

## **IDENTIDADE CULTURAL E DESENVOLVIMENTO REGIONAL ATRAVÉS DA MODA**

Juscelina Barbara A. Matos, Aldo Clécio Neres da Silva, Ana Cristiane da Silva<sup>1</sup> e  
Veruska Barreiros<sup>2</sup>.

**Resumo:** Entendendo a Moda como fenômeno sociocultural, relacionados a criação estética do vestuário e complementos, presente no cotidiano das sociedades modernas, interferindo, transformando e modelando as mesmas, o projeto de extensão Identidade Cultural e Desenvolvimento Regional através da Moda, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Uesb, tem por objetivo introduzir na comunidade de Vitória da Conquista a importância do estudo, produção e comércio de moda para a preservação cultural e desenvolvimento regional integrado. Para isto escolhemos trabalhar em duas frentes: Primeiro com estudantes do 2º grau do Colégio Estadual Nilton Gonçalves, situado na periferia da cidade, levando - através da inclusão de conteúdos relacionados a moda nas disciplinas da escola - uma perspectiva de futura área profissional e despertando o interesse do estudo da cultura através da moda. No segundo momento buscou-se fazer um diagnóstico e desenvolver atividades junto aos profissionais que atuam no comércio de moda da cidade, partindo do entendimento que é preciso capacitar aqueles que já trabalham com moda, acrescentando no seu “fazer” a teoria e o enfoque cultural.

**Palavras-chave:** Moda; Cultura e Desenvolvimento

Nos últimos anos, a moda tem ganhado destaque na academia e vagarosamente ocupando o espaço das preocupações intelectuais. Guilles Lipovetsky (1989) já observava que havia um vazio com relação a observação do tema enquanto problemática acadêmica. A moda sempre era reduzida a mero fator de distinção social de classes e nada mais.

---

<sup>1</sup> Coordenadores do NIEM / UESB, [barbara@diodo.com.br](mailto:barbara@diodo.com.br), [aldo@diodo.com.br](mailto:aldo@diodo.com.br)

<sup>2</sup> Bolsista do NIEM / UESB, [veubg@yahoo.com.br](mailto:veubg@yahoo.com.br)



Porém a moda vem crescendo em importância e ocupando cada vez mais espaço nas configurações das sociedades modernas. É impossível não sentir a influência da mesma na economia, nos gestos, nos costumes, enfim, na cultura que molda os traços das comunidades na contemporaneidade.

Como diz Lipovetsky "A moda não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular. A moda terminou estruturalmente seu curso histórico, chegou ao topo do seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemônica". A moda é, efetivamente, como mostra Lipovetsky, um fenômeno específico das sociedades modernas, associado aos valores e formas de socialização próprios deste tipo de organização social.

Dado a sua natureza, a compreensão da moda enquanto fenômeno específico com características próprias e historicamente demarcadas, pode possibilitar a compreensão dos processos culturais de uma dada comunidade e ou sociedade, fazendo com que se busque não só a preservação dos bens simbólicos representados através da vestimenta e acessórios, mas também o surgimento do novo, realimentando as engrenagens da própria moda e imprimindo, dialeticamente a dinâmica de construção permanente da cultura.

Traduzir o saber para o cotidiano, tanto daqueles que serão os produtores do futuro quanto para aqueles que “transformam” a cultura em mercadoria faz com que haja consciência e pensamento organizado sobre o “fazer”, o que permite uma concatenação de iniciativas no sentido do desenvolvimento, quer seja econômico, quer seja social ou cultural. Este projeto visa enfrentar o desafio de romper os muros da Universidade para uma troca de saberes entre os que estudam, fazem, comercializam ou podem vir a produzir moda num enfoque de produção cultural e desenvolvimento da região Sudoeste.

## **Entendendo a Moda**

Etimologicamente a palavra Moda vem do latim *modus*, significando “modo”, “maneira” (Palomino 2002: 15). No Inglês o termo equivalente é Fashion que significa “fazendo” ou “fabricar” (Barnard 2003:2). Portanto, originalmente a palavra remete a uma “maneira de fazer”.



O termo pode ser aplicado em diversos sentidos, como por exemplo quando se diz “à moda Luis XV”, “prato à moda da casa” ou ainda “a moda dos políticos é pousar de honesto”. Portanto, cabe especificar que quando nos referimos a Moda, estamos designando um termo específico que trata de um sistema próprio de apreensão. Moda pode ser no sentido dos gostos, costumes, do que está em voga ou ainda aquela manifestada através da indumentária, que também pode ter várias definições.

Aqui, entendemos Moda enquanto fenômeno social, econômico, cultural, histórico, geográfico e comportamental de produção simbólica, industrial e mercadológica, relacionados a criação estética do vestuário, acessórios e complementos, bem como da aparência visual, presente no cotidiano das sociedades modernas, interferindo , transformando e remodelando as mesmas.

Esta definição se alinha com o pensamento da consultora de Moda e Educação, Antonia Terra, que define, a Moda como um Fenômeno Social. Segundo ela, a moda *insere-se historicamente em contextos e, quando analisada, revela aspectos da organização Humana* (ANDRADE, Cristina; RAMALHO, Priscila 2003:64).

Cabe aqui uma distinção entre indumentária e Moda. A Indumentária existe desde o homem primitivo que fabricou os primeiros abrigos e agasalhos, a Moda não. Ela é um fenômeno essencialmente moderno e seu começo é datado em um determinado tempo histórico. Segundo o filósofo francês Lipovetsky,

*A moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações... ela é colocada aqui como tendo um começo localizável na história. Contra a idéia 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... Só a partir da Idade Média é possível conhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas torna-se um valor mundano, a fantasia exhibe seus artificios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas ornamentações já não são exceção, mas, regra permanente: a moda nasceu. (Lipovetsky 1987:23)*



Além da definição Moda enquanto fenômeno social, é importante ressaltar o papel simbólico que a Moda exerce.

*Para usar a expressão de Marx (1975:79), as roupas são “Hieróglifos sociais”, que escondem, mesmo quando comunicam, a posição social daqueles que as vestem. Quer dizer que a Moda e Indumentária podem ser formas mais significativas pelas quais são construídas, experimentadas e compreendidas as relações sociais humanas. (Barnard 2003:24).*

Paralelo a dimensão distintiva de classe, gênero e etnia, a Moda assume um caráter simbólico de tecido das relações sociais. Comentando este aspecto Cidreira ressalta

*Já é tempo de desmontar o credo comum de que o realce da moda se encontra no dispêndio demonstrativo como meio de significar uma posição, para despertar admiração e expor um certo estatuto social. É imperativo que se abra o horizonte e que se promova um certo deslocamento de ênfase, não privilegiando apenas essa possibilidade distintiva que a moda permite (que é simbolicamente constitutiva das relações sociais). Somente assim poder-se-á visualizar outras possibilidades de abordagem sobre o tema e talvez verificar que, na contemporaneidade, a sua força e riqueza estão situadas numa esfera mais ampla, em que, inclusive, o caráter distintivo é tecido: sua dimensão simbólica. (Cidreira 1997:01)*

Esta dimensão simbólica nos permite dialogar com Sahlins, ao afirmar que é através de aparências que a civilização transforma a construção num milagre da existência: uma coesa sociedade de estranhos (1979:224).

Embora existam muitas outras atribuições à Moda, fenômeno social e dimensão simbólica estas parecem bem relevantes para pensarmos a relação existente entre Educação e Moda. Se de fato a moda é um dos artifícios das sociedades modernas para comunicar valores, ideologias, contestações, manifestações, status, fetiche e poder, de certa maneira,



está aí embutido um sentido de comunicação de saberes que pode ser entendido enquanto um meio de processo educativo.

Quando falamos em educação, estamos nos reportando ao sentido amplo do termo, do aprendizado que ultrapassa os limites da escola, das disciplinas, dos fluxogramas, estamos falando de todo conjunto de coisas que ensinam de alguma forma, mesmo que subjetivamente, portanto de educação não-escolar.

## Ações do Projeto

Não temos a pretensão de abarcar grandes iniciativas, mas de introduzir na comunidade de Vitória da Conquista a importância do estudo, produção e comércio de moda para a preservação cultural e desenvolvimento regional integrado. Para isto escolhemos trabalhar em duas frentes:

- ✓ Estudantes do Colégio Estadual Nilton Gonçalves - Alunos da escola pública estadual de periferia (Bairro Ibirapuera), levando uma perspectiva de uma futura área profissional e despertando o interesse do estudo da cultura através da moda.
- ✓ Comércio de Moda de Vitória da Conquista – Além de despertar o interesse dos futuros possíveis profissionais, é preciso capacitar aqueles que já trabalham com moda, acrescentando no seu “fazer” a teoria e o enfoque cultural.

Tecidas essas breves considerações, podemos então entrar especificamente nos trabalhos desenvolvidos pelo Núcleo Interdisciplinar de Estudos em Moda – Niem.

- 1) A partir de critérios foi escolhida a escola Estadual Nilton Gonçalves (situada na periferia) em Vitória da Conquista –Ba para introduzir o assunto “Moda” nas diversas disciplinas escolares, objetivando transformar educação não-formal em conteúdos formais, palpáveis e úteis aos alunos.



Os professores receberam treinamento especial e materiais didáticos específicos para trabalharem em sala de aula:

- Na disciplina Sociologia, foi trabalhado o tema *psiquismo e a moda, comportamentos sociais*;
  - Em Filosofia, *Moda como ferramenta de cultura visual*;
  - Na Geografia foi abordado *Artesanato e produção geográfica*;
  - Em História, a *História das décadas de 20 a 90 através das roupas*;
  - Na disciplina de Biologia, *Luxo do lixo: reciclagem e ecologia*;
  - Em Inglês *Estrangeirismos e vocabulário do mundo da Moda*;
  - Em Português com *Linguagens não-verbais*;
  - Artes com o tema *Produção artística e moda nos anos 20 a 90*.
- 2) Diagnóstico do comércio e produção de moda, buscando conhecer as vocações, problemas e desafios para o crescimento do setor;
  - 3) Pesquisa e catalogação de fontes icnográficas, matérias e fílmicos de moda e comportamento em Vitória da Conquista, com fins de exposição, pesquisa e preservação da identidade cultural na região Sudoeste da Bahia.
  - 4) Realização de seminários, desfiles e palestras com enfoque na identidade baiana e da região Sudoeste.
  - 5) Incentivo a produção de moda regional e de preservação da identidade cultural baiana.

Segundo Edgar Morin em *cultura de massa no século XX* (1994), a cultura humana é constituída por informações acumuladas pelo homem ao longo de sua evolução, informações estas que devem ser mantidas e transmitidas a cada novo indivíduo do grupo social.



As informações que constituem a cultura, contudo, não estão inscritas no código genético, ou seja, elas não podem ser transmitidas pelo simples ato de reprodução da espécie. Estas informações precisam ser apreendidas. E a moda é um dos canais para tanto. Este projeto reflete este intuito e preocupação.

## **Referencial bibliográfico:**

ANDRADE, Cristina; RAMALHO, Priscila. **Um guarda –roupa cheio de história.** Revista Nova Escola, São Paulo, maio de 2003. p. 62-63.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação.** Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda enquanto manifestação simbólica.** Revista O Sentido e a Época, UFBA, 1997. Disponível em : <http://www.facom.ufba.br/sentido/moda.html>.

LIPOVETSY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas.** Tradução: Maria Lúcia Machado. 2ª. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARX, K. **O Capital.** Vol. 1. Londres: Lawrense e Wishart,1975.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX - O espírito do tempo.**Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1994.

PALOMINO, Erika. **A Moda.** 1ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2002.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática.** Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

