

4

Palavra é a roupa que vestimos

“Meu design gráfico eu aplico nas minhas roupas e, aí, a mídia deixa de ser o papel e passa a ser o tecido.” (P, 22 anos)

Na cultura atual, chamada no presente trabalho de “cultura das sensações”, as palavras tornaram-se supérfluas. As imagens ocuparam seu lugar no social. Nossos livros têm sido substituídos por telas e nossos diálogos por olhares. Atualmente falamos com nossos olhos e não com nossas bocas.

Trocaram nossos sentidos? Talvez. Dessa forma, se faz bastante pertinente na cultura de nossos tempos o ditado popular que diz *“uma imagem vale mais que mil palavras”, que pode ser dito também de outra forma: “Uma imagem fala mais que mil palavras”.*

Podemos então supor que nossa existência hoje seja meramente ser visto. E não haveria no universo dessa pesquisa objeto mais significativo que os tão adornados *Clubbers e Ravers*, para demonstrar, como os adornos corporais hoje têm a função de comunicar valores.

“E acho que isto de repente é uma necessidade tão urgente que não adianta que o cara escreva, não adianta só o texto Dele, pois ele quer deixar isto claro nele mesmo. Enquanto ele não for, não representar tudo que pensa... Não adianta.” (AT, 25 anos)

Na contemporaneidade, reina a forma moda. Muitas vezes, temos a impressão que os princípios sociais reguladores de antigamente foram dissolvidos. Talvez não, talvez essa forma moda tenha apenas instalado um novo tipo de relação inter-humana. Mas devemos ressaltar que a primeira mudança instaurada não foi uma forma inédita de coesão social, mas sim

uma nova relação temporal. O presente erigiu-se como eixo maior de duração social. Na “cultura das sensações”, erigida sobre a forma moda, o que foi liquidado foi o poder da tradição do passado e o investimento no futuro. Sendo assim, uma nova relação com a duração apareceu: generalizou-se a temporalidade governada pelo presente. O tempo atual se dá em *flashes*, o que dificulta uma comunicação mais verbal. Milhões de coisas acontecem ao mesmo tempo e no mundo inteiro, o que faz com que os sujeitos tenham a sensação de ter cada vez menos tempo. Fato contraditório, pois houve o aumento da expectativa de vida nestes tempos de avanços tecnológicos e científicos.

“A concepção de tempo mudou. Você tem cada vez menos tempo.” (AT, 25 anos)

Mas, já que o tempo é de urgência, a comunicação precisava também se apressar. E, para isso, era necessário que se encontrasse outros meios e formas de expressão, que não os da linguagem oral ou escrita. E que linguagem comunica mais rapidamente que a visual? Passamos a escrever e falar através das roupas que vestimos e imagens que apresentamos. A moda do vestuário pode ser tida ou “lida” como a linguagem da contemporaneidade. Esse fato se explicitou através do discurso de alguns entrevistados quando a pergunta era: Por que vocês acham que os *Clubbers* e *Ravers* se vestem dessa forma?

“Bom, vamos especular aqui. Eu acho que é claramente uma forma de querer dizer: Olha, eu não faço parte deste sistema aí, sabe. E acho que isto é uma necessidade tão urgente a ponto dele fazer uma questão absoluta da pessoa não ter que conversar com ele para saber que é contra o sistema. Quero que as pessoas já me reconheçam de longe.” (AT, 25 anos)

O depoimento de AT mostra claramente que a concepção de tempo mudou e, conseqüentemente, as relações inter-humanas precisam acontecer

rapidamente, melhor, imediatamente, e mostra também essa mudança influenciando a comunicação entre as pessoas, que passaram a externar, nos seus corpos vestidos, discursos a respeito do que sentem ou pensam. Basta olhar, nem precisa falar! A moda pode ser vista então como a linguagem em voga nesses tempos de urgência. Mas, o que nossos entrevistados responderam quando a pergunta era : Quando pensam em moda, pensam no quê?

“ Atitude, principalmente.” (G, 23 anos)

“Acho que rola muito esta comunicação pela roupa. É esta coisa de hoje em dia dentro da música eletrônica você ter grupos divididos porque a coisa já tomou uma complexidade que tem diversos tipos de música e cada tipo é um tipo de roupa, de atitude.” (L, 23 anos)

Esses dois depoimentos revelam que, na atualidade, nos comunicamos pelas roupas que vestimos, passamos a ser pelo que temos grudado em nosso corpo, já que o tempo é tão corrido e não nos permite conhecer quem está por trás daquela roupa ou daquele cabelo. Assim vamos nos comunicando na “cultura das sensações”, aceitando as imagens sem questioná-las. Moda é, hoje, atitude, uma forma de expressão, uma prática social no tempo do agora.

“O sujeito é incentivado a se inventar, conforme seu bel prazer, no sentido de tornar a distância entre aparência e essência cada vez menor. Eu sou aquilo que aparento, hoje. Amanhã posso me expressar de outro modo, me reinventando através da aparência.” (Galvão In Kastilho 2002, 176)

Resumindo: Hoje somos assim, mas amanhã podemos querer ter outra imagem que também dirá quem somos, do que gostamos e por onde andamos sem que precisemos dizer uma única palavra. Nossas palavras e discursos serão nossas roupas e acessórios. Os tempos atuais deixam supor que a distância entre nossa exterioridade e interioridade diminuiu, talvez por

habitarmos a época das imagens, como já foi dito. Alguns discursos mostram que os sujeitos expressam aspectos de sua subjetividade através das roupas que vestem.

“Minhas roupas demonstram totalmente minha maneira de ser. As roupas diziam por mim aquilo que eu queria dizer. Então, era tudo muito chamativo e colorido. Tudo muito chamativo. Eu queria aparecer e acreditava naquela fantasia que estava me vestindo.” (J, 21 anos)

“Nossas roupas são parte de nossas vidas, algo que nos construiu. Por exemplo todas minhas camisas de banda estão lá no meu armário e ficam como uma lembrança de uma fase que eu tive porque não vou jogar fora a fase que eu tive. É aquele lance de ter alguma coisa para se relacionar. Porque as lembranças ficam comigo e as provas estão lá como as roupas, alguma coisa para me relacionar. E a minha base é no meu quarto e nas minhas roupas. Quando abro meu armário e vejo minhas roupas me identifico na hora.” (A, 19 anos)

Tais declarações fornecem base para mostrar a importância das roupas para esses jovens. Elas fazem parte não só do seu guarda roupas como de sua interioridade. É o exterior se misturando com o interior, num jogo de imagens, no qual, se acredita, na maioria das vezes, como disse J., na fantasia usada. Apesar de todos os entrevistados concordarem que as roupas falam algo a respeito daquele que a veste, muitos dizem que a mensagem que eles querem passar pode muitas vezes ser mal interpretada ou entendida falsa ou superficialmente, já que quem está com a palavra é de fato a superfície, a imagem.

“Acaba sendo uma maneira de se comunicar, só que é aquela parada.: Todo meio de comunicação acaba tendo ruídos e chegando muitas vezes errado do outro lado. Muitas vezes você acaba passando uma mensagem totalmente errada.” (P, 22 anos)

“Sei lá todo mundo é meio fashion victim, mas a roupa é como a casca de uma fruta pois o que está por dentro é muito mais complexo e diferente.” (L, 23 anos)