

SIMPÓSIO TEMÁTICO 18

Cultura de moda: história, consumos e imagens

Mara Rubia Sant'Anna
Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC

Renata Pitombo Cidreira
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB

Se o mito da imagem, como afirma Michel de Certeau (1989), encontra sua ritualística no consumo e na mediação com o mundo através dos objetos, a cultura de moda se impõem nesse mundo, regulando relações sociais, produções textuais escritas e imagéticas e, ainda, permeando diferentes consumos de si e do outro, conforme Baudrillard (1967) discute.

A sociedade voltada para o consumo e o espetáculo levou à expansão da sociedade de moda. A consolidação do parecer como lógica social, por sua vez, levou o campo de produção das mercadorias vinculadas à dimensão estética a desenvolver um mercado altamente afoito e competitivo. Esse aspecto sócio econômico dinamiza o setor da produção do vestuário e exige-lhe mais do que a oferta de uma roupa, a oferta de um desejo travestido em tecidos, formas e cores.

Assim, considera-se que a *poiesis* da aparência moderna encontrou nos anos pós Segunda Guerra Mundial uma significativa mudança em sua construção. O efeito estético desencadeado, quando novos padrões de beleza e elegância se colocaram em pauta, interferiu na constituição de outros valores que acompanharam essas mudanças e, logo, um novo sujeito foi sendo constituído nesse processo na medida em que seu *parecer* dizia do seu *ser*. Todavia, não apenas o consumo das imagens que vinculavam uma nova elegância e um novo padrão de beleza foi o responsável pelas novas subjetividades. O consumo de práticas e

produtos diversos que vinham acompanhados dessas imagens foi o que, efetivamente, proporcionou a *aisthesis* dessa poética contemporânea.

Na contemporaneidade, observamos uma necessidade de exibição de uma aparição singularizada ao extremo. E esse fenômeno se exibe de forma mais radical com o avanço das novas tecnologias e com a proliferação da rede. Com a explosão dos blogs de moda se intensificou a procura de uma aparência singular que expresse uma autenticidade, a necessidade de aparecer na multidão. Esse desejo de modelar uma aparência corporal singular revela novos valores, promovendo configurações diferenciadas das subjetividades e também da sociedade. De certo, nossas roupas e adornos se revestem de dimensões lúdicas, simbólicas e emocionais que habitam nossos corpos. Esse intenso diálogo entre as vestes e o corpo, auxilia na constituição de personas que incarnam, por vezes, papéis variados no decorrer da existência, constituindo, assim, variados perfis de uma mesma pessoa.

O Simpósio proposto buscará reunir discussões que balizem marcos da historicidade contemporânea relacionada à cultura de moda, considerando as intensas relações permeadas pelas imagens e consumos realizados em torno dos produtos de moda, materiais e imateriais. Pesquisas com campanhas publicitárias, periódicos, produções artísticas, performáticas, de subjetividades por meio de consumos diversos são bem-vindas neste simpósio.