



Moda: a base do Consumismo

Bruno César Feza Rodrigues
Julia Soares Jardine
Vanessa da Silva Lino
Colégio Mãe de Deus – T. 302

“Quando começou a comprar almas, o diabo inventou a sociedade de consumo.”
(Millor Fernandes)

Resumo: A moda tornou-se o principal meio para impor e sustentar o consumismo, por isso mantém-se sempre em constante mudança. O homem se vê forçado a consumir cada vez mais para alimentar suas ‘necessidades’, estas que são impostas subliminarmente pela sociedade de consumo. Em vários parâmetros há sinais dos reflexos dessas atitudes, como deixar de lado necessidades fundamentais (educação, saúde, etc.) até mesmo a própria individualidade de cada ser humano que se reduz ao sinônimo de ‘massa’ aos olhos do consumismo.

Palavras-chave: *Consumismo – Moda – Influência*

Introdução

O consumo é o ato de adquirir e usufruir de bens de serviços e capital, sem que tal ato traga consequências para si e para a sociedade. Contrapondo-se ao consumo, o consumismo surgiu simultaneamente ao capitalismo com a finalidade de fazer esse sistema vingar. Como seres humanos, temos a necessidade de consumir, precisamos de energia então consumimos alimento, precisamos nos vestir então consumimos roupas, precisamos nos locomover então consumimos meios de transporte; estamos sempre consumindo.

Até esse ponto, tudo normal. Consumo faz bem, é necessário, move o capital, o sistema funciona e todos saem felizes. Como não se trata de um conto de fadas, voltemos à realidade: as grandes empresas capitalistas viram que seu plano de enriquecer estava dando certo e como dinheiro nunca é pouco, decidiram que só consumir não era mais o suficiente; passamos a ser consumidos.

A gênese do consumo e suas consequências

A lógica do consumo acaba e entra no seu lugar o consumismo, que é o ato de consumir qualquer coisa sem saber as suas consequências, ou simplesmente não ligar para tais. Esse ato nos acompanha e vem tomando proporções cada vez maiores. Ter o melhor mostra quem é o mais forte. Este conceito está presente também nos animais onde o melhor é sempre quem tem as melhores coisas ou até mesmo aparência. Os humanos se diferem dos



animais pela capacidade de pensar, porém tendo o dinheiro na frente, o ser humano passa a ser irracional, consumindo desmedidamente.

Antigamente o consumo era mais restrito e não afetava tão bruscamente o meio ambiente, pois não havia tantos produtos no mercado. Hoje tudo mudou a ponto de um país ter bombas, que se lançadas destruiriam todo o planeta. Alguns países já estão cientes das consequências desse consumismo desenfreado na Terra, mas outros, mesmo sabendo, se negam a tomar qualquer iniciativa, mostrando sua ignorância frente a esse assunto que atormenta a humanidade. Um exemplo de país é os Estados Unidos da América, que mesmo sendo o maior emissor de gases poluentes que causam o efeito estufa, nega-se a fazer algo para acabar com isso, pois não pode 'prejudicar' sua economia.

O comércio mais amplo e que está sempre em movimento é o da moda. Desde que haja algo para vestir, sempre vai existir a moda e o lucro que ela gera. As roupas hoje não mostram quem somos e sim o que somos: marionetes de consumismo e escravos da moda. Compramos as roupas para desfilas as marcas e não para esconder partes íntimas do corpo, o problema é que não ganhamos nada para fazer essa propaganda, pelo contrário, pagamos e muito caro. Competimos qual roupa foi mais cara, qual marca está mais na moda. Vemos pessoas gastarem o que tem e o que não tem naquela roupa, apenas para entrar naquele grupo de pessoas e usar a roupa uma vez, pois no mês seguinte, aquilo já terá saído de moda.

Mas moda não se trata apenas das roupas que vestimos, e sim de tudo aquilo que é vendido para ser usado poucas vezes e depois ser descartado. Hoje posso comprar o melhor celular que existe, amanhã o meu celular que outrora era o melhor, já não serve mais, pois não tem aquela característica nova e insignificante.

Aqueles que estão à frente das indústrias são mais espertos do que imaginamos. Conseguem mexer com nosso psicológico tão bem a ponto de baixar nossa auto-estima, de nos fazer querer ser iguais aos atores e atrizes que vemos na TV. Eles sabem exatamente o que fazer. É por isso que a moda move o consumismo. Primeiro porque o mercado que mais cresce, segundo porque atinge toda a população, mesmo os mais pobres, terceiro porque queremos seguir a moda, não importa de que tipo seja.

Somos o que somos por tendência ou influência?

Tendência é tudo aquilo que propende a ser natural, ou seja, por escolha que envolve nossa personalidade; influência é uma ação que uma pessoa ou coisa exerce sobre a outra: então a pergunta é: somos o que somos por tendência ou influência?

Vivemos intrínsecos ao capitalismo e isso se mostra um teste diário para manter-se sóbrio de tudo aquilo que é lançado de todos os lados, a todo minuto e de todas as maneiras viáveis em nossa direção. Para todo esse bombardeio, existe apenas uma simples explicação: a sociedade quer que sigamos "padrões" de vida, que ela mesma instituiu: quer que deixemos de ser humanos para tornarmos-nos robôs acéfalos da moda.

A "moda" nada mais é do que todas as influências que estão tomando conta do planeta: elas podem ser a mídia, escolas, empregos, mas a pior delas somos nós mesmos.

O consumismo atual reflete o espírito do nosso tempo: as coisas são feitas para acabarem, independente da classe social; as fábricas precisam produzir, pessoas precisam



comprar e por isso, produtos não podem durar gerações. É necessário que fiquemos 24h desfilando a moda para os outros e vendo-a passar diante dos nossos olhos.

Nosso tempo é de movimento, ou seja, é algo também um pouco metafísico, onde profissionais são feitos para terem inúmeras habilidades, para serem flexíveis e se adaptar às inúmeras mudanças, e isso invade essencialmente nossos hábitos. Desde o novo sabão em pó, roupas importadas, celulares ultramodernos até a maneira com que se transmite um noticiário, implicitamente, estão nos provocando tentações, nos influenciando a fazer ou pensar algo.

Descompromisso com a personalidade

Na idade contemporânea várias promessas são feitas, e muitas vezes são cumpridas, mas são importa, o relevante é a emoção da descoberta e não da chegada. Essa nova “moda”, essa “new wave” ultrapassa as relações materiais e vai até a esfera pessoal: não se trata de amar uma pessoa, mas sim de conquistá-la, pois depois, perde a graça.

Como diz o provérbio turco, aquele que bebe a conta, fica bêbado em dobro. Assim é a Era Consumista, bem mais que um carnaval, ou até mesmo que uma guerra, pois é capaz de causar mais barulho do que esses eventos. Sons que ecoam nos tambores vazios de uma cultura que estamos venerando: a histeria compradora. Queimamos as fronteiras da física, pois até o limitado pode ser ponderado; queimamos nossas raízes biológicas, quando tornamos tudo destrutível. Curiosos inatos, cavamos um buraco que pensamos ser interminável, quando na verdade não é; previsões são feitas, mas como os pais costumam dizer aos filhos: “só se aprende errando”.

Estamos sendo polidos como moedas: consumo? Consumismo? Tudo vem do mesmo pote, o capitalismo. De um lado, enquanto comparamos o que “precisamos” deixamos mais pobres aqueles que já não tem nada. Influência é tudo, pois toma conta de todas as tendências.

Vivemos sendo julgados, onde se confunde qualidades com quantidade, gordura com boa alimentação, estética com beleza, não faz mais diferença percebermos isso ou não, estamos infectados.

Quando nos olhamos no espelho e procuramos fugir desse mar prestigioso de futilidades, com nossos corações na mão, corrompidos, acordaremos no fundo do poço que cavamos antes, como bêbado que desperta no meio da rua, apenas com a roupa no corpo e os sapatos sujos para pagar suas dívidas. O medo tomará conta do nosso ser, em todas as ínfimas partes, pois já não há alguns que o sentem, quase imperceptivelmente, e tentaremos subir desesperadamente, escalando, derrubando uns aos outros para garantirmos o nosso lugar no alto, a margem que está só na nossa imaginação, pois lá também não resta nada.



Considerações Finais

Agora, depois de lermos diversas coisas sobre o tema, nos perguntamos: o que diria Getúlio Vargas dessa nova Ditadura consumista? Garantimos que inveja ele teria; ou pena: estamos caindo na escuridão, vivendo para consertar as coisas, e esquecendo-nos de que muitas delas não há como mudar. Pedimos à mídia que transmita a nossa notícia: estamos entrando em extinção.

Espera-se pelo dia que deixaremos de ser moda, para sermos individualistas – não egoístas. Somos nós os comandantes da nossa própria vida, portanto não sejamos consumistas, muito menos consumidos. Sejamos pessoas interadas em todas as novidades do mundo, mas sem extrapolar, não deixemos a moda nos possuir, nós é que devemos possuí-la.

Ao longo do tempo, também passamos a deixar tudo de lado para só nos importarmos com as novas tendências. Não se investe mais em educação, há idosos que não sabem ler; não se investe mais em saúde, há crianças morrendo de fome, sem nem ter uma fila de hospital pra esperar, enfim, toda verba que poderia ser gasta para melhorar os nossos alicerces humanos, é gasto para esquecermos nossas próprias vidas e a vemos passar sentados na poltrona em frente à televisão. E tudo por diversão.

Corrompidos fomos nós, que nos deixamos inebriar pelas descobertas, e hoje somos enjaulados dentro de vitrines, somos amigos de bonecos, e esquecemos de nós mesmos; somos nós tão certos disso, que muitas vezes nos cegamos a ponto de não reconhecer nosso próprio semelhante, estamos desfigurados, deturpados pelos nossos preconceitos que hoje já são denominados preceitos: **tudo isso porque hoje a moda é ser capitalista.**

Referências

BUENO, Chris. A insustentável sociedade de consumo. **Com Ciência**: Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, São Paulo, n. 99, p.1-3, 10 jun. 2008. Mensal. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/index.php?section=8&edicao=36&id=429>>. Acesso em: 03 mar. 2010.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. 201 p. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=15__7hPkpIEC&printsec=frontcover&dq=Cultura+de+consumo+e+p%C3%B3s-modernismo&hl=pt-BR&ei=zp-HTP2PCcGC8gbWyrDoAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC0Q6AEwAA>. Acesso em: 05 abr. 2010.



LIMA, Gustavo F. da Costa. Consciência Ecológica: emergência, obstáculos e desafios. **Política e Trabalho**, Paraná, p.139-154, 05 set. 1998. Semestral. Disponível em: <<http://www.cefetsp.br/edu/eso/ecologiacritica.html>>. Acesso em: 03 mar. 2010.

MARTINS, João José. **O Consumismo e o Meio Ambiente**. Grupo Escolar. Disponível em: <http://www.grupoescolar.com/materia/o_consumismo_e_o_meio_ambiente.html>. Acesso em: 05 maio 2010.

SOUSA, Rainer. **Origem do Capitalismo**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/historiag/origem-capitalismo.htm>>. Acesso em: 05 maio 2010.