

Moda e Estilos de Vida

J. Roberto Whitaker Penteado

Moda é um tipo de epidemia provocada. - Bernard Shaw

Um erro não vira acerto só por tornar-se moda. - Chesterton

Em que pesem as ácidas citações destes dois britânicos ranzinzas e brilhantes, moda e estilos de vida são aspectos de um mesmo fenômeno que merecem muita atenção não só por parte dos profissionais de P&M, mas também de qualquer pessoa cujo trabalho tenha a ver com as oscilações do mercado (leia-se: todos nós).

Falo do tema da Revista da ESPM (cuja última edição do ano acaba de sair e está circulando). Os leitores devem ter notado que trago habitualmente para este espaço os assuntos da revista. Tenho duas boas razões para isso: uma, sou o editor; outra, que – ao “fechar” a edição – estou com tanta informação nova, que ela transborda para outros espaços...*

Uma explicação didática sobre as diferenças e semelhanças entre moda e estilo de vida, por exemplo, poderá ser encontrada no artigo da prof^a Livia Barbosa. São conceitos complementares que remetem um ao outro na discussão contemporânea sobre a sociedade de consumo. O colega Nelson Cadena – que escreve para este caderno e é um grande especialista sobre as Histórias da propaganda e do marketing brasileiros – assina Do Templo da Moda ao Fashion Week – mostrando como a evolução do marketing da moda no Brasil acompanhou a do varejo, nascendo ao final do século 19, com o surgimento dos empórios e magazines inspirados nos modelos franceses, como, por exemplo, o Parc Royal, do Rio – hoje quase totalmente esquecido. Na propaganda, a moda produziu peças clássicas, como o comercial do Primeiro Sutiã, que inspirou o livro de depoimentos, organizado por Washington Olivetto – recentemente lançado. O próprio W.O. assina uma matéria instigante, propondo que a publicidade de moda é um segmento sui generis, na medida em que tende a posicionar-se numa zona intermediária entre a transmissão de um conteúdo e a livre experimentação artística.

A professora Cecília Mattoso, da ESPM/Rio, expõe a tese curiosa de que mesmo as pessoas que acham que não têm nada a ver com moda também estão envolvidas na trama e que a identidade pode ser – pelo menos em parte – formada pela moda. Esta, valorizada pelos grupos de referência e líderes de opinião, pode fornecer o visto no passaporte para uma identidade desejada...

De especial significado para mim – que encomendei a matéria – é o depoimento-reportagem do cacique Marcos Terena sobre o que podem representar moda e estilos de vida para quatro jovens indígenas, de etnias distintas, que são protagonistas de um dilema entre modismos e interculturalidade, afetando comportamentos que vão do uso do celular, influências musicais, o jeito de vestir-se e o relacionamento com outras pessoas, “brancos” em particular...

Para encerrar, a pergunta do prof. F. Gracioso, no editorial: é o estilo de vida que determina a moda ou é a moda que influi no estilo de vida?

* Para não parecer que se trata apenas de propaganda, um exemplar desta revista será enviado a quem o solicitar pelo e-mail revista@espm.br

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=30&ID=494>>. Acesso em: 23 jul. 2009.