

PRIMEIRA PARTE: UM HISTÓRICO

1

Introdução

“A moda é uma forma de arte, um sinalizador de status e uma demonstração de atitude. Nós a criamos assim como criamos a arquitetura e o mobiliário, para nos ajudar a negociar nossas relações com o mundo externo e nos proporcionar conforto e proteção. Mas, como são extensão de nossa pessoa também refletem nossos desejos de maneiras complexas. (Etcoff 1999:242)

O que devo vestir? Talvez seja essa a primeira frase que me vem à cabeça quando acordo. Uma simples pergunta que instantaneamente se multiplica. Várias outras invadem meu pensamento: Como está o tempo? Com quem vou me encontrar?... Assim, fica claro a presença da moda nas muitas escolhas que faço desde a manhã refletindo aspectos da minha subjetividade. Abrir meu armário, olhar para o seu conteúdo e vestir-me, mesmo com a simplicidade de uma camiseta e um *Jeans*, já me faz estar escolhendo e, conseqüentemente, falando um pouco de mim, dos meus gostos e preferências, ao menos, nesse meu determinado dia. Ou seja, através do meu visual me apresento para o mundo e digo: Esta sou eu e eu sou assim.

Como sou psicóloga, nunca deixei de me questionar acerca das escolhas que as pessoas fazem, por mais ingênuas, superficiais ou automáticas que possam parecer. Escolhas sempre escondem ou revelam desejos, sendo estes conscientes ou não. Talvez, por isso, a moda no vestuário tenha sempre me chamado atenção. As vitrines por onde eu passava não só me atraíam, como suscitavam em mim um questionamento maior, eram como uma forma de expressão a ser decodificada, uma palavra,

um discurso e um comportamento. Por que as pessoas se vestem de determinadas maneiras e não de outras? Por que eu gosto de verde e minha irmã de vermelho? Por que minha mãe usava calças boca de sino nos anos 70? Minha paciente pintou seus cabelos, o que isto significa?

Antigamente a moda saía das vitrines e dos armários apenas para nos vestir... Hoje em dia, mais que isso, ela vai para a rua para falar, denunciar e gritar. No mundo atual, a moda arrebatou todas as camadas sociais, está por toda parte, não só nas ruas como também na mídia, nas industrias e até nos museus. Mas moda não é simplesmente estar vestida na moda, ou seja, não é só seguir os padrões estéticos e de consumo ditados pelas vitrines ou anúncios publicitário. É muito mais do que isso. A moda é um sistema extremamente complexo. Ela engloba o vestuário, as gírias e a música, integrando-os a um contexto maior, político, social e cultural de uma época. Podemos, desse modo, saber muito sobre uma pessoa ou uma época somente pela observação de seu guarda-roupa ou de seu vocabulário, por exemplo.

Desde minha monografia de conclusão de curso de Psicologia, cuja temática foi a mulher, o corpo e o consumo, tendo a boneca Barbie como interlocutora, interessei-me por questões que tratam da subjetividade que está emergindo no contato com esse mundo imagístico. Ao me inscrever para o mestrado sabia que desejava continuar trabalhando com imagens e foi daí e da simples pergunta que me faço todos os dias, “Com que roupa eu vou?”, que a “moda” saiu de meu armário e veio parar no papel.

Esse tema parece ter estado sempre presente em meus questionamentos. Como um sistema tão hegemônico como a moda pode estar fora dos debates acadêmicos?, eu pensava. No mundo contemporâneo a moda está nas ruas, gritando, denunciando e falando no meio das multidões que circulam pelas grandes metrópoles, porém muito pouco se investiga sobre esse objeto. Apesar de a moda ter invadido nossos armários e vidas de maneira tão significativa, ela não é uma questão que faça furor mundo intelectual. Muitos fazem e usam moda, mas poucos refletem sobre

ela. Talvez por seu caráter fugidio e sua conotação muitas vezes fútil, a moda não tenha virado tendência na academia, ou melhor, não tenha entrado na moda das cabeças pensantes.

Mas acredito que a moda venha a conquistar seu espaço na academia, não só por ela ser um dos pilares da sociedade atual, como por ser um fenômeno cultural. Fenômeno cultural no sentido de que a cultura pode ser ela própria entendida, como colocou Barnard (2003) em *Moda e Comunicação*, como um sistema de significados, como as formas pelas quais as experiências, valores e crenças de uma sociedade se comunicam através de artefatos e instituições. A moda, portanto, não pode ser excluída dos fenômenos culturais, assim como não podemos negar sua importância para o entendimento da sociedade atual.

Como pesquisadora na área das Ciências Humanas, não conseguia e nem podia fechar meus olhos e ouvidos para o que via e ouvia nas ruas: Moda. Mas o que eu observava era que na atualidade as pessoas esforçam-se cada vez mais para desafiar categorizações, confundindo assim nossos olhares.

Um aspecto da moda que me saltava aos olhos (difícil não saltar) era a moda dos *Clubbers e Ravers*. O que eu via através das roupas utilizadas por essa tribo era, ao invés de um logotipo legível, uma profusão de mensagens, que eu desejava decodificar. As modas são, por esses sujeitos, misturadas, subvertidas e modificadas, estando assim propensas a novos significados. Talvez isso se deva ao contexto econômico, político e social da atualidade, no qual a globalização, marcada pela versatilidade, diversidade e pluralidade, impera. A meu ver, a moda dos *Clubbers e Ravers* pode ser tida como um reflexo da nossa cultura em que o tempo é de urgência e tudo é possível; todas as misturas parecem fazer sentido. Tudo faz sentido, até mesmo a moda falar. Sim, na contemporaneidade a moda parece falar. Mas essa moda fala sobre o quê?

Foi basicamente isso que fui investigar: O complexo sistema da moda, partindo do vestuário, como uma linguagem da contemporaneidade. Mas,

devo ressaltar que meu interesse estava concentrado nos “*Clubbers e Ravers*”. Através de seus corpos vestidos, procurei fazer uma relação do exterior personificado por suas roupas com o interior expresso pelo seu discurso verbal. Além desse diálogo, tentei entender como se dá o processo de socialização entre os sujeitos que vestem essa moda e, através do discurso dos mesmos, “constatar” que valores imperam no momento atual.

Para melhor organização e leitura, o trabalho foi dividido em duas partes. A primeira consiste num histórico desde o nascimento da moda até os dias de hoje. A segunda apresenta o trabalho de campo que analisa o discurso dos entrevistados à luz das teorias estudadas. Vale destacar que o texto será muitas vezes fragmentado, que a linguagem usada será bastante coloquial em virtude do objeto sobre o qual se debruça a pesquisa e que um glossário ao final se fez necessário para melhor compreensão dos termos da “linguagem específica” utilizada por essa tribo.