

A DISCIPLINA GENERALIZADA DAS APARÊNCIAS.

Silva, Vivianne Cabral e; Mestre; Universidade Federal de Goiás;
viviannecs@hotmail.com

Resumo

Este artigo tem como propósito discutir como a inserção e disseminação generalizada das tendências de moda, no âmbito da contemporaneidade, cria uma espécie de regulamentação coletiva do vestir, semelhante ao uso de uniformes. É como se aqueles que são suscetíveis à moda e suas tendências partilhassem todo de um mesmo gosto e uso.

Palavras-chave: Uniforme, Tendência, Coletivo, Individual.

Abstract

This article aims to discuss how the introduction and widespread dissemination of the fashion trends within the contemporary, creating a kind of collective regulation of dress, similar to the use of uniforms. It is as if those who are susceptible to fashion trends and to share all the same taste and use.

Keywords: Uniform, Trend, Collective, Individual.

Moda como linguagem.

A moda exerce uma função de linguagem, e disso quase todos sabemos. As roupas que escolhemos para usar são capazes de dizer quem somos, de revelar aquilo que nos distingue individualmente. Malcolm Barnard afirma que “moda e indumentária são modos pelos quais os indivíduos podem diferenciar-se como indivíduos e declarar alguma forma de singularidade” (2003, pág:93).

A definição de moda como linguagem talvez seja a mais aceita e difundida na contemporaneidade. Teóricos como Lipovetsky (1989), Barnard (2003), Davis (1992), e Crane (2006) acreditam que a moda qualifica-se como linguagem, na medida em que a ação de vestir, decorar e reconfigurar o corpo, por meio de roupas e outros artigos a elas relacionados, é capaz de expressar conceitos, opiniões e significações. Barnard afirma que:

Parece intuitivamente correto dizer que uma pessoa envia mensagens sobre si mesma com os estilos e roupas que usa. A experiência do dia-a-

dia, em que as roupas são selecionadas de acordo com o que a pessoa vai fazer naquele dia, com o estado de humor em que se encontra, com quem espera se encontrar etc., surge para confirmar a impressão de que modas e trajes são usados para enviar mensagens sobre si mesmo a outrem (2003, pág.53).

Para o homem contemporâneo, então, a moda representa um dispositivo capaz de fazer depoimentos não-verbais sobre si mesmo. Nesse sentido, Barnard afirma que:

[...] de alguma forma acreditamos que a camisa ou a saia, que existem, ambas, em milhares de cópias, são "nós". As roupas produzidas em massa são usadas para construir o que se pensa ou experimenta ser uma identidade individual, um modo de ser diferente de qualquer outra pessoa. "Aquele vestido é a sua cara", dizemos, por exemplo, de um vestido que pode ser usado por centenas de pessoas naquele mesmo momento (2003, pág.255).

Individualidade e coletividade.

Esse depoimento feito pelas roupas que usamos apresenta uma característica dicotômica situada entre a busca pela individualidade e a adesão ao coletivo. Ao mesmo tempo em que aquilo que vestimos nos define individualmente, também nos coloca como participantes de uma condição coletiva, ou seja, como cúmplices e seguidores de tendências de moda generalizadas. Segundo essa interpretação, a moda é uma forma de linguagem que ao mesmo tempo exprime individualidade e se sujeita a influência do meio coletivo, dependendo da intenção do emissor.

Nesse cenário, a individualidade seria uma forma de representação de si mesmo e uma reação contra a sociedade de massa; e a coletividade seria um atestado de filiação a determinado grupo o que, conseqüentemente, gera a dissociação automática a outros grupos.

O acordo social sobre o que se vestirá é ele próprio um vínculo social que, por sua vez, reforça outros vínculos sociais. A função unificadora da moda serve para comunicar a afiliação de um grupo social, tanto para aqueles que são seus membros quanto para os que não o são (BARNARD, 2003, pág.91).

Uma das características mais acentuadas da moda contemporânea é justamente esse culto à individualidade. Para os efeitos pretendidos neste artigo, definiremos o conceito de individualidade como algo capaz de nos representar individualmente, mas, sobretudo, algo capaz de nos diferenciar dos outros. Desse modo, o conceito de individualidade definido neste artigo está ligado à expressão da diferença, mais do que à representação da individualidade e identidade.

Há, desde os anos 1960, uma noção de individualidade sendo explorada pela moda. Havia, até então, uma relativa homogeneidade no vestir. A partir desta década a moda passa a disseminar tendências diversas e concomitantes. Não há mais apenas uma forma de vestir predominante, mas visões heterogêneas ligadas a particularidades individuais, a celebração de escolhas culturais, a opiniões e modos de vida, tais como os *Hippies*, *Punks* e *Yuppies*. A moda passa a ser um instrumento de valorização de si mesmo e de suas escolhas, de afirmação de personalidade e de identidade.

Vista assim, a moda parece propor a distinção entre os indivíduos. É como se, através da moda, pudéssemos nos diferenciar dos demais e ao nos diferenciarmos nos aproximássemos de nós mesmos. Porém, a moda e seus regulamentos, tendências e códigos muitas vezes padronizam as escolhas e a expressão da individualidade se vê acurralada pelo avanço do generalizado sobre aquilo que deveria ser singular.

A moda e seus meios de comunicação.

É notório que há uma regulamentação coletiva da moda narrada e escancarada em seus meios de comunicação, representados pelas seguintes mídias: jornais, revistas, filmes, publicidade, *sites*, blogs, entre outros. Os meios de comunicação aplicados a moda são responsáveis pela produção e difusão de valores e informações, assim como pela adoção e divulgação de novos padrões estéticos

Na internet estão disponibilizados livros, revistas, blogs, lojas virtuais, *sites* privativos e *sites* corporativos de grande parte das marcas existentes no mercado mundial. Todas essas ferramentas possibilitam a disseminação do fenômeno moda.

Todas as mídias atuam como canais essenciais no processo de legitimação e difusão de gostos e referências estéticas. No entanto, tem-se observado que o advento do fenômeno internet facilitou ou possibilitou que esse conhecimento chegasse a um número incontável de pessoas ao redor do mundo.

Principalmente através de *sites* e blogs, a internet vem tornando-se o grande aparato ideológico capaz de articular e difundir tendências de moda, pois estes proporcionam uma maior facilidade de trânsito de informações. São incalculáveis os *sites* que hospedam informações sobre esse mercado. Muitas revistas especializadas têm versões online atualizadas diariamente, deixando as informações disponíveis em suas versões impressas quase obsoletas. Os desfiles que antes levavam um tempo considerável para serem divulgados, agora estão disponíveis na rede minutos após terem acontecido. A internet possibilitou que a informação de moda, antes restrita ao público específico, tal como estudantes e profissionais do setor, pudesse ser acessada por qualquer pessoa que tenha um computador, em qualquer parte do mundo. A popularização da internet transformou a relação das pessoas comuns com a moda. Não é preciso mais um meio acadêmico ou formal para o desenvolvimento, organização e divulgação das informações de moda.

De *sites* e blogs de moda partem decretos e regulamentações destinados a difundir os princípios da normatização da moda e fixar seus modos de aplicação, sendo, portanto, estes os grandes responsáveis por uma coletivização de gostos e costumes.

Assim, nos perguntamos até que ponto a escolha daquilo que vestimos pode realmente ser uma expressão da individualidade. Não seria certo afirmar que a roupa que usamos revela apenas o quão dependente somos dos padrões estabelecidos? É como se nossa força individual estivesse sob controle e jugo de um movimento de uniformização.

No intuito de responder a tais questões, faremos uma breve comparação entre o panorama da moda atual, no que diz respeito à padronização do vestir, e o estudo feito por Daniel Roche (2007) a respeito do uso de uniformes militares na Europa, entre os séculos XVII e XVIII.

Nossa proposta não é tanto comparar cada um dos aspectos das regulamentações estabelecidas pelo uso de uniformes neste período e da homogeneização da moda contemporânea, mas sim tentar estabelecer semelhanças subjacentes a tal panorama, com vistas a afirmar a hipótese levantada por este artigo que alega haver nos dias atuais uma disciplina generalizada das aparências, semelhante ao uso de uniformes.

Para esta análise utilizaremos dois *sites/blogs* de *street style* internacionais e dois blogs de moda nacionais. Definidos como ambientes virtuais que retratam o modo de vestir de pessoas que vivem nas grandes cidades do mundo, os *sites* de *street style* operam como espelhos refletindo o gosto e uso da moda ao redor do mundo. Os blogs começaram como diários virtuais e aos poucos foram se especializando em assuntos mais segmentados. O sistema da moda logo entendeu a propensão dos blogs para a produção, discussão e disseminação de informação com velocidade, facilidade e abrangência. Desse modo, nos últimos anos, um número imenso blogs de moda surgiu em todo o mundo, inclusive no Brasil, escrito tanto por pessoas comuns, como por aquelas detentoras de conhecimentos formais sobre moda.

Alguns blogs, evidenciados pelo número de comentários, visitas e anunciantes, se destacam no cenário. Entre os brasileiros que se enquadram nesta categoria, selecionamos dois para a análise proposta neste artigo. O Blog da Mariah (www.blogdamariah.com.br), com 15.000 acessos diários¹, e o Blog da Thassia (www.blogdathassia.com.br), também com cerca de 15.000 acessos diários².

Em relação aos *sites* de *street style* foram escolhidos dois levando-se em conta qualidade e atualização constante de conteúdo, bem como sua popularidade na internet. Além disso, levamos em consideração no momento da seleção sua

1 Segundo dados disponíveis em

<http://www.kzuka.com.br/especial/rs/kzukars/19,465,2942145,Confira-os-blogs-mais-acessados-pelas-fashionistas-de-plantao.html>

2 Segundo dados disponíveis em: <http://makefor.com.br/entrevista.php?i=94>

atuação geográfica, visando investigar *sites* de partes diferentes do mundo a fim de validarmos a hipótese levantada por este artigo que diz respeito à generalização quase que indiscriminada da moda. Foram selecionados o *site* **The Sartorialist** (www.thesartorialist.blogspot.com), baseado em Nova York, é um dos blogs de *street style* mais populares da internet. Teve início em 2005 e foi selecionado pela revista Time como um dos 100 mais influentes no mundo, e Stockholm Street Style (www.carolinesmode.com/stockholmstreetstyle), que teve início em 2005, registrando o estilo das pessoas da capital sueca. Em poucos meses tornou-se um dos *sites* de *street style* mais conhecidos do mundo e passou a registrar a moda de outras cidades.

Análise.

Diante da apreciação de todas as fotos publicadas nos referidos *sites* e blogs entre agosto de 2011 e maio de 2012, percebeu-se a recorrência de muitas tendências de moda. A fim de estabelecer uma melhor sistematização da análise das imagens disponíveis, fez-se necessária a criação de um método de recortes. Desse modo, entre todas as tendências reentrantes observadas, elegemos quatro para compor a análise proposta neste artigo, devido a sua forte propagação entre os veículos selecionados. As quatro tendências de moda selecionadas são, nomeadamente, a saia amarela, a calça vermelha, o maxi colar e a calça estampada.

SAIA AMARELA



BLOG DA MARIAH



BLOG DA THASSIA



STOCKHOLM STREETSTYLE



THE SARTORIALIST

CALÇA VERMELHA



BLOG DA MARIAH



BLOG DA THASSIA



STOCKHOLM STREETSTYLE



THE SARTORIALIST

Fonte das imagens: www.blogdamariah.com.br; www.blogdathassia.com.br;
www.thesartorialist.blogspot.com; www.carolinesmode.com/stockholmstreetstyle.

MAXI COLAR



BLOG DA MARIAH



BLOG DA THASSIA



STOCKHOLM STREETSTYLE



THE SARTORIALIST

CALÇA ESTAMPADA



BLOG DA MARIAH



BLOG DA THASSIA



STOCKHOLM STREETSTYLE



THE SARTORIALIST

Fonte das imagens: www.blogdamariah.com.br; www.blogdathassia.com.br; www.thesartorialist.blogspot.com; www.carolinesmode.com/stockholmstreetstyle.

Verificamos que as quatro tendências selecionadas para esta análise tiveram ou têm uma adesão quase generalizada por parte das pessoas suscetíveis a influência da moda. Pessoas ao redor do mundo adotaram-nas e isso pode ser comprovada não apenas através da observância dos *sites* e blogs referidos neste artigo, mas também em outros meios de comunicação a serviço da moda, como revistas, e nas coleções produzidas por marcas de moda nacionais e internacionais entre agosto de 2011 e maio de 2012. É nesse sentido que afirmamos que algumas tendências de moda contribuem para uma massificação do gosto. Não nos parece razoável a idéia de pessoas que, em diferentes lugares do mundo, com diferentes hábitos, vivências e percepções, tenham ao mesmo tempo desejado concomitantemente essas todas ou, pelo menos alguma, dessas tendências. Parece-nos que aqueles que resolveram simultaneamente adotar tais tendências o fizeram sob a influência de decretos e regulamentos que são impostos pelo sistema da moda a cada estação. Tal sistema elabora tendências padronizadas para determinados grupos sociais, exigindo destes pouca reflexão e grande capacidade de adesão. E essa normatização impede o desenvolvimento da condição individual do ser, tão desejada e perseguida pela noção contemporânea de moda.

A mente daqueles que seguem afoitamente as palavras de ordem e os mandamentos da moda se torna um depósito de idéias alheias, perdendo assim qualquer autonomia nas suas escolhas. Vive-se, por conseguinte, conforme uma ditadura da massificação e, muitas vezes, nem se tem consciência disso. Usam roupas no intuito de se destacar da coletividade, quando na verdade submergem cada vez mais na massa da qual pretensamente queriam se excluir. É como se estivessem todos usando uniformes.

Sobre o uniforme militar usado entre os séculos XVII e XVIII, Roche afirma que “é um instrumento num processo que visa moldar o físico e a postura de um indivíduo combativo, cuja autonomia condiciona a docilidade e cuja obediência transforma a força individual em poder coletivo” (p.234, 2007). É esse o mote da análise proposta neste artigo, a idéia que os indivíduos suscetíveis às tendências de moda estão inseridos em um processo que visa moldar, condicionar, criar obediência

e transformar o individual em coletivo. Quase não há, em regra, diferença entre usar um uniforme oficial e seguir a tendência de moda oficial. Ambos inserem aqueles que os vestem em um contexto unificador, com vistas a criar uma disciplina das aparências.

A moda é uma grande agente dessa unificação ou disciplina, pois ao prometer de forma ardilosa a oportunidade de se diferenciar dos demais diante do uso de determinada tendência, faz na verdade com que tal sujeito adote o sistema de massificação no qual é diluída toda a sua singularidade.

Roche alega ainda que o uniforme “cria por meio da educação, esculpe uma personagem e afirma um projeto político pela demonstração de onipotência” (p.234, 2007), ou seja, ao usar um determinado uniforme o sujeito imediatamente passa a se adequar e acreditar nos preceitos e sujeições atribuídas a ele e a se ver em uma posição diferente dos demais, daqueles que não tem o privilégio de usar o uniforme. Verificamos uma situação semelhante no que se refere às onipresentes tendências da moda. Aquele que se sujeita a seus caprichos se vê como participante de uma certa condição. Como se por ter acesso a tais informações ele ocupasse um lugar distinto dos demais. O que este sujeito ignora é que muitos outros também detém tal informação e também habitam esse lugar, gerando assim caminhos para a difusão social de um certo tipo de comportamento ou uso padronizado.

Evidentemente os efeitos da imposição da moda não arrebanham a todos indiscriminadamente, mas se limitam inicialmente a uma categoria marcada por indivíduos a ela suscetíveis.

É certo que a individualidade não está isenta da influência do meio social. Todos nos alimentamos de experiências e referências compartilhadas no mundo externo, porém, ao nos entregarmos cegamente a toda e qualquer referência generalizada de moda fazemos triunfar os valores da massificação e do nivelamento entre os indivíduos, de forma a motivar, assim, o empobrecimento existencial e a legitimação da medíocre disciplina generalizada das aparências.

Conclusão

É cada vez mais intensa a simbiose entre a moda e os espaços da comunicação, tais como revistas, jornais, programas de televisão e internet. Essa estreita relação cria uma democratização e uma facilidade de circulação da informação de moda. Como qualquer outro panorama semelhante, este apresenta aspectos tanto negativos quanto positivos. Se por um lado torna a moda democrática e acessível a um número maior de pessoas, por outro enfraquece a individualidade. Esse aspecto apresenta-se como negativo uma vez que a *diferença cria uma riqueza construtiva para o sistema da moda e para o sujeito*. A adoção unânime de certas tendências de moda instala um senso sistemático de generalização, corrompe o de distinção e desvaloriza a diversidade.

Referências Bibliográficas.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. Tradução Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac, 2006.

DAVIS, Fred. **Fashion, culture, and identity**. University Of Chicago Press, 1992.

LAVÉ, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII). São Paulo: editora SENAC, 2007.