



TRAVESSIAS ED. 08 ISSN 1982-5935

revistatravessias@gmail.com

A LINGUAGEM DAS ROUPAS E O CORPO ATRAVÉS DA VISÃO DE UMA EXPRESSÃO INDIVIDUAL PARA OSTENTAÇÃO COLETIVA

THE LANGUAGE OF CLOTHES AND BODY THROUGH THE VISION OF AN INDIVIDUAL EXPRESSION TO BOAST COLLECTIVE

Humberto Pinheiro Lopes¹
Renata Monteiro Gadelha²

RESUMO: Descreve a relação que a linguagem das roupas tem com o corpo por uma análise perceptiva de uma expressão do indivíduo perante a ostentação coletiva que se submete enquanto ser vivente. Expõe a roupa como partícipe do processo social identitário, que carrega signos e significados, gerando uma interação entre o indivíduo e o grupo que vive. Relata sobre o liame entre o corpo e a comunicação transversalmente à linguagem das roupas. Descreve a relação entre corpo e moda. Explora a identidade do sujeito através do uso da indumentária. Pontua e define o fenômeno da moda. Esclarece brevemente a relação entre sujeito e coisa. Discorre como a moda se torna uma expressão coletiva a partir de anseios individuais. Enfatiza a relevância da expressividade que a moda causa no indivíduo enquanto fenômeno, conta das impressões e das realidades das diferenças e explica como a diferenciação é parte do ser enquanto formação de sua individualidade.

Palavras-chave: linguagem, roupas, corpo, moda, diferença.

ABSTRACT: It describes the relationship that language has the clothes to the body by a perceptive analysis of expression of a person before the ostentatious conference that undergoes while living being. It exposes the machine as a participant of the social identity, carrying signs and meanings, creating an interaction between the individual and group living. It reports on the link between the body and communication across the language of clothes. It discusses the relationship between body and fashion. It explores the identity of the subject through the use of clothing. It scores and defines the phenomenon of fashion. It explains briefly the relationship between subject and thing. It discusses how fashion becomes a collective expression from individual desires. It emphasizes the importance of expression that fashion because the individual as the phenomenon to the impressions and realities of the differences and explains how differentiation is part of being as training of their individuality.

Keywords: language, clothing, body, fashion, difference.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual (PPGCV) da Faculdade de Artes Visuais (FAV) da Universidade Federal de Goiás (UFG), vinculado à linha de pesquisa História, Teoria e Crítica da Arte e da Imagem na Área de Concentração Processos e Sistemas Visuais. Bacharel em Estilismo e Moda pelo Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC). *E-mail:* umpiro@gmail.com.

² Bacharela em Estilismo e Moda pelo Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC). *E-mail:* reneemonteiro@live.com.

Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha



1 INTRODUÇÃO

A cultura é provinda do cerne do mundo em que se coloca o ser humano como produto da natureza. E se o homem é produto da natureza, é fato analisar a cultura como parte concernente da natureza. Esta última transposta por linguagens das condições do homem nos grupos em que socializa significados através das coisas e dos ornamentos que ostenta.

Um conjunto de coisas criadas, a natureza, demonstra que vai além de limitações da própria definição. Aspectos da cultura material demonstram a singularidade das respectivas constatações de que a essência dos seres pode também advir da relação entre o âmago e as coisas que tem e que veste.

O ser humano caminha diariamente para ressignificâncias de informação. A infinidade de coisas que são feitas e deixadas por fazer, que são projetadas, idealizadas, construídas e desconstruídas pontua a relação com os outros a partir de diversas formas de sentir e da observação que se participa ao sentir. A condição humana, por vezes, define a sua existência em um modelo coletivo e individual atualmente, um aparente e mútuo conflito. A percepção que se faz de atos corriqueiros observados em qualquer grande centro urbano do mundo é a síntese de uma forma de comunicar. A moda sugere, denota e conota um ciclo que perdura um grande sistema. Desses significados citados por um ciclo fenomenal que rege as sociedades modernas, a linguagem das roupas passa a interessar como alvo de pesquisa. A roupa não só transmite uma mensagem como objeto isolado, mas também desenvolve um papel importante, estabelecendo uma linguagem que ora rege o ciclo, ou que ora é parte dele.

2 O CORPO E A COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA LINGUAGEM DAS ROUPAS

A roupa não é somente um objeto funcional que tem por finalidade a proteção do corpo contra as intempéries do ambiente, mas também é uma forma que o indivíduo tem na totalidade de demonstrar suas particularidades entre os semelhantes e manter o relacionamento com o seu grupo. Através de atos sociais (esconder determinadas partes do corpo da nudez³, submeter-se

³ Ressaltando que o termo nudez aqui se refere à condição particular estabelecida por cada sociedade.



aos ditames da moda, usar peças que denotem respeito ou singularidade grupal são exemplos de atitudes que evidenciam as relações sociedade-indivíduo-indumentária).

Não há cultura de natureza tão diversificada quanto o capitalismo é. Diversidade em que o consumo avoluma de forma gigantesca, senão titânica a própria idéia de diferenciação, o sistema econômico do capital, cria e recria a produção de bens e artigos quaisquer para se autoafirmar enquanto força existente e catalisadora. A moda apresenta-se como presente domínio, como cobertura e partícipe etéreo nas relações do capital e pela sua singular definição de diferenciação no tempo, disseminação no espaço e efemeridade, faz a característica heterogênea que confere ao capitalismo surgí-lhe no espaço de forma segmentada em sua cultura. Esta passa a ter um formato diferenciado, pois é-lhe inoculada como participante desse processo a mistura das situações, valores e fatos decorridos pelo sistema, propondo uma disseminação arrebatadora das disparidades variantes de todo um aparelho cultural direcionado pelo preceito da miscelânea de metadados, que são fortemente fulminados pelas características intrínsecas reguladas pelos códigos fornecidos pelo capital.

A moda permite uma leitura diferenciada, como elemento de comunicação, já que

dentro das possibilidades humanas criadas para o fenômeno da comunicação, a moda pode ser compreendida como expressão de um conteúdo e, assim, ela pode ser lida como um texto, que, por sua vez, veicula um discurso. E o corpo, da mesma maneira, também é a expressão de um conteúdo, isto é, um texto que veicula um discurso. Juntos, moda e corpo formam a unidade textual que sustenta um conteúdo ou, como se disse, um determinado discurso (CASTILHO, 2005, p. 34).

Castilho explora a possibilidade do fenômeno da comunicação a partir da moda no vestuário; faz uma relação entre a compreensão da moda como um discurso veiculado através de um texto. Em seguida, afirma que o corpo e sua expressão funcionam da mesma forma como um discurso textual. Assim sendo, os dois – moda e corpo – trabalham sustentando também um discurso. Essa sinergia comentada por Castilho é o que fomenta o fenômeno da moda. A roupa por si só pode ser apenas uma peça, um artigo qualquer, se o seu significado não for acompanhado da substância (o corpo). A moda no vestuário⁴ sustenta-se por esses dois discursos

⁴ A diferença que particulariza a noção de “moda” e “moda no vestuário” explica-se pela seguinte razão: o vestuário pode ser parte do processo de moda, caso ele apresente características análogas ao sistema das sociedades capitalistas ocidentais e ocidentalizadas. Destarte, moda é o fenômeno que paira sobre o sistema e a referência categórica de enfatizar a compreensão do vestuário a esse elemento fenomenal, faz uma menção direta de que o vestuário é



supracitados por ela, conjuntamente trabalhados. A substância adicionada ao discurso da moda – a peça de roupa – transmite um discurso novo, com um significado diferente. A moda, a partir daqui, passa a adquirir uma linguagem com *status* de fenômeno, construído de um discurso maior que é a comunicação, modelado pela sinergia do efêmero.

A roupa carrega signos, significados e gera uma comunicação, juntamente com a análise do corpo podemos presumir isso. A relação da linguagem entre corpo e moda acontece quando

o corpo surge como lugar preparado e ocupado para a produção de identidades sociais desde as primeiras formas societais, quando se desenvolveram os signos de uma linguagem. O corpo é corpo social, e sempre foi marcado por pinturas, vestes e ornamentos, cheios de significados que pertencem a culturas específicas. O corpo é matéria, fantasia, arte e discurso, associado à indumentária, uma segunda pele, capaz de demarcar papéis e lugares sociais como sacerdotes, chefes, guerreiros, nobres, plebeus, homens, mulheres, burgueses, proletários [...] Enfim, qualquer sujeito social em suas várias identidades (MOTA, 2006, p. 188, grifo nosso).

A relação que o corpo faz com a indumentária, sua significância relevante diante dos signos demonstra a importância da relação entre o corpo e a indumentária: a produção de signos, estabelecendo o ciclo da moda, revelando processos culturais e demarcando os papéis hierárquicos de uma sociedade. Há notadamente uma importância do corpo como propulsor social da comunicação com a moda. O destaque assinalado acima faz perceber como o corpo foi marcado entre as sociedades pelos significados de ornamentos, seja como uma peça de roupa ou como um ornamento, ou ainda como uma pintura. O corpo associado à indumentária revela a produção de um sentido, a demarcação de papéis sociais. A significância da atitude do corpo e da estrutura dos ornamentos, artigos e peças cobertos sobre ele, formulam uma identidade, um discurso que forma uma figura representada por uma linguagem da estrutura social.

A moda inicia-se como fenômeno com os ditames da sociedade, o poder dos signos da intimidade das mentes, o maravilhado mecanismo de diferenciação grupal que é conferido à medida das necessidades devidamente sutis (LIPOVETSKY, 2007); impera em todos os meios de comunicação da sociedade moderna. A partir do momento em que estamos fazendo uso de certa indumentária, adquirindo hábitos e transformando-nos em diversas formas para ajustar-se à

singularizado como um subsistema. Portanto, “moda no vestuário” generaliza as situações do estudo que envolve o fenômeno “moda” como um acontecimento relativo aos produtos da indústria têxtil e de todo o processo que envolve os fatos correlacionados à produção desses artigos.

Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha



realidade, estamos também produzindo e respondendo aos estímulos que nos rodeiam, estamos comunicando, fazendo uso da moda.

A moda é um instrumento de comunicação, individualidade, integração e transformação, enquanto participe do processo produtivo, demonstra essas possibilidades de instrumentação através de suas particularidades no sistema (divulgação e publicidade nos meios que comuniquem a diversidade e a singularidade de grupos estabelecidos e em demanda situacional para o mercado); persiste ao deleite de ver e de ser visto. Dar a ver é sempre inquietar o “ver”, em seu ato, em seu sujeito (DIDI-HUBERMAN, 1998). A cultura visual implementada pelo ato de vestir congrega o permeio comunicacional que interfere no ser e na coisa. O sujeito usa da coisa para ser parte dela, fazendo da coisa o encanto do prazer, o cálido sentimento da sua vida, o conforto de sua espécie enquanto cambiante desses prazeres. Talvez, pequenos prazeres em uma gradação que o sujeito vivente nem percebe, por serem banais, tais como a roupa, dia-a-dia tracionada pela transmissão de dados, interferentes em sua condição de coisa. Uma linguagem de uma expressão “criada pelo homem para representar a sua percepção no mundo” (PONTES, p. 69, 2005). O que as coisas significam? Não é o homem, pois então, que utiliza dos significados para explicar as coisas que denomina? O homem quem cria, o ser que designa o que é e o que não é, o mesmo que sabe o que representar e deixar de ser representado. O ato perceptivo é uma cobrança do homem para que chame a si o encontro das suas idéias, o que ele propõe por certo ou errado.

Promovente da observação crítica, estimulante de análises sobre a aparência de outrem, uma descoberta de si no outro, no semelhante, a moda interpreta e considera uma comunicação não-verbal, agente da produção, o envio de mensagens, gerando uma interação social, convindo como uma unidade com propósitos semelhantes e/ou como um bloqueio, afastando e intimidando indivíduos de grupos diferentes. A comunicação surgida com papel social da moda na vida cotidiana surge como explicação cíclica de um grande processo estrutural.

3 UMA EXPRESSÃO INDIVIDUAL PARA OSTENTAÇÃO COLETIVA

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 e social.

**Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha**



A moda, antes construída sobre o desejo de *um* criador que estabelecia as tendências do vestir a partir de seu gosto pessoal, se curva para buscar os *comportamentos* diversos e os e os *desejos* submersos dos consumidores para tornar possível o quase impossível encontro do sujeito consigo mesmo. (MOTA, 2006, p. 189, grifo da autora).

A expressão que os grupos sociais exprimem através da moda resulta em uma análise de estudos comportamentais realizadas com o intuito de imprimir tendências para que sejam mostradas de forma artística através de um desfile de uma coleção. O intuito disso é objetivo: ter aceitação por determinado público. Expressões são feitas por uma impressão de valores, destacadas de maneira conotada e denotada entre os indivíduos. A diferença existe na individualização que se exprime: o indivíduo pode ou não aceitar as tendências globais, o que vai importar é que sua expressão vai ser individualizada com sua comunicação única como ser existente. A diferença “grita”, mesmo em um ciclo de moda, onde há certa padronização. A sua expressão de ser coletivizada para se tornar uma composição de igualdade entre muitas é menos forte que a de se destacar como único entre tantos. Isso acontece

nos modos de vida atuais, [pois] a aparência, a imagem, guarda destaque como revelador do ser, da sua subjetividade [...] instituindo a teatralidade como modo de vida. E qual o lugar primeiro dessa teatralidade senão o próprio corpo, que produz uma auto – imagem, conferindo ao sujeito a possibilidade de contar uma história, de afirmar quem é, poderíamos dizer de anunciar-se (MOTA, 2006, p. 188).

O uso do nosso corpo é revelador da nossa subjetividade a partir dos modos de vida atuais. A imagem, seja ela mascarada ou não, institui um modo de vida. O corpo é destacado como suporte do mascaramento, chamado por Mota de teatralidade. O sujeito utiliza do próprio corpo para produzir uma auto-imagem que confere a si mesmo uma auto-afirmação. Daí, surge a forma de exprimir-se com a roupa. O comportamento por si só não produz um signo completo, senão interligados a outros gestos e objetos da estrutura identitária humana. O sujeito na sociedade produz o seu comportamento interagindo com os outros a partir de um conceito conjunto de si com a sua conduta social, incluindo o que ele veste, como se ostenta. A sua expressão individual manifestar-se-á como produto da sua atuação, da imagem transmitida, daquela que quer transmitir. O uso de determinadas roupas e acessórios corroboram a

Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha



teatralidade do sujeito para a coletividade. O mascaramento que “impõe” (impõe porque é implícito, e por mais que seja aceito e posto em evidência como única alternativa para outrem) é forma primária de sua existência. Seu desempenho social é articulado por inúmeras situações que lhe convêm e que lhe são recebidas. O disfarce que lhe cobre – a roupa demonstra – exprime seus sentimentos ocultos ou suas propensões como ser vivente biológico. Ora ele inconscientemente traduz seu modo de vestir como o seu verdadeiro modo de ser, ora induz sua vestimenta para transmitir o que gosta ou gostaria de ser. O corpo sempre foi usado como instrumento social. E esse instrumento faz uso dessa teatralidade, mentindo e desmentindo a verdade, ratificando a moralidade individual ou deturpando a vivência social, sempre destacado por ciclos de moda.

A moda vai muito além do ato de vestir de uma roupa ou tingir o cabelo; revela a subjetividade do ser humano: seus gostos, preferências, grupo social, humor, fantasias, desejos; é base “para a construção de personagens sociais coletivos ou individuais, exerce assim comunicação, exprimindo noções, qualidades, posições, significados” (MOTA, 2006, p. 189). O apoio sustentado pelo indivíduo no grupo é sua forma de impressão.

4 A IMPRESSÃO E AS REALIDADES DAS DIFERENÇAS

Se eu vestia a jaqueta, Allon me vestia. Ele estava lá nos puimentos do cotovelo, puimentos que no jargão técnico da costura são chamados de “memória”. Ele estava lá nas manchas que estavam na parte inferior da jaqueta; ele estava lá no cheiro das axilas. Acima de tudo, ele estava lá no cheiro (STALLYBRASS, 1999, p. 13).

Stallybrass esclarece bem como se é possível uma existência partir da unicidade e singularidade do ser humano pelo uso de uma peça de roupa; é nostálgico quando afirma o uso da jaqueta à alusão da presença de Allon. Cada parte da jaqueta destacada pelo autor, os puimentos do cotovelo, são fragmentos da memória de Allon (uma memória latente percebida pelas características destacadas), que se fazia presente na ausência pela importância ímpar que transferiu ao objeto. As manchas nada mais eram que o resultado da existência de Allon, o descuido de ter deixado a jaqueta ser manchada passou a dar à peça de roupa sua intrínseca

Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha



particularidade que somente Allon pode ter causado como indivíduo (mesmo que tenha sido proposital, ou provindo de um defeito causado por outra pessoa, ou alguma coisa, a mancha fazia parte da vivência de Allon, aquilo só pertencia a ele). O odor das axilas, assim como todo o olor de Allon é apresentado como fato predominante de sua presença na peça de roupa. Stallybrass descreve em poucas linhas um grande exemplo de expressão individual que a roupa causa como comportamento: um simples objeto, passa a ser idolatrado como substituição à imagem de um sujeito.

A roupa ajuda a compor as diversas identidades que a realidade nos faz viver. Não apenas por força da mídia e dos mecanismos da indústria cultural, mas porque os contextos e relações sociais mudam rapidamente nos colando o desafio de acompanhar o tempo [...] Pode-se construir diversas identidades para buscar estar mais próximo do que se quer ser ou parecer ser, ou daquilo que estabelecem para que se seja (MOTA, 2006, p. 189).

A roupa permite encaixar o indivíduo na sociedade para que ele possa conviver com sua realidade. É discutível a relação das culturas com o contexto das relações sociais, não só por aspectos da cultura, como a mídia de massa e os mecanismos da indústria que nos cerca, mas pela própria dinamicidade que nos permite sermos classificados como seres humanos. A moda, enquanto conflito, dilui e abre portas como possibilidades para a novidade, pois daí é que a moda se nutre e é sustentada, da desestruturação do antigo e de suas referências, a moda cria e recria o que algumas vezes chama de original.

De um canto da rua, vendo a multidão passar, podemos contrapor na corrente humana, que foge apressada, a diversidade de rostos, de falas, de ritmos de andar, de corpos e de roupas. As diferenças que captamos são o reflexo de profundos contrastes de tipo de vida, de nível social, de profissão, que os anos cristalizaram, impondo aos indivíduos como uma máscara. Elas fazem com que à primeira vista separemos não só o operário do burguês, como dentro de uma mesma classe o escritor do magistrado, o comerciante do fazendeiro, o professor do industrial (SOUZA, 1987, p. 55).

As diferenças, mesmo dentro da heterogeneidade, são percebidas pelas formas de expressão corporal e o uso de determinadas roupas. Construimos estereótipos que fundamentam nossas relações dentro de grupos tribais que vivemos, pois a partir deles podemos separar conceitos imagéticos. Segundo Anne Hollander (1996), as roupas, que estão em voga, sempre aparecem como pessoais, pois as formas que são compostas referem-se à individualidade, mesmo

Humberto Pinheiro Lopes
Renata Monteiro Gadelha



que as roupas usadas por um grupo no momento sejam compartilhadas com as suas que denotem sua aparência exterior.

Na verdade, a moda deve seu extraordinário poder ao modo pelo qual pode fazer com que cada pessoa se sinta verdadeiramente única, mesmo que as pessoas que acompanham a moda se vistam de maneira muito parecida. A necessidade profunda de ser diferente e a de sentir-se parte de um grupo são simultaneamente preenchidas pela moda (HOLLANDER, 1996, p. 56).

A moda permite a diferenciação dentro de um contexto maior: sempre haverá espaço para o indivíduo, mesmo na sua totalização heterogênea como célula de uma sociedade. A massificação dos regimes atuais, assim como o movimento cíclico da moda, sugerem uma padronização entre os indivíduos, uma celularização do sujeito. Utilizando uma metáfora a um tijolo no muro, podemos perceber que o indivíduo diferencia-se, pois nem todo tijolo é igual ao outro e as intempéries do tempo e do espaço fazem com que cada tijolo diferencie-se do outro. Assim, acontece como o fenômeno da moda: padroniza com a propícia dinâmica da individualização; fornece subsídios para o mimetismo entre os grupos, a repetição de classes para classes, contudo é sentimento natural do humano como ser vivente e pensante diferenciar-se.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inserido na padronização, o indivíduo consegue encontrar lacunas para diferenciar-se entre seus semelhantes. A tendência natural da normalidade é que as coisas tornem-se diferentes, fujam do padrão, estabeleçam-se com estruturas “gritantes”, que bradam, que reclamam do molde, que querem escapar do paradigma estabelecido. A fuga para a diferença permite que o sujeito perpetue-se enquanto indivíduo não-celularizado (ao menos, recorre-se à tentativa disso).

A roupa interage com o corpo, exercendo uma linguagem intimamente com o indivíduo, causando impactos no contexto social. A interpretação dos modelos da linguagem das roupas em determinados grupos varia de acordo com as normas sociais⁵.

⁵ Não foi relevante aqui descrever as variadas normas para pontuar essas interpretações, porque o cerne deste trabalho centrou-se na busca de questionamentos e críticas sobre o sentido das discussões existentes, buscadas também pela citação dos autores utilizados neste artigo. A exploração de idéias, os dados qualitativos e as interpretações buscadas foram realizados através de confrontos de idéias, como foi exposto em todo o trabalho.



Mesmo com as qualidades objetivas, observadas em todos na heterogeneidade, a roupa, acessório ou ornamento apresentará destaque único para cada singularidade em um sujeito. E a mesma moda, futuramente pode até mudar o seu próprio valor, ressignificando seu próprio significado por novos moldes estruturados entre as instâncias do passado-presente e o que está por vir.

RERERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTILHO, Kathia. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi Universidade, 2005.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 1998.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. [São Paulo]: Companhia das Letras: 2007.

MOTA, Maria Dolores de Brito. Moda e Identidade: aspectos psicossociais da roupa na contemporaneidade. **Actas de Diseño**. Buenos Aires, n. 1, pp. 188-189, 2006. ISSN 1850-2032. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/01_actas_diseno/arc_hivos_pdf/actas_n_1.pdf>. Acesso em 12 maio 2009.

PONTES, Carlos Gildemar. **Diálogo com a arte: vanguarda, história e imagens**. Fortaleza: Acuña, 2005. 90p. (Coleção Ensaio Tupiniquim, nº 9).

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. 2. ed. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Título original: Marx's coat; Worn world: clothes, mourning and the life of things.