

Introdução à Moda

A primeira impressão é a que fica. Uma imagem vale mais que mil palavras. Essas e milhares de outras frases carregam a veracidade da importância da imagem de uma pessoa. Por mais bem intencionado que você seja, por mais inteligente e capacitado, sempre haverá a questão da aparência na hora de arranjar um bom emprego.

A importância de aprender a vestir-se não se relaciona somente a estar na moda, mas sim aprender a disfarçar as imperfeições e valorizar o que você tem de melhor.

E não é só isso. Mistura de cores, tecidos, padronagens, modelagens e muito mais fazem toda a diferença na hora de compor um guarda-roupa. Qual é o seu estilo? Você já parou para pensar nisso? Imagine quem não tem muito contato ou contato nenhum com a moda!



Breve histórico do desenvolvimento do sistema da moda

A Moda e seu reflexo social

A moda é o reflexo de uma sociedade onde todos os acontecimentos refletem no comportamento das pessoas, seja na maneira de vestir, na maneira de falar, nos objetos desejados, ou mesmo na identificação de um grupo. Ela nasceu há muitos anos, visto a modificação de comportamento surgida por uma necessidade.

A moda tornou-se um problema esvaziado de paixões e de desafios teóricos, um pseudoproblema cujas respostas e razões são conhecidas previamente; o reino caprichoso da fantasia só conseguiu provocar a pobreza e a monotonia do conceito. A moda está muito mais democrática nos dias de hoje, principalmente em relação à roupa usada para trabalhar, porém ainda existem alguns empregos formais que são regidos por regras de etiqueta e protocolos, seguidos por empresas. A roupa de trabalho é sempre mais sisuda, ternos claros ou escuros fazem parte do dia-a-dia de muitas secretárias, jornalistas, executivas e demais profissionais formais. Vive-se num país de clima tropical, iniciando a produção da própria moda brasileira, buscando mais estilos, mais cores e liberdade de expressão diante do que o profissional quer representar.

Alguns fatores sociais, políticos e econômicos podem explicar a existência da moda e sua evolução diante da sociedade, mas não são o suficiente para falar dela como fenômeno. A Moda segue suas leis formais, interpretando o mundo vivido pelos homens de uma maneira própria.

A moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais pela aparência, o que podemos traduzir em individualização. Todavia, essa diferenciação de uns, visa a uma identificação com outros, pois a moda se dá mediante ao estilo daqueles a quem se admira. Na era do consumo em massa podemos concluir que

moda, são os valores materializados nos bens de consumo massificados, os quais, à medida que vão sendo consumidos, pautam as relações interpessoais, pela aparência num ciclo de obsolescência programada, privilegiando aquilo que é novo. Em resumo, a moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e a disseminação de um padrão ou estilo pelo mercado consumidor até a sua massificação e consequente obsolescência como diferenciador social.

A moda é um fenômeno que passa por alguns processos quando está no mercado. Ela é lançada, é aceita ou não, é copiada e quando torna-se massificada, sofre um desgaste.

Por ser um fenômeno sociológico, é preciso que as pessoas aceitem, acreditem e consumam o produto para que ele vire Moda.

A moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico. Você pode enxergar a moda naquilo que escolhe de manhã para vestir, no look de um punk, de um skatista e de um pop star, nas passarelas do Brasil e do mundo, nas revistas e até no terno que veste um político ou no vestido de sua avó. Moda não é só “estar na moda”. Moda é muito mais do que a roupa...Ao acompanhar/retratar/simbolizar essas transformações, a moda serve como reflexo das sociedades à volta. É possível entender um grupo, um país, o mundo naquele período pela moda não praticada...A palavra “moda” vem do latim *modus*, significando “modo”, “maneira”. Em inglês “moda” é *fashion*, corruptela da palavra francesa *façon*, que quer dizer “modo”, “maneira”.

Tópicos da história da Moda

Os trajes do Século XIX

1800 – 1810 – Nos períodos regencial e diretório, destaque para a cintura alta, tecidos mais finos e modelos com decotes. Época do culto às formas das estátuas gregas.

1810 – 1820 – A roupa masculina vai perdendo o rebuscamento. Homens utilizam cartola, bengala, plastron roupa justa do tradicional ao Dândi, após o período napoleônico. As mulheres utilizavam chapéus

enormes que cobriam a face. O espartilho mantém a cintura reta, mas aos poucos vai estreitando a silhueta.

1820 – 1830 – Época do romantismo – a cintura feminina volta a afinar, surgem as mangas pernil e carneiro. Chapéu com abas largas eram usados até a meia noite. O vestuário masculino volta a evidenciar sua vaidade.

1830 – 1840 – As mangas formam um balão, mas ao final da década já iniciam um ajuste. O início da era vitoriana traz a gola pelerine e o arredondamento das saias.

1840 – 1850 – Tempo de revoluções e progressos. As saias vão até o chão. Mas as mulheres não gostavam muito das saias longas. À noite elas utilizavam o decote no colo. Sinônimo de burguesia.

1850 – 1860 – O momento do volume das saias. Muitas anáguas foram usadas até a criação da crinolina. A diversidade dos tecidos, estampas e o glamour vitoriano faz surgir exagero no volume das saias e babados. No vestuário masculino apenas surge uma variação no corte dos casacos, afunilamento nas calças, cores sóbrias e escuras combinando com o papel do homem burguês.

1860 – 1870 – Começam aparecer algumas peças do vestuário masculino adaptadas ao vestuário feminino como o bolero. Os perfumes voltam a ser utilizados e o estilo floral se manifesta.

1870 – 1880 – Nesta época, a mulher se cobre cada vez mais de peças, joias e adornos para mostrar a riqueza do marido. Enquanto ele, se desprende dos enfeites e detalhes.

1880 – 1890 - Momento de consolidação plena da burguesia, desfrutando de todo capital acumulado.

1890 – 1900 – Começa a Belle Époque, conhecida como Anos Dourados nos Estados Unidos. A moda imitava a arte e ela se caracterizou pelo alongamento da silhueta feminina. Os vestidos foram ajustados acompanhando as curvas sinuosas do corpo. A sociedade viveu a transição dos rígidos valores vitorianos para o afrouxamento da moralidade.

1781



1791



1801



O Vestuário

O vestuário marcou grande presença no desenvolvimento da sociedade moderna, desde a época da Revolução Industrial, industrialização, produtividade, sociedade de consumo até possuir a abrangência do mercado mundial. O vestuário foi uma das primeiras produções que o ser humano sentiu necessidade, seguindo para objetos industriais e a informação. A moda não pára, ela é inquieta e acelerada, construindo variações absorvidas de imediato, diferindo do comportamento e das atitudes, que possuem suas variações de um modo mais lento e elaborado.

Diferentemente da moda, o costume liga-se as tradições do espaço, orgulha-se do país, prestigia e imita os ancestrais, assegura a permanência costumeira do coletivo coeso. A moda orgulha-se muito mais do seu tempo, e vive o zeitgeist, imita modelos presentes, nativos ou estrangeiros, concede superioridade ao novo, no mesmo tempo em que desqualifica o velho, possibilitando a ruptura, a permeabilidade, a disjunção do corpo social e a descontinuidade histórica. Dois grandes princípios regem a temporalidade da moda e evidenciam sua essência moderna: “amor pela mudança e influência determinante dos contemporâneos”.

Toda roupa transmite alguma mensagem a respeito da pessoa que está usando, do grupo pertencente e principalmente a ideia que a pessoa que está vestindo quer transmitir. Isso tudo diz respeito à semiótica e aos signos da moda, a maneira pela qual a pessoa quer ser vista pela sociedade em geral. A maneira de vestir-se pode realçar tanto a vida profissional quanto a vida pessoal. A roupa pode expressar seus sentimentos e personalidades, porém não define situações. As proporções físicas, o tecido e o estilo influenciam na reação das demais pessoas para conosco.

O grande ideal é vestir-se harmoniosamente com o corpo e as ideias, atribuídas ao bem estar. O ser humano precisa aceitar-se a sua maneira, adquirindo signos que o façam sentir-se bem, em alguns casos não fugindo demasiado de regras protocolares, no caso de utilizar roupas para trabalho.

O design e sua aplicação

O design é um ramo da atividade humana, que engloba uma série de especializações, entre as quais podem ser citadas; o design de produtos, a programação visual, o design de moda, e o design de interiores, entre outras.

Para compreender melhor a atividade de um designer é necessário observar ao passar do tempo, alguns movimentos que surgiram para incentivar a procura do homem por novas formas, e com isso descobrir novos materiais. Diante do mundo que começa a se mecanizar, o homem vai contribuir definitivamente para uma grande revolução estética e social, que é a das formas dos objetos que usamos no dia – a – dia. Elas passam a ser diferentes de um dado instante para o outro.

O design é uma ferramenta utilizada para a melhoria do padrão de qualidade dos objetos, podendo atribuir novas qualidades, novas formas e valores. Ele existe para possibilitar a inovação, e a criação de uma harmonia entre produto e objetivos atribuídos, com relação à beleza, funcionalidade ou ambas.

O termo design tem aparecido constantemente no nosso dia-a-dia, representando parte de um novo vocabulário. Muitas vezes pode significar algo novo que esteja aparecendo no mercado ou mesmo um novo estilo lançado por um novo mito, ou ainda aparece quando queremos nos referir a algo que esteja na moda.

A aplicação do design na moda consiste no aprimoramento das características de um objeto. A problemática traduz uma questão a ser solucionada, e o designer consiste em aplicar as soluções com maior coerência. Muito depende da funcionalidade e a estética, as demais características do produto, ou seja, para que o produto vai ser desenvolvido. A adequação ao ambiente e a necessidade do desenvolvimento, fazem parte da pesquisa do designer.

O termo designer de moda começa a ser reconhecido por empresas do mundo inteiro, diante de sua necessidade e funcionalidade no mercado de trabalho. Com uma visão muito além do que a pesquisa de tendência e o desenvolvimento, o designer de moda é voltado para a indústria, englobando uma sequência de valores e responsabilidades que segue até o produto no seu estágio final da moda, a sua extinção.

Atualmente o termo “designer de moda” já é reconhecido por empresas do mundo inteiro.



A moda Clássica

O clássico sempre teve seu espaço garantido na moda. São peças que atravessam as coleções, enfeitando as mulheres que primam pelo bom gosto. Ser clássica não é sinônimo de ser desatualizada; ao contrário, quem ama o estilo sabe a importância de acompanhar as tendências, adquirindo peças de qualidade. Atualizar o visual com as novidades das coleções também é outra característica das “clássicas”.

A segurança com a utilização da moda clássica é sem dúvida a garantia de sucesso para qualquer evento, mas isto não coloca em risco o fato de se buscar algo novo e casual.

A utilização das calças na mulher surge de tempos antigos e foi usada por muitos ícones da época.

As calças de pregas para senhoras, diretas e inspiradas nos fatos clássicos de homem, estão indissolavelmente ligadas ao nome de Marlene Dietrich. Esta atriz de estilo andrógono afirmava de si própria que sempre foi metade homem. Foi ela quem no início dos anos 30 tornou moderno a utilização de calças e casacos como indumentária feminina elegante. Marlene Dietrich era uma figura carismática, tanto no grande ecrã como na vida real, quando se apresentava vestida com o conjunto clássico de calças e blazer da mesma cor, ou de fraque e chapéu alto. Mais tarde substituída por calças mais justas, voltou a ser grande moda nos anos 80.

Nos anos 30, as mulheres que trabalham em escritórios começaram a usar saia e blusa. Usava-se saias juntas, ou então saias de pregas ou ligeiramente rodadas. Os tailleurs eram usados em qualquer ocasião durante o dia, principalmente de manhã.

Nos anos cinqüenta e sessenta, a *petite robe noire* alcança o seu auge. Só nessa altura Coco Chanel criou o seu *tailleur*, hoje considerado como a essência do estilo Chanel. Trata-se de um *tailleur* simples de tweed colorido ou tecido bouclé, com um casaco de linhas diretas, sem golas, guarnecido a toda volta com um galão, e fechado com correntes ou com botões dourados. Faz também parte do conjunto uma leve saia de quatro panos, um pouco abaixo do joelho. A ideia de Chanel era que este conjunto fosse adequado a todas as ocasiões. Coco Chanel abriu assim caminho a criadoras Jil Sander ou Donna Karan, que fiéis a esta idéia, nela basearam as suas coleções destinadas a mulheres modernas e trabalhadoras, Karl Lagerfeld, diretor artístico da casa Chanel, modernizou de forma decisiva esse *tailleur* clássico e já ligeiramente antiquado.

Nos anos 80 surge o momento em que a mulher expõe sua conquista no mercado e faz refletir na moda. As mulheres querem provar que podem ser tão competentes quanto os homens.

Dona Karan foi o sucesso internacional desses tempos. Lançou a moda dedicada à mulher ambiciosa e com uma vida profissional intensa, que não quer deixar de ser clássica e feminina. A utilização das calças largas, fluídas e transparentes, podendo ser utilizada para festas.

A sociedade de Consumo também é criticada pela descaracterização da relação entre o objeto consumido e a utilidade. O foco da compra deslocou-se: não é mais o utilitarismo, não é mais a necessidade, não é mais o objeto em si que determina a compra, mas seus estilos, suas novas e incessantes diferenças agregadas, seu signo social.

Para a mulher que ocupa posição de destaque, a roupa clássica é sempre a grande solução. Mas não confunda clássico com antigo: o estilo vale sempre, mas deve ser renovado e atualizado.

Mesmo a moda clássica das executivas acompanha as mudanças no comportamento. Com a valorização do corpo, as formas ajustadas trazem saias sensatas, na altura do joelho, e paletós mais acinturados.

As mulheres não querem mais parecer só um instrumento de trabalho, também querem ser desejadas e observadas.

O local de trabalho deve ser:

As cores claras são energéticas, mas as escuras tradicionalmente projetam uma aura de poder. Austeridade demais também pesa. Amenize, jogando acessórios ou desmembrando o tailleur com novas parcerias. Lembre-se: os acessórios e complementos podem ser arrojados, mas a peça principal deve ser comportada. Um bom paletó é indispensável. Pode ser usado sobre uma saia, calça ou vestido. Roupas mais entreteladas de linhas rígidas impõem autoridade. Ombros com enchimento assinalam que é capaz de assumir responsabilidades.

Se o seu trabalho permite, use e abuse das calças. Elas escondem e insinuam as pernas e, usadas com paletó e camisa aberta, são modernas e discretas.

O estereótipo criado há muitos anos em torno de homens e mulheres ainda está presente em certos momentos da vida e esteve em seu auge durante muitas décadas. As mulheres conquistam o mercado, cuidam da

casa, educam seus filhos e buscam o melhor para a família, enquanto muitos homens trabalham fora ou cuidam da casa, atribuindo apenas alguns afazeres. Mas os anos nem sempre foram assim. Nos tempos mais antigos as mulheres ainda eram muito submissas aos homens. Não estudavam, não trabalhavam e ainda jovens preparavam-se para o tão esperado casamento. Aprendiam a cozinhar, arrumar a casa, bordar, costurar e demais afazeres que as transformariam na perfeita dona de casa.

Com a sociedade em eterna transição, muitos acontecimentos obrigaram as mulheres a sair de casa para trabalhar, deixar seus lares e suas vidas confortáveis, para buscar o sustento da casa.

A segunda guerra chegou, levando vários maridos e pais de família para os campos de concentração. As mulheres esqueceram seus vestidos glamourosos e enfeitados, para pensar unicamente na praticidade. O racionamento de tecidos no país, obrigou os lançadores de tendências a buscarem praticidade e conforto, para essas mulheres que agora eram muito mais que donas de casa.

Durante toda a guerra, as mulheres viram-se sobre a pressão de ter boa aparência em todas as ocasiões, especialmente para os homens que retornavam da frente de batalha, e ao mesmo tempo, de cuidar da família e realizar trabalho de guerra, muitas vezes árduo e potencialmente perigoso.

Com o passar dos tempos, a sociedade sofreu transformações. A guerra chega ao fim, e a diversidade de materiais e modelos, encantaram as mulheres de várias décadas.

Nos anos 70 a tendência unissex traz os caftãs longos, macacões e calças boca de sino, que podiam ser usadas para ambos os sexos.

O movimento de libertação feminina tendia a ser antimoda, porém a mulher sentia-se mais feminina e mais persistente para buscar seu lugar a sociedade. Segundo Mendes e de La haye (2003, p.195): “Yves Saint Laurent adaptou as técnicas da alfaiataria masculina para criar conjuntos femininos com calças, altamente desejáveis...”.

As mulheres lutavam cada vez mais para entrar e adquirir cargos em ambientes de trabalho que antes eram apenas destinados aos homens. Não

se tinha muito tempo para cuidar das roupas e muito menos cuidar dos detalhes, a mulher da década de 70 precisava de algo prático e confortável. Com uma vida competitiva, as roupas femininas de trabalho apresentaram cortes masculinos em toda a década de 70 e 80. As roupas femininas ficaram no mesmo nível que a dos homens, juntamente com as roupas unissex. Desde os tempos da 1ª Guerra Mundial, as roupas masculinas cada vez mais refletem as tendências evidentes na Moda masculina, que muda com muita frequência.

Com o passar do tempo em que as mulheres ficaram mais independentes, utilizar terninhos tornou-se uma identidade também feminina. As mulheres tornaram-se mais independentes entrando em contato com seu lado masculino, tornando essa ideia uma difusão mundial. Nos anos de 1930, A romancista Francesa George Sand (pseudônimo de Lucile Aurore Marie Dupin) usava roupas de homem para protestar contra a desigualdade da mulher. Nos anos 10 e 20, as mulheres européias e norte americanas audaciosas, a maioria das quais estava associada ao movimento feminista ou a movimentos filosóficos e artísticos de vanguarda, deliciava-se em chocar a sociedade tradicional usando ternos, gravatas, chapéus e sapatos de homens. Sua intenção era óbvia: sacudir o status e declarar sua independência nos papéis de gênero rígido.

Só décadas mais tarde, nos anos 40, a sociedade como um todo começou a aceitar mulheres de calças compridas. Porém ainda havia restrições de onde usá-la. As mulheres não apareciam no trabalho ou na rua de calça comprida, embora pudessem usá-la para fazer jardinagem, ficar em casa, andar a cavalo e ir à praia, afirma o livro de Fischer - Mirkin (2001,p.28).

Celebridades como Marlene Dietrich, Katharine Hepburn, Rosalind Russel e Laurel Bacall ajudaram a ampliar a aceitação dos estilos de aparência masculina. Nos seus ternos chiques, másculos, elas emanavam uma segurança serena, e, no entanto, permaneciam sedutoras e femininas.

André Courrèges no ano de 1960, iniciou as calças compridas femininas. Ele acreditava que a mulher precisava da funcionalidade e do conforto das calças. Calças brancas tubulares eram a peça chave das coleções. A aceitação das mulheres que buscavam esse ideal cresceu, incentivando outros estilistas a entrar no mercado com essa ideia como

Cerruti que lançou ternos para homens e mulheres, e Yves Saint Laurent que inventou o smoking para as mulheres. Giorgio Armani fez muito sucesso com roupas inspiradas nos modelos masculinos.

De acordo com Fischer – Mirkin (2001,p.80), de modo diverso de uma mulher impecavelmente vestida num terno masculino de três peças, a que se veste de andrógino não procura imitar a moda masculina; a transcende. O apelo da androgenia se ramifica em três:

Tem uma característica divertida, sem idade, que faz a usuária parecer mais jovem.

Liberta a necessidade de satisfazer o ideal feminino ou competir com a imagem masculina. Ela assim parece relaxada e confortável.

Projeta um erotismo inocente, baseada na ambiguidade misteriosa da sexualidade da usuária.

A forma clara de androginia representada por calças clássicas, camisas e suéteres do tipo que se encontra na Gap ou J. A mulher que usa essas roupas transmite que tem menos expectativas e exigências em relação às pessoas e é menos provável que julgue os outros de acordo com estereótipos sexuais. Ela põe de lado noções preconceituosas do que significa ser uma mulher ou um homem e avalia as pessoas pelo que são, em vez do que aparentam.

Código de Vestir

Encontrar um equilíbrio entre adaptar-se e revelar suas qualidades únicas é o conceito seguido por mulheres vencedoras. O vestir-se bem é extremamente importante para uma carreira de sucesso, porém isso não significa que ela precise esquecer seus gostos para usar o que está nos livros de etiqueta e nos protocolos empresariais. Tudo é uma questão de bom senso e criatividade.

Quando as mulheres conquistam seu espaço no mercado, adquirindo um cargo mais elevado, elas sentem-se mais livres para se vestirem como gostam e como se sentem bem. Elas possuem um estilo mais pessoal e acabam criando seu próprio uniforme. Sem muito tempo para as rápidas novidades da moda, elas definem seus gostos com peças que lhes caem bem, e ao mesmo tempo sigam alguma tendência. Apesar da aparência

masculina ter grande espaço na conquista das mulheres no mercado de trabalho, as mulheres buscaram outros conceitos com o passar dos anos.

Antes usava-se calças para conquistar grandes cargos e o respeito e admiração do mercado, porém hoje, a mulher prova que não precisa mais se parecer com os homens para alcançar seu espaço. Ela provou que pode comandar qualquer empresa usando vestidos e cabelos soltos. A volta da feminilidade da mulher é uma grande tendência da atualidade retratada na volta dos vestidos e das românticas.

Hoje as mulheres possuem mais liberdade para determinar como querem ser vistas no trabalho. Apesar da segurança de muitas mulheres em relação à escolha do seu uniforme de trabalho, ainda existe uma parcela de mulheres que se sentem mais seguras aderindo às regras rigorosas do tradicional vestir-se para trabalhar.

De acordo com Toby Fischer – Mirkin, (2001,p.80), ficou provado que as mulheres que se vestem de maneira criativa estão mais abertas a novas ideias que as que se vestem de maneira conservadora. Num estudo de John Summers, mais de mil mulheres foram interrogadas sobre suas vidas, detalhes de suas personalidades e atitudes, com que frequência elas falavam de moda e se as outras pessoas pediam suas opiniões em relação à roupa. Ficou claro que aquelas com um sentido individualizado da moda eram também muito educadas, extrovertidas e possuíam autoestima. Além disso, concluiu-se que as inovadoras na moda eram bem amadas, emocionalmente estáveis e confiantes. Vestir-se bem de maneira independente significa que a mulher está bastante segura de si para formar as próprias opiniões e estar aberto às ideias dos outros.

O Eterno Terninho

Desde a sua criação, os terninhos nunca mais saíram da moda. Tanto como uniforme de trabalho como roupa para passeio, o terninho assume várias padronagens e estilos, novos tecidos e cores. O site www.terra.com.br/moda, mostra um pouco da história dessa peça elegante, clássica que está sofrendo mudanças, e adaptando-se a novas ideias e novas necessidades do público-alvo.

Ele foi inspirado em uniformes militares. Passadas mais de cinco décadas desde sua criação, o terninho já não tem mais a cara de peça adaptada-do-vestuário-masculino. Hoje ele expira feminilidade em padronagens delicadas e em cortes que valorizam as formas da mulher. "Sem dúvida é uma peça versátil e prática. Torná-la cada vez mais um artigo de moda, porém, é uma busca recorrente", comenta a consultora de moda do Senac São Paulo Denise Moraes.

Se nos anos 30, quando a diva do cinema Marlene Dietrich inaugurou a nova moda os terninhos femininos não eram propriamente femininos, as décadas seguintes trataram de corrigir esse equívoco.

Foi a partir dos anos 60 que eles surgiram como coringa no guarda-roupa da mulher. Tal "milagre" ficou a cargo da estilista Coco Chanel, que tirou o excesso de tecido da peça, tornando-a mais sequinha, curtinha e acinturada. A mudança agradou as mulheres, que passaram a usá-lo de forma despretensiosa e divertida nos anos 70 (abusando de pantalonas e cintos largos), como uniforme de trabalho nos anos 80 (a ditadura dos "neutros", com cortes mais retos), e democrática nos anos 90 (a década em que o terninho saiu do ambiente de trabalho e chegou ao happy hour).

Os anos 80 foram a década dos grandes contrastes: um mundo do faz de conta e do supérfluo, mas simultaneamente um palco para numerosos produtos novos e para tendências criativas. Giogio Armani foi um dos grandes responsáveis pelo êxito da Moda Italiana nessa década. Com tecidos de aspecto amarrotado, mas elegante, Armani criou um estilo de genial simplicidade, que esbatia as diferenças entre o masculino e o feminino: a mulher Armani usava algumas peças de roupa que eram até então exclusivamente masculinas, como por exemplo o blazer, enquanto que na moda destinada aos homens havia uma maior escolha de cores e feitios. Mas o cartão de visita da casa Armani é sem dúvida, o clássico fato completo, que marcou tanto a moda feminina como a masculina.

Agora é a vez dos terninhos "desconjugados". Lição número um: a calça não precisa mais acompanhar a padronagem do blazer, que volta a ser curtinho - na altura do bumbum -, sequinho e com um ou dois botões.

"Por muito tempo existiu um consenso de que terninhos precisavam compor um look combinado. O que se vê agora é a aposta em padronagens

diferentes", conta Morais. Esse afrouxamento de regra na cartilha da moda pode evitar até desastres em composições. "Um terninho de tweed é lindo e muito elegante. Mas não fica legal usar calça e blazer com essa mesma padronagem. O look torna-se cansativo e burocrático, quase 'jeca'", aposta ela, que sugere a troca por uma calça com corte de alfaiataria em tonalidade semelhante ou até mesmo um jeans.

Para os terninhos lisos - as cores da vez são os rosés e os vinhos - valem as mesmas regras. E para dar uma graça no look, troque as flores na lapela (sensação do inverno passado) por um broche de pedraria falsa. "Até os botões seguirão essa linha de bijuteria", indica Morais, que elegeu também os tecidos da temporada. "Os terninhos ganharam corpo nessa estação. O veludo cotelê vem com tudo."

Décadas de moda

1900 a 1910 – A moda sai da era vitoriana caracterizada pelo uso do espartilho para um novo conceito na busca pela praticidade e conforto. Os trajes masculinos não dispensam o chapéu, sobre-casaca, fraque e uma variedade de sapatos. A Belle Époque com toda a sua efervescência foi considerada uma era de ouro da beleza e inovação. Em meados da primeiradécada de 1900, Paul Poiret, revoluciona a moda deslocando acinturapara baixodosseios, desapertando a silhueta formal e eliminando o espartilho, trazendo assim um novo conceito de moda pautado no conforto e no luxo dostecidosleves.

1920 - A estilista Gabrielle Chanel surge com seus ideais de mulher moderna, com ternos e elegância em suas criações. Uma marca eternizada no mundo da moda. Os vestidos femininos de uso diário dos anos 20 variavam entre altura do tornozelo e a batata da perna.

Com o conceito de praticidade e conforto em alta, as pessoas menos favorecidas já podiam confeccionar suas roupas. Muitas mulheres aprenderam a costurar e produziam seus próprios looks. Os vestidos de corte reto foram o sucesso do momento. Com as pernas a mostra, as meias ganharam destaque e foram se popularizando. Os cabelos eram curtinhos, lisos, evidenciando as formas da cabeça. Os homens também abandonaram o excesso e as roupas estritamente formais.

1930 – Momento em que o mundo sentiu a queda da bolsa de valores de Nova York em 1929. Empresas faliram e a moda foi se tornando menos ousada. A moda era mais sombria e mais sofisticada. As curvas femininas voltaram a ser valorizadas. Os cabelos ficaram longos e penteados em ondas. As saias iam até o tornozelo e os vestidos eram justos e retos. As peças ganharam uma nova modelagem, o corte enviesado godê ou apenas godê. Pela primeira vez foram expostas as formas das nádegas. O suéter passou a ser usado no cotidiano e surgiram também os conjuntos, que podiam ser combinados: saias, casacos e vestidos. As luvas se tornaram acessórios do momento. Foram lançadas as sapatilhas, saltos, tamanho médio e sapatos bicolores.

Surgem então como lançadoras de tendências as atrizes de Hollywood. Com a depressão, as pessoas buscavam no cinema uma forma de enfrentar as dificuldades e seguir com a nova situação. Nomes como Marlene Dietrich, Mae West, Katharine Hepburn, Jean Harlow e Greta Garbo tornaram-se as grandes estrelas. Coco Chanel, Madeleine Vionnet, Elsa Schiaparelli e Jeanne Lanvin eram as famosas estilistas da época.

1940 – Por conta da guerra, as regras de racionamento tornaram-se cada vez maiores, e até a quantidade de tecido era limitada. As mulheres tiveram que reciclar o seu guarda-roupa e buscar a criatividade em materiais alternativos para obter novas peças. Muitas maisons fecharam em Paris e a moda passou a ter influências da América. As mulheres foram obrigadas a trabalhar. As roupas passaram a ter um caráter utilitário com o objetivo de serem práticas e confortáveis para o trabalho inspiradas nas fardas militares. O conjunto saia-casaco se tornou o mais usado na época. Cinturas finas, saias com pregas finais, chapéus e luvas além de blusas justas e a forma do ombro quadrada ganharam as ruas. As saias voltaram a encurtar e os calçados eram masculinizados e de couro brilhante. Os colantes foram substituídos por meias tipo soquete. Os cabelos eram longos e presos por grampos. Com o racionamento do uso do náilon, que eram usados para a fabricação de paraquedas, as mulheres passaram a pintar linhas nas pernas com lápis para criar a ilusão do uso da meia calça.

Com o fim da guerra, o luxo e a elegância voltaram com tudo. O corte masculino foi abandonado e a valorização a feminilidade intensificou-se. Em 1947, Dior lançou a coleção chamada “New Look”, com saia de cintura fina e

blusas estruturadas, sapatos altos, luvas e chapéu. As curvas femininas eram valorizadas. A coleção marcou a volta da alta costura. No fim da década, o prêt-à-porter, trazido dos Estados Unidos, começa a competir no mercado com a alta-costura.

Com o isolamento de Paris, os americanos passaram a inventar sua própria moda. Criaram conjuntos de peças onde podiam ser combinadas com demais roupas, criando assim o sportswear americano. Com isso, o ready-to-wear, depois chamado de "prêt-à-porter" pelos franceses, se transformou numa forma prática, moderna e elegante de se vestir. Com a escassez do náilon para a fabricação da meia calça, as mulheres pintavam as pernas

1950 – A década de 50 é conhecida como Anos Dourados. É marcada pela sensualidade e pela época juvenil com muito Rock and roll. Os vestidos e as saias eram longos, que arrastavam no chão. Eram com babados e rodados, e especialmente acinturados. Os vestidos curtos também estavam em alta, eram rodados e com cores fortes. Suéter, jeans, cigarrate e saias rodada eram usados pela juventude. Luvas de couro, renda e seda faziam parte do look.

Os modelitos de Dior foram sendo substituídos pelas criações de Coco Chanel com saia-line e trança-aparado, casaco estilo jaqueta. Surge uma linha de saias godê para serem usadas com blusas diversas. Peças de tricô também se tornaram comuns no guarda-roupa. Surge a bainha sereia e as adolescentes já iniciam o uso da calça comprida. O estilo “dona de casa” era o objetivo principal da mulher pós guerra, que teria que cuidar do marido e da casa. A silhueta ampulheta foi valorizada. Nesta época surge também o consumo da lingerie. As peles eram consideradas símbolo de status.

As atrizes Grace Kelly e Audrey Hepburn eram símbolos de beleza pelo estilo sensual e jovialidade assim como atrizes Rita Hayworth e Ava Gardner. Em busca de algo mais jovial na moda, os adolescentes criaram a moda colegial, inspirada no sportwear. As moças usavam, além das saias rodadas, calças cigarrate até os tornozelos, sapatos baixos, suéter e jeans. As meninas usavam cabelos longos e retos, as adolescentes usavam rabo de cavalo, e as mulheres adultas usavam curto, ondulado ou crespo.

1960 – A década de 60 foi marcada por transformações no mundo da moda. O ídolo do Rock Elvis Presley lança a tendência do uso de jaquetas de couro, topete e jeans. As moças começavam abandonar as saias rodada pelas calças cigarrate, em busca da liberdade.

A chamada “geração beat”, começava a se opor à sociedade de consumo vigente. A partir daí a transformação na moda seria radical. Era o fim da moda única e o vestir se baseava cada vez mais ao comportamento das pessoas.

Na moda, a grande vedete dos anos 60 foi, sem dúvida, a minissaia. A inglesa Mary Quant divide com o francês André Courrèges sua criação. Entretanto, nas palavras da própria Mary Quant: "A ideia da minissaia não é minha, nem de Courrèges. Foi a rua que a inventou". Não há dúvidas de que passou a existir, a partir de meados da década, uma grande influência da moda das ruas nos trabalhos dos estilistas. Mesmo as ideias inovadoras de Yves Saint Laurent com a criação de japonas e sahariennes [estilo safári], foram atualizações das tendências que já eram usadas nas ruas de Londres ou Paris. O sucesso de Quant abriu caminho para outros jovens estilistas, como Ossie Clark, Jean Muir e Zandra Rhodes. Na América, Bill Blass, Anne Klein e Oscar de la Renta, entre outros, tinham seu próprio estilo, variando do psicodélico [que se inspirava em elementos da art nouveau, do oriente, do Egito antigo ou até mesmo nas viagens que as drogas proporcionavam] ou geométrico e o romântico.

Os jovens passaram a ter uma moda com a cara deles e de seu comportamento, não mais a moda de seus pais. Surgiram variedades nas estampas, cores e fibras. As fibras sintéticas se popularizaram e passaram a se misturar as naturais.

Surge então uma modelo magra, com cabelo curto e cílios inferiores pintados com delineador. Twiggy se tornou um ícone da moda dos anos 60 e definiu até os dias atuais o chamado padrão de beleza.

A moda masculina foi influenciada pelos Beatles, com paletós sem colarinho de Pierre Cardin e o cabelo de franjão. Os mods, com paletó cintado, gravatas largas e botinas. A gola rolê fez sucesso no guarda-roupa masculino.

O avanço da tecnologia e as conquistas espaciais influenciaram a sociedade e a moda, assim como o movimento artístico art pop. Nesta mesma época surge o movimento da contracultura, onde os jovens buscavam uma vida underground, à margem do sistema oficial. A moda era cabelos longos, roupas coloridas, misticismo oriental, música e drogas. Os jovens foram às ruas protestar e a mulher conquistou o espaço na sociedade. Os jovens buscavam a liberdade e um estilo próprio.

1970 – A moda dos anos 70 foi marcada pela rebeldia dos jovens, a liberdade da mulher e as experimentações de materiais, cores, formas e texturas. A era Hippie-chic ganhou espaço com as estampas multicoloridas, e tecidos de estilo cashmere das roupas indianas. A minissaia saiu de cena no início da década, e a calça de boca de sino e o sapato plataforma passaram a fazer parte do guarda-roupa dos jovens. Surge a onda glitter com características futurista, andrógina, metálica e espacial sintetizada na figura do roqueiro David Bowie. As mulheres tinham os cabelos desalinhados, saias longas ou curtíssimas com inspiração indiana, batas e estampas florais ou multicoloridas. A década traz a mistura do rock, da era paz e amor e do disco, onde as meias de lurex e o top fizeram sucesso nas pistas das discotecas. O movimento punk surge em seguida para questionar os valores impostos pela sociedade.

De acordo com Mayer (Almanaque especial Moda <http://almanaque.folha.uol.com.br/clip.htm>), até hoje, a década é uma referência para os criadores de moda, que se inspiram nas múltiplas tendências dos anos 70: hippie, glitter, disco, punk e até a moda engajada, que, ironicamente, chegou a adotar o estilo militar nas roupas. Por isso, para o Brasil pelo menos, talvez os anos 70 não tenham terminado em 1979, mas um pouco depois, com a luta pela abertura política, com a luta pelas "Diretas Já" em 1984, com o amadurecimento de uma produção cultural de peso no cinema, na música, na televisão, ou até mesmo, em 1982, com a derrota da Seleção Brasileira na Copa, doze anos depois da conquista do tri.

As mulheres usavam os cabelos desalinhados, saias longas ou curtíssimas com inspiração indiana, batas e estampas florais ou multicoloridas.

1980 – A década de 80 foi marcada pela onda das academias de ginástica. Iniciou-se a utilização da lycra, sapatilha e a polaina. As roupas eram excêntricas e exageradas, com cores cítricas, estampas de animais e, sobretudo, muito alegres. Os jovens buscavam as tinturas com cores exóticas nas roupas. Apesar da adesão à moda futurista, alguns estilistas como Giorgio Armani mantiveram suas criações com os cortes sóbrios e estilo clássico. Os cortes assimétricos com franja repicada eram o sucesso da década. O uso do topete com muito gel fazia parte dos looks.

O culto ao corpo tomou conta da geração dos anos 80. As pessoas queriam fazer parte do dia a dia da academia, e fazer parte de aulas de dança. Este novo comportamento originou na utilização de peças como collants, polainas, tênis, o moletom e a lycra. O All Star conquistou os jovens pela praticidade, simplicidade e diversidade de cores e estampas. A sandália de plástico Melissa também surge nesta época com suas cores vibrantes e alegres. Na maquiagem e acessórios, tudo era colorido e extravagante. Sombras fortes, batom com cores vivas, e muito acrílico, plástico e cintilante. Nesta época o jeans ganhou status, voltam à tona o glamour e o excesso de brilho nos vestidos da noite.

1990 – A moda dos anos 90 traz estampas geométricas, minimalismo e muito exagero. As peças como casacos coloridos, camisas coloridas, jeans desbotado, os bonés de aba reta, acessório anteriormente exclusivo do estilo hip-hop, cada vez mais se tornaram populares. Os macacões também fizeram parte do cenário. Os sapatos no estilo casual-descolado e os tênis de cano alto fizeram alegria dos jovens. Os piercings e tatuagens se tornaram mais comuns. Nesta época não existe mais a moda universal. Através da personalidade da pessoa é que ela vai definir o que vai usar.

A moda da década de 90 foi marcada pelo surgimento de um dos mais importantes eventos de moda do Brasil o Morumbi Fashion Brasil, que a partir de 2001 transformou-se em São Paulo Fashion Week. As maiores marcas do Brasil mostram suas criações a cada seis meses.

O movimento grunge representado por camisas de flanela, meias coloridas, jeans rasgado e tênis All Star eram uniforme para muitos jovens. No cenário mundial surge a modelo Kate Moss, exemplo de beleza, com sua imagem franzida e magrela. A moda segue o caminho da busca pelo estilo

próprio, uma mistura de étnico, fetichista, religioso, clubber e vários outros estilos. Calças jeans até a cintura e cortes retos marcaram os anos 90

2000 até os dias atuais – A partir do ano 2000 a moda se torna cada vez mais individual e as pessoas buscam se identificar com os estilos que a sua personalidade pertence. Ela torna-se mais simplificada e os jovens se tornam formadores de opinião. As botas de plataforma voltam a reinar, o All Star se renova com estampas, cores e texturas e as mulheres começam a alisar os cabelos. Algumas pessoas seguem as tendências enquanto outras apenas deixam-se levar pelo gosto, estilo ou o modismo. As botas de cano alto, as calças rasgadas, as estampas de animais, as blusas de um ombro só, roupas esportivas, estampas e bordados na moda masculina, e uma infinidade de peças entram e saem das passarelas. O Brasil começa a observar a riqueza, o comportamento e o estilo de vida de seu povo e inicia a criação da moda brasileira.