



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa

Catarina

Brasil

Carmona Dias, Camila
As Influências das Tendências de Moda
ModaPalavra e-periódico, núm. 6, julio-diciembre, 2010, pp. 103-135
Universidade do Estado de Santa Catarina
Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051717009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

As Influências das Tendências de Moda

The Influences of Fashion Trends

Camila Carmona Dias

Universidade Estadual de Londrina

milacardias@bol.com.br

Resumo

Este artigo constata como as tendências são influenciadas pelos aspectos históricos, sócio-políticos e econômicos realizando uma comparação entre estes dois períodos, a crise de 1929 aliada as duas Grandes Guerras Mundiais influenciadora do comportamento de moda no Brasil nas décadas de 30 à 50 e como a crise atual juntamente com os acontecimentos políticos e sociais do início do século XXI influenciou as tendências.

Palavras Chave: moda; história da moda; tendência.

Abstract

This article notes how the trends are influenced by historical, socio-political and economic aspect performing a comparison between these two periods, the crisis of 1929 combined the two Great World Wars influencing the behavior of fashion in Brazil in the decades of 30 to 50 and the current crisis with the political and social events of the beginning of the XXI century influenced the trends.

Keywords: *fashion; history of the fashion; trend.*

1. Introdução

A moda, segundo Moura (2008), “apresenta reflexos e referências da sociedade quanto dos usos e costumes do cotidiano” permitindo a reflexão, criação, participação, interação e disseminação dos costumes. Relata que o “desenvolvimento e a expressão da moda ocorrem a partir das inter-relações entre a criação, a cultura e a tecnologia, bem como dos aspectos históricos, sociopolíticos e econômicos”. Miranda; Garcia; Leão (2001, p.01), dizem que a “moda é um dispositivo social, portanto o comportamento orientado pela moda é fenômeno do comportamento humano generalizado e está presente na sua interação com o mundo”. Portanto, este artigo parte da hipótese de que os acontecimentos históricos, sócio-políticos e econômicos influenciam as tendências de moda.

A moda é um sistema que sofre influências históricas, políticas e econômicas e como tal, tem seu papel diferenciador perante os fatos que se desenvolvem em determinada época.

A moda é um processo de transformação incessante, e de tendência cíclica, das preferências dos membros de uma dada sociedade. Essa noção não se limita apenas à indumentária, ainda que seja o mais recorrente exemplo trabalhado. Na história da humanidade, o corpo foi recoberto de maneiras simultaneamente singulares e tribais de acordo com o tempo e o espaço, significando, quase sempre, os sentimentos da época (FREITAS, 2005, p.126).

Como papel investigativo que delimita este artigo, será o século XX e início do século XXI, historicamente impregnados de mudanças, inovações e revoluções que culminaram na pós-modernidade. Grandes marcos do século passado são exemplificados através das duas Grandes Guerras Mundiais e a crise de 1929. No início do novo milênio considera-se a globalização, a guerra contra o terrorismo e logo após, a crise econômica deflagrada em 2007 como acontecimentos influenciadores do momento.

Assim, a relevância desta pesquisa está em auxiliar no entendimento de como as crises das décadas de 30 a 50 influenciaram a moda da época e como a crise atual está influenciando a moda de hoje. Será realizada a partir de pesquisa bibliográfica sobre os acontecimentos vigentes das épocas relacionadas, da pesquisa das principais referências de moda dos anos 30 à 50; da pesquisa de tendência dos biênios 2005, 2007 e 2009.

2. Décadas de 30 a 50

Os acontecimentos marcantes do século XX podem ser comparados com uma grande corrente de dominós empilhados e derrubados, ou seja, uma ação de repercussão ocorrida em algum país poderoso influenciava outros países, assim é fácil entender o porquê que o Brasil sofreu influências de atos internacionais.

Durante as décadas de 1930 à 1950 ocorrerão fatos marcantes e turbulentas situações sociopolíticas e econômicas. A crise de 1929, eclodida nos Estados Unidos, ou ainda a 2ª Grande Guerra Mundial afetaram a população do mundo. Porém como esses acontecimentos influenciaram a moda e o comportamento da época? Para responder essa pergunta é preciso pesquisar os acontecimentos no mundo e no Brasil nas décadas de 30 a 50; a moda; o comportamento de moda nas décadas de 30 a 50; e finalmente a relação sobre a moda e os acontecimentos históricos nas décadas de 30 a 50 no Brasil.

2.1. Acontecimentos no mundo e no Brasil nas décadas de 30 a 50

De acordo com Fausto (2006) o Brasil até 1930 era predominantemente agrícola, ou seja, a República foi a expressão da economia cafeeira, que era voltada a exportação, porém com a eclosão da 1ª Guerra Mundial (1914-1918) e logo após, com a crise iniciada nos Estados Unidos, o Brasil deparou-se com uma desorganização na economia do país.

Os efeitos da crise foram a retração do mercado consumidor, a suspensão do financiamento para estocagem do café, a exigência da liquidação imediata dos débitos anteriores. Assim, toda a montagem da política de valorização do setor cafeeiro se destruiu (FAUSTO, 2006).

Segundo Bursztyrn (1984) no ano de 1929 os Estados Unidos e a Europa, ditos como industrializados, sofriam a crise diretamente, o terceiro mundo apresentava apenas efeitos colaterais, tendo como ponto positivo o surgimento da industrialização nestes países, como no caso o Brasil.

Após a revolução de 30 no Brasil houve um florescimento cultural em diferentes setores, com intuito de tornar-se contemporâneo e organizar-se socialmente, para isso alavancou a instrução pública, vida artística e literária, estudos históricos e sociais, meios de difusão cultural como o livro e o rádio. Ao final dos anos 20 e, sobretudo na década de 30, a indústria de lazer crescia rapidamente atingindo os segmentos sociais do mundo urbanizado. O rádio, o cinema e a música popular avançaram e começa a chamada Era da Cultura de Massas¹ (FAUSTO, 2006; IANNI, 2004).

Em meados dos anos 30, o estilo musical em ascensão era o *swing* (estilo de *jazz* próprio para dançar), rapidamente adotado pela mídia, pois esta precisava estimular a população (esmagada pela recessão desde a crise de 1929) a consumir e se divertir. Fausto (2006) relata que no Brasil alguns nomes de relevância para a cultura popular já haviam aparecido nos anos 30, porém a chamada época de ouro do rádio aconteceu nas décadas seguintes 40 e 50.

Ainda na década de 30, nota-se uma turbulência no panorama internacional entre as grandes potências, mas foi apenas em 1939 que o conflito de grande magnitude começara, iniciando a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), formado por dois grupos rivais: os Aliados, liderados por Inglaterra, URSS, França e Estados Unidos, e o Eixo composto pela Alemanha, Itália e Japão (FAUSTO, 2006).

Nesta época a situação do Brasil se mostrava completamente indefinida. Vargas contraía empréstimos com os Estados Unidos, porém seu governo pendia para as concepções do totalitarismo nazi-fascista. “Diante desse quadro, o governo brasileiro adotou uma orientação pragmática, isto é, tratou de negociar com quem lhe oferecesse melhores condições e procurou tirar vantagens da rivalidade entre as grandes potências” (FAUSTO, 2006, p.379). Cada vez mais o Brasil se aproximava dos Estados Unidos e “paradoxalmente, apesar de certa afinidade ideológica, que poderia facilitar a maior aproximação com os alemães, a relação Brasil e Alemanha sofreu um abalo em 1938” (FAUSTO, 2006, p. 381).

Em dezembro de 1941 os Estados Unidos entram na guerra, forçando uma definição de Getúlio Vargas, porém, em 1942, cinco navios mercantes brasileiros foram afundados por submarinos alemães, diante da pressão popular o Brasil entrou na guerra.

Este conflito termina em 1945, aliviando a população mundial, no panorama nacional Getúlio Vargas é deposto, voltando ao poder somente em 1950, não completando o mandato por suicidar-se em 1954 (FAUSTO, 2006). Como consequência do retorno dos soldados, da reestruturação da economia, da confiança da sociedade no poder público ocorreu o aumento

¹ Cultura de massa é, em nossos dias, conceito dos mais amplos, abrangendo, muitas vezes, toda e qualquer manifestação de atividades ditas populares, ou seja, chama-se cultura de massa é manifestação cultural produzida para o conjunto das camadas mais numerosas da população; o povo, o grande público (FEDELI).

da natalidade, iniciando um aumento estável da população que durou por quase 20 anos, surgindo uma nova geração denominada *baby bommers*² (NEILSEN, 2007).

A guerra prejudicou o comércio internacional com o favorecimento da estratégia de substituição das importações, e ocorreu o favorecimento dos produtos nacionais, consequentemente sua industrialização (FAUSTO, 2006).

Com a queda do nacionalismo da Era Vargas começou a Era de Juscelino Kubitschek (1956-1961), permeados de otimismo e altos índices de crescimento econômico, o Brasil começou a se modernizar. Foi nessa época que a televisão chegou ao país, revolucionando os meios de comunicação.

A imprensa falada ganha corpo com o rádio, o mundo passa por uma efervescência cultural atingido o Brasil com uma movimentação tanto no cinema, no teatro quanto na música, a Bossa Nova foi um grande exemplo desse movimento. Portanto, os anos 50 se caracterizavam por uma profunda modificação na sociedade brasileira (FAUSTO, 2006).

2.2. A moda como expressão

Segundo Rigueiral (2002) o conceito de moda aparece no final da Idade Média e começo do Renascimento, pois nessa época aconteciam mudanças socioculturais e econômicas, como o aumento das trocas comerciais, a prosperidade das cortes no norte da Itália e a emergência da noção do indivíduo. Palomino (2003) também cita esse período, explicando que o desenvolvimento das cidades e a aproximação das pessoas na área urbana levaram os burgueses (classe ascendente da época) a imitarem a nobreza. Assim, as engrenagens da moda começaram a funcionar, de um lado a nobreza tentando se diferenciar da burguesia, por outro ângulo a classe ascendente de comerciantes copiando a vestimenta dos nobres.

Cidreira (2005) destaca seis perspectivas através da qual a vestimenta e seus desdobramentos são explorados: econômica, semiológica, psicanalítica, moral e filosófica, histórica e sociológica. Em síntese a primeira delas fundamenta-se na análise do consumo de moda; a perspectiva semiológica é voltada ao estudo da moda enquanto signo da sociedade; a terceira forma de estudo volta-se a um estado psíquico, ao qual a vestimenta passa a ser analisada por psiquiatras e psicanalistas para que possam compreender e interpretar atitudes de pacientes em relação ao comportamento, como por exemplo, a atribuição de poderes ou papéis míticos a roupa. A abordagem moral e filosófica compreende o que é admitido ou o que é proibido, da liberdade e da dominação em relação à vestimenta, realizando a análise mais específica, em outra vertente relata a moda como uma reprodução de um modelo, ou seja, considerada uma imitação do original. Em relação à perspectiva histórica da vestimenta surge para informar os artistas sobre as vestimentas na elaboração de suas obras, ou também, para auxiliar historiadores a estabelecer uma relação entre a vestimenta com o espírito geral de uma determinada época. A última abordagem segundo a autora é a sociológica, e é por meio dessa perspectiva que se encontram muitos elementos que auxiliam a compreensão do fenômeno moda. “A vestimenta ultrapassa sua função utilitária e implica outras funções de dinâmica social como a produção, a difusão, ou o consumo dos produtos de moda” (CIDREIRA, 2005, p. 27).

Jones (2005, p.35) relata que “a moda é um empreendimento global e uma linguagem internacional que transpõem as fronteiras étnicas e de classes”, Moura (2008, p. 37) faz referência à moda dizendo que “é uma área de produção e expressão cultural contemporânea”,

² A geração *baby bommers* compreende pessoas que nasceram entre 1946 e 1964. Essa geração permaneceu como o maior grupo exclusivo de indivíduos, em todas as etapas das suas vidas, e dominou o panorama nacional o tempo todo (NEILSEN, 2007).

apresentando reflexos e referências de uma sociedade. Este artigo pesquisa o reflexo histórico, sociopolítico e econômico das crises mundiais em questão, relacionado ao fenômeno moda.

2.3. O comportamento de moda nas décadas de 30 a 50

Cada década do século XX foi permeada de mudanças significativas para a moda, as décadas de 30 a 50, não fugiram desta regra, influenciadas pelos acontecimentos já citados. “A função da moda é mudar e no final da década de 20, um novo estilo estava para ser criada” (LAYER, 1989, p. 235), afinal a mulher representou papéis nunca antes representados por ela. Em 1927, as saias encurtaram, descontentando alguns fabricantes de tecidos, assim iniciaram as tentativas de alongá-las novamente. Com essa “política” de alongamento, as saias voltaram à altura a que se estava acostumada e também a cintura retornou ao seu lugar³.

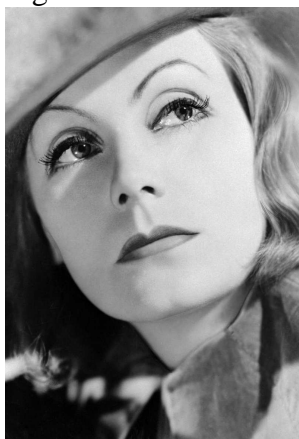
A depressão de 1929 teve grande influência na moda, pois iniciou-se um processo de criação das grandes casas de Paris, que chegavam ao alcance de quase todas as mulheres. Esse acontecimento foi reflexo direto da crise, pois as autoridades americanas criaram impostos altíssimos sobre o custo de alguns produtos estrangeiros. Assim, muitos compradores, que adquiriam vários modelos destas casas de moda e revendiam essas peças a uma clientela rica americana, ficaram impossibilitados de tal ato. Porém existiam na época os *toiles*⁴ que não possuíam taxas. Então, o processo de reprodução dos mesmos começou (LAYER, 1989).

Na década de 30 a imagem de moda é voltada ao cinema, “a da estrela *hollywoodiana*” (PALOMINO, 2003).

Os filmes introduzem uma imagem de mulher mais velha, cheia de mistérios e glamour, com padrões de fotogenia baseados em ideais gregos de beleza e proporção. As formas gregas aparecem igualmente nos drapeados de ícones da moda como Madeleine Vionnet e Madame Grés (PALOMINO, 2003, p. 56).

Nesta época, a figura de Greta Garbo de ombros largos e quadris estreitos, configuravam o ideal de beleza. Conforme Embacher (1999) o cinema propagou este padrão estético, tendo a sedução como característica da década, o foco de atração eram as costas desnudas até a cintura. Como demonstrado nas figuras abaixo.

Figura 1: Greta Garbo



Fonte: Times online

Figura 2: Greta Garbo



Fonte: Second city style

³ Na década de 20 a cintura desaparece, descendo para o meio dos quadris (LAYER, 1989).

⁴ Telas-modelo, moldes de talhe original feitos em algodãozinho ou em linho, que traziam informações completas para sua execução (LAYER, 1989).

Figura 3: Greta Garbo



Fonte: Absolutely

Figura 4: Mae West



Fonte: Dustybee

Figura 5: Vestido com costas desnudas



Fonte: Flickr

Além desse diferencial, predominaram as saias justas nos quadris, para revelar a forma das nádegas pela primeira vez na história. As linhas principais de roupas no início da década de 30 eram “vestidos justos e retos, sendo às vezes mais largos nos ombros do que nos quadris” (LAVÉR, 1989, p.242), os chapéus eram pequenos e quase sempre caíam aos olhos (MOUTINHO e VALENÇA, 2000), foi nessa década que o banho de sol entrou em evidência, fazendo parte do cotidiano, além dos trajes esportivos (BRAGA, 2007).

No final da década, com a iminência da 2ª Guerra Mundial, a silhueta da moda começava a se transformar. Por algum tempo, parecia que nada estava acontecendo. As coleções na primavera de 1940 foram lançadas normalmente. "Foi a época da ‘guerra de mentira’, ninguém na Inglaterra, ou na França ou mesmo nos Estados Unidos, parecia perceber que o segundo grande conflito do século XX estava realmente acontecendo” (LAVÉR, 1989, p. 248). No verão de 1940 os alemães se instalam em Paris, mas a moda sobreviveu, enfrentando um período de restrições e desafios de tecidos, processos de fabricação e mão-de-obra limitados, tudo revisto pelos alemães levando em conta as exigências impostas (VEILLON, 2004).

Modapalavra E-periódico

A moda assume função utilitária, tratando-se de uma roupa uniformizada. A vestimenta feminina se masculinizou, eram saias bem mais justas e casacos, a bolsa começou a fazer parte da toalete feminina, pois eram práticas e fáceis de carregar quando se andava de bicicleta. Devido à ausência masculina pela guerra, as mulheres assumiram o trabalho, por necessidade de segurança o uso de turbantes, chapéus, redes e lenços se propagou, já que elas usavam cabelos compridos (BRAGA, 2007).

Figura 6: Roupa com apelo masculino e militar



Fonte: Blogspot história da moda

“Nos Estados Unidos não houve tantas restrições como na Europa, razão pela qual a moda lá se desenvolveu seguindo mais de perto as linhas anteriores à guerra” (EMBACHER, 1999, p. 49), desenvolvendo uma maneira totalmente nacional, voltada ao mercado de massa, iniciando uma diferenciação do gosto europeu. Durante o conflito, a Inglaterra e a França resolveram reestruturar e desenvolver suas próprias indústrias de moda. Nesta década “tudo o que não era europeu entra em voga. A América do Sul vira moda, Carmem Miranda alcança grande projeção. O *prêt-à-porter* marca presença no final da guerra, e a roupa é produzida em série” (EMBACHER, 1999, p. 50).

Figura 7: Carmem Miranda



Fonte: Music online

Em 1947 as mulheres substituem a rigidez do corte masculino por cinturas apertadas, saias amplas, blusas estruturadas, sapatos altos e chapéus grandes. De acordo com Laver

Modapalavra E-periódico

(1989) começa o *New Look* de Dior, que inicialmente deixou a Câmara de Comércio Britânica furiosa, pois ainda faltava matéria-prima e outros elementos para a confecção de peças de vestuário na Inglaterra. Mesmo considerada frívola para o momento em que se passava, as mulheres apertavam-se em cintas para entrarem no novo *look* da moda. Nos dez anos seguintes a moda teve intensa agitação.

Figura 8: *New Look*



Fonte: Almanaque folha

A década de 50 traz sofisticação e a beleza é primada pelas mulheres, pois a escassez de cosméticos havia terminado. Em 1954, Dior lança uma linha mais solta e mais curta o chamado *flat-look*, além desse estilo o estilista apostou na moda geométrica: as linhas A, Y e H (VINCENT-RICARD, 1989). Em 1955 Balenciaga cria seu vestido-túnica, pensando em uma nova mulher (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Figura 9: *Flat-look*



❏ Dior 'Flat Look' Puzzles Eartha: Shapely Eartha Kitt quizzically studies flatted figure of New York radio star Pegeen Fitzgerald, who showed up in latest Dior dress style at New York premiere of *The Egyptian*. Eartha was in New York to begin rehearsals on new play, *Mrs. Patterson*.

Fonte: Flickr

Figura 10: Linha A



Fonte: Blogspot

Figura 11: Linha H



Fonte: Blogspot

Figura 12: Linha Y



Fonte: Blogspot

Fora de Paris acontecia uma revolução jovem, ou seja, as moças já mostravam uma tendência para a moda própria. O *sportswear* americano dá origem a várias modas para os jovens, surgem os mitos: James Dean, Marlon Brando, Elvis Presley, que representam a nova sociedade jovem, que assume um novo comportamento. Nesse período surge a geração *baby bombers*, mudando os valores e pensamentos das décadas seguintes. Conforme Palomino (2003), na década de 60, os adolescentes (geração *baby bomber*) possuíam condições de trabalhar, detentores de seu próprio dinheiro almejavam roupas e objetos que suprissem suas necessidades. Surgia a nova geração de consumidores, que desejavam o novo e o moderno.

2.3.1. O comportamento de moda nas décadas de 30 a 50 no Brasil

O Brasil, na década de 30, sofreu um grande impacto político e econômico como a crise de 1929, a crise interna da revolução de 30, e a Segunda Guerra Mundial. Esses fatos alteraram o modo de vida no país, que até os anos 30, sofriam influência da cultura francesa em São Paulo e no Rio de Janeiro. Porém aos poucos sem “renunciar a herança da cultura européia”, os brasileiros começaram a valorizar elementos do tropicalismo nacional, pois era um absurdo a utilização exata de trajes europeus num clima não condizente com o da Europa. Assim, o vestuário brasileiro passou por uma adaptação, contudo a influência francesa continuará através das revistas de moda feminina (PALOMINO, 2003, p. 74).

Nessa década (1930), muitas mulheres levavam essas revistas à costureira, pois era ela, na maioria das vezes, quem materializava as fotos dos editoriais em produtos de moda. A moda nesse período tornou-se mais comportada e séria. A cintura baixa foi abolida e as saias ficaram seis dedos abaixo do joelho. O *tailleur* e os vestidos trespasados com pregas tornaram-se trajes para o dia. A brasileira usava para trabalhar o conjunto Chanel (saia aberta em pregas machos e blusa-casaco listrada sob bolero curto), ou saia de cor sóbria, blusa de *jersey*, com gravata do mesmo tecido da saia (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Na década de 40, a roupa torna-se masculinizada, o *tailleur* possuía corte militar acompanhada de chapéus, turbantes e xales (MOUTINHO e VALENÇA, 2000). “Devido à Segunda Guerra Mundial e ao imperialismo de *Hollywood*, cresceu a influência americana no

pensamento cultural em geral e na moda brasileira em particular” (PALOMINO, 2003, p. 75). A influência do cinema foi tão grande que “as cabeleireiras, barbeiros, modistas, costureiras, chapeleiros, alfaiates, acumulavam pilhas de revistas *Cinelândia* em suas lojas e ateliês para facilitar as decisões de seus clientes” (SEVCENKO, 1998, p. 600). Em 1945 surge um novo ideal feminino do pós-guerra, com a cintura bem fina, busto realçado, pernas de fora, ombros expostos em modelos tomara-que-caia (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Os anos 50, foram marcados pela forte expressão do “*New Look*” de Dior. Rodrigues (2001) argumenta que no Brasil esse estilo teve algumas adaptações por dois motivos óbvios: o clima tropical e a utilização de bondes pelas mulheres. As adaptações eram feitas com fustões da tecelagem Nova América, com bordados ingleses e com os cetins de algodão da Bangu, tornavam a peça mais leve, e facilitava o uso. “A cultura era de fato centrada no tecido. As lojas finas (como a Casa Canadá) tinham seus modistas, que lá mesmo desenhavam peças para as clientes. A atividade das costureiras também era muito forte” (PALOMINO, 2003, p. 75).

Em setembro de 1950 a televisão chega ao Brasil e, segundo Sevcenko (1998, p. 617), completou o processo iniciado pelo cinema “invadindo e comandando a vida das pessoas”. O cinema nacional também se desenvolveu e a música romântica brasileira animava os bailes de sábado à noite (MOUTINHO e VALENÇA, 2000). Nessa mesma época, surge o ilustrador Alceu Pena, que criava figurinos para shows, fantasias de carnaval e roupas para desfiles de *miss* (PALOMINO, 2003). A seção chamada “As garotas do Alceu” que era publicada na revista *O Cruzeiro* inspirou mocinhas dos anos 50 e 60 (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Foi na década de 50 que a revolução jovem começou e no Brasil não foi diferente, os jovens brasileiros aderiram aos novos valores ditados pelos Estados Unidos, através do *rock and roll* e da vestimenta despojada (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

2.4. Relação entre a moda e os acontecimentos históricos nas décadas de 30 a 50 no Brasil

A moda é um fenômeno que acompanha o tempo, pois é reflexo político, social e econômico. Através dessa afirmação constata-se que os acontecimentos ocorridos ao longo da história influenciaram diretamente a moda.

Na primeira metade do século XX a crise de 1929 e as duas Grandes Guerras Mundiais. Os fatos relacionados trouxeram rupturas ao transcorrer do século, causando modificações no comportamento da sociedade como um todo. No Brasil não foi diferente, a nação, além de vivenciar os acontecimentos externos, passava pela crise da Revolução de 1930.

Ocorre uma ruptura na moda, no decorrer da década de 20, voltando a cintura a posição normal, “simbolizando um movimento em direção a um novo paternalismo: em termos econômicos, a Depressão americana; em termos políticos, a ascensão de Hitler” (LAVER, 1989, p.238). A crise de 1929 influenciou a moda, aumentando a semelhança entre as roupas das diversas classes, sendo o fator de diferenciação a qualidade das peças. Iniciava-se, assim, certa democratização da moda, oportunizando as pessoas de classes inferiores a possuírem produtos similares a de indivíduos de classes abastadas. Na década de 30, como já explanado, houve o florescimento da chamada Era da cultura de massa, representada pelo cinema, rádio e música popular brasileira. Esse fato pode ser comparado a Política do Pão e Circo utilizada pelos Romanos. Segundo Gonçalves (2007) essa prática resultava de uma troca entre o povo e a classe dominante, que fornecia festas e alimentos ao povo, e este consentia com os atos ilícitos cometidos pelos governantes. Sigoli e Junior (2004) ressaltam ainda que na época do Império Romano existia uma política de grandes conquistas territoriais e expansão externa, porém as políticas sociais eram deturpadas, causando a ira da população.

Para evitar rebeliões o artifício do Pão e Circo era colocado em prática, com função primordial da alienação popular.

Por meio deste fato, imagina-se que no Brasil a mesma prática foi utilizada, através do rádio e do cinema, pois a população esmagada pela crise de 29 combinados com a crise política interna precisava alienar-se dos fatos políticos e econômicos. Além de ser útil ao alheamento popular em relação ao governo o cinema, através da sedução e *glamour*, influenciou a moda, o comportamento e o conceito de beleza da época. Mesmo com a sociedade sofrendo os efeitos da retração econômica ocasionada pelas crises, o encantamento oferecido pelo cinema fez com que a década de 30 transparecesse elegância, luxo e sofisticação (BRAGA, 2007). Foi a época em que a libertação feminina começou, depois de passarem por momentos de crises e pelas influências do cinema “mostraram-se participativas, integrando-se em programas feministas e reivindicando mais direitos” (MOUTINHO e VALENÇA, 2000, p. 130).

Inicia-se a Segunda Guerra Mundial e “as roupas da época da guerra demonstram com que força a moda reflete a situação econômica e política vigente, a atmosfera do momento” (LAYER, 1989, p.252), como consequência as roupas tornam-se masculinizadas devido a entrada feminina no mercado de trabalho, as formas ficam mais justas pela falta de matéria-prima no mercado. Em 1945, com o término do conflito, um novo ideal feminino, entra em voga, representado por cintura marcada, busto realçado e pernas a mostra (MOUTINHO e VALENÇA, 2000), sendo seu ápice, em 1947, quando Dior lança o *New Look*. Este novo conceito de estilo é aceito de imediato pelas mulheres devido à monotonia vivida durante a guerra. As modificações “em relação a cinturas e bainhas, amplitude e comprimento, eram sinais de uma economia saudável”, porém poderia ser efeito de uma “série de tentativas desesperadas para manter o despótico domínio de Paris” (LAYER, 1989, p.260) em relação a outras influências que surgiam.

A Segunda Grande Guerra, além de influenciar diretamente a moda da época, teve papel fundamental para o avanço da tecnologia. As crises foram consideradas “motores da inovação, e a guerra representa a forma como se expressam as crises no século XX”. O “desenvolvimento de conhecimentos em mecânica, eletrônica, física, química, biologia e outros, trouxeram progressos na aviação, transportes, comunicação, materiais, agricultura, criação de animais, construções, etc.” evidenciando a explosão tecnológica que se deu após a guerra (CARVALHO, 2007).

Nos anos 50 a sofisticação e a beleza ressurgem numa década de luxo e esplendor, como palco da revolução jovem ocasionada pela geração *baby boomers*. Pois, foi por meio dela que um novo mercado surgia voltado aos interesses jovens. Com a alta taxa de natalidade do pós-guerra, o mundo depara-se com uma ruptura de pensamento, ou seja, com o aumento de crianças, as oportunidades apareceram para o mercado de roupas infantis, fato este que não existia antes, ou ainda, a mudança de comportamento da sociedade em relação a educação e modo de vida voltados a criança, a Era do Individualismo começará.

3. Os séculos XX e XXI

O século XX foi marcado por acontecimentos e fatos que geraram outras modificações e transformações em relação ao comportamento social, geopolítico e econômico global. Na última década desse século a conjuntura internacional (FIORI, 2008) voltada a discussões sobre o fim das fronteiras nacionais, a valorização do mercado, a globalização e a liderança mundial exercida pelos Estados Unidos, possui significação na constituição global de relações entre vários países. Sendo a globalização, a democracia e as instituições internacionais marcas do século (PEREIRA, 2003).

Na primeira década do século XXI, aconteceram outras mudanças no parâmetro mundial iniciadas pelo atentado de 11 de setembro de 2001. Um novo ciclo econômico começou, voltado ao “projeto imperial norte-americano” (FIORI, 2008, p. 39), pois a guerra ocupou o centro da conjuntura global contra o terrorismo internacional. Ainda na primeira década desse século ocorre a crise do mercado imobiliário americano afetando outros países como o Brasil.

Através desses acontecimentos várias indagações surgem a respeito sobre as modificações que a sociedade e o consumo de moda obtiveram. Será que esses acontecimentos influenciaram ou estão influenciando a moda? Ou ainda, como as modificações econômicas e políticas podem influenciar as tendências de moda?

3.1 O século XXI

Os atentados de 11 de setembro de 2001 ocorreram nos Estados Unidos no momento em que atingia o auge de seu poderio, ocupava um lugar próprio em relação às potências mundiais, comparável a Roma Imperial. A ação de terror, considerada um grande acontecimento histórico, cria uma ruptura nos pensamentos e ações do início do novo milênio. (BARBOSA, 2002).

Os ataques ao *World Trade Center* e ao Pentágono foram recebidos com grande surpresa e espanto pelo governo que o levou a uma reação de autodefesa interna e externa. As respostas aos ataques mesclaram a indignação do povo com a demonstração de vulnerabilidade da nação. Esta reação “é legitimada pela percepção de que os atentados constituíram um ataque ao bem pelo mal (uma simplificação quase ‘fundamentalista’), tendo as causas mais profundas do fenômeno do terrorismo sido pouco ou nada discutidas” (BARBOSA, 2002, p.4).

Após o 11 de setembro a estratégia americana com postura bélica e unilateral, dava início a guerra no Afeganistão, com finalidade de encontrar o terrorista Osama Bin Laden e o grupo Al-Qaeda (FIORI, 2008). Em seguida a pressão dos Estados Unidos aumentou em relação ao controle de armas de destruição em massa e essa preocupação serviu de justificativa para a intervenção no Iraque (BARBOSA, 2002).

Os Estados Unidos possuíam uma percepção maniqueísta em relação aos acontecimentos recentes, esse pensamento do presidente George W. Bush elegeu um “eixo do mal” formados por Coréia do Norte, Irã e Iraque e, posteriormente, a Síria. Assim, esta teorização levou ao início da guerra contra o Iraque em março de 2003, justificada pela possibilidade de existir armas de destruição em massa em poder do governo Iraquiano (BARBOSA, 2002). O Oriente Médio transformou-se no epicentro dos principais conflitos da conjuntura internacional, que ao invés de atingir o terrorismo, a ocupação do Iraque acelerou a radicalização do mesmo, tornando o país um campo de recrutamento de novos extremistas (FIORI, 2008; RENNEN, 2005).

Além do cenário bélico descrito, outro fato afetou e está afetando a população global: “a recente crise financeira nos Estados Unidos, deflagrada em 2007” (SERRANO, 2008, p. 73). O texto sobre A Evolução da Crise que Atinge a Economia dos Estados Unidos faz uma síntese sobre os principais acontecimentos geradores da crise atual, confirmando o setor imobiliário americano como causa principal da crise. No ano de 2001 a economia americana estava em recessão por causa do *boom* do comércio eletrônico, com isso o governo americano reduziu a taxa de juros a 1%, elevando e incentivando o consumo.

Com a saturação do mercado imobiliário, em 2006, e o aumento da inflação fez com que as taxas de juros subissem para a mesma ser combatida. Os bancos tiveram prejuízos com a inadimplência dos compradores de imóveis e a desvalorização dos títulos hipotecários, ocorrendo a falência dos bancos e a intervenção do governo para não fecharem. A crise que

começou apenas no mercado imobiliário se espalhou por todo o sistema econômico, ocasionando o maior desemprego, desde a Segunda Guerra Mundial (FOLHA ONLINE 31/03/2008). No Brasil a crise começou a dar os primeiros sinais em outubro de 2008, ocasionando a redução das exportações, aumento do desemprego e a queda da demanda interna (DELGADO, 2009). A crise de confiança faz com que o dinheiro pare de circular em todo o mundo e isso faz com que o crédito fique mais caro.

Nesse cenário as famílias começam a frear o consumo e os investidores diminuírem os investimentos nas empresas. Até então o crédito estava facilitado para todos consumirem e investirem. É um ciclo: menos dinheiro, menos gastos, produção menor, resultando no baixo crescimento (FOLHA ONLINE 18/09/2008).

Além de todos esses acontecimentos políticos e econômicos, a primeira década do século XXI trouxe mais um fato à história, a pandemia da *influenza NIHI*, inicialmente chamada de gripe suína, encontrada no México e espalhando-se para vários países. De acordo com Pirages (2005, p.48) “a aceleração de viagens internacionais e o crescimento do comércio global estão transformando a disseminação rápida de doenças infecciosas num desafio extremamente urgente à segurança”. O autor relata que a mudança ambiental, como por exemplo, mudanças climáticas, desequilibram a harmonia estabelecida entre pessoas e patogénias e facilita novos surtos de doenças.

A entrada para o novo milênio foi permeada pela globalização e tecnologia, iniciados no século XX. “Com a globalização, todas as coisas mudam; tudo com relação a como e, algumas vezes, onde e por que vivemos nossas vidas” (OLIVER, 1999, p. 23). Em meio a essa nova estrutura do início do século XXI influenciado pela globalização alguns países estão em ascendência como a China, Rússia, Índia, Brasil, África do Sul e México (SERRANO, 2008), elucidando a queda de influências que os Estados Unidos vêm sofrendo em relação ao mundo.

A tecnologia, fator inerente a população do novo século, está presente em “todas as facetas da vida - comunicação, viagens, produção de bens e serviços, logística e gerenciamento de informação - soma-se uma complicação adicional: essas mudanças estão ocorrendo em uma velocidade alarmante” (OLIVER, 1999, p. 23). Surge, assim, um novo conceito, a “cibercultura”, resultante do crescimento do ciberespaço, considerado “um novo espaço de comunicação” com potencialidades para os planos econômicos, políticos, cultural e humano (LÉVY, 1999, p.11).

Através do plano cultural aliado a tecnologia surge a produção artística relacionada aos avanços tecnológicos, desvendando os aspectos humanos das tecnologias. Surgem novas formas de produção de arte, a arte tecnológica assume relação direta com a vida, criando obras que direcionam “o homem a repensar a sua própria condição humana”, levando a arte a outro patamar ideológico. Detecta-se um abandono das técnicas tradicionais e o distanciamento da arte como mercadoria, “a reavaliação dos conceitos artísticos fundados na representação de formas, no belo, na subjetividade, na individualidade e na artistificação dos meios, deixam seu lugar para novas formas de produção de arte”. O museu torna-se obsoleto, tornando-se “museu dele próprio” (DOMINGUES, p.17, 2003).

Uma ruptura com a arte do passado se instaura, sendo, o final do século XX e início do século XXI, dominados pela arte da participação, comunicação e interação. Segundo Domingues (2003), está no fim à arte pela representação em favor de uma arte participativa, que é basicamente comportamental.

A arte interativa é totalmente avessa ao princípio de inércia. Surge um novo "espectador" mais participativo que através de interfaces tem acesso à obra proposta. São as interfaces amigáveis que permitem as trocas do espectador com as fontes de informação. A contemplação é substituída pela relação (DOMINGUES, p.22, 2003).

Diante desta troca de culturas e conceitos o novo século é marcado pela tribalização, também iniciado no século XX. Elas surgem da homogeneização da coletividade aliada a “identidades individuais e sociais plurais” com finalidade de aparecerem e parecerem semelhantes, sendo uma forma de proteção e inserção em algum grupo (MOTA, 2008, p. 24). Assim, pode-se considerar a tribalização uma tendência da pós-modernidade.

3.2. O que é tendência?

O termo tendência está inerente a sociedade contemporânea, esse termo é aplicado a vários assuntos como, por exemplo, a cotação do dólar, as cores e tecidos para a próxima estação entre muitos outros. Etimologicamente, o termo vem da palavra latina *tendentia*, cujos significados são “tender para”, “inclinarse para” ou ser “atraído por” (CALDAS, 2004). Ao longo da história essa concepção passou por diversas transformações assumindo diferentes padrões:

O fenômeno define-se sempre em função de um objetivo ou de uma finalidade, que exerce força de atração sobre aquele que sofre a tendência; ela expressa movimento e abrangência; é algo finito (no sentido de que se dirige para um fim) e, ao mesmo tempo, não é 100% certo que atinja o seu objetivo; é uma pulsão que procura satisfazer necessidades (originadas por desejos) e, finalmente, trata-se de algo que pode assumir ares parciais e pejorativos (CALDAS, 2004, p. 26).

A idéia de tendência se dissemina, principalmente a partir do século XIX, o que culminou na sua ascensão foram as idéias de progresso e evolução aliadas ao senso comum e a doutrina positivista⁵. A tendência leva em direção ao futuro (tender a acontecer algo), representada como o desdobramento natural do presente (CALDAS, 2004).

Voltando a tendência ao campo da moda, Palomino (2003) relata que é considerada um “denominador comum”. Garcia e Miranda (2005) estabelecem que tendência é o ciclo de vida da moda. A vestimenta necessita de renovação e a tendência, permeada pela mudança, é representada pelos modismos lançados a cada estação. As tendências são constituídas por dois tipos de modismos: a mania e a onda. A primeira é adotada em um espaço de tempo relativamente curto e, com a mesma rapidez, desaparece. A onda, por sua vez, tem duração mais longa. O seu surgimento ocorre de forma mais demorada, da mesma forma que sua aceitação na sociedade. Por esse motivo, sua durabilidade é maior quando comparada à da mania.

Caldas (2004) afirma que existe uma grande variedade de classificações para as tendências. Relata ainda, que em relação ao ciclo de vida das mesmas existem as tendências de fundo, que influenciam o social por longos períodos de tempo, e em contrapartida há as chamadas tendências de ciclo curto, identificadas como fenômenos passageiros de moda.

A tendência “é desenvolvida por um conjunto de protagonistas, que têm, além dos interesses econômicos, a afirmação de criadores reconhecidos e de sinais captados sobre os desejos e as necessidades dos clientes e consumidores” (JOBIM; NEVES, 2008). Enfim, a base de estruturação do setor têxtil e vestuário é permeada pela pesquisa de tendência. Sendo esta, uma atividade que precisa estar em constante comunicação com os sinais da sociedade, portanto, a cada estação, o setor de moda divulga as tendências para aquele período.

⁵ Positivismo é a postura filosófica a qual o único conhecimento genuíno é o obtido pelos métodos da ciência. Baseia-se na idéia de que as únicas verdades seguras acerca dos seres humanos são as que se pode avaliar objetivamente (ROHMANN, 2000, p.315).

3.3 As tendências de moda nos anos de 2005, 2007 e 2009

Cada coleção de moda está baseada em tendências, ou seja, o que será usado ou não na temporada. Para se chegar a esse consenso “pesquisadores e analistas dos birôs de estilo vêem quais as cores e materiais vão estar mais disponíveis na natureza e no mercado, com uma antecedência que chega a dois anos para os fios e as cores, um ano e meio antes para os tecidos e um ano para as formas” (PALOMINO, 2003, p.37).

Este estudo tende a analisar as estações verão e inverno dos anos de 2005, 2007 e 2009 com intuito de uma pesquisa sobre as macrotendências e microtendências da moda brasileira e relacioná-las com os fatos políticos, econômicos e sociais.

3.3.1 Tendências de moda em 2005

A tendências do verão 2005, segundo o *book* de tendências Senac Moda Informação (SENAC, 2004), foram divididas em: **Romance, Anos 50, Anos 70, Marinheiro, Esporte Mix e finalmente Turista Chic.**

Quadro 1 – Verão 2005

TENDÊNCIAS	Romance: inspiração décadas de 20 a 40. Estrelas de cinema como musas. Clima sedutor caracterizado por toques macios e delicados, materiais fluídos, brilhos através de bordados, decotes profundos e utilização de babados.	Anos 50: renovou o <i>New Look</i> de Dior. Ídolos como Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Marlon Brando, Elvis Presley dentre outros. Estilo retrô, utilizando-se de pequenos cardigãs, saias lápis, jaquetas, manga três quartos, decote canoa, além de laço de fita.	Anos 70: ícone Brigitte Bardot. Imaginativo da estética <i>hippie</i> .	Marinheiro: cruzeiros marítimos, iates e Riviera Francesa. Estilo através de camisetas listradas, calças e jaquetas, shorts, <i>chemisiers</i> , capris e vestidos de algodão.	Esporte Mix : mistura de peças esportivas com inspiração romântica ou retrô. Estilo voltado a jaquetas esportivas, <i>parkas</i> , shorts de corrida, regatas, minissaias, nadadora.	Turista Chic : inspiração na África, Índia, México, Hawai e no filme “ <i>Out of Africa</i> ”. Estilo meio safári, meio colonial.
CORES	<i>Off white</i> , beges rosados, tons de cinza claro, tons pasteis empoeirados, preto, prata, dourado, tons de coral, verde, rosa, salmão, turquesa, branco, marinho, vermelho, azul bebê, amarelo, azul claro, melancia, laranja, roxo, verdes azulados, verdes amarelado, tons “sujos” e cores flúor e neon, tons de cáquis esverdeados, areia, chino, tons terrosos e vegetais, azul tinteiro e índigo, vermelho tijolo, marrom avermelhado, amarelo cítrico, magenta, piscina.					
TENDÊNCIAS	Rendas, algodão em tricolines e popelines, cetim de algodão, anarruga, tule, seda, jérsei, viscose, voal de algodão, crepon de algodão, sarja, denim, ribanas, malhas duplas sintéticas e de algodão e meia malha, sarjas de algodão, telas de algodão com náilon e elastano, gabardines de algodão e de poliéster, linho e rami em composições mistas com algodão ou viscose, malhas de poliamida com elastano, meia malha de algodão, algodão com elastano, moletinho e tricô, malharia circular, malha esportiva, malha viscose com elastano, malha pique, tecidos tecnológicos, chiffon, cetim, metalizações, microfibras de poliéster e mistos de poliamida.					
PADRONAGENS	Padronagens florais, listras com flores pequenas, motivos românticos e <i>dégradé</i> . Padronagens em corações, cerejas, laços, poá, listras e florais, <i>tie-dye</i> , listras multicoloridas, xadrezes, desenhos indianos, estampas gráficas, bolas multicoloridas, florais retrô, <i>pop-art</i> , estampas psicodélicas, listras bicolors e motivos náuticos como âncora, timão, cordas, nós de marinheiro e caveiras, letras, números, símbolos esportivos, emblemas antigos de times, listras, paisagens, efeitos fotográficos, motivos orientais, inspiração étnica e peles de bicho.					
FORMAS	Silhueta justa nos tops com bottons variando nas formas amplas, secas e trapézio, com comprimento mini, corsário, capri e longo.					

Modapalavra E-periódico

O verão 2005 foi permeado por um clima de romance e ousadia dos anos 20, passando pelos anos 30, chegando ao *glamour* dos anos 50, terminando em valores dos anos 70. Tons pastéis e cores delicadas com padronagens florais e ingênuas representam Romance e os Anos 50; tons terrosos com utilização de tecidos naturais o étnico de Turista *Chic*; as padronagens náuticas com as cores branco, marinho e vermelho, além de tecidos de algodão representam o Marinheiro; malharia e padronagens em letras e números concebem o Esporte Mix; tecidos naturais e rústicos com cores envelhecidas ditam os Anos 70.

Já o inverno de 2005, segundo o *book* de tendências Senac Moda Informação (SENAC, 2004), apresentava quatro tendências: **Retrô Chic**, **Vintage**, **Estação da Caça** e **Neo Folk**.

Quadro 2 – Inverno 2005

TENDÊNCIAS	Retrô Chic: referências da <i>Belle Époque</i> , dos anos 20, anos 30 e da silhueta acinturada dos anos 40 e 50.	Vintage: influenciados <i>hippies</i> , <i>punks</i> , <i>rock-stars</i> e motoqueiros, com atitudes irreverentes, juvenis e um espírito transgressor.	Estação da Caça: nobreza da equitação e elegância do <i>country</i> em toques sutis.	Neo Folk: inspira-se na Índia, México, Peru, China, Leste Europeu e Países Nórdicos. Individualismo. Misturas contraditórias de volumes, de cores e estampas.
CORES	Verdes e tons de púrpura, camelo, cinza, preto e branco, metálicos foscos, tons escuros, laranja queimado, rosas empoeirados, areia, rosa claro, <i>pink</i> , petróleo, turquesa, roxo, cáqui, vermelho, violeta, canard, turmalina, pêssego, coral, marrom e beges, ocre, caramelo, índigo <i>blue</i> , bordô, azul céu, amarelo.			
TECIDOS	Lãs puras e mistas, cetim, peles, veludos, tricôs com fio lurex, transparências como musseline e chiffon, crepe de chine de seda, rendas, jacquard e bordados, xadrezes e tartãs, camurça, couros coloridos, algodões, viscose, malharia, plush e moletinho, transparências, denim, sarjas, gamolã, flanelas, shetlands e tweeds, matelassê, sintéticos lixados, tecidos de tapeçaria.			
PADRÕES	Florais, geométricos e gráficos, efeitos ópticos, clássicos, risca de giz, xadrezes, <i>paisley</i> , peles de bichos, <i>tie-dye</i> , paisagens borradas, camuflagem exército, grafite, listras, números e letras, rostos, <i>cartoon</i> , borboletas.			
FORMAS	Silhueta acinturada dos anos 40 e 50, variando com jogos de proporções e volumes exagerados.			

A estação traz o rústico e o natural através de tons outonais e de fibras naturais na Estação da Caça; Retrô *Chic* representado por tons escuros e tecidos requintados; harmonias inusitadas de cores e tecidos de várias padronagens culminam no *Vintage*; misturas de tecidos e cores excêntricas invadem o *Neo Folk*, portanto o luxo, o natural e o étnico se contrapõem em um *mix* de estilos na temporada de inverno 2005.

Modapalavra E-periódico

3.3.2 Tendências de moda em 2007

Em 2007, a elegância e feminilidade aparece como referência da estação, de acordo com o *book* de tendências do Senac Moda Informação (SENAC, 2006), o verão foi representado por 5 tendências: **Memória Romântica**, **Rota do Sol**, **Coração Jovem**, **Elegância Moderna** e por último **Metamorfose 80**.

Quadro 3 – Verão 2007

T E N D Ê N C I A S	<p>Memória Romântica: romantismo inspirado nos enxovais do século XIX, Trabalhos à mão, bucolismo, bordado inglês, <i>patchwork</i>, pontos artesanais, rendas e babadinhos.</p>	<p>Rota do Sol: paisagens desérticas, litorâneas, tropicais, náuticas, selvagens, místicas. <i>Looks</i> pirata, safári, <i>folk</i>, <i>western</i>, latino e africano.</p>	<p>Coração Jovem: rebelia juntamente com um look “nerdzinho”. Influência de séries de TV como <i>The OC</i> e a cultura urbana, <i>look</i> boneca, <i>rock</i>, <i>graffitis</i> e a vanguarda oriental de Harajuku, da cidade de Tóquio.</p>	<p>Elegância Moderna: visual elegante em contraposição às misturas de volumes e a falta de coordenação das temporadas anteriores. Estilo, boas maneiras, graça feminina, leveza. Inspiradas nas décadas de 40, 50 e 60 e também no oriente.</p>	<p>Metamorfose 80: novo luxo, moderno e o novo sexy. Evoca os anos 80, marcados pela ostentação e culto a valores mundanos, como também o traje executivo, influências esportivas, Era disco e new wave.</p>
C O R E S	<p>Branco, <i>off-white</i>, preto, <i>navy</i>, índigo, vermelho, cru, areia, chino, beges, verde militar e verde seco, juta, marrons, cinzas, tons pastéis como salmão, rosa, lilás, amarelo, azul, <i>blush</i>. Coral, melancia, verde água, azul, esmeralda, azul céu, amarelo, roxo, verde grama, jade, turquesa aquático, verde ácido, verde elétrico, rosa choque, magenta, tangerina, uva, prata, ouro, ouro velho.</p>				
T E C I D O	<p>Voal, tricoline, denim, jacquard, anarruga, lese, piquê, algodão, linho, seda, chiffon, cetim, brocado, crepe, renda, meia-malha 100% algodão, moletinho, malha bali, viscose com elastano, malha fria, jérsei, malha mista, tules.</p>				
P A D R O N A G E M	<p>Florais, listras românticas, poás, xadrez, <i>patchwork</i>, arabescos, efeitos renda, camuflagem, folhagem, étnicas, tropicais, floral chinês, tigres, borboletas e passáros, padronagens japonesas, tímões, âncoras, bóias, barcos, correntes, cordas, peixes, cruzeiros, caveiras, grafite, letras góticas, listras bicolors, borrões, estampas brechó, <i>art-nouveau</i>, geométricas retrô, blocos de cores, pele de bicho, estampas gráficas, <i>tie-dye</i> e bolhas.</p>				
F O R M A S	<p>As formas se basearam em tubular, saia em A, top justo com busto em evidência e cintura marcada.</p>				

O verão 2007 é permeado pela elegância e feminilidade sob formas de simplicidade natural, extravagância de formas, coloridos suaves com toques do étnico e do luxo moderno simplificado. Padronagens forais representam Memória Romântica; folhagens e aspectos étnicos retomam a Rota do Sol; grafites e estampas brechó ressurgem em Coração Jovem; blocos de cores, inspirações orientais e tecidos de construções diferenciadas culminam em Elegância Moderna; estampas gráficas, listras e *tie-dye* voltam a Metamorfose 80.

Modapalavra E-periódico

Ainda em 2007, o *book* de tendência Senac Moda Informação (SENAC, 2006), trouxe as informações sobre o inverno, apresentando seis tendências: **Barroco, Masculino x Feminino, Grunge, Anos 80, Anos 60** e finalmente a **Anglomania**.

Quadro 4 – Inverno 2007

TENDÊNCIAS	Barroco: romantismo exacerbado. Imagens de militarismo napoleônico através de frágeis donzelas esbranquiçadas. Babados e jabôs em conjunto com um visual sensual e cheio de glamour.	Masculino x Feminino: signos masculinos e corpos femininos. Fim do ideal de mulher burguesa com sonhos e futilidades. Cenário urbano e tecnológico. Mulher é vista como detentora da transformação, com força e determinação para o trabalho.	Grunge: Movimento social e a expressão cultural. Objetivo de buscar um visual jovem <i>chic</i> e absolutamente moderno. Baseado na sobreposição e na criação de camadas e estruturas buscando um novo estilo jovem.	Anos 80: <i>new romantic</i> , aeróbica, estética, <i>rock new wave</i> , <i>power dressing</i> dos <i>yuppies</i> , futurismo decadente.	Anos 60: construções diferenciadas, <i>design</i> e valorização das formas geométricas.	Anglomania: estilo britânico, confrontando a rígida tradição educacional, os ícones familiares, a nobreza e a realeza com ações produzidas por movimentos populares como o <i>punk</i> .
CORES	Preto, cinza, <i>off-white</i> , vermelho, cores metálicas, roxos, verdes, amarelo mostarda, ocre, azuis, marrom, bege e neutros.					
TECIDOS	Malhas naturais 100% algodão, viscose com elastano, jérseis e malhas frias, misturas de fibras naturais com sintéticas, algodão, lã, viscose, acetato, poliéster e elastano, cetim, tafetá, brocados, lamé, crepes, tricoline, voal, sarja, veludos, denim, musseline, <i>tweed</i> , lãs, jacquard, náilon, couro e peles.					
PADRÕES	Florais, geométricos e gráficos, efeitos ópticos, clássicos, risca de giz, xadrezes, <i>paisley</i> , peles de bichos, <i>tie-dye</i> , paisagens borradas, camuflagem exército, grafite, listras, números e letras, rostos, <i>cartoon</i> , borboletas.					
FORMAS	Tubular, <i>bottom</i> em A, silhueta marcada; formas secas, com cintura e ombro em evidência se contrapondo a formas amplas, confortáveis e comprimentos longos.					

O inverno 2007 é influenciado por um cenário cultural, com diversidades de cores, tecidos e padronagens. Fibras naturais são encontradas em grande quantidade, a malha é considerada peça chave devido à influência dos anos 80; cores vivas e retrô dos anos 60 e 80 se contrapõem aos tons sujos e acinzentados do Grunge; a sofisticação do barroco com a alegria e irreverência dos anos 60 forma padronagens diferenciadas e extravagantes.

3.3.3 Tendências de moda em 2009

No ano de 2009 as tendências do verão apresentavam: **Glamour e Poder, Brechó e Web, Tribos e Savanas, Poesia e Nostalgia e Arte e Design**.

Modapalavra E-periódico

Quadro 5 – Verão 2009

T E N D Ê N C I A S	<p>Glamour e Poder: comportamento atual da sociedade. Poder referente à comunidade econômica global. Movimento das “Celebriades Instantâneas”,. Inspiração no <i>glamour</i> dos anos 70, festas, cruzeiros, férias paradisíacas, ostentação e o luxo.</p>	<p>Brechó e Web: estilo retrô, ingênuo, sonhador, romântico e delicado acoplado ao comportamento da comunicação pela internet. Estilo <i>hippie</i>, <i>look</i> cigano, vida com liberdade, grandes festivais de música como <i>Woodstock</i>.</p>	<p>Tribos e Savanas: etnia como ponto forte. Inspirada em povos como os incas, maias, astecas, cangaceiros na América Latina, tribos de índios nos EUA, povos africanos, Índia e países de cultura islâmica do Oriente Médio.</p>	<p>Poesia e Nostalgia: romance como ponto forte, inspirados nas silhuetas dos anos 20 e 50 e na feminilidade voltada a <i>lingerie</i>, em babados, rendas, camadas, franjas e adornos elaborados.</p>	<p>Arte e Design: espírito dos anos 80. Objetivo de juntar a arte com o <i>design</i> enquanto racionalidade e inovação de formas em relação ao corpo.</p>
C O R E S	Tons de bege dourado e areia, branco, preto, <i>off-white</i> , marinho, vermelho, laranjas, tons de coral, gerânio, melancia, rosa, <i>pink</i> , tons de azul, amarelos luminosos, verdes, violáceos.				
T E C I D O	Musseline, cetim, tafetá, shantung, linhos, malha crepe de seda e gabardine de algodão, popeline, tricoline, anarruga, crepe indiano, challis, chambray, camurça e couro de verão, jacquard retrô, tecidos com aspecto rústico e natural, sarjas, rami, juta, crepe de viscose, crepe georgette de viscose, voal de algodão com seda, cetim de algodão, jérsei fluído, meia-malha, malha de algodão flame, malha modal de bambu, moletinho, chiffon, organza, <i>laise</i> , cambraia de linho e de algodão, piquê de algodão, tule, renda, malhas finas e fluidas, algodão com nylon, nylon com viscose, nylon com poliéster, algodão com acabamentos diferenciados, brim, chambray, denim, nylon pára-quedas, lyocell, viscolycra, suplex, malhas duplas.				
P A D R O N A G E M	Florais, listras, efeitos rendados, elementos gráficos, xadrezes, bolas, estrelas, inspiração em <i>carttons</i> , <i>patchworks</i> , <i>tie-dye</i> e <i>dip-dye</i> , geométrico retrô, motivos náuticos, peles de animais, carimbos tribais, folhagens tropicais, motivos tribais africanos.				
F O R M A S	Formas extremamente fluídas ou extremamente construídas contrapondo-se a vestidos e saias retas, mais ajustadas ao corpo, porém não chegando a delinear-lo.				

O verão 2009 traz formas simples, desconstruídas e reconstruídas, volumes diferenciados, misturas inusitadas. Nos tecidos a ecologia, representadas por fibras naturais, se une a tecnologia, as estampas mais evidentes são as listras e xadrezes se contrapondo aos florais, contrastando com a modernidade das pinturas artísticas ou com o primitivismo étnico.

As tendências do inverno 2009 segundo o *book* de tendências Senac Moda Informação (SENAC, 2008), foram cinco: **Transforma**, **Negro Amor**, **Chip-Trip**, **DNA de Luxo** e para finalizar **Doces Bárbaros**, baseadas nas linhas dos anos 70 e 80, além das influências dos anos 20, 30, 40, 50 e 60 criando modelagens elaboradas e femininas.

Modapalavra E-periódico

Quadro 6 – Inverno 2009

T E N D Ê N C I A S	Transforma: apresenta novas silhuetas com objetivo da construção de modelagens diferenciadas utilizando como apoio a tecnologia aplicada a tecidos e acabamentos.	Negro Amor: voltado ao romantismo vitoriano com clima de sedução aliado a modernidade e irreverência.	Chip- Trip: anos 80 com produções atuais, utiliza-se de ícones como Amy Whinehouse, Madonna e David Bowie.	DNA de Luxo: imagem de contemporaneidade do século XXI, mesclando sensualidade, rigor e sofisticação com intuito de aproximar-se da elegância e <i>glamour</i> referentes ao novo milênio.	Doces Bárbaros: inspira-se no Leste Europeu, traz o ar puro do campo, sensação de paz interior além de referências dos anos 70.
C O R E S	Preto, cinza, <i>off-white</i> , pele, hortênsia, esmeralda, azul-profundo, marrom, <i>blue-navy</i> , fúcsia, roxos, laranjas, verdes.				
T E C I D O	Chiffon com poliéster, voal de algodão/ seda, voal de algodão/viscose, chiffon de seda, cetim de algodão, lã, cetim, crepe de seda, tafetá, malha ligante, tule de poliamida, renda, malhas leves caneladas, couro natural ou sintético, peles naturais ou sintéticas, malha tipo neoprene e muitos tipos de fibras naturais.				
P A D R O N A G E M	Geometria, efeitos pincelados, listras, estampas florais, <i>paysleis</i> , peles de animais, bordados, <i>patchwork</i> , florais, abstratos, papel de parede, xadrez.				
F O R M A S	Formas ovalóides, linha A, cintura marcada, ombros projetados, assimetria, torções, franzidos, mix de volumes, justos e <i>oversized</i> , recortes geométricos, novas formas, camadas e proporções.				

O inverno 2009 traz a influência do *folk-hippie* dos anos 70 e o visual *punk-rock* dos anos 80, além de releituras das décadas de 20, 30, 40, 50 e 60. Nos tecidos evidencia a relação eclética entre tecido plano e malha, na padronagem encontra-se uma diversificação com bordados e apliques, os tons escuros tornam-se marca da estação, além de formas diferenciadas.

3.4 Relação entre a moda e os acontecimentos históricos no século XXI

No início da década de dois mil o mundo capitalista tornou-se palco de ações terroristas, representada pelo ataque de 11 de setembro. Tanto no cenário internacional como no brasileiro, os primeiros anos do século foram marcados por “imagens que remetem a queda, violência, crise e depressão” (CALDAS, 2004, p.135). As atitudes **pós 11 de setembro**, “levaram muitas pessoas a realizar profundas mudanças em suas aspirações e prioridades profissionais” (ROBBINS, 2005, p. 57), ou seja, foram detectadas atitudes de altruísmo e desprendimento material em favor do próximo nas ações de vários indivíduos nos Estados Unidos.

Em relação à moda, de natureza contestadora, voltou-se ao “fim do luxo ostensivo e do *glamour* extravagante” entrando em voga o “romantismo, ingenuidade, inocência, suavidade, poesia, calma, amor e até mesmo uma nova forma de filosofia *hippie*, no velho modelo do faça amor, não faça a guerra” (PALOMINO, 2003, p.65), a moda transformou-se em

Modapalavra E-periódico

romântica, trazendo seu lado ingênuo à tona, representada pelas tendências do diferentes biênios: **Romance; Memória Romântica; Barroco; Poesia e Nostalgia; Negro Amor.**

Seguindo este raciocínio, outras tendências demonstraram apoio ao escapismo dos acontecimentos relacionados às guerras, sendo a alegria e irreverência fortes marcas, confirmadas por: **Vintage; Coração Jovem; Marinheiro.**

A irreverência e alegria também foram detectadas na inspiração referente à década de 80, esta esteve presente nas tendências: **Metamorfose 80 e Anos 80**, trazendo a nostalgia dos anos 80, que foram palco para as mulheres descobrirem “seus poderes e os poderes de seu corpo”; para a propagação da ideologia “*yuppie*, de *young urban professionals*, ‘jovens profissionais urbanos’, bem sucedidos, com muito dinheiro para gastar”; a multiplicidade das tribos urbanas alcançou níveis elevados de coexistência; o culto ao corpo encontrava-se em seu auge através da ginástica e da estética de beleza; a música influenciou fortemente este período (PALOMINO, 2003, p.62); e ao mesmo tempo “para os jovens brasileiros, a década trouxe ainda um clima de liberdade, conquistada com o final do período da ditadura militar (1964-1985) e o processo de redemocratização do país”; a juventude passou a ser almejada por todos, os adolescentes aderiram a geração saúde, já os adultos “passaram a tentar aparentar e se comportar como jovens” (ANAZ, 2007).

Outra tendência que demonstra a busca por uma vida saudável, representada pelo saudosismo aos anos 80, foi o **Esporte Mix**, que trouxe o espírito esportivo ao cotidiano das grandes cidades. Segundo Penn (2008) o desejo por uma vida longa e saudável aumenta gradativamente os adeptos de exercícios físicos. Década das formas amplas se contrapondo com estreitos, os anos 80, produziram *looks* exagerados e com cores vivas.

Desta maneira, os acontecimentos bélicos do início do século XXI influenciaram as tendências de moda resultando em uma moda romântica e ao mesmo tempo irreverente e alegre.

Quadro 7 - Influências na moda ocasionadas pelo cenário bélico vivenciado no século XXI

MODA ROMÂNTICA		MODA IRREVERENTE	
Romance	Sedução através de toques suaves, fluidez e brilho.	Vintage	Passado com feminilidade e humor, representado pela atitude juvenil.
Memória Romântica	Ingenuidade, sensualidade e bucolismo à moda	Coração Jovem	Poder jovem em relação à sociedade de modo geral, trazendo alegria e energia à moda.
Barroco	Romantismo exacerbado, o qual a ornamentação passa a ser ora, barroca, ora doce e refinada, ora pesada	Marinheiro	Clima de festa e descontração, o náutico é peça fundamental. Remeteu aos <i>mariners</i> americanos. Traz o nacionalismo dos Estados Unidos, abalados pelos ataques terroristas.
Poesia e Nostalgia	Sensualidade romântica e ao saudosismo pela alegria de viver, resgatada nos anos 50, onde o pós-guerra marcou a suspensão do racionamento de tecidos, fazendo voltar, assim, os grandes volumes nas peças ocasionadas pelo <i>New Look</i> .	Anos 80	A releitura desta década, marcada pela ostentação e culto a valores mundanos, trouxe o novo luxo, o moderno, e o sexy.
Negro Amor	Romantismo com mistério e sedução, além de modernidade e irreverência.	Esporte Mix	A busca pela saúde pela vida ativa de exercícios físicos e por um corpo bem definido. A inspiração é romântica ou retrô representadas por esportes como tênis, baseball, boliche, golfe e o surfe dos anos 70.

Modapalavra E-periódico

Além do cenário bélico vivenciado, o mundo capitalista deparou-se com a crise deflagrada em 2007 causando grande retração econômica. No Brasil não foi diferente, “além de causar problemas financeiros, a crise mundial traz sintomas mentais como ansiedade, estresse e pânico ante a possibilidade de perder o emprego” (DESCHAMPS e HONORATO, 2009, p. 22). Uma angústia assola a população, pois o indivíduo possui a necessidade de manter o mesmo padrão de vida de antes da crise, com seu poder de compra inalterado.

Diante desta crise econômica a sociedade pós-moderna, cujo “ter” se entrelaça com o “ser” e o símbolo de *status* e cidadania se constroem pelo prestígio social, levou a moda a se estruturar em releituras de décadas passadas e ao *glamour* e o *status* das celebridades atuais. O luxo entra em voga, porém torna-se moderado e retraído em comparação a de décadas passadas. Além da elegância comedida, é notável, através das tendências relatadas, que a mulher, além de sua feminilidade e sensualidade, passou a ter lugar equiparável em relação aos homens. Penn (2008, p. 85) relata, que “as mulheres estão seguindo de muitas maneiras o caminho que os novos imigrantes encontraram para o sucesso”, ou seja, a igualdade de sexos está aumentando gradativamente e o poder da mulher na sociedade econômica e politicamente intensifica-se. As tendências que confirmam essa realidade são: **Anos 50; Retrô Chic; Elegância Moderna; Masculino x Feminino; Glamour e Poder; DNA de Luxo.**

Quadro 8 - Influências na moda ocasionadas pela crise econômica do século XXI

MODA LUXO	
Anos 50	<i>New Look</i> de Dior renovado.
Retrô Chic	Traz o <i>chic</i> novamente ao auge, possuindo referências da <i>Belle Époque</i> , anos 20, 30, 40 e 50.
Elegância Moderna	Estilo e leveza inspirados nas décadas de 40, 50 e 60 e também no oriente.
Masculino x Feminino	A mulher que atua na transformação, em um cenário urbano, tecnológico e <i>chic</i> .
Glamour e Poder	Celebridades instantâneas, com referência nos anos 80, ligação com o poder auferido do capital ou econômico, representado por um <i>look</i> masculino-feminino (androgenia), sem perder a feminilidade e sedução.
DNA de Luxo	Equilíbrio entre rigor, sensualidade e sedução, união entre a sofisticação do masculino e feminino.

A mudança do século fez a moda reinventar-se através de dois conceitos. Um deles é a customização, que se baseia na intervenção do usuário em sua roupa, com objetivo da obtenção de uma personalidade própria, se diferenciando dos demais.

Figura 13: Máscaras personalizadas



Fonte: Correio do povo

Modapalavra E-periódico

Este conceito refletiu-se, por exemplo, em 2009, retratando a customização feita nas máscaras utilizadas para a contenção da pandemia de *influenza NIHI*, inicialmente conhecida como gripe suína. Além dos aspectos da customização a moda adotou mecanismos de releitura, trazendo novamente a nostalgia de décadas passadas para o início do século XXI (BRAGA, 2007).

Ainda sobre as releituras realizadas, existem entre as tendências já relacionadas à ligação entre passado e futuro, ou seja, o confronto entre o antigo e a **tecnologia** vigente. Com a **globalização** em excesso, a sociedade atual depara-se com o tempo das máquinas, da agilidade, da alienação, dos encontros virtuais, de vidas guiadas pela rede de comunicação global. Os temas que fazem menção a esse novo estilo de vida podem ser classificados em: **Brechó e Web** e **Chip Trip**. Penn (2008, p.361) observa que “os usos sociais da tecnologia, com sua nova ênfase na conexão, superaram em muito os objetivos anti-sociais e individualistas que a tecnologia costumava servir”, assim a ligação e comunicação ocasionadas pela internet são estrondosas, fazendo com que a tecnologia seja um “aglutinador social”. Aliando a tecnologia à moda como meio de elaboração de produtos entra em voga tendências voltadas ao construtivismo de modelagem, representada por **Transforma** e **Anos 60**.

Quadro 9 - Moda Tecnologia/ Globalização

Brechó e Web	Contraposição entre o retrô dos anos 40, 50 e 60 e a tecnologia representada pelos <i>geeks</i> , pessoas apegadas a estereótipos estéticos do passado, porém ligadas a aparelhos tecnológicos
Chip Trip	Globalização e o fim das fronteiras estabelecidas pelo alto poder de conexão de culturas diversas.
Transforma	Arquitetura junto ao esportivo moderno e tecnológico constrói modelagens inteligentes e inovadoras.
Anos 60	Releitura do trabalho arquitetônico de Balenciaga, formas geométricas com simplicidade e um <i>design</i> preciso.

Em analogia a essa nova vida, guiada, normalmente, por objetos eletrônicos, outras tendências entraram em voga para se **contrapor** aos excessos da **vida globalizada**. Estas, ligadas diretamente à busca de valores naturais aliados a sustentabilidade, ao artesanal e ao autêntico mesclando a multiculturalidade étnica representada pela ascendência de países, outrora, denominados subdesenvolvidos, como a China, Rússia, Índia, Brasil, África do Sul e México. Este pensamento foi representado pelas tendências: **Anos 70**; **Turista Chic**; **Estação da Caça**; **Neo Folk**; **Rota do Sol**; **Tribos e Savanas**; **Doces Bárbaros**.

Quadro 10 - Moda Étnica

Anos 70	Trouxe a estética e o pensamento <i>hippie</i> diante da agitação urbana vivenciada.
Turista Chic	Trouxe o étnico para a sociedade, demonstrando a globalização e união de culturas.
Estação da Caça	Retornou ao rústico e a vida ao ar livre.
Neo Folk	Representou o encontro de todas as civilizações, trazendo a customização e o individualismo originários do artesanal.
Rota do Sol	Representada por paisagens e pelo étnico trouxe a sustentabilidade em sua linguagem.
Tribos e Savanas	Trouxe os domínios étnicos de uma cultura artesanal, além do continente Africano e o colonialismo que os países pobres sofreram em relação as grandes potências econômicas, fazendo menção ao rústico e as potencialidades humanas.
Doces Bárbaros	Ao étnico, ao <i>folk</i> , traz ar puro do campo aliado a paz interior e ao despojamento natural dos 70.

Modapalavra E-periódico

Partindo para a parte social, outras tendências se materializaram através da heterogeneidade de **tribos**, conceitos e rupturas de culturas, demonstrando que o século XXI é representado pela **tribalização do mundo**. Maffesoli (1997, p.18) ressalta que “o indivíduo não é mais uma entidade estável provida de identidade intangível e capaz de fazer sua própria história, antes de se associar com outros indivíduos autônomos, para fazer a História do mundo”. As tendências que confirmam essa afirmação são: **Anglomania** e **Grunge**. Essas duas tendências são consideradas a desconstrução e reconstrução de valores da sociedade alienadamente consumista, abalada por crises e guerras.

Quadro 11 - Moda Tribalizada

Anglomania	Representa a sociedade atual cercada de mudanças de valores e conceitos, com a rígida tradição inglesa e os movimentos populares dos anos 70 e 80, geradores do movimento <i>punk</i> .
Grunge	Movimento social e expressão cultural híbrida entre os <i>punks</i> e os <i>hippies</i> .

A última tendência detectada neste biênio foi **Arte e Design**. Na década passada a moda esteve intimamente ligada à arte. Porém a arte do século passado está presente em museus e um novo conceito para o milênio surge, a arte tecnológica e interativa, que busca a comunicação e participação. Assim, a moda acoplou-se ao *design* representado pela preocupação de formas, sustentabilidade, funcionalidade e estética, quando a racionalidade e inovação propõem um novo olhar.

Quadro 12 - Moda Design

Arte e Design	Coloca em pauta a problemática discutida em relação à moda e arte.
----------------------	--

Em relação as formas, é notável que estas no século XXI tornam-se fluídas e amplas variando em jogos de proporções e volumes, com grande presença de linha A, forma tubular, cinturas marcadas, ombros projetados, assimetria, torções, franzidos, *mix* de volumes, justos e *oversized*, recortes geométricos, novas formas, camadas e proporções. Partindo do princípio que a moda é cíclica, é de fácil percepção, em relação às formas, que a nova década traz a amplidão de modelagens, amplidão essa também utilizada por Dior em seu *New Look* recém saído da Segunda Guerra Mundial. Porém, atualmente, a diferenciação de formas, provavelmente possui relação com a tentativa de diminuição de desperdício de tecido na hora do encaixe⁶ e a diminuição de seqüências operacionais⁷ na confecção das peças, aumentando, assim, a produtividade e reduzindo tempo de produção. Através desta constatação, é perceptível que a moda está e continuará a ter foco diretamente ligado ao *design*, este:

[...] um campo de conhecimento constituído por um pensamento, pela concepção e por uma produção, sendo estes orientados ao cenário futuro a partir de uma intenção destinada a ser real. Fazer *design* significa trabalhar com o futuro, executando a concepção e o planejamento daquilo que virá a existir, anunciando novos caminhos e possibilidades (MOURA, p.69, 2008).

⁶ Fazer um encaixe significa posicionar os moldes dos diversos tamanhos normalmente no sentido do comprimento, a fim de que, no resultado final, se obtenha o mínimo de desperdício de tecido, atendendo às exigências das quantidades em tamanhos e cores (ROMITO, 2007).

⁷ Seqüência das operações de montagem de determinada peça de vestuário (AMORIM, 2007).

Enfim, a moda do século XXI está diretamente ligada aos acontecimentos econômicos, políticos e sociais representados neste início de século, resumindo-a em: Moda Romântica; Moda Irreverente; Moda Luxo; Moda Tecnologia/Globalização; Moda Étnica; Moda Tribalizada; Moda Design.

4. Considerações finais

A moda possui características contestadoras, além de ser cíclica e encontrar-se em profunda modificação. Porém, ao comparar as décadas de 30 à 50 com o início do século XXI, algumas semelhanças e relações foram encontradas.

As mudanças de estilo de vida ocasionadas pela internet, comunicação e a economia global criaram um novo senso de **individualismo**, transformando a sociedade, em sociedade de consumo alienada. O professor Giovanni Siri (CICERONE, 2007) relata que o mercado atual, com interesse específico nas vendas, utiliza-se de **ações psicológicas** com objetivo de suprir as necessidades e as crises de identidade pertinentes ao indivíduo, resultando num consumo compulsivo associado a frustrações, solidão ou transtornos psiquiátricos subjacentes, que pode ser semelhante ao da dependência química (CICERONE, 2007).

Consumismo, segundo Giacomini Filho (2008, p. 29), “é o consumo extravagante ou espúrio de bens e serviços. Trata-se de um fenômeno humano que tem origem nas próprias pessoas, em seu papel individual ou grupal, mas extremamente influenciável por empresas, grupos e políticas públicas diversas”. Lipovetsky (1989) relata que a vontade de obtenção, por exemplo, de uma segunda residência ou até mesmo algum artigo de luxo remete-se ao desejo de exibir uma posição. Através dessas afirmações é possível deduzir que no século XXI a vontade inconsciente pela compra se transformou.

A revolução jovem dos anos 50, ocasionada pela geração *baby bommers*, ocasionou a modificação do consumo e das relações sociais, trazendo para o final do século XX e início do milênio uma nova cultura. Os *baby bommers* ingressaram no mercado de trabalho entre as décadas de 60 à 80 e foram influenciados “pelos movimentos de direitos civis, pelos Beatles, pela guerra do Vietnã e pela competição do ‘baby boom’”. Eles carregam consigo uma boa parcela da ‘ética hippie’ e da desconfiança na autoridade, mas valorizam muito a realização pessoal e o sucesso material” (ROBBINS, 2005, p.56). Influenciados por essa mentalidade, os *baby bommers*, atualmente são os pais ou os avós da nova geração, com atuação profissional, do século XXI, com um novo estilo de vida. Seguindo esta linha de raciocínio Penn (2008) relata que o poder de compra destinado às crianças é astronômico podendo chegar, por exemplo, nos Estados Unidos a 200 bilhões de dólares ao ano.

“O comportamento de consumo pode ser explicado pela necessidade de expressar significados mediante a posse de produtos que comunicam à sociedade como o indivíduo se percebe enquanto interage com grupos sociais” (MIRANDA; GARCIA; LEÃO, 2001, p.2). Em relação ao consumo entre os anos de 30 à 50 e início do século XXI notou-se uma similaridade entre o **ter**, ou seja, ora no século passado, ora na atualidade a imitação esteve presente. “O indivíduo possui tendência psicológica à imitação, esta proporciona a satisfação de não estar sozinho em suas ações” (SIMMEL, 1904 apud MIRANDA; GARCIA; LEÃO, 2001, p.2). Porém, a diferença consiste na qualidade dos produtos, ou seja, um indivíduo de classe inferior possui um produto similar a de um indivíduo de classe abastada com distinção voltada aos atributos e características do mesmo. Deste modo, quem viveu na década de 30 à 50, ou no início do novo milênio sempre buscou uma certa comodidade referenciada através da imitação de bens de consumo, neste caso similaridade existente entre o modo de vida da classe alta em relação a menos privilegiada.

Modapalavra E-periódico

A confusão informacional da contemporaneidade dificulta a noção de classes, já que o consumo depende mais das escolhas de cada indivíduo do que do seu nível cultural ou financeiro. As opções são tão variadas que tanto alguém rico como alguém com pouco poder aquisitivo têm de fazer escolhas no universo infindável oferecido pelo mundo das mercadorias (FREITAS, 2005, p.130).

Como conseqüência, o consumo exacerbado tende a crescer e ampliar-se devido a essa cultura do consumismo. Como já mencionado, nos anos 50, palco do princípio da revolução jovem, teve início a Era do **consumo** e a Era do **individualismo**, deste modo é interessante a progressão que estes dois conceitos obtiveram durante o entrelaçar dos anos até chegar ao século XXI. No ano 2000, um novo culto de individualismo iniciou, “redefinindo os contornos da moda”, sendo a customização um pilar para esse fenômeno (PALOMINO, 2003, p. 48). Assim sendo é provável a ligação entre o individualismo comedido iniciado nos anos 50 ao individualismo exacerbado encontrado na sociedade atual.

Nos anos de 30 à 50 as especificações do que usar e como usar eram ditadas pelos grandes estilistas e casas de costura, contudo com a revolução jovem (século XX) a moda do século XXI chega com multiculturalidade e diversificação, sendo englobada em um **supermercado de estilos**, voltando a escolha ao indivíduo e sua personalidade, entrando em foco a **customização** e conseqüentemente a **tribalização**, como já relatado, surgida da homogeneização da coletividade aliada a identidades individuais e sociais plurais. Portanto, no novo milênio, houve uma inversão de valores, existindo múltiplos pontos de tendências, muitas dessas ditadas pela rua. “A ‘ditadura da moda’ é um conceito que alcançou seu ápice nos anos 50 e lá se cristalizou” (PALOMINO, 2003, p.18).

Figura 14: Vestido década de 50



Fonte: Dia comum

Figura 15: Vestido verão 2009



Fonte: Cintia Castaldi

Através dos assuntos já relacionados entre décadas de 30 à 50 com o início do século XXI é notável que estas duas épocas passaram por guerras e crises, esta sofreu com os ataques terrorista e seus efeitos, aquela com as duas Grandes Guerras Mundiais, e logo após os conflitos, cada qual voltou a uma tendência de moda. A primeira década do século XXI retornou ao romance, a graça e a ingenuidade, já o período pós Segunda Guerra trouxe a feminilidade exacerbada com o *New Look*, porém ora no século XXI (pós-ataques terroristas),

ora no século XX (pós Segunda Guerra Mundial) a amplidão das formas e o excesso de tecidos foram detectados. A forma no pós Segunda Guerra possivelmente foi modificada como maneira de acabar com a monotonia vivida no período, já no início do milênio a reestruturação da mesma, provavelmente, está relacionada à tentativa de diminuir o retraço⁸ e ao mesmo tempo reduzir o tempo de produção. De tal modo, as formas tanto na década de 50, tanto no início do novo milênio, sofreram modificações diferenciadas, porém a amplidão das mesmas é fato marcante.

Além das formas, outro fato detectado em relação a esses dois períodos tem relação ao poder feminino. No período entre 30 à 50 a mulher passou por uma revolução de valores, seu poder diante da sociedade aumentará, entrou no mercado de trabalho e participou ativamente de reivindicações por direitos, chegando ao século XXI, essa mesma mulher demonstra ser equiparável ao homem, “as mulheres do mundo ganharão cada vez mais poder econômico”, conforme as projeções de 1996, pela *Direct Marketing*, “a riqueza privada de todas as mulheres dos Estados Unidos deve aumentar para 12,5 trilhões de dólares até 2010” (OLIVER, 1999, p.198), assim sendo as mulheres atingiram estabilidade no mercado de trabalho, o poder econômico aumentou e são reconhecidas como consumidoras globais.

Em relação às crises econômicas vivenciadas nos dois períodos (crise de 1929 e crise imobiliária de 2007) com a moda, há um ponto de ligação, o **luxo**, ou seja, na década de 30 o luxo exacerbado, fruto da influência *Hollywoodyana*, tornou-se uma forte característica da época, já na primeira década do século XXI, o luxo entra em voga, contudo encontra-se com um ar moderado, tornando-se modesto e contido. Esse fato é explicado por que “depois de crises, a moda costuma apresentar uma tendência para o luxo e nostalgia de uma era segura” (LAVER, 1989, p.256).

Outro tema discutível que possui ligação entre os dois períodos estudados é a tecnologia. Esta pode ser considerada uma evolução, depois da Segunda Guerra Mundial, ela se desenvolveu, chegando ao século XXI como uma verdadeira revolução caracterizada por grandes avanços científicos. A sociedade atual passa a ser dividida entre quem detém o conhecimento tecnológico ou não. A principal consequência social relacionada à mesma encontra-se no campo cultural, “há uma difusão de elementos de culturas” diferenciadas, relacionadas à velocidade de informação e comunicação, assim “a globalização tem sido cada vez mais facilitada graças às transformações tecnológicas” (CARVALHO, 2007). Deste modo, a tecnologia pós Segunda Guerra Mundial encontrava-se em desenvolvimento, inicia uma cadeia de comunicação global, já no século XXI, essa mesma tecnologia encontra-se em alto desenvolvimento e determina a globalização através da comunicação.

Detectou-se outra referência, que faz menção ao conflito moda arte (século XX) e moda design (século XXI). No século XX a moda acoplou-se a arte em diversas maneiras, porém a arte do século passado, conhecida pela representação e contemplação se esvaeceu dando lugar a uma arte ligada a interatividade e comunicação propiciadas pelos avanços tecnológicos. Assim, no século XXI, a moda interage mais claramente com o *design*, como “um processo criativo e inovador, provedor de soluções para problemas de importância fundamental para as esferas produtivas, tecnológicas, econômicas, sociais, ambientais e culturais” (MOURA, p.71, 2008).

Uma vertente detectada na sociedade atual na moda, que faz a diferenciação dos anos de 30 à 50, é a incorporação de um novo conceito referente à preocupação ambiental, existente desde a década de 90, no Brasil. Esta preocupação não existia nas décadas de 30 à 50 por que nada era exacerbado, pelo contrário o consumo era moderado, com a entrada do milênio o consumo atinge um grau elevado, tornando-se excessivo. As matérias-primas e os recursos naturais são finitos, assim a sustentabilidade aliada ao consumo é um assunto

⁸ Retraços são sobras de tecido provenientes das atividades de corte, ou seja, são sobras industriais (MORALES, 2006).

discutido mundialmente, pois este diz respeito ao presente e ao futuro da população. A agressão ao ambiente poderá ter como resultado, além de mudanças climáticas e ecológicas, mudanças políticas e econômicas. O Ministro do Meio Ambiente do Canadá, David Anderson, declarou que o “aquecimento global representa uma ameaça de longo prazo à humanidade maior do que o terrorismo, por forçar centenas de milhões de pessoas a abandonarem seus lares e provocar catástrofe econômica” (RENNER, 2005, p. 9). Com isso algumas atitudes adotadas pelo setor da moda, como a utilização de tecidos ecologicamente corretos, algodão orgânico, reciclagem de garrafas pet para a fabricação de tecido, viscose de bambu entre outros, tangem o “idealismo” da sustentabilidade voltada ao setor têxtil, idealismo este utópico, pois esse setor é considerado um dos maiores poluentes do planeta. “A moda exerce forte influência sobre as pessoas, assim, propor produtos desenvolvidos com um apelo ecológico é um meio de estimular e consolidar um desenvolvimento sustentável e um consumo consciente” (SCHULTE; LOPEZ, 2007, p. 7).

É fato que a **pós-modernidade** do início do milênio com sua globalização tecnológica, fronteiras imaginárias, relações políticas estremecidas, diversidades de culturas e pensamentos, movimentos sociais, mobilidade exacerbada e caos urbano se diferencia do momento vivido nas décadas de 30 à 50, porém as duas épocas estudadas passaram por momentos graves de crises e guerras, algumas semelhanças foram encontradas, contudo os comportamentos modificaram, levaram a sustentabilidade. A moda como fenômeno social se desvincilhou da arte partindo para o ideal do *design* acoplando-se aos pensamentos voltados a sustentabilidade, funcionalidade e estética, almejando a simplificação e estimulando formas de consumo ético, com natureza contestatória, que privilegia a mudança, o novo e o moderno.

Portanto, a moda das décadas de 30 à 50, como a moda do século XXI foram influenciadas por acontecimentos históricos, econômicos e políticos decorrentes das determinadas épocas, além de ser cíclica e revelar possuir ligação entre os períodos relacionados.

Referências Bibliográficas

AMORIM, Sérgio. Peça piloto ou projeto piloto. In: **Costura Perfeita**. 2007. Disponível em: http://www.costuraperfeita.com.br/secoes/mostrar_noticia.php?id=736. Acesso em: jun. 2009.

ANAZ, Sílvio. Como funcionam os Anos 80. In: **HowStuffWorks**. 19/09/2007. Disponível em: <http://pessoas.hsw.uol.com.br/anos-80.htm>. Acesso em: jun. 2009.

BARBOSA, R. A. **Os Estados Unidos pós 11 de setembro de 2001: implicações para a ordem mundial e para o Brasil**. Rev. Bras. Polít. Int. Brasília, v.45, n.1, jan./jun. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-73292002000100003&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso em: abr. 2009.

BRAGA, João. **História da moda**. 6. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

BURSZTYN, Marcel; LEITÃO, Pedro; CHAIN, Arnaldo (orgs). **Que crise é esta?** São Paulo: Brasiliense. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1984.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

CARVALHO, Marília Gomes de. Tecnologia, desenvolvimento social e educação tecnológica. In: **Bibvirt**. 2007. Disponível em: http://www.bibvirt.futuro.usp.br/textos/didaticos_e_tematicos/tecnologia_desenvolvimento_social_e_educacao_tecnologica. Acesso em: jun. 2009.

CICERONE, Paola Emilia. Loucos por compras. In: **Revista Mente e Cérebro**. São Paulo, ano XV, n.176, p. 44 – 49, 2007.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2005.

DELGADO, Guilherme. Sinais da crise econômica em 2008/2009 e do seu tratamento político. 2009. In: **Brasil de Fato**. Disponível em: <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/analise/sinais-da-crise-economica-em-2008-2009-e-do-seu-tratamento-politico>. Acesso em: jun. 2009.

DESCHAMPS, Denise; HONORATO, Eduardo J. S. Crise do capital e psicologia. In: **Revista Psique Ciência & Vida**. São Paulo, ano IV, n. 40. p. 20-25, 2009.

DOMINGUES, Diana. “A Humanização das Tecnologias pela Arte”. In: DOMINGUES, Diana (Org.). **A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias**. p.15-30. São Paulo: UNESP, 2003.

EMBACHER, Airton. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

FEDELI, Orlando. Cultura popular, cultura de elite, cultura de massa. In: **Montfort Associação Cultural**. Disponível em: <http://www.montfort.org.br/index.php?secao=veritas&subsecao=politica&artigo=cultura&lang=bra>. Acesso em: jun. 2009.

FIORI, José Luís. O sistema interestatal capitalista no início do século XXI. In: MEDEIROS, Carlos Aguiar de ; FIORI, José Luís ; SERRANO, Franklin P. **O mito do colapso do poder americano**. p.11-70. Rio de Janeiro: Record, 2008.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências. In: **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, vol. 3, n. 4. p. 125-136, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/search/titles?searchPage=2> . Acesso em: maio 2009.

GARCIA, Carol. MIRANDA, Ana Paula. **Moda é Comunicação**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Meio Ambiente & consumismo**. COIMBRA, José de Ávila Aguiar (coord.). São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

GONÇALVES, Jussemar Weiss. **Pão e circo, ou a morte do outro**. Biblos, Universidade Federal do Rio Grande, 21, p.125-131, 2007. Disponível em: <http://www.seer.furg.br/ojs/index.php/dbh/article/viewFile/838/322>. Acesso em: maio 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

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

IANNI, Octávio. **A idéia de Brasil Moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

JOBIM, Gabriela; NEVES, Manuela. A pesquisa de tendências em design de moda: ênfase na rede de informação. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de moda: olhares diversos**. p. 231-242. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LAVÉ, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulinas, 1997.

MIRANDA, Ana Paula Celso de; GARCIA, Carol; LEÃO, André. Moda e envolvimento: cada cabide, uma sentença. In: **ANPAD 2001**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2001/dwn/enanpad2001-mkt-145.pdf>. Acesso em: maio 2009.

MORALES, Marina Única Diaz. **Design de moda: o caminho para a sustentabilidade**. Bauru: [s.n.], 2006. Disponível em: <http://portal.faac.unesp.br/posgraduacao/design/dissertacoes/pdf/marinaunica.pdf>. Acesso em: jun. 2009.

MOTA, Maria Dolores de Brito. Moda e subjetividade: corpo, roupa e aparência em tempos ligeiros. In: **Modapalavra e-periódico**. Ano 1, n.2, ago-dez 2008, pp. 21 - 30. Disponível em: http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda_e_subjetividade-maria_dolores.pdf. Acesso em: jun 2009.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de moda: olhares diversos**. p. 37- 72. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A moda do século XX**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

NEILSEN, David. Como funcionam os baby boomers. In: **HowStuffWorks**. 01/06/2007. Disponível em: <http://pessoas.hsw.uol.com.br/baby-boomers.htm>. Acesso em: maio 2009.

Modapalavra E-periódico

- OLIVER, Richard W. **Como serão as coisas no futuro**. São Paulo: Negócio, 1999.
- PADUAN, Roberta. Para onde vai o dinheiro do consumidor. In: **Revista Exame**. São Paulo, ano 43, n. 6, p. 22 – 30, 2009.
- PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.
- PENN, Mark J. **Microtendências**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2008.
- PEREIRA, Luis Carlos Bresser. O gigante fora do tempo: a guerra do Iraque e o sistema global. 2003. In: **Bresser-Pereira Website**. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/papers/2003/94.GiganteForaTempo.pg.pdf>. Acesso em: abr. 2009.
- PIRAGES, Dennis. Contendo doenças infecciosas. In: WORLDWATCH INSTITUTE. **Estado do Mundo, 2005 estado do consumo e o consumo sustentável**. p. 48 - 66. Salvador, BA :Uma Ed., 2005 Disponível em: <http://www.worldwatch.org.br/edm2005.htm>. Acesso em: maio 2009.
- PUBLIFOLHA. **Entenda a evolução da crise que atinge a economia dos EUA**. 31/03/2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u498060.shtml>. Acesso em: abr. 2009.
- PUBLIFOLHA. **Entenda como a crise financeira global afeta o Brasil**. 18/09/2008 Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u498780.shtml>. Acesso em: abr. 2009.
- RENNER, Michael. Segurança Redefinida. In: WORLDWATCH INSTITUTE. **Estado do Mundo, 2005 estado do consumo e o consumo sustentável**. p. 3 - 21. Salvador, BA: Uma Ed., 2005. Disponível em: <http://www.worldwatch.org.br/edm2005.htm>. Acesso em: maio 2009.
- RIGUEIRA, Carlota; RIGUEIRAL, Flávio. **Design e Moda: como agregar valor e diferencial sua confecção**. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas; Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2002.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- RODRIGUES, Iesa. O clima irresistível da moda carioca. In: CUNHA, Castilho Kathia; GARCIA, Carol (orgs.). **Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical**. (p.77-83). São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.
- ROHMANN, Chris. **O livro das idéias: pensadores, teorias e conceitos que formam nossa visão de mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- ROMITO, Mário. A qualificação no processo industrial parte IV. In: **Costura Perfeita**. 2007. Disponível em: http://www.costuraperfeita.com.br/edicao/mostrar_noticia.php?id=620. Acesso em: jun. 2009.

Modapalavra E-periódico

SCHULTE, Neide Köhler; LOPEZ, Luciana Dornbush. Sustentabilidade ambiental no produto de moda. In: **Ensus**, 12 E 13 de abril de 2007. Disponível em: <http://www.ensus.com.br/tematica3/Sustentabilidade%20Ambiental%20no%20Produto%20de%20Moda.pdf>. Acesso em: maio 2009.

SENAC. **Senac Moda Informação inverno 2005**. São Paulo: Senac, 2004.

_____. **Senac Moda Informação inverno 2007**. São Paulo: Senac, 2006.

_____. **Senac Moda Informação inverno 2009**. São Paulo: Senac, 2008.

_____. **Senac Moda Informação verão 2005**. São Paulo: Senac, 2004.

_____. **Senac Moda Informação verão 2007**. São Paulo: Senac, 2006.

_____. **Senac Moda Informação verão 2009**. São Paulo: Senac, 2008.

SERRANO, Franklin P. A economia americana, o padrão dólar flexível e a expansão mundial nos anos 2000. In: MEDEIROS, Carlos Aguiar de; FIORI, José Luís; SERRANO, Franklin P. **O mito do colapso do poder americano**. p.71-172. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (org. vol.). **História da vida privada no Brasil**. p.513-619. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIGOLI, Mário André; JUNIOR, Dante De Rose, D. **A história do uso político do esporte**. Rev. bras. Ci e Mov. 2004; 12(2): 111-119. Disponível em: http://www.ucb.br/mestradoef/RBCM/12/12%20-%202/c_12_2_18.pdf. Acesso em: maio 2009.

VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

Referência de Ilustrações

Figura 1: Greta Garbo. **Times on line**.

Disponível em:

http://timesonline.typepad.com/photos/uncategorized/2008/02/05/greta_garbo.jpg. Acesso em: jul. 2009.

Figura 2: Greta Garbo. **Second city style**.

Disponível em: http://secondcitystyle.typepad.com/second_city_style/style_forecast/. Acesso em: jul. 2009.

Figura 3: Greta Garbo. **Absolutely**.

Disponível em: http://www.absolutely.net/Greta_Garbo/index.jpg. Acesso em: jul. 2009.

Figura 4: Mae West. **Dustybee**.

Disponível em: http://dustybee.files.wordpress.com/2008/10/mae_west.jpg. Acesso em: jul. 2009.

Figura 5: Vestido com costas desnudas. **Flickr**.

Disponível em: http://farm3.static.flickr.com/2051/1812638042_39cb4360a5_o.jpg. Acesso em: jul.2009.

Figura 6: Roupa com apelo masculino e militar. **Blogspot Moda História**.

Disponível em: <http://modahistoria.blogspot.com/2008/06/dcada-de-40-moda-e-guerra.html>. Acesso em: jul.2009.

Figura 7: Carmem Miranda. **Music on line**.

Disponível em:

http://www.musiconline.com.br/somzera/imgs/biografias/carmem_miranda.jpg. Acesso em: jul. 2009.

Figura 8: *New Look*. **Folha almanaque**.

Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm>. Acesso em: jul.2009.

Figura 9: Flat-look. **Flickr**.

Disponível em : <http://www.flickr.com/photos/11412072@N06/1306922477/>. Acesso em: jul. 2009.

Figura 10: Linha A (vestido trapézio de Dior). **Blogspot**.

Disponível em: <http://08209602d.blogspot.com/2009/04/brief-introduction-of-christian-dior.html>. Acesso em: jul. 2009.

Figura 11: Linha H. **Blogspot**.

Disponível em: <http://08209602d.blogspot.com/2009/04/brief-introduction-of-christian-dior.html>. Acesso em: jul. 2009.

Figura 12: linha Y. **Blogspot**.

Disponível em: http://unatidir4.blogspot.com/2009_03_01_archive.html. Acesso em: jul. 2009.

Figura 13: Máscaras personalizadas. **Correio do povo**.

Disponível em: <http://www.correiodopovo-al.com.br/v2/article/BrasilMundo/3859/>. Acesso em: jul. 2009.

Figura 14: Vestido década de 50. **Dia comum**.

Disponível em: <http://diacomum.moda.zip.net/>. Acesso em: jul. 2009.

Figura 15: Vestido verão 2009. **Cintia Castaldi**.

Disponível em: <http://cintiacastaldi.files.wordpress.com/2009/05/vestido-amplo.jpg>. Acesso em: jul. 2009.

Recebido em: 04/10/2009

Aprovado em 15/06/2010