espaço no cotidiano dos homens e mulheres ao longo dos séculos de seu desenvolvimento é um fato claramente observável. O fenômeno social da moda conquistou e continua conquistando com sua aparência de magia comportamentos, objetos e muitas outras formas de expressão humanas.

Desde que se tornou possível reconhecer a ordem típica da moda como sistema, com as suas metamorfoses e inflexões, a moda conquistou todas as esferas da vida social, influenciando comportamentos, gostos, ideias, artes, móveis, roupas, objetos e linguagem. (CALANCA, 2011, p. 13)

Muito para além do vestuário, como se pode pensar comumente ao se deparar com o tema, a moda converge para os mais variados assuntos, assim como também se constitui como um campo fértil de discussão sobre as formas de sociabilidade humana, nas diversas esferas da vida social, bem como no âmbito acadêmico. Compreende-se que tal fenômeno pode ser relevante na compreensão das muitas formas do desenvolvimento das sociedades humanas, pois através da análise de seus desdobramentos pode-se identificar modos de expressão social.

Partindo-se do pressuposto de que somente na modernidade a moda pôde encontrar condições adequadas para seu desenvolvimento como fenômeno social constituído por um sistema próprio, discute-se o seu surgimento imbricado ao

desenvolvimento da realidade moderna. Assim, entende-se a moda como um fenômeno social surgido no final da Idade Média e começo da modernidade, que se integra amplamente nas esferas da vida social e envolve certa temporalidade no processo de estabelecimento de seu ciclo.

Em outras palavras, desde que ela surgiu no Ocidente, no final da Idade Média, não tem um conteúdo específico. É um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas, que envolvem diferentes setores da vida coletiva. (CALANCA, 2011, p. 13)

A moda, portanto, surge e constitui-se a partir de um determinado período histórico, pois ela tem “um começo localizável na história” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24). O fenômeno da moda não se refere a todas as sociedades e tampouco se deu em todo o curso da história humana. Para Lipovetsky (2009), esse momento foi o surgimento da modernidade: “contra a ideia de que a moda é um fenômeno consubstancial à vida humano-social, afirmamo-la como um processo excepcional, inseparável do nascimento e do desenvolvimento do mundo moderno ocidental” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24).

Além de fixar sua concepção quanto ao surgimento do fenômeno da moda, nessa fala o autor revela-se contrário, portanto, a uma possível concepção de que a moda seja um fenômeno que faz parte da natureza humana. Para ele, a moda é um fenômeno histórico e não naturalmente humano, mas construído por homens e mulheres. Ele especifica, então, a moda como um fenômeno do final da Idade Média, no que concerne ao aparecimento e desenvolvimento de suas particularidades como um sistema ou um fenômeno social.

Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu. (LIPOVETSKY, 2009, p. 24)

A mudança passa a ser um valor, uma regra social. Esse princípio fundamenta a ideia de reconhecimento da moda como um fenômeno social. De acordo com essa perspectiva, essa regra, ao tornar-se permanente, expressa como “a moda é formação essencialmente sócio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24-25), pois somente em determinadas

condições esse fenômeno pode surgir e desenvolver-se, e esse foi o caso da modernidade.

A moda é, portanto, um fenômeno social emblemático para esta investigação. Existem alguns aspectos que podem esclarecer a discussão a princípio, como conceitos sobre o que venha a ser “moda” e a raiz etimológica da palavra. Assim, em razão do questionamento a respeito do que seja “moda”, Freyre (2009) apresenta algumas definições no intuito de pensar sobre o referido fenômeno social, tendo como ponto de partida os elementos conceituais que elas contêm. Segundo um desses conceitos, moda está associado a gosto, ideia e capricho.

Que é moda? Além de “hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo e resultado de determinado gosto, ideia, capricho” do sentido básico que lhe atribui Aurélio, “uso passageiro” – segundo o mesmo Aurélio – “que regula a forma de vestir, calçar, pentear etc.” e “... arte e técnica do vestuário”. Uso passageiro – acrescenta-se, no entanto, a Aurélio – como os sugeridos por expressões como “a cor roxa está na moda”, “tal perfume é o da moda”, “sandália virou moda”, “sutiã passou da moda”. (FREYRE, 2009, p. 157)

Além dos significados sobre “moda”, retirados do *Dicionário Aurélio*, Freyre (2009) seleciona definições também de um dicionário português, o qual, ele ressalta, mostra sentidos mais significativos e apropriados para o termo do que o dicionário brasileiro.

No bom Dicionário contemporâneo da língua portuguesa (Lisboa, 1881) – em alguns pontos, superior ao Aurélio! – define-se moda talvez mais satisfatoriamente que em Aurélio, como “uso geralmente adoptado de vestir ou de fazer qualquer coisa e que varia segundo o gosto, o capricho ou a vontade; maneira, phantasia: a moda dos vestidos compridos”. E mais: “estar em moda significa estar em voga. Passar da moda: deixar de estar em voga. E loja de modas: estabelecimento de venda de vestuários e de trajos de senhoras”. (FREYRE, 2009, p. 159)

Já na enciclopédia *The Columbia encyclopedia in one volume*, para Freyre (2009, p. 159), “a definição de moda se apresenta mais sociologicamente abrangente que noutras enciclopédias e dicionários”, pois trata o termo como um meio de modificação das maneiras de se viver e modificação de vestidos, assim como o aponta como uma temática que se originou na Europa durante o século XIV. Moda também pode ser definida como um modo ou forma de alguma coisa, ou um estilo particular, como afirma o *The New Merriam Webster pocket dictionary* (FREYRE, 2009, p. 160).

Svendsen (2010) procura definir o termo “moda”, relacionando-o ao vestuário. Sendo assim, o autor fala que

“Moda” é um termo notoriamente difícil de definir com precisão, e é extremamente duvidoso que seja possível descobrir as condições necessárias e suficientes para que possamos considerar, de forma embasada, que alguma coisa está “na moda”. De maneira geral, podemos distinguir duas categorias principais em nossa compreensão do que é moda: podemos afirmar que ela se refere ao vestuário ou que é um mecanismo, uma lógica ou uma ideologia geral que, entre outras coisas, se aplica à área do vestuário. (SVENDSEN, 2010, p. 12)

A abrangência do termo “moda” estende-se a diversas referências, tanto para objetos de vestuário, de arquitetura, das artes ou acessórios, quanto para comportamentos e costumes referindo-se a uma vasta gama de significados que norteiam concepções e valores sociais. A origem do termo, segundo Pollini (2007, p. 17), advém do uso da palavra francesa “Mode”.

No século XV, a palavra *Mode* começou a ser utilizada em francês (significando basicamente “modo”), tendo se desenvolvido a partir da palavra latina *Modus*, que fazia referência à medida agrária, e mais tarde passou a significar também “maneira de se conduzir”.

Dentre os primeiros usos do termo há a referência aos modos de se conduzir, aos comportamentos, como ressalta a autora citada. Sendo assim, a princípio, a moda destinava-se principalmente a significar os modos de vida dos homens. Entretanto, logo seria empregada para designar outras referências. Segundo Calanca (2011), no século XVII a palavra francesa *Mode* passou a ser empregada na língua italiana como *Moda*, sendo atribuído a ela significados mais amplos.

o uso da palavra moda na Itália do século XVII é amplo e geral, e alude explicitamente ao caráter de mutabilidade e de busca da elegância por parte de uma classe privilegiada, no que diz respeito às roupas, às convenções sociais, aos objetos de decoração, aos modos de pensar, de escrever e de agir. (CALANCA, 2011, p. 13 -14)

Dos modos de se conduzir às roupas, costumes sociais e decoração, o termo moda passou a compor cada vez mais espaços no cotidiano dos homens e mulheres. É preciso ressaltar, contudo, como expõe Calanca (2011), que esse movimento de inserção da moda no vocabulário e na vida no século XVII dizia respeito a uma classe privilegiada e não a todas as pessoas. A nobreza aristocrática

era a única classe que tinha a possibilidade da busca por novidades que modificassem de fato comportamentos, vestuário ou a mobília de seus palácios já tão luxuosos.

Como uma das expressões da moda, portanto, o vestuário era também um meio de deixar claro essa distinção de classe. A literatura pode ser uma rica fonte de análise de costumes sociais, pois nela pode-se encontrar comportamentos e hábitos culturais dos homens e mulheres de diversas épocas e sociedades. Jane Austen faz uma descrição da sociedade inglesa do século XVIII e XIX no seu romance *Orgulho e Preconceito*, publicado em 1813, ressaltando costumes e comportamentos. Nas falas de seus personagens, pode-se encontrar a diferenciação de classe, como quando o personagem Mr. Collins procura orientar sua prima Elizabeth a respeito de como deve se vestir para ir a um jantar na casa de uma família abastada para o qual haviam sido convidados.

— Não fique inquieta, minha cara prima, a respeito da sua toailete. Lady Catherine está longe de exigir de nós a elegância que ela e a filha ostentam. Aconselho-a apenas a pôr o seu vestido mais elegante. Não é necessário mais do que isto. Lady Catherine não ficará aborrecida de vê-la vestida com simplicidade. Ela gosta de manter as distinções de classe. (AUSTEN, 1982, p. 147)

De igual modo os personagens demonstram avidez por ter conhecimento sobre as novidades e as modas de sua época, ao se ocuparem em fazer a “descrição das modas mais recentes” (AUSTEN, 1982, p. 129) ou quando alguém “indagava quais eram as novidades da moda” (AUSTEN, 1982, p. 197).

Nessa perspectiva, em seu livro *O casaco de Marx*, Stallybrass (2008) também apresenta em forma de literatura um diálogo com a moda através das roupas. O autor diz que "pensar sobre a roupa, sobre roupas, significa pensar sobre memórias, mas também sobre poder e posse" (STALLYBRASS, 2008, p. 12). Justifica essa afirmação ao discorrer, como Austen (1982), sobre a sociedade inglesa que, segundo ele, era considerada uma sociedade da roupa, uma vez que sua base industrial era a produção têxtil e, em particular, a manufatura de lã, além disso, a roupa era considerada como uma moeda de troca, muito mais que o ouro ou a moeda corrente na época, o que significava, por exemplo, que “ser um membro de uma casa aristocrática [...] significava ser pago, sobretudo, em roupas” (STALLYBRASS, 2008, p. 12).

Pensando sobre o interesse por novidades, pode-se identificar seu

aparecimento mais evidente ao final da Idade Média, quando as formas de organização social iniciam uma transformação e as comunidades feudais passam a ver o surgimento de novas maneiras de ser. Justamente, nesse momento, é que começam a surgir condições para que se estabelecesse o fenômeno social da moda. Pode-se dizer que seu desenvolvimento acontece no ímpeto de autoridades eclesiais e do Estado tentarem conter o avanço do desejo pelo luxo e pela riqueza que se espalhava com a vinda à Europa de produtos do Oriente, como tecidos e pedras preciosas (SVENDSEN, 2010).

As leis suntuárias foram a alternativa encontrada para tentar barrar, entre outras coisas, a ostentação de riquezas, fruto de vaidades, de acordo com a Igreja, além de tentar manter intacta, o quanto fosse possível, a estratificação social, objetivo do Estado, não permitindo que pessoas não pertencentes à nobreza, mesmo tendo dinheiro disponível para adquirir objetos de luxo, o fizessem. O significado da palavra que define esse tipo de lei, “suntuária”, advém “do latim *sumptuarius* (‘referente a despesas’, ‘luxuoso’)” (SVENDSEN, 2010, p. 40).

Já existiram leis semelhantes em outras épocas da história, como no Império Romano e no Egito Antigo, mas “na Idade Média, contudo, essas regras foram consideravelmente mais específicas e abrangentes”, segundo Svendsen (2010, p. 40). A prerrogativa das leis suntuárias baseava-se na tentativa de manter os estratos sociais distinguindo nobres e plebeus, mesmo que para isso fosse necessário proibir o uso de determinados itens, como a respectiva proibição quanto ao vestuário de luxo.

No entanto, ainda que tenham estado em vigor desde o século XIII ao XVII, as leis suntuárias foram gradativamente sendo abandonadas por conta do novo modelo social que se delineava a partir de uma maior mobilidade entre classes; mas é no século XIX que a moda se expande (SVENDSEN, 2010).

O homem como preocupação central na vida moderna, mostrou-se como condição fundamental para que todo esse processo se estabelecesse.

Na nova visão de mundo, que veio a substituir a visão medieval, o homem, no seu sentido mais genérico, era a preocupação central. As relações Deus-homem, que eram enfatizadas pelo teocentrismo medieval, foram substituídas pelas relações entre o homem e a natureza. Isso significava, com relação ao conhecimento, a valorização da capacidade do homem de conhecer e transformar a realidade. (ANDERY et al., 2006, p. 175)

Essa nova perspectiva sobre a vida humana, abre ainda mais espaço para o

crescimento da individualidade do homem moderno que se vê diante da possibilidade de definir seu destino tendo como referência a si mesmo e aos outros homens; ele estabelece um vínculo mais forte, uma relação mais frequente consigo mesmo, com os outros homens, e com o ambiente que o cerca. Assim, percebe-se que em certa medida havia, então, uma tensão entre a tentativa da Igreja de barrar o desejo e consumo do luxo e as mudanças de pensamento do homem sobre as formas de ser e estar no mundo. Possivelmente foram as próprias condições de encontrar-se no mundo recém-moderno, como a possibilidade de intercâmbios culturais e de matérias-primas, que levaram homens e mulheres a questionarem suas crenças e formas de organização social, como aponta Svendsen (2010).

A relação do homem com a crença e a fé em Deus modificou-se. Havia uma necessidade premente de que “um novo caminho, um novo método, precisava ser encontrado, que permitisse superar as incertezas” (ANDERY et al., 2006, p. 177). Surgiram nesse momento novos modos de ver e tentar compreender a vida, novas ideias a respeito do homem e do mundo. O conhecimento torna-se a expressão das dúvidas e incertezas humanas, bem como a busca da verdade. As ideias racionalistas e empiristas constituíram-se como métodos de compreensão da realidade, meios de investigação das coisas, que tiveram Renè Descartes e Francis Bacon como expoentes.

Da mesma forma que o aparecimento da moda tornava-se um marco no momento histórico moderno, ocorreram significativas mudanças sociais que constituíram a modernidade. Dentre as grandes mudanças que ocorrem nesse período, Berman (1986) cita algumas como fontes desse “turbilhão da vida moderna”. Em diversas áreas da vida humana, como nas ciências, na produção de bens de consumo, na migração, no desenvolvimento do modo de produção econômico capitalista etc., houve a marca da transformação para o moderno modo de vida ocidental.

Grandes descobertas nas ciências físicas, com a mudança da nossa imagem do universo e do lugar que ocupamos nele; a industrialização da produção, que transforma conhecimento científico em tecnologia, cria novos ambientes humanos e destrói os antigos, acelera o próprio ritmo de vida, gera novas formas de poder corporativo e de luta de classes; descomunal explosão demográfica, que penaliza milhões de pessoas arrancadas de seu habitat ancestral, empurrando-as pelos caminhos do mundo em direção a novas vidas; rápido e muitas vezes catastrófico crescimento urbano; sistemas de comunicação de massa, dinâmicos em seu desenvolvimento, que embrulham e amarram, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos

e sociedades; Estados nacionais cada vez mais poderosos, burocraticamente estruturados e geridos, que lutam com obstinação para expandir seu poder; movimentos sociais de massa e de nações, desafiando seus governantes políticos ou econômicos, lutando por obter algum controle sobre suas vidas; enfim, dirigindo e manipulando todas as pessoas e instituições, um mercado capitalista mundial, drasticamente flutuante, em permanente expansão. (BERMAN, 1986, p. 10)

Esses fatos inauguraram uma nova condição de vida em que nada é permanente, tudo é transitório. Se há alguma característica permanente que possa ser atribuída à experiência moderna esta seria a transitoriedade, a fugacidade das coisas. É possível caracterizar o fenômeno social da moda também pela sua transitoriedade, ou, tendo em vista sua essência, pode-se dizer que “a natureza da moda é ser transitória” (SVENDSEN, 2010, p. 34) e isso atesta verdadeiramente como moda, pois é na mudança constante e rápida dos ciclos da moda que se percebe sua presença. Seus ciclos são o tempo de duração entre a mudança de uma moda para outra, sendo frequente e acelerada.

A renovação das coisas é a lógica que norteia a moda, sendo o “novo” o princípio que a sustenta. Svendsen (2010) ressalta, no entanto, que o princípio do novo é uma ideia surgida em meados do século XVIII, com o Iluminismo. Um assunto que se tornava cada vez mais um objeto caro à discussão do homem moderno.

Instaura-se um processo de superação constante do novo por algo que seja ainda mais novo, mais recente do que o último objeto ou ideia considerados “na moda”, não se detendo na ilusão de que algo que está na moda ou em voga terá alguma durabilidade, mas consciente da “previsão de que todas as coisas novas logo serão superadas por algo ainda mais novo” (SVENDSEN, 2010, p. 30). Essa ideia é expressa no princípio da moda que busca “criar uma velocidade cada vez maior, tornar um objeto supérfluo o mais rapidamente possível, para que um novo tenha uma chance” (SVENDSEN, 2010, p. 30).

A mutabilidade, então aparece, como um dos elementos fundamentais para o surgimento da moda, assim como o desejo pela elegância. Autores como Calanca (2011), Lipovetsky (2009) e Svendsen (2010) conceituam o fenômeno social da moda a partir do princípio do gosto pela mudança, da busca constante por novidades.

Ora, quando a “paixão” pelo novo, pelo recente, pelo requinte, pela elegância, etc. e a renovação das formas tornam-se um valor, quando a

mutabilidade dos feitios e dos ornamentos não constitui mais uma exceção, mas se torna uma regra estável, um hábito e uma norma coletiva - isto é, um costume -, então se pode falar em moda. (CALANCA, 2011, p. 12)

Quando a busca pelo novo faz-se um hábito, um valor social, aí existe moda. A significação do conceito de moda, atrelado ao pensamento de Calanca (2011), baseia-se no fator do “novo” transformado em costume, em uma regra que alcança toda a sociedade em que está em curso a busca por determinada tendência.

Assim como muitos dos autores que trabalham com a temática, os três autores acima citados, a saber, Calanca, Lipovetsky e Svendsen, também conduzem suas análises elegendo a roupa como objeto predominante do domínio da moda e, sendo assim, objeto principal para tal investigação. Isso decorre do fato de que até os séculos XIX e XX era a roupa o elemento de maior destaque, ou a “melhor via de acesso” para se compreender o fenômeno da moda, pois a roupa foi, até então, o meio de maior propagação da renovação das formas e da “manifestação mais pura da organização do efêmero” (LIPOVETSKY, 2009, p. 25).

O vestuário configurou-se ao longo dos séculos como elemento preponderante dessa expressão da mudança como regra social. Segundo Lipovetsky (2009, p. 25), “a história do vestuário é com certeza a referência privilegiada de tal problemática” e justifica sua afirmação dizendo que “a esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura da organização do efêmero”. Embora seja dessa forma, a moda não permaneceu apenas no campo da aparência, vinculada às formas de vestir. Ela expandiu-se a outras áreas como aos objetos e até aos gostos e ideias.

Paralelamente, em velocidades e em graus diversos, outros setores – o mobiliário e os objetos decorativos, a linguagem e as maneiras, os gostos e as ideias, os artistas e as obras culturais – foram atingidos pelo processo da moda, com suas paixões e suas oscilações rápidas. (LIPOVETSKY, 2009, p. 25)

A expansão do processo da moda delineou-se como um fenômeno de relevante abrangência social definindo em diferentes áreas da sociabilidade humana seus limites e sua capacidade de estabelecer as próprias regras como um fenômeno historicamente determinado. E, no entendimento de Lipovetsky (2009), o vestuário com suas mudanças e inovações expressou bem essa característica fundante da moda de ser “um dispositivo social caracterizado por ter uma temporalidade

particularmente breve”. Analisa que a moda

não está ligada a um objeto determinado, mas é, em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por ter uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva. Mas até os séculos XIX e XX foi o vestuário, sem dúvida alguma, que encarnou mais ostensivamente o processo de moda; ele foi o teatro das inovações formais mais aceleradas, mais caprichosas, mais espetaculares [...] ao menos é sua melhor via de acesso porque a mais bem conhecida, a mais descrita, a mais representada, a mais comentada. (LIPOVETSKY, 2009, p. 25)

Dessa forma, o vestuário constituiu-se como um ícone da moda que passou a expressar essa perspectiva de “inovações aceleradas. O rompimento com as tradições acontece devido a característica de transitoriedade desse momento histórico. Segundo Harvey (2004, p. 22) “a transitoriedade das coisas dificulta a preservação de todo sentido de continuidade histórica”. Sendo assim, a modernidade é emblematicamente o período de reformulação da história e do tempo em que ela se desenvolve.

A modernidade, por conseguinte, não apenas envolve uma implacável ruptura com todas e quaisquer condições históricas precedentes, como é caracterizada por um interminável processo de rupturas e fragmentações internas inerentes. (HARVEY, 2004, p. 22)

O “interminável processo de rupturas” tratado pelo autor mostra-se como uma “destruição criativa” que cria novas possibilidades a partir da destruição das condições históricas anteriores, como também aponta Berman (1986), fundamentado em Marx (1848). A destruição cria a possibilidade de uma nova construção: seria o nascimento do homem propriamente moderno e de novos valores, mais adequados para esse tempo. Segundo Harvey (2004),

A imagem da “destruição criativa” é muito importante para a compreensão da modernidade, precisamente porque derivou dos dilemas práticos enfrentados pela implementação do projeto modernista. Afinal, como poderia um novo mundo ser criado sem se destruir boa parte do que viera antes? (HARVEY, 2004, p. 26)

As condições históricas da vida moderna, portanto, não oferecem subsídios para a conservação de tradições anteriores a ela, mas cria um ambiente e um tempo favoráveis a rupturas e fragmentações, à transitoriedade dos fatos e das novas tradições. A ruptura com o seguimento contínuo de tradições e do “poder imemorial do passado tradicional” manifesta-se, então, como fator relevante na construção do

fenômeno social da moda (LIPOVETSKY, 2009). Pode-se dizer que, conseqüentemente, também do sujeito moderno. Dessa forma, o objetivo norteador do fenômeno da moda prevê a rápida superação de uma moda por outra, assim como a intencional aceleração dessa superação, o que expressa a destruição criativa como elemento inovador.

Outro elemento relevante na compreensão do fenômeno da moda é o motivo pelo qual ele não se desenvolveu antes da modernidade, o porquê de as sociedades chamadas primitivas não serem creditadas como sociedades onde está presente esse fenômeno.

Lipovetsky (2009) defende que o sistema da moda surge a partir do rompimento com o mundo das tradições e, portanto, nas sociedades primitivas não havia a possibilidade do estabelecimento de um sistema de moda, segundo o autor. Ao contrário de uma adesão à mudança como regra social, o que imperava em tais sociedades era a defesa das tradições, a luta por sua permanência.

Assim, as formações sociais ditas selvagens ignoraram e conjuraram implacavelmente, durante sua existência multimilenar, a febre da mudança e o crescimento das fantasias individuais. A legitimidade incontestada do legado ancestral e a valorização da continuidade social impuseram em toda parte a regra de imobilidade, a repetição dos modelos herdados do passado, o conservantismo sem falha das maneiras de ser e parecer. O processo e a noção de moda, em tais configurações coletivas, não tem rigorosamente nenhum sentido. (LIPOVETSKY, 2009, p. 28)

Comparando os pilares sobre os quais se sustentam as sociedades primitivas e as sociedades modernas, há diferenças. A primeira se fundamenta sobre a imobilidade social, enquanto a outra surge e desenvolve-se exatamente nas condições contrárias, sobre a premissa de mobilidade e mudança constante. O fato das sociedades primitivas terem abraçado as tradições como regra social é explicado de formas diferentes pelos estudiosos. Lipovetsky (2009) destaca que a preocupação com a estabilidade social foi um dos motivos. Afirma que a segurança para o desenvolvimento das futuras gerações marcou essa sociedade, o que talvez não seria possível em um modelo social em que fosse permitido ou incentivado inventividades e mudanças individuais sem propósitos relacionados diretamente ao coletivo.

Inteiramente centrada no respeito e na reprodução minuciosa do passado coletivo, a sociedade primitiva não pode em nenhum caso deixar manifestarem-se a sagração das novidades, a fantasia dos particulares, a autonomia estética da moda [...] a sociedade primitiva é organizada para

conter e negar a dinâmica da mudança e da história. (LIPOVETSKY, 2009, p. 28-29)

A reprodução social é a marca fundamental das sociedades primitivas que encontraram, na fidelidade de suas histórias e mitos, sua sobrevivência e desenvolvimento. Dessa maneira, o passado sempre foi então para essas sociedades um elemento singular na construção de seu presente. Por isso, “para os homens, nada mais resta fazer senão continuar na mais estrita fidelidade àquilo que foi contado, nos tempos originários, pelas narrativas míticas” (LIPOVETSKY, 2009, p. 29). Contudo, isso só se dá devido ao fato de a autonomia individual não ser um fator de legitimidade social nessas condições históricas, já que o que predominava era a tradição coletivamente reproduzida pelos homens, diferentemente do que ocorreu na sociedade moderna.

Para que o reino das frivolidades possa aparecer, será preciso que sejam reconhecidos não apenas o poder dos homens para modificar a organização de seu mundo, mas também, mais tardiamente, a autonomia parcial dos agentes sociais em matéria de estética das aparências. (LIPOVETSKY, 2009, p. 29)

Com o processo de rompimento com a tradição, instituem-se dois fatores relevantes na emergência do fenômeno social da moda, os quais são o amor pela mudança e influência determinante dos contemporâneos, expressão do desejo pelas novidades e adesão à efemeridade do presente, não colocando mais o passado da tradição como a grande referência para a construção da vida. Sendo assim, “a radicalidade histórica da moda sustenta-se no fato de que ela institui um sistema social de essência moderna, emancipado do domínio do passado” (LIPOVETSKY, 2009, p. 35).

Somente abalando os padrões é que a moda desenvolveu-se livremente como novo padrão social. Este feito marcou a história de tal modo que, segundo Svendsen (2010, p. 25), “o desenvolvimento da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, porque indicou a direção da modernidade. Há na moda um traço vital da modernidade: a abolição de tradições.” Contudo, o próprio autor ainda observa que este princípio moderno de não preocupar-se em seguir tradições não consegue êxito porque “a modernidade nos libertou da tradição, mas nos tornou escravos de um novo imperativo” e, citando Rimbaud, diz que, de acordo com o novo imperativo, “temos de ser completamente modernos” (SVENDSEN, 2010, p. 26).

Tal imperativo passou a ser verificado nas relações dos homens e mulheres modernos, nas suas roupas, nos seus meios de comunicação, em seus meios de transporte, entre outros. Freyre (2009) defende isso ao dizer que

A mulher moderna, tanto quanto o homem moderno, tem que conviver com formas modernizadas de relações do viver doméstico ou privado com o público, da casa com a rua, da família com a comunidade. Essas relações [...] vêm significando novos ritmos de vida, novas noções de tempo, novos meios de comunicação, de informação, de transporte. Todas essas modernizações vêm exigindo do traje, do calçado e do próprio penteado e do próprio adorno da mulher adaptações a esses ritmos de andar, a essas noções de tempo, a essas comunicações, todas tendentes a acelerações, a velocidades, a agilizações. (FREYRE, 2009, p. 37)

O imperativo de ser completamente moderno torna-se presente na vida dos homens e mulheres desse período histórico ao passo que “novos ritmos de vida” vão compondo seu dia a dia, suas rotinas, seus comportamentos, seus modos de vestir e até mesmo de andar. Dessa forma, o modo de ser do homem na modernidade vai sendo construído sob a premissa de um novo ritmo baseado em aceleração, velocidade, agilidade, assim como as significações culturais modernas.

na história da moda, foram os valores e as significações culturais modernas, dignificando em particular o Novo e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda da Idade Média tardia [...] (LIPOVETSKY, 2009, p. 12)

O projeto moderno que envolve o surgimento do sistema da moda, o qual Lipovetsky (2009) se propõe investigar, se vincula a uma expansão não só do vestuário, mas tornou-se um elemento comum a diversos aspectos da sociedade moderna.

## **2.2 Desenvolvimento do fenômeno social da Moda**

O sujeito moderno mais autônomo e com maior poder de decisão sobre o que diz respeito à própria existência é condição primordial na constituição do fenômeno social da moda e seu desenvolvimento histórico. No entanto, antes do aparecimento e da consolidação das novas formas de organização social da modernidade não havia se construído a possibilidade do sujeito assumir esse papel de maior autonomia, visto que a tradição ocupava o centro das práticas sociais.

Ao longo dos séculos, a permanência da valorização das tradições como

princípio fundamental da organização das sociedades refletiu-se também em estabilidade na elaboração dos vestuários. A toga-túnica egípcia, por exemplo, perdurou ao longo de quinze séculos. O traje grego masculino, também chamado toga, permaneceu até o final do Império Romano, com algumas poucas alterações. De modo semelhante, do século XVII ao XIX, o traje feminino chinês também sofreu poucas modificações (LIPOVETSKY, 2009).

A respeito das modificações dos trajes, o filósofo argumenta que elas não foram motivadas por uma alteração de natureza estética, mas provavelmente decorrem de determinadas influências culturais de outros povos ou, ainda, por relações de poder. “Mas em nenhum caso as variações procedem de uma lógica estética autônoma, não traduzem o imperativo da renovação regular própria da moda, mas influências ocasionais ou relações de dominação” (LIPOVETSKY, 2009, p. 30).

Dessa forma, não se pode falar em moda levando em consideração apenas essas mudanças ocasionais de vestuário. Há um quesito de extrema relevância na distinção entre uma simples mudança nos trajes e entre a presença da moda, como um sistema propriamente dito. A respeito dessas modificações no vestuário, Lipovetsky (2009) diz que

Mesmo que certas civilizações tenham sido muito menos conservadoras do que outras, mais abertas às novidades do exterior, mais febris por exibição de luxo, jamais puderam aproximar-se do que se chama de moda em sentido estrito, em outras palavras, do reino do efêmero sistemático, das rápidas flutuações sem amanhã. (LIPOVETSKY, 2009, p. 30)

Isso decorre do fato de que não havia sido organizado até então um sistema de moda, com uma lógica própria. Foi somente através do desenvolvimento do gosto por novidades de maneira regular e a criação de uma lógica de excesso que se pode dizer que, no que concerne ao vestuário, houve uma expansão na mudança dos trajes comumente usados começando o afastamento da reprodução fiel à tradição (LIPOVETSKY, 2009). Isso acontece por volta do século XIV devido o surgimento de uma maneira diversa de vestir-se do que até então estava vigente. Homens e mulheres passam cada um a ter suas próprias vestimentas delimitando não só suas estruturas físicas distintas como também o gênero a qual pertence determinado traje.

A moda no sentido estrito quase não aparece antes da metade do século XIV. Data que se impõe, em primeiro lugar, essencialmente em razão do aparecimento de um tipo de vestuário radicalmente novo, nitidamente diferenciado segundo os sexos: curto e ajustado para o homem, longo e justo para a mulher. (LIPOVETSKY, 2009, p. 31)

Antes, a vestimenta longa, a toga, era o padrão tanto para homens quanto para mulheres. Já no século XIV começa a ser abandonado, dado que reforça a defesa de Lipovetsky (2009) sobre o surgimento e desenvolvimento da moda a partir do rompimento com o mundo da tradição. Nesse século, inicia-se o que tempos depois seria um sistema complexo envolvendo estética, comércio e valores, dentre tantas áreas da sociabilidade humana.

A diferenciação das roupas masculinas e femininas coloca em voga a distinção dos gêneros, o que, a partir de então e até o século XX, foi uma categoria fundamental no desenvolvimento de vestuário. Isso começa tendo, como ponto de partida, um maior ajuste das roupas ao formato dos corpos dos homens e das mulheres, por volta dos anos 1300, quando as vestimentas de ambos os sexos passam a demarcar mais a estrutura física de cada um. Para o homem, “a grande novidade é, certamente, o abandono da longa e flutuante sobrecota em forma de blusão em proveito de um traje masculino curto, apertado na cintura, fechado por botões e descobrindo as pernas, modeladas em calções” (LIPOVETSKY, 2009, p. 31). Para as mulheres, “o vestuário feminino é igualmente ajustado e exalta os atributos da feminilidade: o traje alonga o corpo através da cauda, põe em evidência o busto, os quadris, a curva das ancas” (LIPOVETSKY, 2009, p. 31).

O autor atribui esse fato à constituição de uma regra, um padrão, ao afirmar que “a mudança não é mais um fenômeno acidental, raro, fortuito; tornou-se uma regra permanente dos prazeres da alta sociedade; o fugidio vai funcionar como uma das estruturas constitutivas da vida mundana” (LIPOVETSKY, 2009, P. 32). O fenômeno social da moda, no que diz respeito ao vestuário, segundo o pensamento de Lipovetsky (2009), começa a constituir-se como tal, a partir do momento em que aparece um padrão de comportamento em relação às roupas e aos acessórios. Mudanças significativas surgiram, posteriormente, através de adornos, de acessórios, mais do que na forma das roupas, como aconteceu no século XIV.

São os adornos e as bugigangas, as cores, as fitas e as rendas, os detalhes de forma, as nuances de amplidão e de comprimento que não cessaram de ser renovados [...] Torrentes de “pequenos nada” e pequenas diferenças

que fazem toda a moda, que desclassificam ou classificam imediatamente a pessoa que os adota ou que deles se mantém afastada, que tornam imediatamente obsoleto aquilo que os precede. Com a moda começa o poder social dos signos ínfimos, o espantoso dispositivo de distinção social conferido ao porte das novidades sutis. (LIPOVETSKY, 2009, p. 34)

Os detalhes passaram a ser as “pequenas diferenças”, os “pequenos nada” que construíram a moda ao longo dos séculos seguintes. De igual modo, tornaram-se critérios de classificação para definir quem estava ou não de acordo com seus parâmetros, o que o constitui como um “dispositivo de distinção social”.

Todo esse contexto de mudanças decorre das condições econômicas e sociais, nas quais se encontrava o Ocidente por volta do século XI. Chegavam ao fim as invasões e pilhagens dos povos chamados bárbaros; as guerras, mesmo sendo de grandes proporções de destruição, não ocasionaram interferências de “forças estrangeiras” o que possibilitou uma “profunda estabilidade cultural, que assegurou um ancoradouro permanente à identidade coletiva” (LIPOVETSKY, 2009, p. 56). Outros fatores que impulsionaram o aparecimento da preocupação com a aparência e o desejo pelo luxo foi o “crescimento econômico e contínuo apoiado em intensos arroteamentos em uma revolução agrícola e técnica, assim como no desenvolvimento do comércio, no renascimento monetário, no impulso das cidades” (LIPOVETSKY, 2009, p. 56). De modo geral,

No século XIII, enquanto a expansão é dirigida cada vez mais pelas cidades e enquanto as cidades da Itália estão no centro da economia-mundo, os homens de negócios, os comerciantes, os banqueiros se enriquecem, uma alta burguesia começa a copiar as maneiras e os gostos de luxo da nobreza. Foi sobre esse fundo de decolagem econômica do Ocidente, de enriquecimento das classes senhoriais e burguesas que a moda pôde estabelecer-se. (LIPOVETSKY, 2009, p. 56)

A cidade é, principalmente, o cenário no qual se desenvolveu a vida moderna e o fenômeno da moda, pois rodeada pela ampla expansão de maquinários, indústrias e mudanças sociais, encontra-se como um campo de muitas construções. Dessa forma, “trata-se de uma paisagem de engenhos a vapor, fábricas automatizadas, ferrovias, amplas novas zonas industriais; prolíficas cidades que cresceram do dia para a noite” (BERMAN, 1986, p. 12).

Estabelecidas essas condições sociais, no entanto, pode-se dizer que foi a Revolução Francesa, dentre todas as modificações que se sucederam até o século XIX, uma relevante representação no processo de consolidação do fenômeno social

da moda. Através da derrocada das Leis Suntuárias que estabeleciam regras de diferenciação de vestimentas entre a nobreza e os plebeus, surgiu a possibilidade de outros modos dos homens e mulheres estabelecerem tipos diferentes de relações entre si.

Portanto, mais do que o estilo das roupas, o que mudou foi de relação de toda uma sociedade com a moda. Assim, a partir do final do século XIX, a moda não estava mais circunscrita aos recintos privados da nobreza ou às leis suntuárias, mas aberta ao uso de todos, sujeita apenas as condições econômicas de seu usuário, e este é um passo decisivo para o desenvolvimento da moda como a conhecemos. (POLLINI, 2007, p. 36)

Foi então que apareceram grandes e renomadas casas de costura, verdadeiros salões de luxo, que apresentavam modelos de roupas pré-fabricadas e modificadas ao gosto e segundo o biotipo de seus consumidores, sendo, contudo, amostra de uma indústria do luxo e da elegância. A primeira dessas casas de Alta Costura foi fundada pelo estilista Charles-Frédéric Worth por volta de 1858, em Paris. Segundo Lipovetsky (2009, p. 82), “sob a iniciativa de Worth, a moda chega à era moderna; tornou-se uma empresa de criação mas também de espetáculo publicitário”, movimentando a produção têxtil como também a publicitária ao seu redor.

Worth inaugura não só a Alta Costura, mas torna-se símbolo de um processo de mudança de perspectiva social na qual a figura do costureiro passa a ser a imagem do artista, delegando à moda um papel de arte. Dessa forma, “o costureiro se impôs como um criador cuja missão consiste em elaborar modelos inéditos, em lançar regularmente novas linhas de vestuário que, idealmente, são reveladoras de um talento singular, reconhecível, incomparável” (LIPOVETSKY, 2009, p. 91). O autor argumenta que esse evento mostra ainda que o costureiro ganha independência em seu processo de criação e produção de tal modo que ocupa o lugar de destaque maior em tudo isso. Antes colaborador na construção do vestuário, o costureiro, em tempos de Alta Costura, assume a história do desenvolvimento da moda.

Essa passagem brusca indica a incontestável novidade histórica da Alta Costura: de uma era em que a cliente coopera com a costureira a partir de um modelo em suma fixo, passou-se a uma era em que o vestuário é concebido, inventado de ponta a ponta pelo profissional em função de sua “inspiração” e de seu gosto. Enquanto a mulher tornou-se uma simples consumidora, ainda que de luxo, o costureiro, de artesão, transformou-se em artista soberano. (LIPOVETSKY, 2009, p. 107)

O sociólogo Pierre Bourdieu discute sobre essa magia que se instaura acerca da figura do costureiro e da própria moda. O autor faz um paralelo entre moda e cultura discorrendo como se dá o processo de consagração de um costureiro e de uma grife e o surgimento da magia.

Para isso, recorre ao conceito de campo simbólico. Campo é, então, “um espaço de jogo, um campo de relações objectivas entre indivíduos ou instituições em competição” (BOURDIEU, 2003, p. 206) por um mesmo objeto. Há, dessa forma, o aparecimento de uma relação de tensão, de competição, que proporciona uma relação ou um jogo em que o objetivo é alcançar a posse de determinado objeto ou da distinção que se pode obter através de sua posse.

Partindo para sua discussão da moda e da cultura como campos de produção de bens de luxo, um como produtor de bens de luxo de moda e, o outro, produtor de bens de luxo da cultura, Bourdieu (2003, p. 2005-206) procura estabelecer uma relação entre esses dois campos de produção de bens de luxo e diz que:

A minha posição assenta na homologia de estrutura entre o campo de produção dessa categoria particular de bens de luxo que são os bens da moda, e o campo dessa outra categoria de bens de luxo que são os bens de cultura legítima, como a música, a poesia ou a filosofia, etc. O que faz com que ao falar da alta costura eu não pare afinal de falar da alta cultura.

A investigação acerca desse campo justifica-se também pelo fato de que o autor trata sobre uma teoria da magia, a exemplo do ensaio de Mauss<sup>3</sup>, o que quer dizer que Bourdieu afina seu objeto de estudo para essa investigação indicando o campo da moda, não só como campo de produção de objetos de luxo, mas também como um campo da magia.

No caso do campo da moda, ou da alta costura, os indivíduos/instituições que compõem essa relação de disputa e que invariavelmente detêm esse poder, a posse do objeto disputado, são os dominantes. Bourdieu (2003, p. 206) diz que os dominantes “são os que detêm no grau mais elevado o poder de constituir como raros certos objectos através do procedimento da ‘assinatura’; são aqueles cuja assinatura é de mais alto preço”. A raridade dos objetos, portanto, é condição

---

<sup>3</sup> Marcel Mauss (2003) em sua obra *Sociologia e antropologia* define “magia” como “fatos de tradição”, ou aquilo que diz respeito à tradição, os quais ele mesmo aponta, de modo geral, como a repetição desses atos ditos mágicos, a crença em atos mágicos por parte de todo um grupo, o fato dos ritos mágicos serem passíveis de transmissão e serem estabelecidos por meio de opinião.

primordial nessa disputa pela posse da “assinatura”, o que é o mesmo que dizer “grife”.

Os que disputam detêm determinadas características. De um lado, os dominantes, assim se constituem em um processo de “conservação” do capital simbólico, do status de prestígio já adquirido, obtendo lucro a partir desse capital. De outro lado, estão os “recém-chegados” ao campo e que partem para uma “estratégia de subversão” na qual empregam uma reformulação na forma de elaborar e apreciar seus produtos na tentativa de uma desvalorização do que é produzido pelos dominantes (BOURDIEU, 2003).

Nesse processo, por exemplo, mesmo características que adjetivam os agentes desse campo como “luxuoso” e “super-chic”, “durável” e “funcional” apontam uma dualidade em que fica claramente expresso que ambos assumem posições opostas e há, de certo modo, manutenção dessa estrutura, o que o autor expressa como “polo dominante” e “polo dominado” (BOURDIEU, 2003).

“Luxuoso” e “durável” são termos que o autor se refere ao mencionar o polo dominante que busca como estratégia a conservação, mantendo um aspecto tradicional aos seus produtos. Enquanto “super-chic” e “funcional” indicam nessa discussão as características dos produtos do polo dominado que tenta revolucionar os parâmetros tradicionais dos produtos dos agentes dominantes.

O jogo permanece, apesar de toda a disputa, portanto, dessa “luta interna só podem sair revoluções parciais, capazes de destruir a hierarquia, mas não o próprio jogo” (BOURDIEU, 2003, p. 209). O emprego de diferentes estratégias sustenta as formas de revolução interna nesse campo. O “motor do campo” é justamente essa luta e tensão. Nesse sentido há uma constante transformação dentro do campo e “os que lutam pela dominação fazem com que o campo se transforme, com que ele se reestruture constantemente” (BOURDIEU, 2003, p. 209-210).

Desenvolvendo a questão, Bourdieu (2003) afirma que a luta no campo, no caso, o campo da alta costura, não ocorre somente entre os costureiros que elaboram os produtos, mas estende-se também aos consumidores desses produtos. Tanto a produção quanto o consumo dos bens da moda mostram-se como elementos constituintes do jogo de disputas. Tanto um quanto o outro lado da disputa no campo, encontram-se em uma relação de “pretensão” e de “distinção” em que quando “uma classe possui uma propriedade determinada, a outra alcança e tudo recomeça” (BOURDIEU, 2003, p. 210). Essa relação se renova a cada vez que

os agentes que estão na posição de distinção, ou seja, que estão na posse dos objetos de disputa, são alcançados pelos agentes que estão na condição de pretensão de tais objetos. Quando os que pretendem alcançar os objetos de disputa conseguem realizar esse fato ocorre que os agentes em posição de distinção procuram novos objetos para se distinguirem.

Desse fato decorre que a disputa mantém-se. Assim, como mostra o autor, ela pode ser considerada “integradora”, pois ao passo que é uma corrida interminável entre os agentes que compõe o campo, a luta “é uma mudança que tende a assegurar a permanência” (BOURDIEU, 2003, p. 211). Assim, dando continuidade à questão da mudança, o autor expõe que essa disputa dentro do campo se dá por conta da “luta pelo monopólio da distinção, quer dizer o monopólio da imposição da última diferença legítima, a última moda” (BOURDIEU, 2003, p. 211). Dessa maneira, o que se estabelece é não só a luta pelo objeto de distinção, mas, sobretudo a luta pelo monopólio de sua posse. Aquele que o alcança torna-se detentor daquilo que existe de mais novo, o que está à frente de todas as outras coisas que já se tornaram passado.

Para aqueles que estão na condição de agentes dominantes e, por isso, têm o monopólio daquilo que é objeto de distinção, cabe também o desafio de encontrar um modo no qual se possa transmitir o que o autor chama de “poder criador”, o que corresponde à função de continuar o que até então foi produzido por tal agente do campo, o que possibilitou que esse posto fosse alcançado. O que quer dizer que dentro da disputa pelo objeto desejado e pela luta para adquirir o monopólio de sua posse, há ainda a questão da sucessão de poder.

É, pois o próprio campo, segundo Bourdieu (2003) que produz a sucessão, conferindo a outros o poder de construir produtos que mantenham a característica de distinção. A grife torna possível a sucessão, visto que aquele que assume a função sucessória assume também o papel de detentor do poder da própria marca. Há, assim, o que se pode chamar de “sagrado em matéria de costura”. O poder da griffe apresenta-se como elemento sagrado. Em suma, “neste jogo é necessário entrar no jogo” (BOURDIEU, 2003, p. 214).

Identifica-se, assim, que a magia da grife está consagrada através do longo processo pelo qual Bourdieu discorre sobre a disputa no campo da moda. Há agentes, o próprio campo, a disputa por um objeto, a luta pelo monopólio desse objeto, a sucessão e a consagração. Tudo isso compõe o “circuito” do campo da

moda. O autor afirma, então, que “o que faz o valor, o que faz a magia da assinatura, é a conclusão de todos os agentes do sistema de produção de bens sagrados”, o que quer dizer que “um ciclo de consagração eficaz é um ciclo onde A consagra B, que consagra C, que consagra D, que consagra A”, dessa forma, “quanto mais complicado é o ciclo de consagração, mais é invisível, mais a estrutura é susceptível de desconhecimento, maior é o efeito de crença” (BOURDIEU, 2003, p. 214-215).

A crença na magia presente no campo da moda apresenta-se, portanto, a partir de uma impossibilidade de conhecimento de todo o processo, ou seja, o desconhecimento de todos os fatos, à falta de clareza a respeito do “conluio” entre os agentes que se propõe a promover a permanência dessa condição velada, invisível sobre as circunstâncias em que se constroem o campo, em que se estabelece o jogo.

O campo da moda, então, sofre um abalo na soberania do costureiro de luxo pela vinda da guerra. Após a Segunda Guerra Mundial, com as nações reerguendo-se financeiramente, e com certa escassez de recursos, a Alta Costura começou a perder seu papel preponderante no cenário da produção têxtil. Surge, então, uma moda encabeçada pelos Estados Unidos com o nome de *ready-to-wear*, o *prêt-à-porter*. A roupa “pronta para vestir”, em meados de 1950, tornou-se um grande emblema da moda, pois “a roupa em tamanho padronizado [...] produziu a grande revolução da moda no século XX” (POLLINI, 2007, p. 64).

Na contemporaneidade, sem dúvida, a moda “provoca interesse e paixões como nunca antes, e está de tal maneira entranhada em nosso cotidiano que temos dificuldade de definir o que é moda”. Isso decorre da própria forma da cultura contemporânea tão atrelada ao desenvolvimento da moda, a qual “se faz pelo consumo e mudança em um ritmo desenfreado” (POLLINI, 2007, p. 83). Tomada como emblema para a investigação acerca da sociabilidade dos sujeitos, a moda mostra muito mais do que tendências de vestuário ou de acessórios, expõe maneiras de ser de homens e mulheres em uma determinada época histórica evocando a essência de seu próprio tempo.

### **2.3 A industrialização e a Moda**

Foi no setor têxtil que se manifestou mais expressivamente o fenômeno aqui

investigado, pois foi com a indústria têxtil que a moda começou a criar raízes materiais mais evidentes na sociedade. A roupa foi, e continua sendo, um dos materiais de que a moda dispõe para construir-se e reconstruir-se como fenômeno social, adentrando o cotidiano dos homens e mulheres naquilo que se tornou historicamente comum à maioria das culturas dos povos: a utilização de revestimentos corporais, ou em outras palavras, o uso de roupas.

O início da industrialização têxtil caracteriza-se principalmente, segundo Calanca (2011), pela indústria de tipo artesanal já existente e a comercialização de produtos acabados que se dava através de mercadores, ainda antes da modernidade. O campo era o espaço em que a atividade têxtil artesanal emergiu espalhando-se para as pequenas regiões urbanas mais próximas e mesmo às mais distantes, chegando a diversos países devido ao empreendimento mercantil europeu.

A produção industrial têxtil, a princípio, era uma atividade realizada predominantemente na área rural, visto que “no início da Idade Moderna a sociedade europeia é fundamentalmente rural” (CALANCA, 2011, p. 115). As áreas urbanas e rurais mantinham uma relação de interdependência quanto à produção têxtil na medida em que os produtos elaborados pela indústria no campo eram comercializados principalmente nos centros urbanos. O campo tinha a indústria e as áreas urbanas os consumidores de seus produtos.

O dinamismo econômico e social do campo é alimentado e regulado pela demanda exercida pelos mercados urbanos próximos e mais ou menos distantes. Ricos mercadores e grandes proprietários de terras gerem o comércio da produção agrícola e dos produtos artesanais, sobretudo têxteis. A cidade tem necessidade do campo para o fornecimento de comida e para a instalação da produção têxtil rural. (CALANCA, 2011, p. 116)

Desejosos de expandir as relações comerciais e encontrar uma gama maior de matérias-primas para a produção de suas mercadorias, os povos europeus investiram nas grandes navegações que não trouxeram mudanças apenas ao comércio dentro da própria Europa, devido à venda de mercadorias com novas matérias-primas, mas ampliaram também as possibilidades de compra e trocas de produtos com outros continentes.

Da mesma forma, os intercâmbios culturais entre Europa e países de outras regiões do globo trouxeram impactos relevantes na produção da moda. A

aproximação de culturas, costumes e regiões pode propiciar novos modos de compreender as relações interpessoais que os povos estabelecem entre si e com os demais assim como com o ambiente em que vivem, e essa proximidade criou uma abertura ao conhecimento do outro. A produção têxtil e o processo de industrialização em franca expansão, posteriormente, valeram-se dessas prerrogativas para o crescimento quantitativo de produção e venda de suas mercadorias (CALANCA, 2011).

A proto-indústria insere-se em uma rede mercantil nova e de dimensões cada vez mais amplas. A dimensão transoceânica que o comércio europeu assumiu e a ampliação das áreas de mercado em relação àquelas de autoconsumo determinam um aumento da demanda por produtos de qualidade média-baixa e de custo limitado. (CALANCA, 2011, p. 116)

A expansão da produção têxtil da proto-indústria justificou-se na “ampliação das áreas de mercado” que exigiram cada vez mais novos produtos em maior quantidade. Em decorrência disso, segundo Calanca (2011), houve a valorização de algumas atividades profissionais, como a do mercador, e surgiram novas profissões, além de diversos tipos de maquinários que pudessem dar conta de tamanha produção.

Contudo, entende-se, na verdade, que foi através da consolidação do modo de produção capitalista que as modificações no trabalho foram provocadas. Pode-se argumentar assim que o aparecimento da figura do capitalista corroborou o estabelecimento desse modo de trabalho, como afirma Harvey (2004, p. 101) ao dizer que “o capitalista tem o poder (que de forma alguma é arbitrário ou total) de mobilizar os poderes da cooperação, da divisão do trabalho e do maquinário como poderes do capital sobre o trabalho”. O capitalista tem o “poder” sobre a mão de obra e sobre o maquinário, ou sobre as condições materiais, pois é o próprio modo de produção do capital que propicia essa dinâmica.

Para Calanca (2011), no entanto, nesse processo, é a figura do mercador que ganha destaque ao ser o mediador nas relações de compra, venda e de árdua investigação para se obter as melhores matérias-primas possíveis. Calanca (2011) afirma que ainda no início do processo de industrialização, ou na proto-indústria, ainda havia um tipo de indústria artesanal na qual atuavam os artesãos. A figura do artesão no processo protoindustrial, então, era aquela encarregada de vender de maneira independente seu produto ou poderia deixar esta atividade nas mãos do

mercador. De acordo com esta, o mercador era quem assumia o papel de tomar a frente dos câmbios e vendas.

o protagonista é o mercador empreendedor, cuja intervenção é essencial, sobretudo quando a matéria-prima vem de longe e é particularmente cara. Um dos critérios pelos quais se avalia a “bravura” de um mercador é saber reconhecer tanto a proveniência geográfica das mercadorias, como a sua qualidade. (CALANCA, 2011, p. 117)

A atividade do mercador impulsionou quantitativamente a oferta e a demanda da indústria têxtil e seus conhecimentos sobre as regiões em que se poderia encontrar boas matérias-primas tornaram-no relevante no processo de intermediação na compra, venda e expansão do consumo de moda.

Já por volta do século XVII “são os alfaiates, as costureiras, as *lingères* e as *merchandès de modes* que ocupam uma posição-chave” (CALANCA, 2011, p. 122). Se na indústria, anterior ao século XVI, a figura de destaque dava-se ao mercador, quando sua atividade expande-se, no século XVII são outros a ocupar este espaço na indústria do vestuário.

Tanto alfaiates quanto costureiras, *lingères* e *merchandès de modes* faziam do vestuário o meio de sua sobrevivência. A profissão de alfaiate era exercida por homens, ficando a cargo de produzir toda a roupa, enquanto às mulheres, cabiam os remendos. Contudo, em 1675, o governo francês “reconhece existência jurídica à corporação das costureiras” e, mais tarde, “concede às costureiras o status de corporação” (CALANCA, 2011, p. 123). A autora explica que havia alguns conflitos entre alfaiates e costureiras por motivos de prestígio social, mas o governo percebendo prejuízos nessa situação decidiu conferir às costureiras tal status profissional.

Nessa concessão confluem motivos de ordem moral e de ordem político-econômica. Por um lado, teme-se que as moças, reduzidas ao desemprego, possam providenciar o seu sustento por vias não lícitas; por outro, o governo, reconhecendo como corporação uma comunidade de ofício já existente de fato e, sobretudo, disposta a pagar por seu novo status, pode beneficiar-se com uma nova renda. O ano de 1675, portanto, surge como uma data de mudança em matéria de economia e sociologia do vestuário. Os campos de ação dos papéis masculinos e dos femininos separam-se. (CALANCA, 2011, p. 123)

Outra atividade proveniente do setor têxtil é a das *lingères*. Elas eram responsáveis pelos produtos íntimos de vestuário e pelos tecidos para a casa. Em geral eram “mulheres mercadoras, que desfrutavam de uma tradição comercial que

remonta aos séculos XIII e XIV, ou seja, desde que nas cidades e nos campos medievais se iniciou o consumo de produtos de lã” (CALANCA, 2011, p. 124).

A atividade das mercadoras de roupa íntima e da casa situa-se, portanto, entre a fabricação e a venda, entre a província e a capital, em estreito contato com os homens que continuam a operar até 1595, quando uma corporação específica reagrupa as fabricantes e vendedoras de linho e cânhamo com as lingêres propriamente ditas, e com os homens mercadores de tecidos e de roupa íntima e para a casa, que são associados aos retroseiros. Calcula-se que antes de 1620 as lingêres sejam quatrocentas; e no começo do século XVIII, cerca de 659. (CALANCA, 2011, p. 124)

Essas mercadoras de moda estavam tanto no processo de fabricação quanto na venda desse tipo de produtos. Exemplo desse tipo de atividade de comercialização realizada por mulheres eram as *merchandees de modes* que “colocam-se como intermediárias entre as artesãs que trabalham e o universo da clientela” (CALANCA, 2011, p. 125). Exerciam uma função de venda dos produtos artesanais desde o final do século XVII, mas apenas no final do século XVIII conseguem real reconhecimento de sua atividade profissional.

Somente com o édito de reorganização das corporações, proclamada em 1776, adquirem independência, com o título de “merchandees de modes, plumistas e floristas”. Incorporando múltiplas profissões femininas de comércio de moda, o édito de 1776 revela a ascensão das mulheres a um nível muito elevado de especialização e qualificação, mulheres que dirigem importantes empresas de confecção e de comércio. (CALANCA, 2011, p. 125)

O surgimento e fortalecimento dessas categorias profissionais no setor têxtil destacam o processo de profissionalização da mulher. Passaram a exercer diversas atividades em toda a cadeia produtiva têxtil; da produção à venda desses produtos, assim como no comando de “importantes empresas de confecção e de comércio”. Vale ressaltar que suas atividades profissionais ordenavam toda a produção têxtil de forma que, como as *merchandees de modes*,

mobilizam toda uma multidão de artesãos e fornecedores, encarregados de lhes fornecer tafetá, véus, fitas, rendas, plumas cordões, broches, flores artificiais. Para elas contribui também o trabalho de alfaiates, fabricantes de corpetes, dos produtores de malha, de todos os artesãos que operam no setor. (CALANCA, 2011, p. 126)

A produção da moda crescia inegavelmente e os diversos postos de trabalho, principalmente na indústria, demonstravam sua expansão e “os ofícios com seus monopólios, sua regras tradicionalmente fixadas e registradas pelas

corporações desempenharam um papel muito importante na produção de moda até metade do século XIX” (LIPOVETSKY, 2009, p. 58).

Da mesma forma que se tornaram importantes para a produção têxtil, as novas categorias de trabalho, a criação de novas máquinas para auxiliar a elaboração dos produtos desse setor possibilitou o avanço da expansão industrial da moda. A criação da máquina de costura foi, sem dúvida, um fator decisivo nessa questão. Todavia, antes de seu surgimento, outras inovações tecnológicas do setor foram importantes para a produção da moda.

Calanca (2011, p. 132) aponta a fiação e a tecelagem como pontos principais para o desenvolvimento da produção de tecidos. Segundo a autora, em 1773, John Kay apresentou uma lançadeira móvel para o processo de tecelagem; em 1769, Richard Arkwright inventa uma máquina de fiar hidráulica; já em 1785, Edmund Cartwright lança o tear mecânico; a máquina de costura surge apenas em 1830 com Barthélemy Thimonnier di Saint-Etienne.

A primeira máquina utilizável para a costura é aquela de Barthélemy Thimonnier di Saint-Etienne, patenteada em 1830. Feita de madeira, lenta e rudimentar, firmou-se na produção de uniformes militares, em que a qualidade não importava muito e era possível a padronização. Em 1841, havia provavelmente 81 dessas máquinas em funcionamento em uma grande oficina parisiense. (CALANCA, 2011, p. 133)

A invenção da máquina de costura industrial chamou a atenção pela possibilidade que havia surgido de conseguir um aumento na produção de roupas, respondendo à demanda por maior consumo próprio do modo de produção capitalista. Representou também uma oportunidade de um novo segmento de negócio quando Isaac Singer viu que a máquina de costura industrial poderia estar presente nas casas das pessoas. Foi assim que investiu nessa ideia desenvolvendo a relação com a produção têxtil.

Isaac Singer [...] compreendeu o papel que podia ter a nova máquina, não somente na indústria, mas também nas casas, e criou a primeira máquina de costura doméstica. Em 1853, ele criou uma empresa para a produção de suas máquinas que adotava sistemas modernos de produção, semelhantes ao taylorismo, e de comercialização, com vendas a crédito e notável importância atribuída à publicidade. Em pouco tempo, em toda a Europa se encontravam seus cartazes publicitários. A Singer Company tornou-se uma multinacional que diversificaria a sua produção: eletrodomésticos, aparelhos de rádio, máquinas de escrever. A partir de 1860 foram produzidas 110 mil máquinas de costura só nos Estados Unidos. (CALANCA, 2011, p. 133-134)

A criação da máquina de costura doméstica abriu precedentes à criação e

comercialização de outros tipos de aparelhos tecnológicos, como no caso da empresa de Isaac Singer, a Singer Company. Dentre outras consequências do uso da máquina de costura está a diminuição do tempo e do preço das roupas. A agilidade da máquina poupa o tempo da costureira, pois “uma costureira pode dar de trinta a quarenta pontos por minuto; as máquinas Singer da época davam novecentos” ou ainda, no que diz respeito aos preços e postos de trabalho, “isso contribuiu para a diminuição dos preços das roupas e também para o emprego das mulheres na fábrica” (CALANCA, 2011, p. 134). O número de mulheres trabalhando nas indústrias cresceu vertiginosamente com a inserção da máquina de costura na produção têxtil. A máquina havia tomado lugar de destaque na produção.

Desse acontecimento em diante, não faltou muito para o aparecimento de um dos fatos consequentes da Revolução Industrial: “o mito da indústria, o mito do progresso tecnológico, decorrente da introdução das máquinas e do aumento da capacidade produtiva que elas acarretam” (CALANCA, 2011, p. 134). Isso se deu, de acordo com Calanca (2011, p. 135), na medida em que “a indústria e, particularmente, as máquinas contribuem para difundir no imaginário coletivo a fé no progresso tecnológico que salva a humanidade, o mito do bem-estar material”.

O cenário, ou a “nova paisagem” inaugurada pela modernidade constitui-se de uma vasta gama de mudanças, dentre as quais a imagem da cidade e da fábrica compõe boa parte de sua nova estruturação. Nesse momento as cidades crescem, as populações aumentam, há engenhos a vapor, e diversas formas de comunicação aparecem, instrumentos de mídia, como os jornais, o telefone e o telégrafo (BERMAN, 1986). É fácil perceber, assim, que a presença das máquinas adorna o cenário moderno e a ideia de bem-estar atribuída a elas aguça ainda mais a busca pelo aumento e desenvolvimento cada vez maior de maquinário.

A ideia de bem-estar proveniente do uso das máquinas trouxe a crença na solução dos problemas com as condições materiais de vida, como uma maior e mais rápida produção de alimentos, de roupas, de produtos para higiene, dentre outros. Posteriormente, surgiram novas máquinas como a de fotografia, o rádio, a televisão e criação do cinema introduziram outras formas e outros aparelhos nos quais era colocada a fé dos homens e que concorreram para o desenvolvimento da moda (CALANCA, 2011).

Havia, no entanto, uma contradição imputada pela maravilha das invenções modernas que beneficiaram o trabalho humano, mas que, de modo semelhante,

foram transformadas em meios para massacrar o trabalhador desgastando-o ainda mais do que quando não gozava dos vastos meios de produção criados pela moderna vida do homem ocidental. Os homens, segundo Marx, ou melhor, os operários, assim como todo o maquinário da modernidade, são fruto desse mesmo momento histórico. Tanto operários quanto máquinas apontam a presença do período moderno nas relações sociais. “Eles são uma invenção dos tempos modernos, tanto quanto o próprio maquinário” (MARX apud BERMAN, 1986, p. 14).

Justamente nesse contexto surge a construção de um novo modo de organização da produção que também é característica da vida moderna. A produção no começo do século XX é marcada pela organização de tipo fordista. De acordo com Harvey (2004, p. 121), o fundador desse modo de organização do trabalho, Henry Ford, centrava-se no controle e na organização, não apenas do ambiente de produção, mas que abrangia uma reformulação de relações sociais.

O que havia de especial em Ford (e que, e, última análise, distingue o fordismo do taylorismo) era a sua visão, seu reconhecimento explícito de que produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista.

Ford limitava o período de trabalho a cerca de oito horas ao dia, pois assim os trabalhadores poderiam ter determinado tempo livre para a prática do consumo dos produtos de massa na perspectiva de que dessa forma seria alimentada a produção segundo esse modelo. Sua prática de intervenção acontecia, evidentemente, também fora do ambiente de trabalho. O fundador do fordismo incentivava os operários de suas fábricas, por exemplo, a “cultivar legumes nas horas vagas em seus próprios jardins” (HARVEY, 2004, p. 122) na tentativa de impulsionar uma reação contra a crise financeira da época.

Esse modelo de produção alcançou grande desenvolvimento e certa estabilidade até por volta da década de 1970. Contudo, surgiram barreiras que fizeram com que seu declínio acontecesse nesse mesmo período. Era especialmente trabalhoso acostumar os operários a trabalharem no ritmo de uma rotina intensa e exaustiva, assim como suportar uma

administração científica de todas as facetas da atividade corporativa (não somente produção como também relações pessoais, treinamento no local de trabalho, marketing, criação de produtos, estratégias de preços, obsolescência planejada de equipamentos e produtos) [...] (HARVEY, 2004, p. 129)

Harvey (2004) explica que o fordismo, além desses pontos, também viu acontecer o decréscimo de seu desenvolvimento por conta da diminuição quantitativa de sua produção. Não havia tanta procura pelos bens de consumo de massa quanto estava sendo produzido. A expansão do modelo fordista a nível internacional também contribuiu para seu declínio. Países da Europa e o Japão, por exemplo, tornaram-se fortes competidores para o país de origem do fordismo, os Estados Unidos.

Somente com uma alta produtividade poderiam ser mantidas as condições estabelecidas pela política de organização do trabalho fordista e com o desenvolvimento do mercado competidor, o fordismo foi enfraquecendo-se cada vez mais. Desse modo, o fordismo foi gradativamente forçado a ceder espaço para outro sistema de organização da produção: a acumulação flexível. Em contraposição à rigidez do modelo fordista, a acumulação flexível propunha

flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. (HARVEY, 2004, p. 140)

Esse modelo flexível de organização do trabalho possibilitava tanto novas formas de produção, formas mais flexíveis, como também novos modos de exigência dos trabalhadores por parte dos empregadores. Surgiram novas formas de contratação de trabalhadores, maneiras mais flexíveis que, na realidade, reafirmaram os empregadores como detentores de grande poder sobre os trabalhadores. Os patrões poderiam estabelecer o tamanho da jornada de trabalho e, com a deflação e a alta taxa de desemprego, os trabalhadores submetiam-se a um regime duro de trabalho que ia além da jornada. Para manterem-se em seus postos de trabalho, os trabalhadores faziam longas horas extras. Os contratos de trabalho tornavam-se cada vez mais temporários e exigentes (HARVEY, 2004).

A acumulação flexível ganhou terreno nos modos de organização do trabalho, pois, dentre tais fatores, lançou-se na “produção em pequenos lotes e a subcontratação tiveram por certo a virtude de superar a rigidez do sistema fordista e de atender a uma gama bem mais ampla de necessidade do mercado, incluindo as rapidamente cambiáveis” (HARVEY, 2004, p. 148). A produção em pequena escala e a preços mais baixos garantiu a rotatividade da produção e, por conseguinte, o alto

desenvolvimento de produtos. Essas necessidades do mercado foram atendidas pelo modelo de acumulação flexível, ultrapassando as condições de produção oferecidas pelo modelo fordista.

Em suma, pode-se dizer que a acumulação flexível representa em grande medida o desenvolvimento da própria modernidade e da produção industrial porque se fundamenta em princípios modernos de organização da vida a partir da constante mudança, da paixão pelo novo.

o movimento mais flexível do capital acentua o novo, o fugidio, o efêmero, o fugaz e o contingente da vida moderna, em vez dos valores mais sólidos implantados na vigência do fordismo [...] o individualismo exacerbado se encaixa no quadro geral como condição necessária, embora não suficiente, da transição do fordismo para a acumulação flexível. (HARVEY, 2004, p. 161)

O efêmero marca, então, esse modo flexível de organização do trabalho. Do mesmo modo, o princípio de valorização da individualidade do sujeito moderno corroborou na consolidação desse sistema de trabalho.

As transformações no modo de organização do trabalho refletiram-se também na produção da moda. A consolidação do modo “flexível do capital” demonstra a mudança nessas relações. Da adesão ao mito do progresso tecnológico, como exposto por Calanca (2011), da expectativa de ampla construção de condições de bem-estar para todos, através da rápida produção industrial de bens de consumo, o sistema de trabalho passa a revelar um modo de produção extenuante ao trabalhador que não atende a essas expectativas.

Resulta, desse processo, o incremento do consumo e formas de viver a vida constituídas a partir das relações que se estabelecem. A moda, como processo social, expressa e constitui elementos que se vinculam aos processos da produção e afeta o modo de ser do homem e da mulher, tema tratado neste estudo. Desse modo, no próximo capítulo serão apresentados os dados acerca da produção de pós-graduação pesquisada demonstrando como produções acadêmicas têm trabalhado essa discussão teórica sobre moda e educação.

### 3 PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE MODA E FORMAÇÃO HUMANA

Neste capítulo serão apresentados os resultados encontrados no levantamento da produção acadêmica de pós-graduação das universidades brasileiras sobre moda, e formação humana. Como afirmam Romanowski e Ens (2006, p. 38-39), o levantamento bibliográfico da produção busca realizar um balanço objetivando “a sistematização da produção numa determinada área do conhecimento” e contribuir “com a organização e análise na definição de um campo, uma área, além de indicar possíveis contribuições da pesquisa para com as rupturas sociais”.

Desse modo, este estudo teve o propósito de conhecer a produção que aborda a educação e a moda, a fim de examinar como têm sido desenvolvidas as pesquisas sobre a relação entre moda e formação humana/educação, na perspectiva de concorrer para a sistematização e consolidação dos estudos desse campo de conhecimento.

Para a realização do levantamento, recorreu-se à Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)<sup>4</sup>. Pelo fato da moda ser um campo recente de estudos no Brasil, tendo seu primeiro curso superior em São Paulo no ano de 1988, não se estabeleceu nenhum critério prévio para a realização do levantamento com o propósito de se encontrar o maior número possível de trabalhos.

A pesquisa se deu através da utilização da combinação de palavras-chave na busca pelos trabalhos em abril de 2017, as quais são “moda and formacao humana” e “moda and educacao”. Foi possível encontrar o total de 14 produções, entre teses e dissertações, no entanto não se teve acesso a um dos trabalhos identificados. Assim, esta pesquisa foi construída a partir dos 13 trabalhos disponíveis para leitura encontrados na BDTD. O resultado obtido do levantamento é apresentado no Quadro 1 abaixo:

---

<sup>4</sup> O site da BDTD é [www.bdttd.ibict.br](http://www.bdttd.ibict.br).

**Quadro 1 - Trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que trata da temática “moda, educação e formação humana”.**

Nº	Título	Autor (a)	Universidade	PPG	Ano
1	Os moldes da moda: um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil	Lucineia Sanches	Universidade Regional de Blumenau (FURB)	Programa de Pós-Graduação em Educação	2006
2	Design de moda e educação não-formal: os fósseis de árvores petrificadas como referência para processos criativos	Carolina dos Santos Debus	Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	Programa de Pós-Graduação em Educação	2008
3	Juventudes e imagens na revista Vogue Brasil (2000-2001)	Daniela Novelli	Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	Programa de Pós-graduação em História	2009
4	Aspectos históricos do uso dos uniformes escolares: reflexões no campo da educação e da moda (1940-2000 Caxias do Sul)	Mônica D'Andréa Marcon	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	Programa de Pós-Graduação em Educação	2010
5	Possibilidades de aprendizagem no vestuário infantil: um estudo exploratório	Livia Marsari Pereira	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	Programa de Pós-Graduação em Design	2010
6	Saber, poder e sujeito no dispositivo da moda	Humberto Pires da Paixão	Universidade Federal de Goiás (UFG)	Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística	2013
7	Entre moda e sujeito: trânsitos da subjetivação	Ana Cândida Cardoso Cantarelli	Universidade de Brasília (UNB)	Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica e Cultura	2013
8	Arte e cultura da moda como fundamentos do vestir contemporâneo	Sueli Garcia	Universidade Presbiteriana Mackenzie	Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura	2014
9	Representações sociais de gênero pela linguagem de moda em um grupo de estudantes do ensino fundamental II	Francisleth Pereira Battisti	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	Programa de Pós-graduação em Educação Escolar	2015
10	Compreensões sobre os processos de ensinar e de aprender de professores de um curso técnico em moda no Instituto Federal de Jaraguá do Sul	Vivian Andreatta Los	Universidade Regional de Blumenau (FURB)	Programa de Pós-Graduação em Educação	2015
11	A feminilidade que se aprende: a educação através da moda na Revista do Globo/RS (1929-1939)	Raphael Castanheira Scholl	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)	Programa de Pós-Graduação em Educação	2016
12	Moda e os uniformes escolares: aspectos históricos do fardamento escolar no Ceará	Eveline Maria de Azevedo Silveira	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira	2016
13	A geração sênior da sociedade contemporânea brasileira: os desafios na construção da identidade no século XXI	Flavia Luciana dos Santos Souza Rodrigues	Universidade Presbiteriana Mackenzie	Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura	2016

**Fonte:** Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai.2017.

Os trabalhos encontrados foram lidos na íntegra, o que possibilitou, por meio da planilha de análise (Apêndice 1), a apreensão de informações detalhadas referentes ao objetivo deste estudo. Os resultados obtidos apresentados e discutidos a seguir, revelam o estado da produção sobre a temática investigada.

### 3.1 Apresentação da produção acadêmica

Conforme o Quadro 1 acima apresentado, foram identificadas 11 dissertações de mestrado e 2 teses de doutorado em 10 programas de Pós-Graduação de universidades brasileiras. Constata-se que a produção sobre esta temática, objeto desta pesquisa, ainda é escassa. Observa-se, também, que a produção concentra-se nas universidades públicas, que somaram 6 instituições e que 4 instituições privadas registraram produção sobre o tema. As universidades que tiveram 2 trabalhos produzidos foram as paulistas Unesp, Mackenzie e FURB. As demais apresentaram a produção de apenas um trabalho, conforme mostra Tabela 1 abaixo:

**Tabela 1 – Quantitativo de trabalhos dos Programas de Pós-graduação brasileiros que tratam sobre moda, educação e formação humana segundo as palavras-chave utilizadas.**

Nº	Instituição	Quantitativo de trabalhos		
		“moda and formação humana”	“moda and educacao”	Total
1	Universidade Presbiteriana Mackenzie	1	1	2
2	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	0	2	2
3	Universidade Regional de Blumenau (FURB)	0	2	2
4	Universidade Federal do Ceará (UFC)	0	1	1
5	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	0	1	1
6	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)	0	1	1
7	Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	0	1	1
8	Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	1	0	1
9	Universidade Federal de Goiás (UFG)	1	0	1
10	Universidade de Brasília (UNB)	1	0	1
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>9</b>	<b>13</b>

**Fonte:** Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai.2017.

A produção identificada concentra-se na região Sudeste, sendo São Paulo o estado que teve um maior número de trabalhos, ao todo, 4 trabalhos, como se pode ver na Tabela 2 (Apêndice 2). Observou-se que os programas de pós-graduação nos

quais foram produzidos os trabalhos são das regiões Sudeste, Centro-Oeste, Sul e Nordeste. Não se observou nenhum trabalho originado na região Norte. A região Sul contou com trabalhos provenientes do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina, com 3 trabalhos cada. Na região Centro-Oeste, Goiás produziu 1 trabalho e o Distrito Federal, também 1 trabalho. Já a região Nordeste foi representada pelo Estado do Ceará, com 1 trabalho. Não ao acaso, São Paulo apresenta maior produção sobre a temática. Como já apresentado anteriormente, o primeiro curso superior de moda foi criado em 1988 em São Paulo, atendendo às demandas existentes naquela região.

Pôde-se, ainda, constatar que a produção foi identificada apenas na última década, pois os trabalhos encontrados foram produzidos no período entre 2006 e 2016, conforme Tabela 3 (Apêndice 2). Antes de 2006, portanto, não se registrou produção acadêmica de pós-graduação sobre essa temática. No último ano, 2016, houve um número maior de trabalhos do que nos outros anos, contabilizando 3 trabalhos. Nos anos de 2015, 2013, 2010 foram registrados 2 trabalhos em 2006, 2008 e 2014, apenas 1 trabalho. Observou-se um discreto e instável crescimento da produção durante o período, o que se justifica pelo fato de ser recente a inserção dos estudos sobre moda na formação acadêmica.

Talvez seja esse o motivo da produção sobre a temática não se concentrar em áreas de conhecimento relacionadas à Moda e sim, na área de Educação. Constatou-se que os programas de pós-graduação dos quais os trabalhos advêm são variados como consta na Tabela 4 (Apêndice 2). Ao todo, são 5 programas de pós-graduação, sendo eles da área da Educação, da Psicologia, da História, da Letras e do Design. Na área da Educação, que contempla 9 produções ao todo, sendo que há programas específicos, como o de Educação Escolar, Educação Brasileira e Educação, Arte e História da Cultura, que apresentam 1 trabalho cada. Para as outras áreas, Psicologia, História, Letras e Design, encontrou-se 1 trabalho de cada uma dessas áreas de programas.

Entende-se que a concentração da produção observada na área da Educação justifica-se pelo fato de que temática investigada, que trata sobre a formação humana/educação, encontra-se mais consolidada nesse campo de estudos. Acresce-se a isso, o fato de que o estudo acadêmico sobre moda no Brasil é um campo que pode ser ainda mais explorado, conforme já discutido, demandando esforços no sentido de maior adensamento.

No entanto, ainda que tenha se observado que a maioria de trabalhos foi

produzida na área da educação, quatro outras áreas também apresentaram produção sobre o tema, como visto, Psicologia, História, Letras e Design. Importa assinalar que o tema é atrativo às diferentes áreas das Ciências Humanas e Sociais por se tratar de um conhecimento que está imbricado à expressão humana de modo amplo, como a cultura, a história, as artes, a subjetividade, entre outros.

Após a seleção da produção, buscou-se analisar os elementos pré-textuais dos trabalhos identificados. Analisou-se primeiramente os títulos dos trabalhos a fim de verificar se, logo na apresentação dos mesmos, se poderia encontrar elementos que indicassem a presença da relação entre moda e educação, buscando-se identificar se os títulos apresentavam apenas o termo “moda”, ou apenas o termo “educação” ou, ainda, se os títulos apresentavam tanto o termo “moda”, quanto o termo “educação”.

Observou-se que 6 trabalhos traziam, em seus títulos, somente o termo “moda”, como mostra a Tabela 5 (Apêndice 2). Nenhum dos trabalhos apresentou apenas o termo “educação” em seu título. Já o termo “moda” associado ao termo “educação” foi encontrado nos títulos de 4 trabalhos. Essa informação instiga a pensar sobre distinção da moda na produção examinada. Ainda que a maior parte dos trabalhos tenha sido produzido na área da educação, o interesse pela temática moda foi realçado nos títulos dos trabalhos. O mesmo aconteceu em relação às palavras-chave. Estabeleceu-se, como critério, ressaltar as palavras-chave mais recorrentes, tentando selecionar elementos que poderiam indicar tendências por se repetirem nos trabalhos. Dessa forma, as palavras-chaves mais recorrentes foram “moda”, que apareceu 12 vezes, “educação/educativa”, 6 vezes, “cultura (s)”, 5 vezes, “escolar (es)” e “história”, apareceram 3 vezes, e “saber (es)” e “subjetividade” apareceram 2 vezes cada uma, conforme apresenta a Tabela 6 (Apêndice 2).

Essa análise foi feita a fim de identificar, nos elementos pré-textuais dos trabalhos, a apresentação da temática investigada, indicando a ênfase do estudo no tema. No que se refere à quantidade de vezes em que foram encontradas as palavras-chave nos trabalhos, elas podem indicar a ênfase em temas específicos trabalhados ao longo dos textos. Dessa forma, percebeu-se que “moda” e “educação” foram os temas mais recorrentes nas palavras-chaves. Esse dado reforçou a expectativa de que se podia encontrar, nos trabalhos, a relação entre moda e educação. Ao mesmo tempo, identificou-se que “cultura”, “escola”, “história”,

“saber” e “subjetividade” foram temas também recorrentes na produção acadêmica em questão.

Após a leitura integral dos trabalhos, identificou-se os temas principais no intento de conhecer, de forma mais precisa, o estudo realizado. Os temas foram diversificados contemplando interesses específicos dos pesquisadores, conforme Quadro 2 abaixo:

**Quadro 2 - Temas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

<b>Autor (a)</b>	<b>Temas</b>
Battisti (2015)	Representações Sociais, Moda e Gênero
Los (2015)	Processos educativos de ensinar e aprender de um curso de moda
Cantarelli (2013)	Moda e subjetividade
Debus (2008)	Design de moda e educação
Garcia (2014)	A moda como expressão da cultura contemporânea
Marcon (2010)	A relação entre os uniformes escolares e a moda
Novelli (2009)	Moda e juvenilização nas imagens da revista Vogue
Paixão (2013)	Moda, saber e poder
Pereira (2010)	Design, moda e a educação
Rodrigues (2016)	Envelhecimento e identidade da geração sênior
Sanches (2006)	A formação acadêmica no campo da moda
Scholl (2016)	Feminilidade, educação e moda
Silveira (2016)	Moda e uniformes escolares

**Fonte:** Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

A grande variedade de temas girou em torno da moda e expressou questões instigadas pelos processos sociais que envolvem as relações entre homens e mulheres como gênero, cultura, juvenillização, subjetividade, feminilidade, envelhecimento, identidade, entre outros. Trata-se dos aspectos humanos imbricados aos mecanismos que formam a sociabilidade e delineiam modos de ser, pensar e agir dos sujeitos.

A diversidade de interesses permite dizer da riqueza de abordagens possíveis da temática moda, observou-se, mesmo assim, que os termos “moda” e “educação” foram os mais recorrentes nos temas, como mostra a Tabela 7 (Apêndice 2), ratificando o evidente interesse dos pesquisadores no tema moda que apareceu em 11 trabalhos. Os uniformes escolares apareceram em 2 trabalhos. Nesse aspecto, como se buscou o tema moda e educação, entende-se a vinculação com o vestuário próprio da escola. Ainda assim, a leitura do trabalho apresentou relações entre a discussão da moda com aspectos relacionados à formação humana.

Na análise realizada dos objetivos dos trabalhos constatou-se, ainda, grande diversidade de interesse. No entanto, os objetivos, em maior ou menor grau e de formas diferenciadas, abordam a temática da relação entre moda e formação humana, como se pode verificar no Quadro 3 (Apêndice 3). Também foram identificadas as palavras mais recorrentes nos objetivos dos trabalhos. Dentre os mais variados objetivos expressos ao longo dos textos dos trabalhos, foi possível identificar algumas palavras que despontaram com determinada frequência, sendo elas “representações”, “uniformes escolares”, “subjetividade”, “moda”, “cultura”, “função pedagógica”, “contemporânea/contemporaneidade”, “história” e “educação”, como se pode verificar na Tabela 8 (Apêndice 2).

Assim como nas palavras mais recorrentes nos temas principais dos trabalhos, “moda” também surgiu nos objetivos como uma palavra que se repete com frequência, ao todo, 14 vezes. “Uniformes escolares” segue esse quantitativo, posteriormente, com 8 vezes. Já “contemporânea/contemporaneidade”, “história” e “educação” apareceram 3 vezes cada um. As palavras “representações”, “subjetividade”, “cultura” e “função pedagógica” apresentaram um frequência de 2 vezes cada um, expressando a vinculação com o tema moda e formação humana.

Os objetivos de um trabalho expressam ainda mais que as palavras-chave a determinação sobre seu eixo investigativo. Por isso, pode-se dizer que dentre os trabalhos analisados há uma grande frequência da temática “moda” a ponto de determiná-la como um dos pontos fundamentais e constituintes dos objetivos desses trabalhos. Da mesma forma, as palavras “subjetividade”, “cultura” e “função pedagógica” já indicam possíveis relações entre o fenômeno social da moda e os processos formativos do sujeito. No que se refere aos resumos, o critério para sua análise foi verificar se aparece a relação entre moda e formação humana no corpo do texto. Percebeu-se que em 12 trabalhos existe clareza nessa relação ao longo do resumo e em apenas 1 trabalho não foi possível identificar essa mesma clareza, como expressa a Tabela 9 (Apêndice 2), ainda que se tenha identificado essa relação na leitura integral dos trabalhos.

Verificados os dados de identificação dos trabalhos, partiu-se para os elementos do corpo do trabalho, como a área de referência teórica, os autores mais citados, o enfoque teórico, o tipo de pesquisa, os instrumentos de coleta de dados, a moda como instância de mediação na formação/constituição do sujeito moderno, a relação entre moda e modernidade, os aspectos relacionados à concepção de moda

adotada pelos autores, os aspectos relacionados à concepção de modernidade adotada pelos autores e sua relação com a moda e a discussão da relação entre moda e sociedade/processo educativo/formação do sujeito.

A partir da leitura dos trabalhos, foram identificadas as áreas do conhecimento que foram referência para cada um dos trabalhos, observando que um trabalho pode estar relacionado a mais de uma área do conhecimento. Foram identificadas 8 áreas relacionadas à pesquisa desenvolvida em cada um dos trabalhos. Essas áreas são: Educação, Sociologia, Design de Moda, História, Psicologia, Psicanálise, Letras e Linguística e Design<sup>5</sup>, o que se pode ver na Tabela 10 (Apêndice 2, página 102). A Educação foi a área do conhecimento mais referenciada nos trabalhos selecionados, totalizando 12 trabalhos que a tomaram como referência para a construção de sua análise. Em seguida, apareceu a Sociologia com 8 trabalhos, e o Design de Moda, também com a quantidade de 8. História e Psicologia foram referenciados em 5 e 2 trabalhos, respectivamente. Psicanálise, Letras e Linguística e Design apareceram em um trabalho cada. Pôde-se observar que, ainda que a educação tenha sido a referência que prevaleceu, apresenta-se um rico conjunto de campos de conhecimento acessados na produção analisada, apontando para a potencialidade da pesquisa sobre essa temática.

Procurou-se também, nesta pesquisa, identificar os autores mais citados na produção de pós-graduação das universidades brasileiras a fim de verificar se poderiam ser encontradas possíveis convergências de concepções, de método, de abordagens, dentre outros. Percebeu-se que os autores das referências bibliográficas dos trabalhos correspondem a uma vasta gama de perspectivas e verificou-se que houve alguns autores que apareceram nos trabalhos com maior frequência, em especial do campo da moda, como Lipovetsky e Svendsen.

No que se refere ao enfoque teórico, foram encontradas, como se pode observar no Quadro 4 abaixo, uma amplitude de abordagens teóricas que parecem indicar, no âmbito do tema investigado, certa dispersão metodológica. Considera-se que esse quadro é compatível com a diversidade de áreas do conhecimento envolvidas na pesquisa sobre a temática investigada. Por outro lado, constata-se grande riqueza de abordagens, o que indica a fertilidade do campo de estudo sobre a temática. Não se observou prevalência de nenhuma das abordagens, ainda que a

---

<sup>5</sup> Optou-se por identificar “Design” como uma área de referência separada de “Design de Moda”, pela importância, neste estudo, da explicitação do campo da moda.

história cultural pareça ter sido de interesse maior dos autores, mesmo que a partir de teóricos diferentes (Rioux, Mauad, Chartier e Le Goff).

**Quadro 4 - Enfoque teórico dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação que abordam a temática “moda e formação humana”.**

<b>Autor (a)</b>	<b>Enfoque teórico</b>
Battisti	Teoria das Representações Sociais
Los	Teoria Histórico-cultural
Cantarelli	Teoria da Psicanálise de Freud
Debus	Teoria da Educação Popular discutida a partir de Paulo Freire, Gadotti e Gohn.
Garcia	Charles Taylor (2011) traduzido em uma antropologia hermenêutica na perspectiva da constituição do self. Busca o esclarecimento da relação entre identidade e moralidade. Multiculturalismo e diversidade cultural.
Marcon	Teoria das Representações a partir de Chartier
Novelli	Teoria da História Cultural em Rioux
Paixão	Teoria da arqueogenealogia de Foucault que se volta para as práticas discursivas com base no conceito de dispositivo discursivo.
Pereira	Teoria Psicogenética de Piaget
Rodrigues	Perspectiva de pós-modernidade a partir de autores como Stuart Hall (2006) e Bauman (2005) para explicar a formação da identidade do sujeito em processo de envelhecimento.
Sanches	A teoria de Pierre Bourdieu com os conceitos de campo e habitus e Edgar Morin com os conceitos de cultura de massa.
Scholl	Teoria da História Cultural a partir de Mauad e Roger Chartier.
Silveira	Sociologia Formal de Simmel e a História Cultural Francesa (Le Goff)

**Fonte:** Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

Para a construção dos trabalhos, além do enfoque teórico e suas demais características, os tipos de pesquisas e os instrumentos de coleta de dados fornecem mais informações para a compreensão do conjunto desses estudos. Mais do que se ater aos tipos específicos de cada pesquisa, utilizou-se como critério de análise verificar se existe clareza ou não nos trabalhos quanto à exposição da metodologia das pesquisas, como exposto na Tabela 11 (Apêndice 2). Dessa forma, identificou-se que, em 11 trabalhos, os tipos de pesquisa estão claramente explicitados. Já em 2 trabalhos, não está claramente explicitado o tipo de pesquisa, mas pode ser identificado. Não houve nenhum trabalho em que não tenha sido possível identificar o tipo de pesquisa, pois mesmo sem deixar clara a metodologia, com a leitura dos trabalhos apreendeu-se essa informação.

Identificou-se que em grande parte da produção acadêmica analisada prevaleceu a pesquisa bibliográfica no processo de coleta de dados. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, observou-se nos trabalhos o uso de análise de documentos, entrevista, observação, observação participante e questionário, como mostra a Tabela 12 (Apêndice 2). Viu-se que a análise de documentos foi utilizada

em 8 trabalhos, a entrevista e o questionário em 5 trabalhos e em apenas 1 trabalho não foi utilizado instrumentos de coleta de dados, pois é um trabalho estritamente bibliográfico. Evidencia-se, nos resultados, que houve ênfase nos estudos de natureza bibliográfica e de natureza documental. Poucos trabalhos se propuseram a realizar pesquisas de campo, o que pode indicar demanda por esse tipo de pesquisa sobre a temática.

Ainda na análise dos trabalhos selecionados, teve-se em vista investigar como apareceu o fenômeno social da moda como mediação na formação/constituição do sujeito moderno e a relação entre moda e modernidade. Grande parte da produção acadêmica apresentou a moda como mediação na formação do sujeito moderno de forma claramente explicitada, ao todo, 9 trabalhos, enquanto em alguns trabalhos, ao todo 4, não está claramente explicitada essa questão, mas pode ser identificada, o que mostra a Tabela 13 (Apêndice 2).

Desse modo, observa-se que todos os trabalhos, mesmo não tratando de forma explícita a relação entre a moda e a formação humana, abordam a temática investigada. Assim, apresenta-se, a seguir, a discussão do tratamento que os pesquisadores dispensaram ao tema.

### **3.2 As concepções de moda nas produções acadêmicas**

Este item do capítulo é destinado à apresentação das concepções de moda que emergiram da produção acadêmica analisada. Ao se realizar a leitura dos textos, encontrou-se uma concepção de moda que defende a vinculação do fenômeno social da moda ao período histórico da modernidade, à experiência moderna. A escolha dos autores para a composição da bibliografia é um dado que já anuncia a identificação dos trabalhos a essa concepção. Autores como Lipovetsky, Svendsen, Calanca, que estão nos trabalhos analisados, compõem o grupo de pensadores que apontam claramente a constituição do fenômeno social da moda imbricada à modernidade, como visto no capítulo 1 deste trabalho, o que fica claramente expresso nos trabalhos de Battisti (2015), Cantarelli (2013) e Silveira (2016).

Battisti (2015) corrobora uma afirmação do filósofo Svendsen (2010) de que a moda é uma área específica da modernidade e que ela apresenta um aspecto quase naturalizado na sociedade contemporânea. A autora afirma que adota para

sua pesquisa “o pressuposto dos autores que consideram a moda um fenômeno moderno” (BATTISTI, 2015, p. 17). Cantarelli (2013) compartilha com Souza (2009), Lipovetsky (2009) e Calanca (2008) que a moda não é um fenômeno social universal, mas é, na verdade, historicamente contextualizado, ou seja, “para Souza (2009), a moda não é um fenômeno universal, mas próprio de algumas épocas e de algumas sociedades” (CANTARELLI, 2013, p. 67).

Nessa perspectiva, “Lipovetsky (2009) estabelece que na Antiguidade as transformações do traje permaneceram praticamente as mesmas. No Egito antigo, o mesmo tipo de toga-túnica, usada por ambos os sexos, se manteve por quase quinze séculos” (CANTARELLI, 2013, p. 67-68). De modo semelhante, “Calanca (2008) chama atenção para o fato de que a produção têxtil funcionava de acordo com uma geografia bem diversa” (CANTARELLI, 2013, p. 69). Referenciando Calanca (2008), afirma novamente sua adesão à concepção de que a moda é um fenômeno próprio do modo de vida e experiência da modernidade quando diz que “a moda é moderna” (CANTARELLI, 2013, p. 70).

Já Silveira (2016) adere à concepção de moda de Svendsen (2010), Boucher (2010) e Lipovetsky (2009) de que moda é um fenômeno social próprio do final da Idade Média e começo da modernidade ao dizer que, no período da Idade Média, “as vestimentas não eram consideradas moda, pois a roupa só se torna moda quando há um gosto, vindo de quem usa, por mudanças no vestuário, ou seja, quando muitas pessoas de uma sociedade, de forma relativamente frequente, optam pela novidade na maneira de se vestir” (SILVEIRA, 2016, p. 24).

Outra concepção de moda que surgiu em diversos trabalhos foi a que relaciona moda e vestuário. Fundamentando-se em Matharu (2011), Los (2015) apresenta, em seu trabalho, uma perspectiva que diferencia moda e vestuário, sendo que moda, para a autora, está relacionada a mudanças de tendências ligadas às estações do ano com vestuário, que são objetos para cobrir e adornar o corpo. Los (2015) também traz uma concepção de moda que parte do pressuposto de que moda é um “reflexo da sociedade”. Segundo ela, a moda é, ainda, “um reflexo daquilo que ela almeja ser” e explica a sua perspectiva dizendo que “as tendências de moda transmitem aquilo de que a sociedade necessita, ou refletem as situações pelas quais a sociedade está passando naquele período da vida” (LOS, 2015, p. 64).

No que diz respeito ao vestuário, o trabalho de Paixão aponta moda e roupa como sinônimos, ou seja, a moda é considerada por ele como análoga ou correlativa

à noção de vestuário. Configura-se como um sistema com regras e coerções, apresentando-se como um dispositivo próprio da modernidade. Por outro lado, o autor também apresenta a moda para além do vestuário, dizendo que “o sentido da moda, ou melhor, os sentidos da moda estão, pois, nas vivências cotidianas, nas formulações midiáticas consumidas pela população, nas representações e naquilo que sócio historicamente orienta a relação das pessoas com o vestuário” (PAIXÃO, 2013, p. 50). Referenciando-se em Lurie (1997), assinala que “elas tendem a apontar cotidianamente rumos, sentidos e instrumentos de mediação entre os próprios indivíduos e entre indivíduos e instituições”. Dessa forma, o autor não discute a moda somente a partir do vestuário, mas também encontra outros nexos para a questão.

Para Pereira (2010, p. 53), a primeira forma material da moda configurou-se no vestuário, pois defende que “o vestuário tornou-se, em grande parte por seu caráter simbólico, a primeira materialização do fenômeno moda”. Embora também afirme logo em seguida que entende que a moda “possui significado abrangente por estar presente nos mais diversos produtos” para além do vestuário (PEREIRA, 2010, p. 53).

Nesse mesmo entendimento sobre concepção de moda, o trabalho de Debus (2008) parte da perspectiva que enfatiza a moda como comportamento, aspiração, e não apenas vestuário, mas cita-o como elemento de contextualização histórica.

Na década de 20 podemos citar o surgimento da mini-saia, horrorizando os conservadores e quem ousasse andar pelas ruas com uma saia 8 cm acima do tornozelo estava sujeita a multa e prisão. A Semana de Arte Moderna de 1922, realizada por intelectuais como Mário de Andrade e Tarsila do Amaral, influencia as mulheres nos vestidos curtos, leves, feitos geralmente em seda, com cinturas baixas e franjas. Meias coloridas de seda, colares longos, braceletes e plumas são outras tendências da época junto de cabelos curtos corte “Chanel”, uma influência da estilista ícone Coco Chanel que revolucionou o mundo da moda através de inovações como o uso de bijuterias, tailleurs, conjuntos com paletós, vestido preto, camisa branca, sapatos bicolores. (DEBUS, 2008, p. 48)

Um conceito de moda que procura ultrapassar a questão material da roupa é o de Silveira (2016). Nessa dissertação, a autora, a partir de Ribeiro (2012), diz que moda também trata de questões sociais, não apenas de roupas, o que pode ser identificado quando ela afirma que

Ao analisarmos a história da moda percebemos que a função da roupa vai além do cobrir-se, do pudor e de proteger-se dos climas de extremo frio ou calor, como afirma Ivan Ribeiro [...] a roupa pode estar carregada de significados que terão alguma representação ou valor dependendo das pessoas que estão vivendo em uma determinada época estabelecida, isso porque os valores e representações que damos a certos objetos podem variar de acordo com o tempo. (SILVEIRA, 2016, p. 18)

Outra forma de conceber a moda a partir da análise dos trabalhos foi pensar esse fenômeno social para além da pesquisa historiográfica, como fazem diversos autores que se propõem a estudá-lo. Isto é o que aponta Cantarelli (2013) e Scholl (2016). Cantarelli (2013, p. 62) defende a ideia de Calanca (2008), Lipovetsky (2009) e Barthes (1967) de não deter-se apenas na historiografia da moda, mas adentrar na discussão por diversos âmbitos, ou seja, “mais do que descrever uma exaustiva historiografia das transformações do vestuário ou dos costumes relacionados à aparência, a autora se vale das concepções da ‘nova história’ para tecer uma trama da complexa rede semântica em que a moda se engendra”. Para confirmar ainda essa perspectiva, ela traz o discurso de Lipovetsky (2009) e Barthes (1967) que também acreditam que a moda não tem sido pesquisada em sua inteireza como fenômeno social, pois a maioria das análises a respeito se deteve apenas na descrição historiográfica das diversas estéticas de vestuários ao longo do tempo.

Assim também trabalha Scholl (2016) que, partindo da prerrogativa expressa por Lipovetsky, mesmo sem citá-lo, informa que seu trabalho não pretende ser uma análise descritiva de objetos de moda, mas que busca tratar a questão em suas especificidades sociais. Sendo assim, Scholl (2016, p. 39) informa que seu trabalho não pretende ser uma análise descritiva de objetos de moda, mas que busca tratar a questão em suas especificidades sociais, ou seja,

O estudo concentrou-se nos pormenores que constituem o universo da moda feminina, não somente reduzido a um sistema descritivo de tecidos, cores, adjetivos, termos, formas e linhas que se entrelaçam nos usos das roupas, mas que, em conjunto, transformaram o corpo vestido da mulher em um ser social.

Outra concepção de moda que aparece nos trabalhos abarca os temas “individualidade” e “diferenciação”. Debus (2008, p. 50), que parte da perspectiva de Barnard (2003), moda apresenta-se como expressão pessoal, neste caso, o vestuário, como meio de individualidade, de diferenciação social. A autora complementa a ideia explicando que Barnard (2003) refere-se à ação de

individualizar-se, mas sem excluir o desejo de pertencimento a determinados grupos sociais. Garcia (2014, p. 39) já define a moda como um elemento de diferenciação e originalidade, como quando explica que no século XIX “a cada apropriação de elementos da aristocracia pelas outras classes havia um esforço para se criar novas modas e tentar manter uma aura de originalidade”.

Há, ainda, Novelli (2009), para quem moda é concebida como individualismo do gosto. De acordo com essa concepção, “a questão da dinâmica do sistema de moda ter imposto uma regra de conjunto, e simultaneamente, deixado lugar à expressão individual” para a autora nada mais é do que “uma relativa liberdade deixada às pessoas para rejeitar, adaptar ou aceitar as novidades, possibilitou uma originalidade criadora por parte das pessoas, celebrando um ‘individualismo do gosto’, próprio das sociedades modernas” (NOVELLI, 2009, p. 70-71).

As ideias de imitação e reprodução também compõem a discussão dos trabalhos no que diz respeito à concepção de moda. Garcia (2014) e Rodrigues (2016) tratam dessa abordagem. Para Garcia (2014), moda trata de difusão de determinado modelo social e imitação de padrões estabelecidos, como o ideal de moda Francês, que ela toma como exemplo dessa difusão. A autora diz que o ideal de moda parisiense se tornou objeto de desejo. Já Rodrigues (2016), discorre sobre moda como imitação e reprodução baseando-se no pensamento dos autores Lipovetsky e Simmel. Segundo a autora, “Lipovetsky (2009) afirma em sua obra que dois movimentos foram determinantes no nascimento da moda, o método de imitação e diferenciação em conjunto com o distanciamento das peças entre masculino e feminino” (RODRIGUES, 2016, p. 97).

A concepção de moda como busca constante pelo novo também apareceu nas discussões, tendo destaque nos trabalhos de Paixão (2013), Rodrigues (2016) e Sanches (2006). Segundo Paixão (2013), a moda é um fenômeno baseado na busca constante pelo novo, como pode-se encontrar em Simmel e Lipovetsky. Relacionando a defesa de Simmel de que a moda é baseada em uma eterna mudança com Foucault, que fala sobre “enunciado e sua repetibilidade”, o autor adere a uma concepção de moda que a toma como um fenômeno baseado na busca constante pelo novo, como em Simmel e Lipovetsky. Pensando nisso, afirma que “de acordo com Simmel (2008, p. 53): ‘O que verdadeiramente importa à moda é variar; só que, como qualquer outra criação, ela tem uma tendência para economizar esforço; procura alcançar os seus fins da forma mais plena, porém, com os meios

relativamente mais escassos” e, segundo a perspectiva do autor, Svendsen permanece na afirmação de que é possível “comparar o seu caminho com um círculo; ela regressa sempre de novo a formas anteriores” (PAIXÃO, 2013, p. 17).

Da mesma forma, Rodrigues (2016, p. 35) diz que a moda pode ser definida como um fenômeno regido por “mudanças constantes” e ainda Sanches (2006) aponta que a moda é a renovação periódica, a busca constante por mudanças, baseando-se em Araújo e Castro (1984, p. 970), e diz que, “para os mesmos autores, ‘a moda será, assim, o conjunto de acções que conduz à renovação periódica dos objectos de consumo, neste caso objectos têxteis predominantemente destinados ao vestuário” (SANCHES, 2006, p. 22). Sanches (2006) também recorre a Morin (1987) para apresentar a ideia de que ela “apresenta dois motores propulsores para a existência e manutenção da mesma enquanto fenômeno, sobretudo nas sociedades ocidentais: ‘o primeiro motor da moda é, evidentemente, a necessidade de mudança em si mesma da lassidão do já visto e da atração pelo novo” (SANCHES, 2006, p. 22).

Moda democrática é um dos conceitos de moda que aparece nos trabalhos e que se apresenta a partir do pensamento teórico de Lipovetsky. Este conceito está presente nos trabalhos de Debus (2008) e Novelli (2009). Para Debus (2008), a perspectiva de moda democrática apresentada por Gilles Lipovetsky (2006) também é defendida por Moutinho e Valença (2000). De acordo com essa concepção, a partir da visão destes últimos, a democratização da moda acontece “principalmente por causa dos meios de comunicação e pela industrialização das roupas em grande escala, podendo-se usar uma multiplicidade de vestimentas em todas as partes do mundo” (DEBUS, 2008, p. 47).

Novelli (2009) baseia-se nesse conceito, também, referindo-se a Lipovetsky (1989). Segundo Novelli (2009, p. 69), ao falar sobre o surgimento da “moda jovem”, diz que “também o fenômeno jeans e os diversos movimentos de rua das décadas de 1980 e 1990 contribuíram enormemente para a democratização da moda, através da autonomia e ascensão das tendências da moda jovem”.

A moda pode ser definida por meio das questões de hábito, estilo e costumes. Segundo uma definição do Dicionário Aurélio apresentada por Freyre (1986), moda refere-se ao hábito ou estilo que varia ao longo do tempo, também pode ser um gosto, uma ideia e um uso passageiro. Esta definição encontra-se no trabalho de Marcon (2010) como conceito de moda. O tema “hábito” situa-se no

trabalho de Scholl (2016), a partir do pensamento de Calanca (2008), que expõe que a moda não se trata apenas do vestuário, mas configura-se como costumes e hábitos. Assim,

A moda não somente restringia-se ao vestuário, mas também aos novos hábitos sociais, na prática do turismo, em viagens para o prazer de contemplar novas paisagens, na frequência das estações termais e praias. O fim do século XIX e começo do século XX presenciou o surgimento da cultura de férias e a difusão de novos meios de transporte como a ferrovia, o ônibus, o bonde e o automóvel (CALANCA, 2008apud SCHOLL, 2016, p. 62)

Rodrigues (2016), Scholl (2016) e Silveira (2016) trabalham também com um conceito que relaciona moda e identidade. De acordo com o pensamento de Rodrigues (2016, p. 53), a partir de Castilho (2009), a moda em forma de vestuário ou ornamentações evidencia o corpo como formador de identidades, o que quer dizer que “por meio de elementos da moda como vestuário e ornamentos o sujeito promove uma transformação tanto na aparência como no comportamento. O corpo do sujeito é o que se personifica e o que se torna presente no mundo”. Trazendo o que o próprio autor expõe de Castilho (2009), tem-se que “o ato de revestir o corpo com vestimentas, de seguir uma determinada moda, é adotar figurativamente um parecer que declara ao ‘outro’ dados sobre a identidade do sujeito” (CASTILHO *apud* RODRIGUES, 2016, p. 53).

Scholl (2016) concorda com a questão apontando que, segundo Crane (2006), a moda é um meio de construção e declaração de identidades sociais. Partindo do pensamento dessa autora, Scholl (2016, p. 43) diz que “a moda em seu amplo conjunto de artefatos pode ser vista como meio de declaração das identidades sociais, mas, principalmente, nas sociedades ocidentais, do século XIX e XX” e, citando o vestuário, continua o argumento adotando a afirmativa de que “as roupas referiram-se, sobretudo, ‘às maneiras pelas quais mulheres e homens consideram seus papéis de gênero’ ou como o vestuário produziu representações sociais e culturais acerca desses papéis” (CRANE, 2006, p. 47).

Ainda sobre a concepção de moda relacionada à identidade, Silveira (2016, p. 19) trabalha em sua dissertação a perspectiva de que a moda “além de artística, econômica e política, atinge questões de expressão da identidade social, atuando na construção da identidade de indivíduos ou de grupos, fazendo com que roupas e elementos do vestuário representem valores e expressem conceitos”.

Há, também, um conceito de moda que a relaciona à imagem estética. Novelli (2009), retoma Maffesoli (1995) para indicar também uma aproximação entre estética, moda e a vida cotidiana. Ao longo do trabalho, a autora discute a estética presente na revista Vogue. Como ela mesma afirma, escolheu as contribuições desse autor “justamente porque estas colocam em evidência um movimento profundo e enraizado na vida cotidiana, onde a questão da estética estende-se ao conjunto da vida social” (NOVELLI, 2009, p. 53).

Segundo o trabalho de Sanches (2006), que se pauta em Joffily (1999), moda é responsável por criar uma imagem estética dos sujeitos. Sendo assim, “para Joffily (1999, p. 12), ‘a moda é um conjunto de relações que cria uma imagem estética e não é arbitrária, ou seja, tem uma razão de ser. Ela se adapta a novos ritmos de vida, noções de tempo, novos meios de comunicação’” (SANCHES, 2006, p. 21).

Scholl (2016) busca pensar a moda, ainda, como um sistema de construção da imagem do indivíduo e sistema de circulação de imagens. O autor trabalha a temática da moda apresentando essas duas concepções abordando a questão da imagem e da estética. De acordo com a primeira concepção, o autor diz que na mesma medida em que “a moda se constituiu como um sistema para a construção de uma imagem do indivíduo, para a divulgação dos gostos e estilos de vestir que se expressam nos trajes” e, ainda, se propondo a adiantar o que pode vir a ser, o autor argumenta que “será, ainda, historicamente, através da visualidade, a partir da imagem impressa, que a moda se utilizou para ganhar força dentro das culturas e espaços nas sociedades, desde os primórdios da imprensa” (SCHOLL, 2016, p. 39). No que se refere à outra concepção, o autor afirma que

Pode-se considerar a moda, como um sistema de circulação de imagens, que ora apresentam-se fixas num impresso, ora são materializadas e móveis no uso do traje sobre o corpo propriamente dito e, ambas as formas se tornam indícios relevantes para uma ilustração dos movimentos do gosto através da materialidade dos objetos impressos nas diversas sociedades e culturas onde a moda é considerada tem sido fenômeno evidente. (SCHOLL, 2016, p. 39).

Já o conceito de moda relacionado a questões sociais é trabalhado de maneira relevante por Marcon (2010). Discutindo sobre uniformes escolares, Marcon (2010) expõe esse conceito dizendo que os uniformes são mecanismos de redução de possíveis diferenças sociais. Pode-se verificar isso quando ela concorda com

uma afirmação de Frédéric Monneyron (2007) que diz que a roupa pronta pra vestir, ou o prêt-à-porter, “colabora, principalmente para reduzir as diferenças sociais”. Tomando como base essa afirmação, a autora conclui que “o uniforme no seu sentido mais amplo tem uma forte ligação com o significado de prêt-à-porter” (MARCON, 2010, p. 45).

Partindo para a relação com o corpo, Pereira (2010) e Scholl (2016) também corroboram essa concepção de vinculação entre moda e corpo. Pereira (2010, p. 13) inicia sua apresentação da dissertação já apontando uma concepção de que moda é extensão do corpo, como explica ao dizer que “a roupa também faz parte desse meio externo que pode contribuir para a formação e desenvolvimento da infância, pois está presente na maior parte do tempo como uma extensão do seu corpo” e conclui dizendo que a roupa “interage com o organismo humano”.

No trabalho de Scholl (2016), a moda também é tratada no “corpo vestido” atestando a civilidade do sujeito. Afirma que “o corpo vestido pode ser considerado como uma demonstração do ser civilizado” e, ainda mais, “que é educado por meio de recepções, percepções, interpretações, transformações e imitações, sensível às regras, normas e estilos estéticos de seu meio, em determinada circunstância ou época” (SCHOLL, 2016, p. 39).

Outro conceito de moda que aparece dentre os conceitos presentes nos trabalhos é sobre a relação entre moda e arte. É o que faz Garcia (2014) fundamentando-se na existência de obras de arte que indicam essa relação, como a de Monet, em que “vários registros declaravam a proximidade do artista com a moda através da modelo que é adepta da moda, como o quadro de Camille de 1866, pintado por Claude Monet”. Ressaltando características específicas dessa relação entre arte e moda nas obras do pintor, a autora diz que “no quadro Monet registrou minuciosamente o jogo de luz e sombra do vestido listrado da modelo. Camille era conhecida pela sua dedicação em estar na moda”. Justifica ainda que “seu vestido listrado aparece em vários quadros com detalhes alterados, sugerindo uma suposta interferência do próprio artista. A pintura foi referência para as ilustrações de moda de catálogos das lojas de departamento” (GARCIA, 2014, p. 54). Desse modo, a autora expõe como na arte há a presença da moda e, de modo semelhante, há, também, a presença da arte na moda.

O levantamento bibliográfico da produção de pós-graduação que discute as temáticas “moda”, “educação” e “formação humana”, apresentou, em cada trabalho,

a seu modo, mas também convergindo em diversas vezes, elementos com os quais se pode verificar diversas concepções de moda. As concepções mais presentes abordam a moda como um fenômeno da modernidade, historicamente localizado, não universal. Apresentam uma abordagem ampla entendendo a moda também na perspectiva do comportamento, hábitos, aspirações e não somente como vestuário. Assim, relacionam a moda à expressão pessoal, à individualidade. Tratam ainda a moda como reveladora do sujeito na sociedade, vinculada à classe social, ao gênero, entre outros apresentando a identidade social.

A busca dos autores em significá-la demonstra a procura por estabelecer uma melhor compreensão teórica a respeito de um tema que, como aponta Lipovetsky e também autores da própria produção acadêmica analisada: a moda ainda não tem sido pesquisada em grande medida pela própria academia que se propõe colocar, à luz da investigação científica, objetos de diversas naturezas.

### **3.3 Moda e modernidade nas produções acadêmicas**

Neste item apresenta-se os resultados encontrados na produção acadêmica analisada, sobre a temática “modernidade. Investigou-se em cada dissertação e tese, se havia menção, alguma concepção ou considerações referentes à relação entre moda e modernidade.

Encontraram-se nos trabalhos diversos aspectos que relacionam as temáticas “moda” e “modernidade”, o que mostrou que os autores entendem o fenômeno social da moda imbricado à experiência moderna.

Um dos elementos que se identificou a respeito da modernidade é sua vinculação à perspectiva de particularidade histórica constituída por determinados valores. Battisti (2015) e Sanches (2006) são autoras que trabalham com essa perspectiva em suas dissertações. Para Battisti (2015), a modernidade é apresentada como uma particularidade histórica constituída por determinados valores, mais especificamente, valores de consumo. Sua relação com a moda está justamente nesse entrelaçamento do fenômeno social da moda com valores próprios da modernidade.

Ela expõe que “a moda está ligada, atualmente, a diversas linguagens e expressões culturais, a partir das conexões estéticas e funcionais estabelecidas entre elas e os valores de consumo na modernidade” e ainda acrescenta que “é

visível a necessidade de estudos desses valores e das formas de socialização características da organização social moderna” (BATTISTI, 2015, p. 14).

Já Sanches (2006) trabalha com a questão da modernidade para contextualizar o momento histórico e as condições e valores da experiência da vida moderna ao longo dos séculos. Sanches (2006, p. 23) mostra essa contextualização histórica, por exemplo, ao dizer que “o conceito alta-costura tal qual como se conhece atualmente surgiu na França da década de 1850 do século XIX pelas mãos do inglês radicado em Paris, Charles Frederick Worth, que se tornou, em menos de dez anos, o ditador da moda de Paris”, ou quando fala do histórico do prêt-à-porter dizendo que “na década de 1960, começou a surgir, no panorama ocidental, um novo grupo de consumidores com perfil diferenciado do consumidor de alta-costura” (SANCHES, 2006, p. 26).

A modernidade como momento propício para o desenvolvimento da moda é outro assunto que emergiu dessa discussão em que Battisti (2015) e Paixão (2016) enfatizam a questão da moda e da modernidade. Battisti (2015, p. 23), aborda que a moda é produzida em um contexto sociocultural “tendo-se convertido em um dos mercados mais característicos do Ocidente e da própria modernidade, não se limitando ao mundo das roupas”. Dessa forma, a autora expõe uma concepção de que a modernidade apresenta-se incumbida do papel de momento histórico propício para o desenvolvimento da moda e de seu mercado de produção e venda de suas mercadorias.

Paixão (2016, p. 16) diz que a moda se apresenta como um dispositivo próprio da modernidade quando afirma que “assim, trazemos vozes outras para essa discussão [...] na tentativa de entender a moda como um dos vários dispositivos presentes na sociedade moderna”.

Uma discussão sobre modernidade que percorre a pesquisa feita em diversos trabalhos é a concepção de modernidade como aceleração, ruptura, abolição de tradições e mudança. Sobre isso, pode-se recorrer novamente ao argumento usado por Battisti (2015) de que na modernidade a sociedade é propensa a mudanças constantes, tal qual uma sociedade de moda. No trabalho de Cantarelli (2013) existe uma clara relação entre moda e modernidade, relacionando a temática da moda à concepção de transitoriedade que ela aponta como característica da modernidade. Isso fica expresso em sua fala ao mostrar que

A temática da moda é vista sob o olhar de uma constante transformação e denota como este fenômeno sempre esteve relacionado, nas sociedades que a experienciaram ao longo do tempo, com uma forma de influenciar e determinar aproximações e rupturas com o velho e com o novo, com o individual e o coletivo, com o nobre e o pobre, com o sagrado e o pagão, com a vida e com a morte, com a estabilidade e a mudança, a moralidade e a subversão, e ainda, a permanência e a transitoriedade. Nada tão consonante com o desenvolvimento do sujeito moderno com as promessas contraditoriamente efêmeras e perenes que a civilização lhe oferece. (CANTARELLI, p. 61-62)

Por sua vez, Garcia (2014) traz a temática da modernidade ao se referir às mudanças sociais ocorridas ao longo do século XIX que constituíram a experiência do então moderno modo de vida que surgiu nessa época. Para exemplificar esse processo, Garcia (2014, p. 44) fala que “a abordagem sobre os acontecimentos sociais e culturais na literatura e na arte anunciava os tempos modernos”. Assim, a autora aponta também uma discussão sobre literatura. Expressa que “a moda e o consumo faziam parte dos vários temas tocados pelos escritores e romancistas. Muitos deles tinham como o cerne de seus romances as transformações urbanas e sociais, bem como o efeito delas no cotidiano e na cultura das cidades europeias” (GARCIA, 2014, p. 44).

Sanches (2006), analisa, ainda, que “a moda que troca periodicamente seus aspectos visuais e formais por meio da substituição do modelo antigo pelo novo é recente, estando ligada ao pólo moderno da vida social, em que impera o desapego à construção tradicional de família, casamento, etc” (SANCHES, 2006, p. 56). Silveira (2016), baseada em Svendsen (2010), apontando que moda e modernidade se relacionam pela a abolição de tradições. Partindo de uma citação de Svendsen (2010), a modernidade aparece novamente no trabalho através de uma comparação feita por esse autor entre o modernismo e a moda. Segundo ele, tanto a moda como o modernismo, possuem características de rompimento com a tradição e busca pelo novo, assim como a moda é fator preponderante na compreensão do que é modernidade.

A vinculação entre modernidade e aparência é mais um aspecto entre moda e modernidade que surgiu na produção acadêmica. No que se refere a essa relação, Garcia (2014, p. 32) apresenta o exemplo do dândi, figura reconhecida pelo extremo cuidado com a aparência, ao analisar que “o que ficou de herança do primeiro dândi foi a convergência de qualidades: elegância, modernidade e bom gosto, que estava a disposição de muitos, mas exigia personalidade, manifestação sóbria e

autorrespeito, independente da posição social”.

Rodrigues (2016) também propõe que a aparência seja uma imagem determinante na modernidade que possibilita a realização do sujeito através do *status* social. De acordo com essa perspectiva

A moda em nossa contemporaneidade tornou-se uma expressão cultural e a vestimenta passou a ser a distinção de um indivíduo para o outro, na procura por novas formas estéticas determinando possíveis oportunidades de identificação. “A roupa se tornou ícone e a aparência, uma imagem determinante na modernidade, uma via de acesso social do sujeito a seus desejos: a de satisfazer seus desejos e o status social como realização”. (GARCIA, 2014, apud RODRIGUES, 2016, p. 97)

Garcia (2014) discute, ainda, sobre a relação modernidade, também vinculada à temática da arte, exemplificando que o fenômeno da moda estabelece de fato uma relação com a arte, uma vez que em diversas obras de arte pode-se encontrar o retrato da moda do período histórico ao qual ela pertence ou se refere, assim como ocorre na modernidade. Apresenta, em seu trabalho, um exemplo de como “no Salão de 1879, o poeta simbolista e crítico Joris-Karl Huysmans criticou os artistas, alegando que eles foram mais costureiros que pintores, e que a elegância das manequins em seus sofisticados vestidos era apenas um pretexto para propagar a vida moderna”. Há ainda, como no exemplo, a defesa da obra de arte como suporte para a difusão do ideal de modernidade através de vestimentas, pois “a pintura possibilitava que os seus contemporâneos reconhecessem uma mulher específica da modernidade” (GARCIA, 2014, p. 58).

Novelli (2009) na sua discussão sobre juvenilização apresenta a hipótese de que a origem desse processo se deve ao ideal moderno de distinção. Sendo assim, pode ter contribuído para o início de uma vida de consumo que proporciona prazer estético. A autora parte dos pensadores Simmel e Costa para construir essa hipótese. Em uma direção distinta, Scholl (2016) aborda o vestuário ideal, referindo-se ao vestuário da mulher moderna presente na Revista do Globo analisada em seu trabalho. O autor expõe que na sessão de moda dessa revista havia um vestuário ideal que, segundo sua hipótese, configurava-se possivelmente como um dispositivo educativo para mulheres.

Mais uma discussão presente entre os trabalhos é a combinação entre os temas modernidade e identidade, em que Garcia (2014) e Rodrigues (2016) expõem suas concepções sobre modernidade. A primeira autora, Garcia (2014), propõe que

moda e modernidade constituíram-se em uma relação não só de criação de identidades, mas também como definidoras de tipos de relações sociais que podem ser estabelecidas em determinada época, como demonstra a autora explicando que “a moda moderna desempenhou um papel fundamental na apresentação do indivíduo, cujas atividades públicas requeriam identidades adequadas aos cenários de relação social e cultural de que agora desfrutam”. Dando continuidade ao seu pensamento, a autora afirma que “a aparência como imagem construída é o primeiro lugar para se emitir mensagens de posição social, algo que foi explorado pela burguesia para competir com a nobreza” (GARCIA, 2014, p. 64).

Para Rodrigues (2016, p. 34), as condições da vida moderna propiciam que o indivíduo assuma diferentes identidades. A autora expõe a dificuldade em estabelecer-se uma compreensão sobre a questão da identidade, ainda mais na modernidade, o que para ela encontra-se no fato de que “[...] as complexidades que a vida moderna traz, faz com que o indivíduo assuma diferentes identidades”.

A correlação entre modernidade e consumo, discutida por Garcia (2014) e Sanches (2006), é também observada. O consumo se tornou uma nova forma de diversão criada na modernidade, é o que propõe a afirmação de Garcia (2014, p. 72-73) em seu trabalho, quando afirma que “as práticas de consumo passaram a constituir os costumes dos séculos XIX e XX”. Já Sanches (2006), ao falar do perfil do consumidor de moda que surgiu na década de 1960, se reporta à questão da modernidade dizendo que “esse consumidor era jovem e idealista, tinha hábitos de vida que poderiam ser considerados modernos em relação às gerações anteriores e fez com que as casas de moda observassem a rua e se inspirassem nela para produzir suas roupas”. A autora conclui que “o consumo da cultura de massa se ancora essencialmente no lazer moderno” (SANCHES, 2006, p. 27).

A própria noção de juvenilização ao longo do trabalho de Novelli (2009) estabelece-se como uma concepção de modernidade, um ideal de modernidade. Sendo assim, a autora trabalha com a afirmação de que modernidade e juvenilização estão relacionadas de tal maneira que se tornam sinônimas. Mais um conceito que aparece em um dos trabalhos é a relação entre modernidade e civilização. Esta relação se encontra no trabalho de Scholl (2016) no qual é apontada uma concepção de modernidade como projeto de formação civilizatória que busca criar nos sujeitos um ideal, um perfil civilizado em que os gostos, os modos de ser e pensar se articulam a esse projeto.

Tendo em vista as considerações gerais estabelecidas sobre a produção acadêmica de pós-graduação das universidades brasileiras, em seguida, a temática “moda e formação humana” será desenvolvida a partir de assuntos que emergiram dos próprios trabalhos e que serão norteadores para a análise do próximo capítulo.

## 4 MODA E FORMAÇÃO HUMANA

Pensar sobre moda e formação humana, a princípio, pode parecer uma estranha articulação entre dois temas distintos e que não se pode estabelecer relações entre ambos. No entanto, o que se constatou, por meio da pesquisa bibliográfica e da produção acadêmica das universidades brasileiras, é que moda e formação humana possuem mais convergências do que se imagina.

Neste estudo, compreende-se por formação humana os processos de constituição do sujeito na sociedade. Os processos de sua constituição acontecem por meio das mediações que operam na dinâmica social, entre elas a moda, que é produzida a partir da satisfação das necessidades e da criação de novas necessidades humanas, em confluência com as relações mercantis. Dessa forma, é possível reconhecer que a formação do sujeito não acontece somente por meio do ensino formal. A formação abrange muito mais esferas de sociabilidade do que somente a escola. As implicações sociais e experiências fora dos muros escolares também encontram seu espaço na vida e na formação dos sujeitos, pois sua relação com o mundo, sua “inserção na cultura”, é sempre mediada por instituições ou “instâncias sociais”. Assim, “o indivíduo é socializado sempre e, mesmo antes de nascer, está submetido à família, à religião, à classe, entre outras instâncias” (RESENDE, 2012, p. 144)<sup>6</sup>.

Em vista desse entendimento sobre formação, para uma melhor análise dos trabalhos, buscou-se identificar a relação entre moda e processo educativo/formativo do sujeito. Ao adentrar nesse contexto nos trabalhos, surgiram discussões que abordam de formas diferenciadas essa questão.

Assim, neste capítulo é apresentada a relação entre moda e formação humana, considerando os resultados encontrados nas produções acadêmicas de pós-graduação das universidades brasileiras sobre o assunto, a fim de demonstrar como ele tem sido tratado em trabalhos acadêmicos. Na análise, foram identificados eixos temáticos que apontam para a construção dessa relação. Chamou-se de eixos temáticos os temas que aglutinaram elementos que tiveram expressão relevante ao longo dos trabalhos analisados e que, por isso, representam aspectos centrais das

---

<sup>6</sup>Resende (2012, p. 142) discute que as “formas históricas que implicam relações sociais e configurações concretas que o indivíduo assume a partir dessas relações” configuram o sujeito. Neste trabalho, buscou-se enfatizar as condições e possibilidades do sujeito moderno considerando a moda como instância socializadora.

discussões encontradas nos textos. Entende-se que, ainda que se tenha buscado certa sistematização desses elementos, eles fazem parte de uma totalidade e, muitas vezes, aparecem de forma imbricada, não comportando uma análise fragmentada. São eles: a perspectiva da moda como elemento formador de expressão de fenômenos sociais, como a cultura, regras, valores; a moda tomada como produção do vestuário; a moda no processo de consumo; a moda e produção da identidade. A partir da apresentação e da discussão dos resultados, este capítulo busca expor a análise dos eixos temáticos da produção acadêmica em sua relação com o tema deste trabalho.

#### **4.1 Moda e produção do vestuário**

Pode-se verificar que nas diferentes culturas, desde muito cedo, o sujeito tem como parte de seus processos formativos a instrução do uso de vestimentas como uma das práticas básicas de socialização. Cidreira (2005, p. 11) explica que “desde o nascimento, o ser humano é marcado pelo encontro social, como se sua nudez natural fosse inadmissível. Assim que a criança nasce, a sociedade a veste, modelando-a pouco a pouco, revestindo-a dos primeiros artificios”, o que mostra como a moda e a formação podem estabelecer vínculos nas práticas mais corriqueiras dos sujeitos, como no ato de vestir-se.

Considerada uma das ramificações do fenômeno da moda, o vestuário pode ser definido como uma “coleção finita de objetos materiais” (BARTHES, 2009, p. 51). Embora seja na materialidade das roupas a percepção mais evidente que se tem desse quesito do fenômeno, é possível identificar, sob uma análise mais detida, que o vestuário refere-se ainda mais a “um conjunto de modelos sociais” (BARTHES, 2009, p. 356). Esses modelos sociais implícitos no vestuário, segundo Barthes (2009), demonstram a bagagem cultural que eles carregam. Dessa forma, uma peça qualquer de vestuário significa “a própria ideia de cultura” (BARTHES, 2009, p. 357). Assim, a materialidade do vestuário denuncia as referências culturais sobre as quais foi produzido.

O vestuário é uma forma de objetivação da cultura, de exteriorização da vida social, o que significa uma relação muito mais profunda do que apenas a materialidade do vestuário ou mesmo as referências culturais presentes nele. Dizer que o vestuário é uma objetivação humana é o mesmo que afirmar que o sujeito “se

apropriada da objetividade já impregnada de humanidade e produz meios de subsistência para si e para os outros nas condições concretas que dispõe para isso” (RESENDE, 2012, p. 140). A partir de outras produções humanas, as quais são, portanto, impregnadas de humanidade, o sujeito cria novas produções, novos objetos, novas objetivações. Destas, o sujeito cria novos meios de subsistência. No caso do vestuário, criam-se novas vestimentas que irão servir como esses meios.

Grande parte dos trabalhos da produção acadêmica, analisada neste estudo, associa a moda diretamente à questão do vestuário, como Los (2015), ao perfazer um histórico da constituição dos cursos de moda no Brasil, apresenta, a princípio, uma distinção entre moda e vestuário para contextualizar os conceitos em sua discussão. Segundo a autora,

Vestuário pode ser descrito como algo que cobre e protege o corpo e que tem seu surgimento ainda na Idade Antiga. A sua função prevalece sobre o estilo e a forma estética, uma vez que cores, tecidos e detalhes raramente mudam (MATHARU, 2011). A moda é lançada no decorrer de cada estação, e envolve a criação de produtos ligados à vestimenta, acessórios, produtos de beleza e, mais recentemente, também aos artigos para a casa, como produtos de cama, mesa e banho. (LOS, 2015, p. 56)

Diz-nos que vestuário, então, trata-se de objetos de moda que tem como uma de suas finalidades cobrir o corpo, enquanto a moda inscreve-se em um processo cíclico que se constitui através das estações, sendo também, associado ao vestuário, realçando o vestuário na perspectiva da criação humana e, ao mesmo tempo, o consumo.

Pereira (2010, p. 14) trabalha com um conceito de “vestuário pedagógico”, uma proposta de vestuário infantil que ela analisa em sua dissertação a fim de tentar compreender como roupas destinadas a crianças, elaboradas através de princípios de design, podem mostrar “como noções de educação podem ser incorporadas aos trajes, estudando as relações e interações entre o design, moda e a educação”. Segundo ela, esse vestuário pedagógico

explora o processo de aprendizagem que ocorre pela consciência visual, tátil, olfativa e auditiva auxiliando para que a criança se desenvolva dentro das etapas naturais e de forma lúdica, por meio de uma multiplicidade de unidades básicas de informação, que atuam simultaneamente como um dinâmico canal de comunicação e um recurso pedagógico. (PEREIRA, 2010, p. 13)

O vestuário, na perspectiva de Pereira (2010), pode ser um meio de

aprendizagem infantil, no qual a criança lança mão de seus sentidos na investigação “visual, tátil, olfativa e auditiva” nos seus processos de aprendizagem. O vestuário pedagógico, portanto, através de “imagens, texturas, formas, cores e ainda com informações que entretém, ajudam no desenvolvimento e despertam a curiosidade das crianças” (PEREIRA, 2010, p. 44). Destaca, assim, o vestuário como elemento que concorre para a formação da criança.

O trabalho de Silveira (2016), por sua vez, investiga o vestuário pelo viés dos uniformes escolares, os quais, para ela, consiste não somente na identificação da escola a qual o aluno pertence, mas também a classe social e o gênero dos alunos. A autora entrevistou ex-alunos da Escola Normal do Ceará e do Colégio Liceu do Ceará, e fez uma análise de imagens de uniformes escolares desses alunos das referidas escolas. De acordo com a análise, pode-se concluir que no uniforme da Escola Normal

A saia poderia representar o lado feminino, o comprimento no joelho demonstrava que a escola era um ambiente formal, até porque na época o uso de saias curtas era incomum em ambientes como escolas, escritórios e instituições. A blusa branca poderia representar a higiene, pois a escola ensina ao aluno que a higiene é um fator importante para a saúde e educação. E a gravata, peça comum do vestuário masculino, poderia representar autoridade e seriedade. (SILVEIRA, 2016, p. 88)

A composição das peças do vestuário dessa escola são elementos considerados para a análise elaborada por Silveira (2016) na perspectiva de traduzir os significados constitutivos desse vestuário, relacionando-os ao processo de internalização de comportamentos conforme os objetivos educativos. Perfazendo um caminho análogo, Battisti (2015) adentra o espaço escolar para discutir sobre como o vestuário pode oferecer indícios de representações sociais de gênero. A partir de um grupo focal com estudantes do Ensino Fundamental II no Estado de São Paulo, Battisti (2015) se propõe a identificar a perspectiva que esses alunos possuem a respeito das representações de gênero, o que ela faz através da apresentação de diversas imagens para o grupo focal. O grupo categoriza algumas vestimentas como “mais femininas” e outras como “mais masculinas”. A definição de gênero, para o grupo, está diretamente relacionada ao vestuário. A autora, considerando as adolescentes do grupo focal, afirma que,

Quanto às representações do feminino elas destacam ainda a cor rosa como sendo para a mulher, temas como borboletas e corações são considerados femininos, as roupas que mostram o corpo (curtas, decotadas,

justas) são consideradas inadequadas, fora dos padrões tradicionais de conduta feminina, por agir e vestir-se de maneira considerada provocante. (BATTISTI, 2015, p. 103)

Battisti (2015) argumenta que, comumente em veículos midiáticos assim como em desfiles de moda, percebe-se reiteradamente a representação da moda ancorada na distinção de gêneros. Dessa forma, há, indiscutivelmente, uma moda feminina e uma moda masculina. Contudo, ela identifica que a perspectiva apresentada pelo grupo focal oferece indícios não só de representações de gênero, mas também de estereótipos da figura masculina e da feminina.

Marcon (2010), ao pensar sobre os uniformes escolares, utilizando o relato de ex-alunos da escola analisada por ela, o Colégio La Salle Carmo, e também se fundamentando em documentos da escola, aponta que o uso obrigatório dos uniformes está associado aos processos de identificação pessoal e institucional, padronização e encobrimento das diferenças.

O uniforme como símbolo de identificação, de disciplina e de ordem aparece em quase todas as narrativas do texto do Irmão Bonifácio<sup>7</sup>. No livro, “Guia do Professor” do colégio do Carmo editado em 1988 pelo próprio colégio, também se podem encontrar diversas “orientações” em relação ao vestuário tanto do aluno como do professor. (MARCON, 2010, p. 91)

O uniforme escolar era, dessa forma, um meio de expressão de valores como disciplina e ordem. Os próprios professores da escola eram orientados a seguir esses valores e regras, a fim de demonstrar aos alunos o modo como deviam se trajar e se comportar.

O vestuário se insere na discussão de Garcia (2014, p. 13) com “a ideia de que a roupa possibilita criar meios legítimos para compor a aparência do indivíduo e significá-lo em seu meio e tempo”. A autora discorre sobre a possibilidade de a moda ser elemento presente na construção de subjetividades na contemporaneidade e como o vestuário pode ser fator relevante na compreensão de si mesmo, do indivíduo no seu tempo e no meio em que ele vive. Fazendo um paralelo com a literatura, Garcia (2015, p. 23) desenvolve essa ideia citando um texto de Dickens (2003), por exemplo, para dizer que

---

<sup>7</sup> Marcon (2010) se fundamenta nos escritos do citado Irmão Bonifácio para analisar o uniforme escolar do Colégio La Salle Carmo. Em nota de rodapé, Marcon (2010) explica que o Irmão Bonifácio era um dos religiosos presentes na instituição analisada. Ao longo do trabalho a autora se refere a dois textos do Irmão Bonifácio, os quais são: “BONIFÁCIO, Irmão. Crônicas do Carmo 1908-80anos-1988. Caxias do Sul: UCS, 1988. 2 v. 151 p.” e “BONIFÁCIO, Irmão. Crônicas do Carmo. Caxias do Sul: UCS, 1988-1989. 3 v. 183p”.

O trecho do texto reflete sobre a roupa e a possível personalidade do dono original, a partir de suas marcas, manchas e vincos. As roupas se moldam ao corpo, marcando as saliências, os gestos insistentes, os descuidos, o tempo de uso. Elas tornam-se a forma do corpo e, mesmo sem o vestir, acabam por manter o seu espírito, pelos hábitos registrados por meio das marcas.

Extraí do texto indícios sobre a relação entre o vestuário e a personalidade do personagem que a usou, assim como seus hábitos e o tempo em que foi usada. Para Paixão (2013), a moda e o vestuário se inserem em um determinado discurso de poder, pois a moda é vista pelo autor como um dispositivo de poder. De acordo com essa perspectiva do autor, uma peça de vestuário diz muito mais do que o que está em moda ou não. Representa, na verdade, segundo sua visão, um discurso de poder que determina o que deve ou não ser “ostentado”.

Assim, se numa dada época é possível utilizar uma peça do vestuário com certas características, como por exemplo, uma calça jeans *skinny* ou com boca de sino e, em outra, isso possa ser considerado inapropriado ou *demodé*, é porque isso obedece a um regime discursivo, uma economia discursiva: são os discursos que estabelecem aquilo que poderá ser ostentado e aquilo que não o poderá. E tais discursos conjugam em sua essência aquilo que é próprio do dispositivo de onde provém: os saberes, os poderes e os sujeitos. (PAIXÃO, 2013, p. 172)

No trabalho de Paixão (2013), a questão central é buscar entender a moda como um dispositivo discursivo que pressupõe determinados “saberes”, “poderes” e demonstram os modos como os “sujeitos” se deparam com essas informações de moda, como eles participam desse jogo de poder do dispositivo da moda.

A moda é vista também como um dispositivo no trabalho de Scholl (2016), mas ele não a trata como um dispositivo de poder como o faz Paixão (2013). O que Scholl (2016) faz é desenvolver sua tese de que o periódico, em particular a Revista do Globo, a qual o autor se propõe a analisar, exerce uma força formadora, ou melhor, é propriamente um mecanismo de formação através do vestuário representado nas imagens da seção feminina de moda da revista. Seu objetivo trata de “analisar as imagens e textos da seção de moda que apresentavam o vestuário ideal como um possível dispositivo para a educação da mulher”, demonstrando, assim, sua hipótese de que a mensagem da seção de moda da Revista do Globo era destinada à formação de mulheres, e ainda ressalta que era um determinado tipo de formação específica, uma “formação da sensibilidade e civilidade, os bons modos” (SCHOLL, 2016, p. 27-28). Sendo assim, o vestuário, no trabalho de Scholl

(2016), consiste em um dispositivo formativo/educativo para as leitoras da Revista do Globo.

Ao longo da pesquisa bibliográfica encontrou-se diversas perspectivas que buscaram trabalhar com a temática do vestuário ou se referiram a ela, sempre associando-a à constituição do sujeito. Assim, cada uma a seu modo trouxe contribuições para essa análise.

## **4.2 Moda como expressão social**

Um dos eixos sistematizados na análise das produções de pós-graduação das universidades brasileiras foi a moda como forma de expressão social. Trata-se aqui “expressão social” expressos nos trabalhos como cultura, valores, regras e demais formas de sociabilidade do homem. Entende-se também que o plano da sociabilidade, acontece no encontro das objetivações humanas, ou da vida coletiva, que é “um modo mais particular ou geral da vida individual” (RESENDE, 2012, p. 140).

Objetivar-se significa a forma do homem se exteriorizar, podendo ser entendida como expressão humana, sendo assim, as várias formas de objetivações da vida coletiva tratam desse contexto geral da vida dos homens e também do modo mais particular da vida individual. Em outras palavras, tem-se que “a exteriorização de si confirma a condição social do indivíduo vez que se dará frente à realidade que já é, ela própria, constituída por subjetividades objetivadas que constituem o plano da sociabilidade” (RESENDE, 2012, p. 140). O homem como ser social confirma sua condição de ser na medida em que faz parte da vida coletiva na qual outros homens também objetivam-se, constituem-se, manifestam-se.

Pode-se dizer que a moda é uma forma de expressão da sociabilidade humana, uma vez que se insere no contexto de objetivação humana nessa forma mais particular da vida individual dos homens, assim como está na forma mais geral da vida coletiva. Pode-se dizer, então, que “a sociabilidade é construção determinada historicamente e produz formas particulares sobre as quais a universalidade da condição de objetivação/exteriorização se efetiva com implicações singulares” (RESENDE, 2012, p. 141).

A sociabilidade é construída e determinada através da história, pois, uma vez que afirmamos que a moda é um fenômeno historicamente determinado,

corroboramos a afirmativa de Resende (2012) de que a sociabilidade, assim como essa forma particular, a forma de expressão por meio da moda, desenvolve-se no plano da história. A moda, portanto, pode ser entendida como essas “formas particulares” de efetivação da sociabilidade, as quais têm “implicações singulares”, o que se acredita ser, nesse caso, as formas próprias do sistema da moda, como seus princípios de renovação constante, como, por exemplo, no rompimento com a tradição ou nos ciclos de mudanças de acordo com as estações climáticas do ano.

Encontrou-se no trabalho de Battisti (2015), a afirmação de que a moda se apresenta como uma fonte das manifestações sociais em suas mais variadas formas, fundamentando também a hipótese apresentada acima de que a moda insere-se na forma de sociabilidade humana. Baseando-se em Santaella (2004), a autora ainda argumenta que há poucos fenômenos que interligam as áreas econômica, social, cultural, organizacional, técnica e estética como a moda faz.

Ao analisarmos a contemporaneidade pela lente da moda, e observarmos os fenômenos socioculturais a partir desse viés, notamos o reflexo das manifestações sociais, políticas, econômicas, culturais e estéticas das épocas estudadas. Assim, “poucos fenômenos exibem, tanto quanto a moda, o entrelaçamento indissolúvel das esferas do econômico, social, cultural, organizacional, técnico e estético” (SANTAELLA, 2004, p. 115). A moda se mostra um campo rico para análises quando vista como um esboço comportamental das sociedades, quando encarada como um ambiente onde os indivíduos manifestam valores, criam/recriam sentidos e valores através da estética. (BATTISTI, 2015, p. 21)

Esse “esboço comportamental” e a manifestação de valores atestam a potencialidade do fenômeno da moda como expressão da sociabilidade, das manifestações sociais. Neste mesmo viés, o trabalho de Debus (2008) defende que a moda está diretamente relacionada à forma como os homens e mulheres estabelecem-se socialmente. Afirma, ainda, a moda também como um fator revelador desses diversos modos de vida. Justifica seu ponto de vista partindo de Barnard (2003), que entende a moda como um fenômeno social que constitui crenças, valores e ideias de uma sociedade. A discussão de Debus (2008) fala sobre moda e educação não-formal, com a produção de processos criativos por meio do design de moda e do uso de fósseis de árvores petrificadas visando a conscientização e a preservação patrimonial. Propõe um novo olhar no design de moda, construído pelas colaboradoras da pesquisa, na constituição de suas identidades culturais. Dessa forma, a autora pensa a moda e as manifestações sociais a partir da proposta de uma prática educativa não-formal.

Scholl (2016), como já tratado, ressalta a relação entre moda e as manifestações sociais através da análise de imagens da Revista do Globo (RS), que, segundo o autor, promovia a divulgação de representações, valores, práticas sociais e culturais para seu público leitor.

A seção dirigida às mulheres na RG, em certa medida, reproduzia em pequena escala o modelo das revistas femininas da época, a moda, por meio de imagens e textos, era o tema central, associado, à difusão de regras de civilidade, cuidados com a aparência física, culinária, economia doméstica, conteúdos que apontavam para a representação da feminilidade ideal, reafirmavam as posições sociais designadas às mulheres em seu papéis de filha, esposa e mãe, destinadas ao privado e ao doméstico [...]. (SCHOLL, 2016, p. 115)

As regras sociais, como uma particularidade das manifestações sociais em geral, são apresentadas nesse caso, como aponta o autor, por meio das imagens e dos textos da revista analisada. O comportamento feminino idealizado na revista da época pesquisada por Scholl (2016), mostra regras claras de um modelo esperado de feminilidade, revelando aspectos relacionados à constituição da mulher nessa sociedade.

Por sua vez, Silveira (2016) faz uma pesquisa sobre uniformes escolares que a leva a concluir que o contexto social, político e econômico influenciou diretamente no uso e desenvolvimento dos uniformes escolares nas escolas que foram investigadas pela autora. Como ela mesma diz, ao investigar o período de constituição do uso do uniforme escolar desde o século XIX até a década de 1970,

[...] as mudanças ocorridas no fardamento, o uso de diferentes tipos de tecidos adotados pelas escolas, principalmente, em consequência do desenvolvimento da indústria têxtil na década de 1960, as influências que moda usada na época causava no design dos uniformes escolares no período escolhido. Constatamos que o contexto social, político e econômico influenciou diretamente no uso e desenvolvimento dos uniformes escolares. (SILVEIRA, 2016, p. 12)

Dessa forma, esse trabalho aponta como as expressões sociais podem ser emblemáticas na construção da moda e como esta pode estar presente em diversos setores que não sejam os circuitos próprios da moda, como desfiles, produtos de moda com roupas e objetos em geral. Assim, nesse caso, através do modelo de uniformes escolares, a autora identificou a presença do fenômeno da moda.

Pensando na formação do sujeito e sua relação com a moda, também aparece na análise dos trabalhos a discussão sobre o fenômeno social da moda e a

formação para o trabalho. A formação aparece nesse eixo sobre “fenômenos sociais”, pois se entende que formação humana é um dos quesitos de sociabilidade de homens e mulheres e, portanto, uma forma de manifestação de fenômenos sociais que remetem à cultura, às regras sociais.

Tendo em vista, então, a formação humana, a pesquisa de Los (2015, p. 160) discute o surgimento do ensino formal no Brasil. Segundo sua pesquisa, isso ocorreu partindo da iniciativa de instruir sujeitos para o mercado de trabalho. Afirma que, no século XIX, “a educação profissional nesse período da história visava à ampliação das indústrias que começavam a ser implantadas no país, ou seja, buscava formar operários para essas indústrias”. Faz um paralelo com os cursos de moda na atualidade, mais especificamente no estado definido para estudo em seu trabalho, Santa Catarina, e conclui que o curso de moda, assim como outros cursos, conserva esse aspecto de formação mais pragmática do que uma formação mais integral. Preocupa a autora, a formação dos professores para atuar junto aos cursos de moda, em especial a demanda de formação continuada que, acredita, pode concorrer para uma formação humanística. Justifica sua afirmação dizendo que

Todo humano se constitui de experiências, sobre fatos e fenômenos que ocorrem em sua vida, e emite julgamentos e decisões. Utilizando essas mesmas ferramentas que o constituem, o professor entende os estudantes, e entende a si mesmo. Para isso, é importante que o professor tome consciência de suas ações, o modo como pensa, reflete e critica o que vivencia, de forma a contribuir para a formação de cidadãos críticos e responsáveis por tudo o que fazem e criam. (LOS, 2015, p. 164)

Segundo a autora, a pesquisa científica na área dos cursos de moda, portanto, demonstram que há, ainda, escassos incentivos à produção acadêmica nesse campo, indicando que a formação pragmática ainda tem sobressaído à formação dedicada à pesquisa.

Sanches (2006) também aponta que na relação entre moda, ou, especificamente o curso de moda e a formação de sujeitos, a formação acadêmica em geral está voltada basicamente para a formação de sujeitos para o trabalho, uma formação prática.

Assim, a lógica das instituições é jogar, no campo de reprodução, com as mesmas regras com que jogamos no campo de produção. Os Cursos são comprometidos com a instrumentalização do acadêmico para que esse possa estar apto a ser um ganhador. Para tanto, as instituições se propõem transmitir a prática do campo, o que é feito por meio dos laboratórios específicos, criados nos moldes do campo que desejamos reproduzir e por

meio da teoria, que propicia instrumentos de compreensão das práticas. (SANCHES, 2006, p. 31)

Evidencia-se, no trabalho tanto de Los (2015) quanto no de Sanches (2006), que o sujeito é abordado na perspectiva do trabalhador moderno. As análises da formação dos cursos de moda apresentam uma formação voltada para a profissionalização em detrimento de uma formação humana mais ampla.

Paixão (2013), por sua vez, analisando fragmentos de revistas, encontrou dados que expressam que os veículos midiáticos participam da formação social dos sujeitos pedagogizando-os através da moda.

De forma sutil, esse controle exercido sobre a população se dá por meio de generalizantes dicas, ou através do jogo entre certo e errado, o que equivale a mesma fórmula utilizada por veículos de comunicação para estabelecer – leia-se impor – um certo padrão linguístico. Vale frisar: grande parte desse adestramento ou dessa pedagogização, no sentido de determinar uma forma ideal de comportamento, encontra respaldo nos diferentes meios midiáticos e por meio deles se cristalizam. (PAIXÃO, 2013, p. 32)

Nesse fragmento o autor afirma sua posição de que a veiculação na mídia de padrões de comportamento e mesmo padrões de vestuário são mecanismos de formação dos sujeitos.

No que se refere à relação entre moda e manifestações da sociedade, na pesquisa de Marcon (2010), pode ser verificada no fato de que o uso obrigatório dos uniformes possivelmente tinha como um dos objetivos formar sujeitos patrióticos, assim como passa a impressão de praticidade e moralidade. É o que a autora verifica ao entrevistar ex-alunos

Os aspectos: praticidade, moralizador, segurança associado aos processos de identificação pessoal e institucional, economia de roupas, padronização e encobrimento das diferenças, constituem a maior recorrência nas representações que os entrevistados têm sobre o uso e função dos uniformes escolares. (MARCON, 2010, p. 66)

A exemplo da pesquisa de Paixão (2013), por outros princípios teórico metodológicos, a autora também conclui que o uniforme é um meio de pedagogização dos sujeitos. É o que verifica ao entrevistar ex-alunos da escola analisada por ela e através dos documentos utilizados em sua pesquisa.

Pereira (2010, p. 13) ao tratar sobre vestuário pedagógico diz que as fases de desenvolvimento dos processos formativos/educativos de crianças ao

perpassarem a questão da moda, pode ser um meio de se “[...] utilizar a vestimenta infantil como um instrumento de ensino, que contribui para a formação e desenvolvimento das crianças pelo ato de vestir-se e pela interação que essa relação possibilita”. Sendo assim, a moda é um elemento presente na formação dos sujeitos desde muito jovens, constituindo-os para interagirem socialmente.

### **4.3 Moda e produção da identidade**

Outro elemento de expressão da formação do sujeito é a identidade, a qual também aparece como fator de investigação na produção acadêmica pesquisada. Segundo Ciampa (2001, p. 59), “psicólogos, sociólogos, antropólogos, os mais diversos cientistas sociais têm estudado a questão da identidade; filósofos também”. Na perspectiva desse autor, pode-se caracterizar a identidade como uma “totalidade”, mas “uma totalidade contraditória, múltipla e mutável”, portanto, “uma unidade de contrários”, uma unidade na “multiplicidade e na mudança” (CIAMPA, 2001, p. 61).

Essa concepção de identidade mostra o sujeito como um ser uno que, porém, compõe-se através de multiplicidades, ou de múltiplas características que trazem, em si, os elementos que o constitui. Ciampa (2001, p. 63) diz que o nome é um dos primeiros fatores de constituição da identidade. A família, o “primeiro grupo social” de uma pessoa, é quem confere ao sujeito sua nomeação possibilitando que nesse processo ele obtenha uma de suas primeiras relações de diferença e igualdade, pois na mesma medida em que o primeiro nome torna o sujeito diferente das pessoas de sua família, a aquisição do sobrenome o iguala aos seus familiares.

O grupo social é, segundo o autor, fator bastante relevante na formação da identidade. Ele justifica essa visão dizendo que o próprio sujeito conhece a si mesmo por meio do “reconhecimento recíproco dos indivíduos identificados através de um determinado grupo social que existe objetivamente, com sua história, suas tradições, suas normas, seus interesses, etc.” (CIAMPA, 2001, p. 64).

Consumo e identidade estabelecem um vínculo bastante estreito, especialmente no mundo moderno, ainda mais no que se refere ao fenômeno social da moda. Tomando como ponto de partida a modernidade, pode-se pensar nessa relação se estabelecendo justamente nesse momento em que estava surgindo novas relações sociais, novas regras, valores, um momento histórico diferente em

que a identidade do sujeito encontrava-se em crise. Isso decorre do fato de que as antigas relações sociais que se davam na Idade Média, as quais, de certa forma, asseguravam uma identidade coletiva, fundamentada em instituições sociais, também se viram em crise nesse período histórico de transição (GONÇALVES, 2009).

Sob outro ponto de vista metodológico, tem-se que a moda dispõe de artifícios que estão presentes na construção identitária do sujeito. A alternativa de uma identidade múltipla se desenvolve através da adesão de diversas máscaras, ou diversas formas em que o sujeito pode se reconhecer e construir-se, algo como poder ser duas pessoas ao mesmo tempo através do uso de uma peça de vestuário, “ter vida dupla: esse é o tema ancestral do disfarce, atributo essencial de deuses, policiais e bandidos” (BARTHES, 2009, p. 380).

Pode-se dizer que possivelmente na segunda possibilidade apresentada por Barthes (2009) esteja ancorado o fascínio pela moda, pois se torna acessível por meio do vestuário “escolher” as identidades que se queira ter. Em contrapartida, essa mesma característica que se apresenta como possibilidade de uma aparente liberdade acarreta o peso da responsabilidade da constituição de si mesmo, “assim, vemos a Moda ‘brincar’ com o tema mais grave da consciência humana (Quem sou eu?)” (BARTHES, 2009, p. 380).

Na perspectiva da análise da produção, Rodrigues (2016, p. 29) aponta que, para o pensamento de Bauman, “‘você assume uma identidade num momento, mas muitas outras, ainda não testadas, estão na esquina esperando que você as escolha’ (BAUMAN, 2005, p. 91)”. Mais uma vez evidencia-se que a identidade na contemporaneidade é um assunto ligado à questão de escolha ou não, fundamentada na ideia de que existe uma possibilidade em cada esquina. Contudo, é preciso identificar que esse tipo de pensamento não revela a complexidade da questão identitária.

A complexidade da questão reside no fato de que “as condições de constituição do indivíduo estão inscritas no modo de produção e reprodução que determinam as condições e as possibilidades de suas objetivações e reconhecimento” (RESENDE, 2012, p. 141). A “constituição do indivíduo”, como expõe Resende (2012), não emerge de uma livre escolha ao acaso, mas desenvolve-se das condições materiais do modo de vida do indivíduo, o que está diretamente associado ao modo de produção e reprodução de objetos.

A temática moda e identidade aparece na perspectiva de alguns trabalhos da produção acadêmica analisada. Cantarelli (2013) argumenta que a identidade do indivíduo é formada através da prática do consumismo.

Assim o consumismo parece ser uma consequência natural deste processo de produção de si, atuando como mediador de elementos constitutivos da personalidade ou de uma identidade, daquilo que faz com que o sujeito se reconheça e se estabeleça no mundo. A moda se aplica nesta lógica combinatória como um sistema de mudanças maleável, oferecendo contornos diversos e múltiplos aos sujeitos que podem escolher a si como manequins. (CANTARELLI, 2013, p. 109)

A moda se expressa nesse contexto como uma possibilidade de formação de sujeitos com diversas identidades, escolhidas de maneira semelhante à escolha de manequins e o consumo é uma indicação de condição fundamental para que essa lógica se desenvolva no mundo moderno.

Para Garcia (2014), a moda é um elemento constituinte na construção de identidades. Diz isso quando expressa que “no percurso desse processo em busca do que constitui essa singularidade na aparência, a roupa é parte dessa narrativa de uma única história, a de quem a usa” e segue dizendo que “a subjetividade se manifesta como um caminho possível para o desenvolvimento do indivíduo na criação de sua aparência por via da vestimenta” (GARCIA, 2014, p. 11). Afirma ainda que

A moda se estabelece na contemporaneidade nesse processo contínuo como uma rede de relacionamentos com o indivíduo, tornando-se elemento integrante das condições de subjetivação e de construção identitária. Ela se manifesta por meio da vestimenta e está cada vez mais associada às formas do corpo e ao jeito de ser, pois não somente complementa a expressão do indivíduo como também contribui para compor a sua identidade. (GARCIA, 2014, 176)

A autora diz que as identidades contemporâneas estão, de tal forma, imbricadas à moda que esta se tornou um meio para a própria constituição da identidade do sujeito contemporâneo. Silveira (2016) também compreende a moda, ou os produtos de moda, como uma forma de construção e afirmação de identidade, o que se evidencia ao dizer que “o homem sente necessidade de mostrar quem ele é e a qual grupo social pertence, formando assim sua identidade, mostrando seus valores e construindo tradições”, assim, “através da História ele percebeu que a roupa poderia ser usada para criticar ou reforçar alguma ideia relevante dentro da sociedade da qual ele pertence” (SILVEIRA, 2016, p. 18). Entende que a moda, ou

os produtos de moda, constituíram-se historicamente como uma forma de construção e afirmação de identidade no contexto social, ou, ainda mais, como o que ela aponta como uma “necessidade” do homem.

Battisti (2015) ao pensar sobre representações de gênero, que vincula à identidade, expõe que a sociedade moderna é marcada, indiscutivelmente, na sua relação com a moda. Como ela afirma que “temos em vista que pensar a identidade e essas representações se coloca em relação à cultura da aparência tão presente no universo da moda” (BATTISTI, 2015, p. 38). De modo semelhante, ela destaca a “cultura da aparência” atrelada à moda, elementos sem os quais as identidades contemporâneas não se formam. Baseando-se em Castilho (2009), Rodrigues (2016) também entende a moda como uma “instância” de formação de identidades.

[...] o indivíduo em sua maneira de vivenciar o mundo vê a moda como uma instituição que constrói identidades, fazendo com que o sujeito manifeste sua presença propondo continuidade e rupturas. Moda é linguagem que se manifesta por meio das tendências e encontra-se como produto sociocultural, em que o indivíduo realiza suas escolhas e comunica seu comportamento e relação com o mundo. (RODRIGUES, p. 115)

A moda e a identidade são quesitos de constituição do indivíduo em sociedade, de acordo com o pensamento de Rodrigues (2016). Na moda se expressam formas identitárias dos sujeitos, e, de modo especial, ela ressalta isso nas identidades das gerações sêniores.

Pôde-se constatar que a produção da identidade, para parte da produção acadêmica, está vinculada à moda como fenômeno social e permite entender que a formação dos sujeitos na sociedade moderna se processa mediada pela moda. Também o consumo é elemento importante nessa análise, como se verá a seguir.

#### **4.4 Moda e consumo**

Na modernidade, moda e consumo também se confundem com a constituição de identidades, pois na tentativa de satisfazer as aspirações individuais, o sujeito consome produtos oferecidos pelo marketing e faz dos produtos certa referência para a construção de sua identidade, uma identidade de consumo. Para Gonçalves (2009) há, portanto, uma espécie de “consumo de identidades”<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Gonçalves (2009) entende a formação da identidade como uma possibilidade de consumo, assim como se consome mercadorias. De acordo com sua perspectiva, há tamanha correspondência entre

Nas análises de Lessa (2006, p. 235), é plausível dizer que na sociedade contemporânea, “uma sociedade que produz mercadorias, fazemos a nós próprios ‘guardiões de mercadorias’”. Esse argumento fundamenta a ideia de uma cultura do consumo, na qual as identidades constituem-se na mesma lógica que as mercadorias. Ambas têm data de validade para serem substituídas. E de igual modo, fazemos de nós mesmos guardiões de mercadorias, pois se verifica nessa relação certa identificação entre identidade e mercadoria. O que ocorre é uma transformação dos homens em mercadorias.

Esta, por sua vez, é a lógica do próprio modo de produção capitalista que, em sua base, fundamenta-se na substituição, seja ela de mercadorias ou mesmo de mão de obra. Os homens e mulheres modernos são o que Lessa (2006, p. 241) chamaria de “indivíduos que concorrem contra todos os outros e que têm a sociedade reduzida a espaço de disputas”. Uma vez que sendo mercadoria, é consequência que o sujeito moderno seja também equiparado a concorrente de outro sujeito, pois a condição de mercadoria já indica a relação de concorrência, de disputa, de competitividade.

Pensando na relação entre moda e consumo, a produção acadêmica mostrou que esse tem sido um assunto caro à pesquisa acadêmica, visto que muitos trabalhos analisados lançaram-se na investigação desse eixo temático.

De acordo com o trabalho de Cantarelli (2013), a efervescência do consumo fundamenta como a relação entre sujeito e moda se estabelece. O consumismo, ou consumo exagerado, como ela aponta, se dá como um mediador na constituição da personalidade ou da identidade do sujeito, o modo pelo qual ele se percebe no mundo. Para além disso, o pensamento da autora vai ao encontro da compreensão apresentada por Lessa (2006), pois para Cantarelli (2013, p. 126) “as lógicas do consumo e da moda transformam tudo o que existe, pela possibilidade de reprodução, em mercadoria de massa”.

Sobre o capitalismo e a moda, Cantarelli (2013) diz que esse modo de produção de objetos torna-se também um modo de produção de sujeitos formados para consumir seus objetos. A produção de objetos de consumo é condição para a constituição do fenômeno da moda, segundo a autora, e nesse contexto, também conjectura que o modo de produção de objetos pode se confundir com a formação

---

identidade e mercadoria na modernidade que se torna possível a compreensão da formação da identidade humana a partir de uma relação com a mercadoria e seu consumo.

de sujeitos.

Conclui-se que a postulação do Capitalismo no ápice de sua engrenagem produtiva se baseia não só na produção de objetos, mas na produção de sujeitos para os objetos. É neste (des) encontro do indivíduo com a mercadoria, do sujeito com o objeto que encontra-se uma pista que pode guiar a discussão dos entrelaçamentos do sujeito social com a moda, pois esta se constitui como um avançado panorama de objetos de consumo que, muitas vezes, se confunde com a formação do próprio sujeito. (CANTARELLI, 2013, p. 31)

Segundo sua análise, não só o modo de produção capitalista produz objetos e os próprios sujeitos para relacionarem-se com esses objetos, mas também a moda os produz a fim de manter a forma de sua constituição.

No trabalho de Battisti (2015) identifica-se a afirmação de que o modo de produção capitalista é condição fundamental para a sobrevivência do fenômeno da moda. A autora justifica sua afirmação dizendo que

A moda está ligada à sedução e é fruto de um sistema coercitivo, onde a estética é apenas uma das formas de apresentação/representação de poder. O sistema capitalista promove sua sobrevida, perpetua sua essência, ao compor um quadro propício a efemeridade constitutiva do campo. As altas linhas de produção de mercadorias possibilitaram a expansão de seus produtos [...]. (BATTISTI, 2015, p. 22)

Mais do que apenas as condições de desenvolvimento e “expansão de seus produtos”, o modo de produção capitalista oferece meios para a moda manter sua “sobrevida” ao oferecer condições de “efemeridade”, o qual se remete ao princípio de busca constante por renovação. Isso se torna possível através da alta produtividade de seus produtos gerando uma grande velocidade de novas mercadorias constantemente. Dessa forma, o capitalismo contribui para a permanência do sistema da moda.

Para além dessa compreensão, Novelli (2009) propõe que a moda seja a própria fonte de desenvolvimento do mercado capitalista em alguns países. A autora se fundamenta no argumento de que mídias impressas, como revistas femininas, foram responsáveis pelo desenvolvimento desse mercado ao publicizar, por exemplo, produtos de moda. Segundo ela,

É possível perceber que as revistas, sobretudo as femininas, foram peças fundamentais no mercado de países capitalistas, responsáveis pelo notável progresso da publicidade, ao focar a indústria de cosméticos, da moda, os produtos para casa/família etc. (NOVELLI, 2009, p. 86)

A produção do mercado capitalista aparece fomentada pela publicidade encontrada nessas revistas femininas. Destaca o papel das mídias no processo social da moda, na função de publicização da produção voltada, em especial, para o consumo que indica formas de ser e agir na publicidade.

Paixão (2013) elabora essa relação entre moda e consumo dizendo que a moda é um dispositivo que colabora na construção de indivíduos dóceis à prática do consumo, ou seja, [...] úteis para as sociedades pautadas na produção e no consumo, ou ainda, um dispositivo que controla a população ao produzir a ilusão de que leva ao bem-estar e à felicidade (PAIXÃO, 2013, p. 11). A intencionalidade do dispositivo da moda, segundo o autor, é, na verdade, criar uma “ilusão” a fim de oferecer uma sensação de “bem-estar” e “felicidade”, ou o mesmo que dizer que é uma forma de satisfazer o sujeito. Desse modo, ele permanece consumindo e mantendo o mercado capitalista.

Pereira (2010) trata a questão fundamentando-se no pensamento de Bezerra e Waechter (2008) para dizer que, por causa da exploração midiática e a valorização do consumo, os produtos de moda em geral e, especificamente, os produtos voltados para crianças, estão cada vez mais em circulação no mercado.

o número de fabricantes que se dedicam exclusivamente à moda infantil multiplicou-se, trazendo um espaço reservado ao mundo infantil na moda. Nesse sentido Bezerra e Waechter (2008, p. 2549) afirmam “a exploração da mídia e a valorização do consumo, cada dia abrem novas oportunidades para o mercado da moda, e as peças criadas para as crianças não fogem a regra”. (PEREIRA, 2010, p. 41)

A divulgação midiática, segundo o trabalho de Pereira (2010), fornece meios de propagação para as práticas de consumo, pois através da divulgação, os produtos de moda, neste caso, os infantis, ganham maiores repercussões. De modo semelhante, Scholl (2016) informa em seu trabalho que moda e consumo se entrelaçam por meio da formação feminina através dos periódicos que promoviam a formação da consumidora.

Ainda, a imprensa voltada para o público feminino não formava unicamente a leitora, mas, ainda, formava um perfil de consumidora, pois os impressos ilustrados informavam sobre a moda, dos gostos vigentes e das estéticas em voga, na busca pelos estilos de vestir ou pelos produtos anunciados pelas revistas, desde o seu próprio vestuário, como, também, dos itens necessários para o universo doméstico, uma vez que na representação de rainha do lar, muitas decisões econômicas, eram de responsabilidade da figura feminina. (SCHOLL, 2016, p. 54-55)

Mais uma vez, os veículos midiáticos exercem um papel relevante na prática do consumo. Esses estudos enfatizam a mercadorização da moda e a forma como, constituída na dinâmica da produção e, portanto, do consumo, mediam os processos que formam os sujeitos nas instâncias sociais.

Rodrigues (2016), por sua vez, discute sobre moda e consumo investigando como têm se estabelecido as novas identidades da geração sênior na contemporaneidade. Seu trabalho defende que moda e consumo são questões muito presentes na geração sênior contemporânea.

A compreensão do sênior sobre a importância do consumo na moda é significativa uma vez que é carregado de significados e valores relacionados a ela. Desta forma, o valor que a vestimenta, acessórios e outros componentes que fazem parte do processo de construção da aparência são relevantes, inclusive, dispõe de influência na representação e concepção da identidade do sujeito. (RODRIGUES, 2016, p. 118)

O consumo dos produtos de moda, segundo a autora, tem tamanha relevância para a geração sênior contemporânea, que dele depende o processo de formação de sua identidade.

De modo geral, as perspectivas apresentadas pela produção acadêmica de pós-graduação das universidades brasileiras a respeito da relação entre moda e formação humana contribuíram para a discussão da temática desta pesquisa. A análise realizada conclui pela diversidade de abordagens apresentadas nos trabalhos selecionados consistindo em rico material de estudo. O tratamento dado ao tema pelos pesquisadores expressa a pluralidade do referencial teórico metodológico e da área dos programas a que se vincula a produção, entre outros, o que possibilita presumir sobre o potencial de pesquisa sobre a temática ainda a ser explorado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista da leitura e da documentação da bibliografia encontrada sobre moda, esta dissertação foi construída a partir do pressuposto de que esse fenômeno social estaria associado à emergência da modernidade. A culminância desse pressuposto estaria na formação de sujeitos que encontram, na relação entre a modernidade e a moda, elementos que implicariam em um novo modo de ser, de pensar, novos modos de agir, novas ideias.

O pressuposto confirmou-se ao longo da revisão da literatura e encontrou maior força na análise das produções acadêmicas de pós-graduação das universidades brasileiras. Os trabalhos apresentaram, em grande medida, correspondência com a bibliografia pesquisada e, portanto, contemplaram as concepções sobre moda, modernidade e formação humana. Esperava-se que os trabalhos apresentassem uma visão mais abrangente sobre formação humana, pois a maioria indicava claramente, como principal área de referência, a educação. No entanto, percebeu-se que a diversidade de temas e de interesses dos autores, muitos deles inseridos na temática “moda”, implicou o desenvolvimento de diferentes enfoques e questões.

Os trabalhos analisados também mostraram ênfase no desenvolvimento da moda em decorrência das condições sociais da modernidade. Contudo, entende-se que é o modo de produção material, como modo de produção da existência humana, que possibilitou o desenvolvimento das condições de formação do sujeito moderno, perpassado pelo fenômeno social da moda. Foi, então, o surgimento do modo de produção capitalista que criou as condições da vida moderna e, entre essas condições, a emergência do fenômeno social da moda, como trata o trabalho de Cantarelli (2013).

Nesse mesmo sentido, a discussão sobre a industrialização e a moda confere, às condições sociais modernas, a valorização de algumas atividades profissionais, como a atividade de mercador, de alfaiates, costureiras, *lingères* e *merchandises de modes*. Reitera-se que essas atividades profissionais, assim como as condições sociais nas quais surgiram, foram frutos do modo de produção do capital associado à moda (CALANCA, 2011).

Partindo para a análise ampla da atividade industrial, seguindo a discussão sobre a expansão industrial da moda, encontrou-se na pesquisa bibliográfica

argumentos que novamente associavam o desenvolvimento dessa expansão ao maquinário de produção têxtil, como, por exemplo, a máquina de costura. Embora tenha sido inegavelmente relevante o surgimento desse maquinário no processo de expansão industrial da moda, entende-se que todo o aparato para o desenvolvimento do moderno modo de produção da moda, surge com a organização do trabalho e do maquinário segundo o modo de produção capitalista.

Outro fator presente na literatura sobre o fenômeno da moda indica o surgimento da busca pelo “novo” como princípio fundante da moda, como defendem Svendsen (2010) e Lipovetsky (2009). Esse argumento foi encontrado tanto na revisão bibliográfica quanto na produção acadêmica analisada. O “novo”, ou a busca pela contínua inovação, assim como as atividades profissionais modernas da moda e o surgimento do maquinário industrial são elementos de fundamental importância no contexto de desenvolvimento da moda.

Harvey (2004, p. 102) explica que o elemento do “novo”, em particular, ou “o efeito da inovação contínua é, no entanto, desvalorizar, senão destruir, investimentos e habilidades de trabalhos passados. A destruição criativa está embutida na própria circulação do capital”. Observa-se, com base nessa análise, que os fundamentos dos processos da moda, na verdade, estão arraigados aos fundamentos do modo de produção capitalista e à própria emergência da modernidade.

O argumento do princípio do “novo” apresentado pela literatura pesquisada e pela produção acadêmica baseia-se, assim como Harvey (2004), na ideia de que o novo é a busca pela inovação ou mesmo destruição do que estava posto. Contudo, os argumentos se diferenciam na medida em que procuram explicar os fundamentos de tal busca. Nesta dissertação, corrobora-se a argumentação de Harvey (2004), que encontra no moderno modo de produção do capital as reais condições da busca contínua por aquilo que há de mais novo como possibilidade de reprodução do mecanismo que move o próprio sistema.

Como resultado da pesquisa da produção acadêmica, os eixos temáticos encontrados apontam a relação da moda com a formação humana, pois a produção do vestuário, as expressões sociais, a formação da identidade e o processo de consumo demonstram como os sujeitos estão perpassados por determinada maneira de serem “produzidos”, com base no processo de constituição da moda.

Viu-se que o vestuário é expressão mais comumente associada à moda,

tanto na literatura pesquisada quanto na produção acadêmica. Este eixo apresenta a relação do vestuário, sua produção e seu uso, como um dos elementos de formação do sujeito, desde os primeiros anos de vida. A vinculação com a produção da subjetividade como a internalização dos hábitos e formas de comportamentos foi evidenciada nas análises da produção.

Os modos de ser, de pensar e de agir do sujeito moderno, ou seja, os modos de expressão da sociabilidade dos homens e mulheres modernos foram vistos, na produção analisada, perpassados pela moda. Nesse sentido, viu-se que o fenômeno da moda pode ser um meio de expressão de cultura, valores e regras sociais. Pôde-se ver que na produção acadêmica analisada a moda pode ser entendida como elemento de construção de estratégias educativas através de determinados tipos de vestuário, assim como meio de criação e disseminação de representações de ideais de feminilidade e de formação acadêmica, bem como expressa contextos sociais e políticos.

Na produção acadêmica a identidade também articula-se à moda, por meio dos artifícios que mediam a construção identitária do sujeito, possibilitando a expressão da singularidade através da aparência. É nesse processo, que homens e mulheres mostram seu lugar na sociedade, os grupos a que pertencem, manifestando seus valores e modos de ser e pensar. Apresentam-se as possibilidades de “ser outro”, ao consumir sempre o que há de mais novo, consumir o produto da moda atual. Desse modo, a identidade do sujeito contemporâneo está intimamente relacionada à moda.

Pensando sobre o eixo temático do consumo, viu-se que ele se constitui na vida moderna do acelerado processo de inovação imposta pelo sistema da moda. A busca pela posse das mercadorias modernas surge como uma atividade fundamental para os homens e mulheres modernos que buscam satisfazer suas necessidades de consumo e assim construir suas identidades. A moda encontra-se nesse processo, dentre outros, como fornecedora desses produtos e das necessidades do novo.

Em vista dessas considerações apresentadas ao longo desta dissertação, pode-se dizer que o fenômeno da moda em suas diversas manifestações, seja no vestuário, nos modos de expressão da sociabilidade humana, na construção de identidades, no consumo ou de outras formas, constitui-se como temática rica para a investigação acadêmica.

Pode-se pensar novas questões relacionadas à moda como um tema fértil para estudos futuros, em vista de ser um campo vasto para a investigação acadêmica. Questões como a relação entre moda e gênero, bem como a moda e a cultura podem ser fontes de novos estudos para o aprofundamento dos conhecimentos sobre o fenômeno social da moda.

A respeito da relação entre moda e gênero seria instigante investigar os fundamentos de um movimento contemporâneo que defende uma moda, no caso o vestuário definido a determinado gênero. Viu-se nesta dissertação como a moda surge em meio a modificações dos trajes que passaram a delimitar quais eram as roupas destinadas aos homens e às mulheres (LIPOVETSKY, 2009). Em vista disso, seria interessante questionar as razões que levaram esse fato se estabelecer até os dias atuais e quais podem ser as perspectivas que impulsionaram a defesa atual por uma moda além do gênero.

De igual modo, seria relevante realizar um estudo sobre moda e cultura para investigar como uma cultura pode ser expressa por meio da moda, assim como pensar quais seriam as razões implícitas às culturas que possibilitam essa expressão nos objetos de moda.

Muitas outras discussões acadêmicas podem ser propostas a respeito da moda e mesmo ainda sobre a relação entre a moda e a formação humana. Considera-se que esta dissertação, como um estudo inicial sobre a temática, quis trazer à luz da investigação acadêmica esse fenômeno social oferecendo apontamentos da área da educação. Constitui-se como uma inserção nos estudos sobre moda e educação, apontando para as possibilidades de novos estudos e adensamento das pesquisas nessa perspectiva.

## REFERÊNCIAS

ANDERY, Maria Amália. et al. **Para compreender a ciência: uma perspectiva histórica**. 15. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

AUSTEN, Jane. **Orgulho e preconceito**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BOURDIEU, Pierre. Alta Costura e Alta Cultura. In: \_\_\_\_\_. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Século – Edições, Sociedade Unipessoal, Ltda., 2003. p. 205-215.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

CIAMPA, Antonio da Costa. Identidade. In: LANE, Silvia T. M.; GODO, Wanderley (orgs.). **Psicologia social: o homem em movimento**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher**. 2. ed. São Paulo: Global, 2009.

GONÇALVES, Rafael. Identidade, consumo e sociabilidade: implicações éticas. **Estudos e pesquisas em Psicologia**, UERJ, RJ, ano 9, nº 1, p. 185 - 198, 1º semestre de 2009.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

LESSA, Sergio. Trabalho, sociabilidade e individuação. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 4, n. 2, p. 231-246, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARQUES FILHO, Adair; PEREIRA, Flávio. Arte, moda, literatura e cinema: saberes compartilhados. In: MONTEIRO, R. H. e ROCHA, C. (Orgs.). **Anais do V Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual**. Goiânia-GO: UFG, FAV, 2012.

MARQUES FILHO, Adair. **A moda fazendo gênero**: representações sociais sobre “modos de vestir gay”. 2015. 191 f. Tese (doutorado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, 2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, Talita Souza de. **Moda**: um fator social. 2013. 126 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Claridade, 2007. Coleção Saber de tudo.

RESENDE, Anita C. A. A escola e a constituição do sujeito. In: COELHO, Ildeu Moreira (org.). **Escritos sobre o sentido da escola**. Campinas - São Paulo: Mercado das Letras, 2012.

ROMANOWSKI, Joana P.; ENS, Romilda T. As pesquisas denominadas do tipo “Estado da Arte”. **Diálogos Educacionais**, v. 6, n. 6, p. 37–50, 2006.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. 3. ed. - Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VIANA, Fausto Roberto Poço. **Fontes documentais para o estudo da história da moda e da indumentária**: o caso James Laver e novas perspectivas. 2015. 212 f. Dissertação (mestrado em Ciências). Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

## REFERÊNCIAS DA PRODUÇÃO ACADÊMICA PESQUISADA

BATTISTI, Francisleth Pereira. **Representações sociais de gênero pela linguagem de moda em um grupo de estudantes do ensino fundamental II**. 2015. 118 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Educação Escolar da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de Ciências e Letras (Campus Araraquara), 2015.

CANTARELLI, Ana Cândida Cardoso. **Entre Moda e Sujeito: Trânsitos da Subjetivação**. 2013. 139 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica e Cultura, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

DEBUS, Carolina dos Santos. **Design de moda e educação não-formal: os fósseis de árvores petrificadas como referência para processos criativos**. 2008. 194 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Educação, Área de Educação e Arte, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), 2008.

GARCIA, Sueli. **Arte e cultura da moda como fundamentos do vestir contemporâneo**. 2014. 195 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2014.

LOS, Vivian Andreatta. **Compreensões sobre os processos de ensinar e de aprender de professores de um curso técnico em moda no Instituto Federal de Jaraguá do Sul**. 2015. 189 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Educação Centro de Ciências de Educação, Artes e Letras, 2015.

MARCON, Mônica D'Andréa. **Aspectos históricos do uso dos uniformes escolares: reflexões no campo da educação e da moda (1940-2000 Caxias do Sul)**. 2010. 130 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-graduação em Educação do Centro de Filosofia e Educação da Universidade de Caxias do Sul, 2010.

NOVELLI, Daniela. **Juventudes e imagens na revista Vogue Brasil (2000-2001)**. 2009. 275 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em História do Centro de Ciências Humanas e da Educação da Universidade do Estado de Santa Catarina, 2009.

PAIXÃO, Humberto Pires da. **Saber, poder e sujeito no dispositivo da moda**. 2013. 185 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás, 2013.

PEREIRA, Livia Marsari. **Possibilidades de aprendizagem no vestuário infantil:** um estudo exploratório. Dissertação (mestrado). 2010. 139 f. Programa Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, 2010.

RODRIGUES, Flávia Luciana dos Santos Souza. **A geração sênior na sociedade contemporânea brasileira:** os desafios na construção da identidade no século XXI. 2016. 160 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2016.

SANCHES, Lucinéia. **Os moldes da moda:** um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil. Dissertação (mestrado). 2006. 120 f. Programa de Pós-Graduação Educação do Centro de Ciências da Educação, da Universidade Regional de Blumenau, 2006.

SCHOLL, Raphael Castanheira. **A feminilidade que se aprende:** a educação através da moda na Revista do Globo/RS (1929-1939). Tese (doutorado). 2016. 202 f. Programa de Pós-graduação em Educação da Escola de Humanidades da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2016.

SILVEIRA, Eveline Maria de Azevedo. **Moda e os uniformes escolares:** aspectos históricos do fardamento escolar no Ceará. Dissertação (mestrado). 2016. 101 f. Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará, 2016.

## APÊNDICES

### APÊNDICE – 1 Modelo de Planilha de análise

Universidade Federal de Goiás  
Faculdade de Educação  
Programa de Pós-Graduação em Educação

Pesquisa: Moda e formação humana

---

Planilha de análise e documentação

1. Identificação da dissertação ou tese

1.1. Nível: ( ) Mestrado ( ) Doutorado

1.2. Área do programa: ( ) Educação ( ) Outro

Qual?

1.3. Ano da defesa:

1.4. Programa:

1.5. Instituição:

1.6. Cidade/Estado:

1.7. Autor (a):

1.8. Título:

1.9. Orientador (a):

## 2. Itens de conteúdo

### 2.1. Palavras-chave:

### 2.2. Resumo:

### 2.3. Tema principal:

### 2.4 Tema secundário:

### 2.5. Objetivo do trabalho:

### 2.6. Área de referência:

- Educação
- Sociologia
- Design de moda
- História
- Antropologia
- Psicologia
- Outra
- Não é possível identificar

### 2.7. Autores mais citados:

### 2.8. Enfoque teórico:

- está claramente explicitado
- Não está claramente explicitado mas pode ser identificado
- Não é abordado

Qual?

### 2.9. Tipo de pesquisa:

- está claramente explicitado
- Não está claramente explicitado mas pode ser identificado
- Não é abordado

Qual?

2.10. Instrumento de coleta de dados:

- |                                                  |                                                     |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Análise de documentos   | <input type="checkbox"/> Questionário               |
| <input type="checkbox"/> Entrevista              | <input type="checkbox"/> Não se aplica              |
| <input type="checkbox"/> Observação              | <input type="checkbox"/> Não é possível identificar |
| <input type="checkbox"/> Observação participante | <input type="checkbox"/> Outro:                     |

2.11. Inserção da moda como instância de mediação na formação/constituição do sujeito moderno:

- está claramente explicitada
- Não está claramente explicitada mas podem ser identificada
- Não é abordada

2.12. Relação entre moda e modernidade:

- está claramente explicitada
- Não está claramente explicitada mas podem ser identificada
- Não é abordada

3. Aspectos relacionados à concepção de moda adotada pelo autor (a).

4. Aspectos relacionados à concepção de modernidade adotada pelo autor (a) e sua relação com a moda.

5. Discussão da relação entre moda e sociedade/processo educativo/formação do sujeito.

## APÊNDICE 2 -TABELAS

**Tabela 2 - Região brasileira dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Região dos Programas	Quantitativo
Sudeste	4
Centro-Oeste	2
Sul	6
Nordeste	1
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 3 - Anos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Anos dos programas	Quantitativo
2006	1
2008	1
2009	1
2010	2
2013	2
2014	1
2015	2
2016	3
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 4 - Áreas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Áreas dos programas	Quantitativo
Educação	9
Psicologia	1
História	1
Letras	1
Design	1
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 5 - Presença dos termos “moda”, “educação” e “moda e educação” nos títulos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Termos utilizados nos títulos dos trabalhos	Quantitativo
Moda	6
Educação	0
Moda e Educação	4
<b>Total</b>	<b>10</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 6 - Palavras-chaves mais recorrentes nos resumos dos trabalhos dos Programas de**

**Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

<b>Palavras-chave mais recorrentes</b>	<b>Quantitativo</b>
Moda	12
Educação/Educativa	6
Escolar	2
Saber	2
Subjetividade	2
Cultura (s)	4
História	3
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 7 - Termos mais recorrentes nos temas principais dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

<b>Termos mais recorrentes nos temas principais</b>	<b>Quantitativo</b>
Moda	11
Educação	3
Uniformes Escolares	2
<b>Total</b>	<b>16</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 8 - Palavras mais recorrentes nos objetivos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

<b>Palavras mais recorrentes nos objetivos</b>	<b>Quantitativo</b>
Representações	2
Uniformes Escolares	8
Subjetividade	2
Moda	14
Cultura	2
Função Pedagógica	2
Contemporânea/Contemporaneidade	3
História	3
Educação	3
<b>Total</b>	<b>39</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 9 - Clareza na relação entre moda e formação humana nos resumos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

<b>Há uma relação clara entre moda e formação humana?</b>	<b>Quantitativo</b>
Sim	12
Não	1
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 10 - Áreas de referência dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Áreas de referência	Quantitativo
Educação	12
Sociologia	8
Design de moda	8
História	5
Psicologia	2
Psicanálise	1
Letras e Linguística	1
Design*	1
<b>Total</b>	<b>38</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

\*Optou-se por identificar “Design” como uma área de referência separada de “Design de Moda”, pela importância, neste estudo, da explicitação do campo da moda.

**Tabela 11 - Clareza nos tipos de pesquisas dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Tipo de pesquisa	Quantitativo
Está claramente explicitado	11
Não está claramente explicitado, mas pode ser identificado	2
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 12 - Instrumentos de coletas de dados dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Instrumento de coleta de dados	Quantitativo
Análise de documentos	8
Entrevista	5
Observação	0
Observação participante	1
Questionário	5
Não se aplica	1
Não é possível identificar	0
<b>Total</b>	<b>20</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

**Tabela 13 - Explicitação da relação da moda como mediação na formação/constituição do sujeito moderno nos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Relação de mediação	Quantitativo
Está claramente explicitada	9
Não está claramente explicitada, mas pode ser identificada	4
Não é abordada	0
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017.

### APÊNDICE 3 - QUADRO

**Quadro 3 - Objetivos dos trabalhos dos Programas de Pós-graduação da produção acadêmica brasileira que aborda a temática “moda e formação humana”.**

Nº	Autor (a)	Objetivos
1.	Battisti (2015)	Buscar entender <i>as representações sociais de gênero pelo viés da moda</i> das alunas do sexto ano do Ensino Fundamental II de uma escola pública estadual, da cidade de São Carlos, no interior do Estado de São Paulo.
2.	Cantarelli (2013)	Verificar quais são as possíveis <i>relações da moda como fenômeno cultural com a formação da subjetividade</i> , especialmente na modernidade e na Contemporaneidade.
3.	Debus (2008)	Investigar uma prática educativa não-formal na modalidade do design de moda, através da valorização do patrimônio histórico regional, tendo como referência os fósseis de árvores petrificadas no <i>desenvolvimento de processos criativos</i> .
4.	Garcia (2014)	Abordar o self e investigar sobre a <i>subjetividade no vestir, derivada de um processo de autoconhecimento</i> que possibilita o indivíduo a se recriar e se ressignificar por meio da aparência.
5.	Los (2015)	Analisar as compreensões sobre <i>os processos de ensinar e aprender</i> que possuem os professores que atuam no Curso Produção e Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul.
6.	Marcon (2010)	Esclarecer as diferentes tendências associadas ao uniforme escolar a partir dos princípios e pressupostos da História Cultural, assim como descrever a evolução das <i>funções pedagógicas do uso de uniformes na tradição escolar</i> ; analisar os motivos que levaram as escolas a adotarem o uso dos uniformes; identificar características de moda e estilo nos uniformes.
7.	Novelli (2009)	Investigar, analisar e interpretar anúncios publicitários veiculados em uma revista voltada para um grupo social de médio a alto poder aquisitivo, de forma a verificar como estes anúncios exploraram <i>conceitos socioculturais associados às juventudes na contemporaneidade</i> , mais especificamente no final do século XX e início do século XXI.
8.	Paixão (2013)	Descrever e analisar a articulação entre poder e saber nos processos desencadeados pelo discurso da moda ou, mais precisamente, por meio dos enunciados que são produzidos a seu respeito <i>no interior do dispositivo de moda e que incidem diretamente na constituição de determinados sujeitos</i> .
9.	Pereira (2010)	Investigar os princípios do design que podem ser adotados para a produção de roupas que auxiliem no desenvolvimento e aprendizado de crianças de 3 e 4 anos mostrando como <i>noções de educação podem ser incorporadas aos trajes, estudando as relações e interações entre o design, moda e a educação</i> .
10.	Rodrigues (2016)	Analisar <i>os processos de mudança da geração sênior e os modos como têm se dado esse percurso</i> , buscando entender qual o significado dessas transformações, com a intenção de mudar o olhar da sociedade contemporânea a respeito do indivíduo sênior e sua dinâmica na mudança social.
11.	Sanches (2006)	Entender como o campo de moda se reproduz por meio dos cursos de moda no Brasil, ou seja, como se dá a <i>reprodução de um campo específico de produção de bens de luxo e de consumo</i> num outro campo específico e legitimado para tanto, que é o da instituição de ensino superior.
12.	Scholl (2016)	Analisar as representações imagéticas e os discursos sobre a moda feminina como indicadores para a <i>formação estética do público leitor</i> da Revista do Globo, desde 1929, ano de fundação do impresso, até 1939.
13.	Silveira (2016)	Compreender aspectos <i>da relação entre a moda e os uniformes escolares a partir do resgate histórico e da memória</i> . O objetivo geral é compreender as influências da moda nos uniformes escolares do Ceará.

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados extraídos dos trabalhos encontrados na BDTD, mai. 2017 (grifos meus).