

## Moda e sociedade: leituras contemporâneas

### *Fashion and Society: Contemporary Approaches*

Maria Lúcia Bueno<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7594-5672>

Henrique Grimaldi Figueredo<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6324-4876>

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v19i46.2061>

A moda não é autônoma, apesar do mundo da moda ser apresentado, frequentemente, como uma realidade à parte, um universo isolado. Ela é um dos produtos sociais mais evidentes e representativos da nova modernidade urbana que despontou com o capitalismo, sendo que é impossível discorrer sobre a vida social nas cidades, desde o século XIX, sem mencionar a moda.

No contexto das sociedades ocidentais, com a emergência do modo de vida urbano e a extinção dos privilégios aristocráticos, se desenvolve uma cultura das aparências (Roche, 2007) estendida a todos os segmentos sociais, no interior de um universo onde o sistema da moda passa a desempenhar um papel fundamental. Para Elisabeth Wilson podemos encarar “o vestuário de moda no mundo ocidental como um meio através do qual um eu sempre fragmentário é unificado e aparenta uma certa identidade” (Wilson, 1989, p. 24).

Nesse novo cenário as roupas, juntamente com todo um repertório de objetos e comportamentos, adquirem um caráter predominantemente cultural na construção de uma nova categoria social: o estilo de vida. Para Anthony Giddens (2002) um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo adota não só porque essas práticas satisfazem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto identidade. Em outras palavras, a associação inédita entre literatura, arte, política, moda, gastronomia, decoração e as mais diversas práticas culturais – “que aparecem reorganizadas como práticas de consumo numa dinâmica que cada vez mais mescla arte e vida cotidiana, alta cultura e culturas populares” (Bueno, 2008, p. 12) – antes

---

<sup>1</sup> Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professora dos Programas de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens (PPGACL) e Ciências Sociais (PPGCSO) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista de produtividade CNPq. E-mail: marialucia.bueno@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9373853760102806>

<sup>2</sup> Doutor em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) com estágio doutoral pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Professor do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens (PPGACL). E-mail: henriquegrimaldi.figueredo@ufjf.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8304774973046394>

estrangeiras umas às outras, passam a ser algo corrente nesse novo cenário, a cidade moderna, orientando-se pela mesma dinâmica, os processos de individualização.

Essa preocupação com a aparência está ligada à cisão, própria da modernidade, entre o ser e o parecer. A moda, envolvendo não só o vestuário, mas tudo o que diz respeito à construção da aparência, principalmente os estilos de vida, cresce em importância na mesma medida em que a preocupação com a construção da identidade torna-se tarefa crucial dos indivíduos. Diferentemente de outros momentos históricos, as sociedades modernas impõem aos sujeitos um processo constante de redefinição das suas identidades, que, até então, eram estáveis, pautadas pela tradição e pelo costume. No início do século XX a ambição de Francis Picabia, por exemplo, era tornar-se um intelectual nômade, “para atravessar as ideias como se atravessam países e cidades”. “Se você quer ter ideias limpas”, observava, “troque-as com a mesma frequência com que troca de camisa”<sup>3</sup>. Escrevendo nessa atmosfera, Georg Simmel (1989) aponta que as flutuações da moda são uma decorrência direta do ritmo acelerado, da efemeridade e das transformações constantes da vida moderna.

Na virada do século XIX para o XX, Simmel analisa a moda como um processo de diferenciação social recente, associado à estética, à economia monetária e ao consumo, que desponta como matriz de uma nova subjetividade (Simmel, 1895 [2008]). Já em meados do século XX registramos uma transformação nessa dinâmica. Primeiramente a evolução da industrialização da indumentária e da indústria cultural, em particular, emerge cada vez mais como um poderoso veículo de mundialização das tendências, tanto com relação aos estilos de vida, quanto no que diz respeito à moda, produzindo uma desterritorialização de modos de vestir até então confinados em circuitos restritos.

Em 1969, quando a indústria da moda já se configurava como um setor econômico de relevância mundial, apesar de manter a centralidade francesa, um outro sociólogo, o estadunidense Herbert Blumer, vai pensar as flutuações da moda e a variação das tendências também como um processo de seleção coletiva, mas agora com a inclusão de novos atores, os criadores profissionais e os distribuidores comerciais. As características apontadas por Simmel se complexificaram e se acentuaram no contexto do final da década de 1960. A moda, deixava de ser pautada pelo modo de vida dos ricos, uma moda de classe, “se tornando mais ambígua e multifacetada, em consonância com a natureza altamente fragmentada das sociedades contemporâneas” (Crane, 2008, p. 163). Assim, a circulação da moda se intensifica, se dissemina para outros grupos sociais, assimilando outras inspirações em escala mundial. As tendências se multiplicam, a segmentação se aprofunda e as escolhas, nessa atmosfera reflexiva, decorrem de seleções coletivas, muitas vezes com resultados imprevisíveis, inclusive para os setores produtivos que pretendem controlá-las (Blumer, 1969).

Nos anos 1960, com a explosão de uma cultura jovem, que colocava em xeque as instituições e os valores estabelecidos, e a proliferação de grupos musicais, ligados a esse novo segmento, difundidos por uma indústria cultural em expansão, se produz uma revolução na cultura das aparências. As mulheres ricas e ociosas, que se vestiam de acordo com as últimas novidades da moda parisiense (Crane, 2006; Durand, 1988), se tornam um anacronismo,

<sup>3</sup> Francis Picabia (Paris, 1879-1953) reproduzido em Bueno (2001, p. 19).

num novo mundo da moda onde as principais referências são os estilos descolados dos novos grupos musicais, integrados geralmente por jovens das classes médias e operárias nas grandes cidades.

A partir dos anos 1970 e 1980, temos uma expansão do capitalismo e da sociedade de consumo, e o desenvolvimento de um mercado de trabalho sofisticado e bem remunerado associado a este universo, que se converte na esfera de atuação de uma nova geração de jovens, os *yuppies*. Publicitários, operadores da bolsa de valores, especialistas em novas tecnologias, designers, agentes artísticos e culturais, profissionais do cinema e da televisão, entre outros, vão alimentar uma nova revolução da moda, que começa com o conforto e a praticidade do estilo casual dos norte-americanos, consagrado pelas produções audiovisuais.

Com o processo de globalização<sup>4</sup>, sobretudo de meados dos anos 1980 em diante, este quadro se complexificou. Na consolidação dessa nova configuração social no mundo da moda, a arte, enquanto instância de legitimação simbólica, e as indústrias culturais, espaços de difusão e circulação de novos estilos de vida, inclusive os ligados ao lazer, desempenham um papel fundamental.

Refletir sobre a moda a partir desta matriz significa, então, tomá-la como um objeto privilegiado para compreendermos a organização da cultura e da sociedade na dinâmica globalizada, na qual o sistema da moda opera como um importante vetor, no âmbito social, econômico e cultural (Ortiz, 2000, p. 12). A partir do século XXI os setores produtores de moda procuram se aparelhar com novas ferramentas, para garantir alguma previsibilidade dos resultados num sistema de seleção coletiva globalizado e cada vez mais incontrollável.

Frédéric Monneyron, um dos autores que contribuíram com esse dossiê, ajuda-nos a avançar nessa reflexão com seu estudo sobre três criadores de moda franceses no final do século XXI (Monneyron, 2008). Para o sociólogo a moda não é um movimento irracional e aleatório, ela se desenvolve em estreita sintonia com o universo imaginário corrente, constituindo-se em um objeto privilegiado para desvendarmos o imaginário contemporâneo e de outros períodos históricos. Passando ao largo das explicações que a abordam como reflexo ou distinção social, o autor concentra sua análise no que considera o principal potencial do fenômeno da moda para os estudiosos da sociedade, o seu poder antecipatório. A moda, nesse sentido, aparece como simulação de um arranjo social novo, que experimenta sua viabilidade por meio dela, ajudando a trazer à tona uma nova mentalidade, a qual num curto espaço de tempo pode se transformar em norma, em modo de ser corrente (Bueno, 2010).

Como nenhum outro fenômeno social, a moda é assim capaz de articular duas tendências, que Simmel intitulava como o individualismo da igualdade no registro da imitação

<sup>4</sup> Sobre a globalização, Renato Ortiz (2000, p. 12), observa que se trata de “um processo social que atravessa de forma diferenciada as realidades nacionais e locais. Seu vetor se define por sua transversalidade. Trata-se de uma tendência. (...) como uma tendência é sempre algo genérico e é preciso aprendê-la indiretamente, torna-se necessário buscar expressões modais que a explicitem. Minha hipótese inicial é, pois: cultura popular, consumo, turismo, moda, música popular etc. são objetos heurísticos que revelam um arranjo social transcendente às exigências e expectativas de uma cultura nacional. Pensá-los em um contexto particular é considerá-los como parte de uma matriz mais ampla, mundial.”

e o individualismo da diferença no registro da invenção. Talvez também por isso, seja “a sociologia da moda”, como escreve Leopoldo Waizbort (2008, p. 17), “a mais importante de todas as sociologias, deixando há muito para trás as especialidades que reivindicaram alguma centralidade.”

Por meio de diferentes temas e recortes, os artigos que compõem essa coletânea des-cortinam o universo da moda e ajudam a nuançar tais problemáticas. E, embora operem todos a partir das tradições das ciências sociais, o fazem sob diferentes perspectivas temáticas. Por esta razão, considerando as proximidades, organizamos a publicação em três blocos.

O primeiro bloco reúne autoras, que ancoradas em extensas pesquisas de campo recentes, vão revisitar assuntos clássicos da sociologia e da história social da moda. Temas como a produção de sociologia da moda no Brasil, a Câmara Sindical da Alta Costura em Paris e as transformações no processo de industrialização dos tecidos no século XIX, vão ser abordados, na longa duração e a partir de olhares contemporâneos.

Em “Cinco homens e uma tese sobre moda”, Maria do Carmo Rainho analisa a recepção e a fortuna crítica do *O espírito das roupas* de Gilda de Mello Souza ao longo de quase 50 anos, tendo por base três momentos históricos distintos em que a obra foi publicizada e repercutiu: 1) em junho de 1950, no formato de tese, quando foi defendida pela autora no departamento de sociologia da USP; 2) em 1951 com a publicação da tese na revista do Museu Paulista; 3) e em 1987, quando a tese, transformada em livro, foi editada pela Companhia das Letras. Acolhida protocolarmente em 1950 e 51, foi relegada ao esquecimento nos anos seguintes. O artigo apresentado procura desvendar como uma reflexão que despontou como uma produção menor e marginalizada foi alçada anos depois como um clássico da sociologia e da história da moda no Brasil.

Em “Entre a ‘moda francesa’ e a ‘moda à la française’: o papel do Estado e dos conglomerados no sindicato patronal da Alta Costura”, Barbara Ábile realiza, embasada em uma extensa pesquisa de campo em Paris, uma análise da gestão centenária da Câmara Sindical da Alta Costura, instituição privada, mas com fortes ligações com o Estado Francês e que tem sido responsável pela gestão da alta costura, desde 1910. Apesar de seus altos e baixos no século XX, a instituição manteve o prestígio do setor, que se converteu em uma potência econômica no universo globalizado do século XXI. Um trabalho de fôlego, sendo a primeira pesquisa com esta dimensão tão ampla, e que segue as grandes transformações do sistema comercial da moda alta costura.

Tendo como objeto de investigação a produção de seda na longa duração, Patrícia Gaspar e Maclóvia Correa da Silva, analisam os impactos da passagem da sua produção artesanal para o sistema fabril moderno. O artigo “A implantação do sistema de fábrica na indústria da seda” traça uma reflexão sobre os efeitos negativos das transformações tecnológicas implementadas na indústria de seda na Europa, que trouxeram restrições para o exercício criativo dos trabalhadores. Conforme as autoras, o objetivo do texto é desvelar como as escolhas tecnológicas e organizacionais na produção da seda se refletiram e reforçaram as relações de poder, impactaram o trabalho e os trabalhadores, e como os conceitos trazidos por Feenberg permitem uma interpretação crítica desses processos.

A moda e arte sempre estiveram em estreita relação, algo que já transparece de maneira vigorosa nos textos de Baudelaire e Simmel, que sempre enfatizaram a dimensão estética da modernidade. Com a arte moderna e contemporânea, este diálogo se aprofundou. Nesta coletânea a ligação é tratada a partir de duas perspectivas. Maria Antonietta Trasforini examina algumas incursões de artistas contemporâneos com as roupas, enquanto Patrícia Reinheimer procura reconstruir a trajetória da artista plástica Olly Reinheimer, sua avó, a partir do espaço do seu apartamento em Ipanema, onde viveu e criou.

Em “Roupas comuns/incomuns: destruindo e reparando a experiência nas roupas-arte contemporânea”, a socióloga italiana realiza uma retrospectiva histórica das configurações assumidas pelas articulações arte-roupa, analisando diferentes obras no período compreendido entre o início do século XX e o século XXI. A abordagem aponta como as criações em torno da Arte-Roupa emergem como práticas contemporâneas de produção de significado, que operam questionando a relação entre arte, experiência, cultura e memória individual e coletiva.

Por sua vez, a antropóloga Patrícia Reinheimer, mergulha no universo familiar para descobrir os passos da sua criação, que neste artigo se concentra nos têxteis. “Os tecidos de Olly e alguns vestígios da urdidura na tecelagem do mundo”, empreende uma jornada que busca reconstruir os passos de sua avó, a artista Olly Reinheimer, a partir do espaço doméstico, um apartamento em Ipanema, onde viveu entre os anos 1950 e 1980. Nesta jornada vão surgindo as descobertas:

Os discursos sobre os quais a artista ancorava seu trabalho estavam ali expostos nos livros de sua biblioteca, nos objetos decorativos, nos quadros adquiridos majoritariamente através de trocas, nos móveis desenhados que carregavam a assinatura de personalidades como Sérgio Rodrigues e Joaquim Tenreiro, mas também na luminosidade que entrava por janelas amplas e remetiam às cores vibrantes de sua produção (Reinheimer, 2026, p. 125).

O terceiro núcleo deste dossiê, e que concentra a maior parte dos autores, discute os efeitos da transversalidade e da mundialização da moda sobre os usos e o consumo, a partir de cidades, grupos e momentos históricos distintos.

Em “La apariencia de las trabajadoras: vestido, adorno y experiencia corporal del trabajo en la Argentina del siglo XX”, María Isabel Baldasarre acompanha as transformações na aparência das mulheres trabalhadoras na Argentina entre 1920 e 1970. A abordagem se respalda em três estudos de caso; 1) Trabalhadoras de escritórios e vendedoras; 2) Operárias e empregadas domésticas, e 3) Enfermeiras e profissionais da saúde. A autora investiga como as mulheres trabalhadoras – a partir do repertório de opções oferecidas pela cultura de moda dominante – se vestiam, se maquiavam e se penteavam para circular no espaço público. As mudanças de aparência implementadas pelas trabalhadoras levavam em consideração não apenas as demandas profissionais, mas, principalmente, o impacto das variações da moda, assim como da cultura feminina, feminista, entre outras. Num contexto de desenvolvimento e ampliação do consumo na Argentina, os novos hábitos foram favorecidos

graças ao crescimento da oferta de produtos e práticas de moda disponibilizados no mercado. Baldassarre examina também como a projeção dessas novas aparências mobilizaram tensões sociais e de classe, que transpareciam entre as imposições e normas vigentes nos espaços profissionais. Um dos aspectos estudados são as mudanças no vestuário adotadas após o final da jornada de trabalho, quando livres das restrições, se arrumavam para circular no espaço público onde aparentavam suas escolhas pessoais, se projetando como mulheres e não como trabalhadoras.

O artigo de Maria Cristina Volpi discute a questão da formalidade no vestuário e sua relação com as práticas sociais nos primeiros cinquenta anos do século XX. O ponto de partida e a principal fonte, em torno da qual se desenvolve a reflexão, é um conjunto de 149 fotografias, realizadas entre 1890 e 1955, que retratam momentos formais e informais de quatro gerações de uma mesma família de classe média urbana no Rio de Janeiro. Em “A questão da formalidade no vestuário: dilemas do formal e do informal no espaço/ tempo”, a autora, recorrendo a intelectuais como Pierre Bourdieu e Ana Maria Maud, examina os aspectos visuais e morfológicos do vestuário inserido no cenário fotográfico, afim de desvelar as transformações no tempo das interações entre gosto pessoal e prescrições formais. Em suas palavras, “a formalidade surge como um eixo central, ligado às fronteiras entre o público e o privado, ilustrando as ritualizações do cotidiano e as alterações ocorridas” (Volpi, 2026, p. 163).

Em “Vestir-se para viver no seu tempo: depois da revolução, a construção do “mundo da moda” em Portugal”, Filomena Silvano trata dos desafios para a construção de um mundo da moda em Portugal, em plena globalização, após o fim de 48 anos da ditadura, que isolou o país ainda nos anos 20, de todas as grandes transformações ligadas aos estilos de vida, o consumo, a cultura jovem e a indústria cultural. O artigo se baseia num trabalho etnográfico da autora sobre o percurso da construção de uma cultura de moda em Lisboa. Ancorado na emergência de uma nova sociabilidade, de novas formas de percepção do tempo e das identidades, que se desenvolveram nessa passagem do isolamento para a conexão mundial, o novo mundo da moda já despontou pautado pelos paradoxos da contemporaneidade, entre os quais, o fato de, como constata a autora,

ser uma produção local que se tem de colocar num mercado que é global. Ao longo dos anos, a moda portuguesa foi trabalhando ancorada na instabilidade deste paradoxo, que dificulta tanto a implementação no mercado exterior (cuja disponibilidade para os localismos culturais é limitada), como no mercado local (que sobrevaloriza a cultura produzida a partir dos grandes centros globais) (Silvano, 2026, p. 187).

Maria Celeste Mira e Beatriz Salgado analisam, respaldadas em ampla pesquisa de campo, as transformações nos modos de operação das produções audiovisuais ligadas à moda, difundidas pelas TVs pagas. No início do século XXI, programas como Esquadrão da Moda, operavam como instâncias civilizadoras, procurando adequar o público aos padrões de moda. A partir de 2010, identificamos uma mudança nessa dinâmica, quando uma série de produções assumem o papel de mediadores culturais (entre valores sociais e padrões de

consumo) promovendo entre as audiências novos conceitos e concepções, como a diversidade e a sustentabilidade, influenciando mudanças nos estilos de vida e a desqualificação gradativa de práticas, até então correntes no consumo de moda, associadas à padronização e ao consumismo. Mas as autoras advertem que as novas práticas não se afirmam como rupturas em relação ao campo da moda. Ao contrário, elas são produtos desse universo, tendências que passam a circular como novas modas:

Estudos recentes revelam que o critério que mais pesa na decisão de compra dos consumidores de moda sustentável é a exclusividade que a roupa pode proporcionar. Em outras palavras, há um conflito entre a compreensão da questão ecológica e os anseios de consumo de moda. (Mira e Salgado, 2026, p. 212).

No artigo “Do objeto de proteção ao signo estético: bricolage e conotação em conjuntura pandêmica”, Sara Inês Rodrigues Gaspar, Eduardo José Marcos Camilo e Rafaela Norogrande tomam a pandemia de COVID-19 e a então obrigatoriedade do uso de máscaras medicinais como ponto de partida para pensar os trânsitos simbólicos e as consequentes transformações materiais desse acessório no universo da moda. Refletindo acerca de aspectos conceituais da cultura material e visual, os autores nos guiam pelas complexas operações de ressignificação desse item, apresentando exemplos de como um objeto em contexto de crise passa a operar, mas também como a partir dele podemos ver uma reescrita da cultura como prática social.

Por fim, encerramos esse volume com duas traduções. Na seção “Costuras”, que comporta textos ensaísticos e mais experimentais, trazemos “Rumo ao ideal andrógino: moda e identidade sexual”, do sociólogo francês, Frédéric Monneyron, em tradução de Henrique Grimaldi Figueredo. Já na seção “Traduções”, há o artigo “Judith Butler: moda e performatividade”, da socióloga estadunidense Elizabeth Wissinger, traduzido por Natália Rosa Epaminondas e Jamilie Santos de Souza. Ambos os trabalhos, cada um a seu modo, procuram pensar a relação entre moda, corpo e suas narrativas, assinalando o gênero como categoria analítica incontornável para se desvendar o papel da moda como uma tecnologia que pode ser emancipatória mas também profundamente opressiva.

As imagens do dossiê ficaram a cargo do artista Feres Khoury, cuja investigação conceitualmente multifacetada e materialmente diversa – da pintura ao livro de artista, do desenho a gravação – é devidamente abordada no verbete “Feres Khoury: livro de artista e a paisagem de vida silenciosa”, de autoria de Maria Izabel Branco Ribeiro.

## Referências

BLUMER, Herbert. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. **The Sociological Quarterly**, v. 10, n.3, p. 275-291, 1969.

BUENO, Maria Lucia. **Artes Plásticas no século XX: modernidade e globalização**. Campinas/São Paulo: Ed. Unicamp/Fapesp, 2001.

BUENO, Maria Lucia. "Cultura e Estilos de Vida". In: BUENO, Maria Lúcia e CAMARGO, Luiz Octávio. (Eds.). **Cultura e Consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Editora Senac, p. 4-11, 2008.

BUENO, Maria Lucia. Por que ler ... Frédéric Monneyron?. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 4, n. 10, p. 15-17, 2010.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 2006.

CRANE, Diana. Reflexões sobre a moda: o vestuário como fenômeno social. In: BUENO, Maria Lúcia e CAMARGO, Luiz Octávio. (Eds.). **Cultura e Consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Editora Senac, p.157-178, 2008.

DURAND, José Carlos. **Moda, luxo e economia**. São Paulo: Babel Cultural, 1988.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

MONNEYRON, Frédéric. **La frivolité essentielle: du vêtement et de la mode**. Paris: PUF, 2008.

ORTIZ, Renato. **O próximo e o distante: Japão e a modernidade-mundo**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)**. São Paulo: Editora do SENAC, 2007.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**. Lisboa: Edições 70, 1989.

SIMMEL, Georg. **Philosophie de la modernité**. Paris: Payot, 1989.

SIMMEL, Georg. A Moda. **Iara: Revista de Moda, Cultura e Arte**, vol. 1, n. 1, p.163-188, 2008.

WAIZBORT, Leopoldo. Georg Simmel sobre a moda: uma aula. **Iara: Revista de Moda, Cultura e Arte**, vol. 1, n. 1, p. 1-21, 2008.