

MODA E SOCIEDADE: UMA VISÃO SOBRE O VESTIR

FASHION AND SOCIETY: AN REVIEW CONCERNING THE DRESS UP

Luiz Henrique Costa de Figueiredo

Graduando em psicologia pela Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza (FAMETRO).

Karla Corrêa Lima Miranda

Docente em psicologia da Fametro.

RESUMO

A moda é um evento social que demonstra, por sua formação de caráter imagético, as ideologias e o comportamento de indivíduos inseridos em determinado espaço e tempo. O presente trabalho ancora-se na revisão de 12 publicações sobre a temática moda, retiradas da base de dados BVS (biblioteca virtual em saúde) e empregado o método dialético para a análise dos dados. Os resultados demonstram que a moda é um fenômeno de caráter social e que apresenta em sua formação traços de processos psicológicos, que se envolvem para a formação da identidade do indivíduo, sofrendo constante mudança, influenciando e sendo influenciada pelos traços modernos de identificação.

Palavras-chave: Moda. Identidade. Psicologia Social. Roupas e identidade.

ABSTRACT

The fashion are a social event what evince, for your imagetive feature, your ideology and the behavior of individuals inserted an space and time. This work are harbored in revision of 12 publication with the theme fashion withdraws from the database BVS (virtual library in health) and employe dialectical method for data analysis. The result show that a fashion are a apparition that have an social feature and show that in your formation have Traces of psychological processes, Who get involved for formation of the identity of the individual, Undergoing several changes, influencing and Being influenced by the modern identification traits.

Keywords: Fashion. Identite. Social psicology. Clothing and identity.

1 INTRODUÇÃO

A moda é um evento social que demonstra, por sua formação de caráter imagético, as ideologias e o comportamento de indivíduos inseridos em determinado espaço/tempo. Por este motivo, é necessário compreender os aspectos psicológicos envolvidos no acontecimento deste fenômeno, ao passo em que buscamos relacionar com a política, cultura e costumes de cada época, pois, por meio da apreensão deste conhecimento, podemos compreender como estes aspectos influenciam um ao outro concomitantemente e adaptar a teoria e prática terapêutica com o modo de vida contemporâneo.

A roupa traz informações do sujeito, tais como faixa etária, posição social entre outros aspectos que conectam o indivíduo com o meio em que ele vive. É neste movimento psico-sócio-histórico que encontramos traços que nos ajudam a entender o funcionamento da sociedade. Através do processo de significância e simbolismo, o vestir traz seu caráter psicanalítico. A história nos mostra de onde viemos e a formação progressiva do pensamento e do comportamento que derivou a prática contemporânea. Como movimento de grupos, toma seu caráter social ao trazer à tona que o pensamento da escolha da roupa faz-se pela relação em que o grupo que desejo enquadrar-me influencia no vestir.

Temos a seguinte questão norteadora: será que a roupa é um canal de significação e que por meio dela podemos compreender o funcionamento da malha social e dos processos psíquicos envolvidos? O objetivo do estudo é descrever como a moda se situa nas publicações.

2 MÉTODO E PESQUISA

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório descritivo, partindo da análise de 12 publicações produzidas entre os anos de 1980 e 2017, partindo das bases de dados LILACS e MEDLINE, acessados no mês de abril do ano de 2017, utilizando os descritores: Moda, Identidade, Psicologia Social, Roupas.

Foram colhidas cerca de 30 publicações, incluindo teses, capítulos de livros, livros completos e artigos que apresentavam alguma relação com o tema proposto, ou seja, com o objetivo da pesquisa. Foram descartados, após a leitura dos textos, os que não atendiam ao objetivo proposto pelo trabalho e os que não estavam disponíveis eletronicamente. Após selecionados, os textos foram analisados pela técnica de análise de conteúdo fundamentada em Bardin (1980) agrupadas de acordo com a similaridade, nos quais foram identificadas quatro categorias temáticas dispostas a seguir.

- I) moda e identidade: seção formada por textos que têm seu foco voltado para a compreensão da relação da moda com a identificação do sujeito em relação aos grupos sociais;
- II) Moda e sociedade: textos relacionados com a concepção social da moda e suas representações como imagem das lutas de classes;
- III) Moda e psicanálise: produções voltadas para a compreensão de processos psicanalíticos (como o complexo de Édipo e o narcisismo) formando “links” com as demais temáticas;
- IV) História da moda: trabalhos voltados para a compreensão da história da moda e sua formação ao decorrer do tempo.

Na tabela 1, estão as quantidades de textos e os gêneros que foram inseridos em cada seção temática.

Tabela 01 - Gênero e divisão temática das produções.

Ano de publicação	Livros	Capítulos de livros	Artigos	Teses	Total
Seção I	2	-	1	-	3
Seção II	2	-	-	-	2
Seção III	2	2	1	-	5
Seção IV	-	1	1	-	2
Total	6	3	3	-	12

Fonte: Dados da pesquisa.

Após a leitura do material, foi empregado o método dialético para a discussão do conteúdo dos textos. Os tipos de trabalho e as

datas de suas publicações estão representados na tabela 2

Tabela 02 - Referente ao tipo e número de publicações analisadas.

Ano de publicação	Livros	Capítulos de livros	Artigos	Teses	Total
1980-1990	2	2	-	-	4
1991-2000	-	1	-	-	1
2001-2010	4	-	1	-	5
2011-2017	-	-	1	-	1
Data desconhecida	-	-	1	-	1
Total	6	3	3	-	12

Fonte: Dados da pesquisa.

A questão do estudo é como a roupa se configura um canal de significação e que por meio dela podemos compreender o funcionamento da malha social e dos processos psíquicos envolvidos neste evento. Os textos expuseram visões diferentes sobre o tema proposto, relatando teorias que discorrem sobre o caráter subjetivo deste evento social. Com o levantamento e categorização do material, notamos que este comportamento social deriva da identificação de aspectos múltiplos da subjetividade humana, nos quais vários aspectos da identificação social e da formação da personalidade do indivíduo se tornam presentes no processo.

Notamos que as publicações se concentram após o ano 2000, representando uma atenção maior para a temática e a crescente demonstração da relevância das pesquisas voltadas para a área da psicologia da moda, relacionando esta matéria ao movimento da malha social contemporânea.

O primeiro grupo temático abrange o grupo de textos que tem como tema a formação da identidade, buscando estabelecer relações entre a formação da visão do indivíduo sobre ele mesmo e proporcionar maior clareza sobre os processos envolvidos na formação identitária das roupas. Seguindo com o pensamento, encontramos no segundo grupo textos que têm como proposta a discussão dos movimentos sociais e políticos que influenciaram a moda. Estes textos nos trazem a concepção de que o movimento da moda é circular e tem

profundas relações com a sociedade em que está inserido, influenciando e sendo influenciado por ela.

Na terceira seção temática, os textos voltam-se à correlação entre a psicanálise e a moda. Com temas como o narcisismo e o Édipo, nos remetemos às questões que interferem na subjetividade do sujeito, como a identificação com meios e grupos. E por fim, a quarta seção abrange publicações referentes à história e sua relação com a moda, os quais nos mostram que a moda é um canal que se comunica com a história, sendo meio facilitador da compreensão desta.

3 MODA, SOCIEDADE E IDENTIDADE INTRODUÇÃO

Identificar-se com alguma realidade é uma necessidade humana. A constituição do corpo e da mente e suas relevâncias para o processo de afirmação identitária do ser humano, que acontece por meio de um processo construtivo em que o ser influencia e é influenciado pelo meio, como único e dotado de características próprias, sempre foi pauta recorrente na concepção indenitária da formação do vir a ser pessoa. Dentro da identidade, buscamos retomar à vivencia edípica ao projetarmos em nossas roupas os desejos pulsionais que nos levam a buscarmos a conquista do erotismo e procurar fazer do outro parte do eu, enquanto alimentamos o narciso que pulsa em nossos pensamentos, ao trazer para a roupa a imagem que busca a atenção dos olhares ao redor como forma de reafirmação do ser.

As primeiras experiências de identificação no vestir ocorreram pautadas na realidade de que o que sou, ou devo ser, está direcionado por um ser divino que controla todos os acontecimentos. Esta divindade surge pela concepção da existência de um Deus que observa e dirige todos os acontecimentos, estando vinculado à ideia de que nascemos para algo e que não podemos mudar esta determinação canônica. Com este pensamento, a moda podia estar ligada à identificação da rigidez moral que a sociedade buscava ter, a roupa era de caráter

identificatório por ser a expressão da condição que buscava inserir-se, estando regida pelo sentimento de pertencimento a uma determinada cultura e vivência, mesmo com o apelo social de uniformização do vestir.

Com o surgimento do iluminismo¹ e do renascimento², a ideia de que somos fruto do desejo de alguém divino que está no controle a todo momento foi sendo quebrada, logo que o totem do teocentrismo foi substituído pela imagem do antropocentrismo. Quando o homem se coloca no centro do universo e das questões existenciais, forma-se a concepção de que o futuro pode ser moldado de acordo com as nossas vontades. O vestir multa-se, então, na busca pela aparência de uma situação social de maior destaque. A roupa passa a ser então a imagem da busca, a representação imagética do vir a ser, na qual a identidade conforma-se com o pertencimento ao círculo que o indivíduo queira ser participante. Mesmo que os ideais sejam mais maleáveis, os valores da sociedade permaneciam rígidos, a luta de classe e a diferenciação dos estamentos sociais se tornam uma necessidade de todos os indivíduos que formavam a malha social.

A camada mais alta da sociedade busca ser diferente da camada mais baixa, retratando esta busca pela formação imagética de roupas mais caras e com tecidos mais firmes, demonstrando o caráter rígido da camada mais alta da sociedade. Outro ponto interessante sobre o modo de vestir-se desta época é a erotização no/do corpo da mulher, no qual o desejo e a aparência sexual estavam retidas nas partes do corpo que deveriam ser ou não mostradas. Podemos notar também a atenção voltada para uma região do corpo, em especial a parte superior. A valorização da cintura fina em contraste com o quadril largo torna-se uma evidência da atenção voltada para este aspecto.

¹ Corrente defendida por pensadores como Rousseau e Montesquieu. Nascida na França, no século XVII e defendia o domínio da razão sobre o pensamento teocêntrico que imperava na idade média.

² Movimento artístico e cultural que surgiu na Europa na passagem da idade média para a idade moderna. Trouxe novas questões para a ciência e se opôs aos métodos e valores medievais.

Com a chegada do século XIX, notamos a valorização do corpo como uma busca pela libertação sexual. Movimentos como o feminismo culminam com a necessidade da população de sair da gaiola de ceda criada pela ideia de que o corpo é identificado pela visão que a sociedade tem dele. A identidade do indivíduo começa a sair de guetos fechados e migrar para a compreensão de que a construção do eu é uma formação que integra diferentes “mundos”.

A libertação do espartilho³ e de peças de roupas que valorizavam partes do corpo ao passo que aprisionavam o usuário da roupa às convenções que a sociedade tem sobre o vestir e sobre o corpo, traz à tona a necessidade, criada pela nova compreensão de identidade, de significar a roupa, sublimando o desejo inconsciente e formando peças que criem a concepção de erotização e quase nudez.

Quando encontramos este traço, notamos a troca da erotização do corpo para a erotização da roupa. O narciso que lutava para ter admiração confronta-se com realidades diferentes. Começamos, então, a ter contato com identificações diferentes dentro da malha social. Alguns buscam libertar-se das roupas, pois trazem na imagem delas uma concepção de prisão e rigidez, desfocando inconscientemente a atenção do modo de vestir-se. Encontramos também aqueles que sublimam a ideia de deslocamento da pulsão e buscam com roupas e acessórios transformar as amarras da moda em uma demonstração de sua força interna.

Com a chegada da pós-modernidade contemporânea, notamos a consolidação do ideal de que a identidade é algo em constante formação, na qual o indivíduo pode trazer com ele características da formação de muitos indivíduos. As roupas tornam-se expressões de pensamentos livres de amarras e convenções, ou da busca por deste ideal libertário, e encontra na realização da identidade social a reafirmação do eu.

A moda na contemporaneidade traz em

³ O uso do espartilho começa a ter sua diminuição nos anos de 1920, onde a moda caminha para a androgenia, porém, a partir dos anos de 1930 eles voltam com novas modelagens e com o uso diferente das épocas anteriores.

sua essência a união, na qual o ser está vinculado ao grupo que deseja pertencer ao passo que está livre para agregar a este estilo à vivência de outros grupos e pensamentos. Neste momento, entra o aspecto social da identificação. O indivíduo busca projetar sobre o grupo a imagem do desejo narcísico de autoafirmação, enquanto encaixa-se na imposição do pensamento promovido por esta formação social. Notamos, então, que o ser caminha para a adequação da identidade do grupo e apreende suas características como forma de afirmação do 'eu' sem a necessidade de criar meios criativos para a integração no grupo.

Este movimento paradoxal culmina na formação de simbolismos e pode ser claramente percebida ao notarmos a constante troca de maneiras de vestir-se da sociedade contemporânea. A luta entre as classes sociais, buscando reafirmação de sua posição quanto superiores a alguém, demonstra que a moda se torna dinâmica por indivíduos tentarem imprimir suas convicções no grupo ao mesmo tempo em que são afetados pelo meio, criando a necessidade de diferenciação e a busca pela mudança.

A moda é um constante movimento social, o qual leva o indivíduo a expressar, através do fluxo entre símbolos e simbolizados, os valores e pensamentos de cada época. É na moda que encontramos também o constante antagonismo entre a procura da integração com um determinado grupo e a busca pela singularidade do modo de expressar-se, levando a uma reflexão dialética- psicológica em relação a sua identidade e pensamento.

Com o advento da pós-modernidade e da contemporaneidade, notamos que a representação da identidade do 'eu' está em constante movimento, partindo da compreensão de que a identificação de um ser está vinculada à determinação social do meio em que nasceu e rumando para o pensamento da fluidez de identificações e pluralidade comportamental, possibilitando o homem a ser o que quiser, sem amarras de destinos traçados por terceiros.

O evento social denominado moda está vinculado, na contemporaneidade, à ideia de imagem, e nas representações da imagética formada pela publicidade e propaganda vin-

culados pelas mídias por meio de anúncios formam um padrão de beleza difundidos para a sociedade em todas as camadas e estamentos sociais através da tecnologia, porém existe um certo grau de aceitação por parte da sociedade em referência a estes padrões. A imagem criou a interação entre o público e o privado de forma mais frequente e possibilitou à moda um posicionamento mais presente na representação do momento em que estamos inseridos, levando o indivíduo a ter sua identificação relacionada com diversos grupos, comunicando seus desejos e anseios através do vestir.

Encontramos também no movimento da moda a luta de classe, a afirmação de um grupo como diferente e superior, enquanto afirma, paradoxalmente, o conservadorismo de uma classe que promove mudanças radicais, mas em ritmos pesados e demorados. A formação de determinados comportamentos e de diferentes modos de pensar são refletidos e transformados em símbolos dentro do vestir, demonstrando que a consciência de ser não é considerada relevante e sim a de vir a ser. Conseguimos, então, apreender que a formação da moda está estritamente ligada ao que devemos ser e à formação de uma imagem ideal criada por um estamento social para causar a diferenciação de outro estamento inferior.

A formação do sujeito perpassa também a cultura e a integração do indivíduo com a sociedade. A formação de uma identidade está relacionada à interação que o indivíduo realiza com a sociedade em que está inserido, em um movimento contínuo que surge da vontade de equilibrar a necessidade de ser único com a vontade natural do ser humano de ser aceito em um grupo e fazer parte dele, identificando-se com uma determinada realidade e buscando projetar nela seus valores enquanto sofre suas influências.

Encontramos na história o conflito de identificação entre o individual e o social. O surgimento da moda⁴ como formação de iden-

⁴ A moda como conhecemos hoje surge como conceito na modernidade. Embora na era medieval as pessoas se vestissem buscando também a elegância, o conceito surge apenas com o advento da modernidade.

tidade social pode ser encontrada na ascensão burguesa. Com a queda do império romano, os nobres começam a encarar as terras que administravam em nome do imperador como suas propriedades, enquanto os camponeses pobres encaravam estes nobres como senhores locais. O poder da religião se torna forte ao guiar o povo com a ideologia de que seus destinos estavam traçados por Deus, sendo assim, a oportunidade de mudança de vida era tida como impossibilitada, pois iria contra o desejo divino. Por volta do século XI, surge no cenário a figura do comerciante, que apresenta crescimento econômico acentuado, saindo dos feudos ao comprar sua liberdade e construindo burgos. Com o crescimento da classe burguesa, encontramos a necessidade de diferenciar-se das classes mais baixas, assemelhando-se às classes mais altas, e o meio encontrado foi através das roupas. Pontes(s.d.,p.9) refletindo sobre Lipovetsky (1987), fala que este movimento

Apresenta o surgimento da burguesia e sua relação com o início de um processo de luta de classes na busca por prestígio e aparências. A burguesia enriquecida busca evidenciar seu poder se vestindo tal qual a nobreza, referencial de status da época. Consequentemente a nobreza vai buscar se diferenciar da burguesia criando novas formas de se vestir a fim de manter as aparências já que, empobrecida, perdia seu prestígio social. Trata-se de um jogo de representações visuais construídas através da roupa, gerando assim uma moda que se reinventa e se faz circular. Essa moda nasce colada na possibilidade da liberdade individual e da democracia.

Este movimento demonstra o surgimento da moda como uma representação imagética de poder social, definindo traços cíclicos de mudança. Neste momento, encontramos o surgimento da busca de liderança do rumo da vida, quando a sociedade busca romper com a noção de que sua identidade e modo de vida encontram-se engessadas na forma como a igreja comanda e busca traçar ideais de democracia e liberdade, na qual o modo de viver está pautado nas escolhas pessoais e na necessidade de mudança. A moda surge com o ideal de imagem perfeita, quando a roupa indica o vir a ser, transpondo a barreira do vestir-se e buscando encontrar a maneira ideal de viver. Podemos inferir, também, que é na gênese da

moda que encontramos a ligação entre a imagem e o vestir, neste momento não podemos negar que a imagem é a leitura da moda, que por meio das figuras disseminadas encontramos a relação entre o modo de vestir e a camada social em que o indivíduo se encontra.

O renascimento também se faz presente na moda. A partir deste momento, encontramos o rompimento com o pensamento teocêntrico e o início do pensamento antropocêntrico. O homem no centro das discussões torna-se uma fonte de procura de identidade própria. A moda caminha para a afirmação da identidade do ser, pois rompemos com a ideologia católica de que o destino é guiado por Deus e caminhamos para o rumo que buscamos para a vida. Notamos, a partir deste momento, a relação entre o modo de vestir com os movimentos sociais que ocorrem no decorrer do tempo. O modo de se vestir e como se comportar em relação às situações diárias tornam-se cada vez mais ligadas aos pensamentos filosóficos e às nuances sociais de cada época.

A partir do século XX, existe uma mudança na compreensão da moda. Neste período, encontramos o foco nas roupas e as revistas se popularizam após a guerra. As imagens estão ligadas ao cotidiano da classe média e evidencia a roupa em locais conhecidos e onde ocorre a vivência diária do indivíduo. Podemos inferir, também, que a partir deste momento a moda torna-se uma via de disseminação do modo de vida, e a partir da década de 60, encontramos a vinculação da imagem corporal perfeita, quando saem de cena as senhoras respeitáveis da sociedade e entram jovens com corpos considerados bonitos e com poses sensuais. Com esta concepção idealista, podemos notar a transferência do foco das questões mais ligadas ao modo de viver perfeito para a busca pelo corpo bonito, a moda sai do que é concebido como aceitável e migra para a erotização do corpo. Sobre este período Pontes (s.d.,p.11) comenta:

Na década de 60, as imagens transformam-se radicalmente. As modelos passam a olhar diretamente para a câmera e a fazer poses exibicionistas, deixando de retratar situações cotidianas. A personagem nas fotos não era mais a senhora

elegante de destaque na sociedade, mas sim uma mulher jovem, de quadris estreitos, livre, sexualmente ativa, prestes a conquistar o mercado de trabalho e o mundo. Vale lembrar que não coincidentemente trata-se da mesma década que destacamos na mudança do pensamento ocidental, de importantes movimentos e principalmente do movimento feminista.

A moda sempre esteve ligada ao pensamento da época e pode ser encarada como a imagem dos pensamentos e valores do período histórico, sua vinculação mostra também como a comunicação age para a formação do simbolismo imagético. Contemporaneamente, podemos encontrar a moda vinculada aos meios digitais. Com o advento de canais mais rápidos de comunicação, notamos que grupos sociais diferentes começam a relacionarem-se com maior frequência, influenciando na criação de canais imagéticos com maior variabilidade e mutação. A moda contemporânea encontra-se no caminho da mudança e do incomum, misturar tendências de mundos diferentes e interagir como forma de afirmação do pessoal torna-se substituto da busca da identidade que não se mistura com os diferentes grupos sociais.

Podemos notar ainda que cada manifestação de tendência permanece a buscar o modelo ideal de vida, procurando o vir a ser melhor possível, mas esta tendência de procura de tendências cada vez mais individuais torna a obtenção de hábitos e materiais como funções de caracteres passageiros. Cada lançamento da moda multa-se com grande rapidez enquanto os usuários adquirem estas tendências sem refletir sobre a rapidez de mudanças do pensamento vigente. A moda invade a decoração e o modo de vida do indivíduo e a sua fluidez, com mudanças rápidas, obriga o indivíduo que usa este determinado pensamento de moda a ter o pensamento dialético-psicológico constante para avaliar a validade de determinado objeto que possui, buscando em constantes renovações a busca pela identidade, que pode ser reafirmada pelo modelo proposto pelos formadores de opinião contemporâneos.

As mudanças na moda são acarretadas socialmente pelas classes médias, que aderem a estas mudanças de maneira mais rápida, bus-

cando igualar-se à classe mais alta. Encontramos na classe mais baixa a manutenção de visões pessoais, por serem menos afetadas pelos movimentos sociológicos. Embora as classes mais altas ditem as mudanças na moda, encontramos neste grupo a manutenção de pensamentos conservadores, buscando a manutenção de status anteriores, fazendo com que a classe média seja reconhecida como o local em que existe maior variabilidade no modo de vestir e de viver. Simmel (1998, p. 08) diz que

Por outro lado, são, reconhecidamente, os estamentos superiores os mais conservadores, até mesmo, frequentemente, arcaístas e apenas desenvolvem-se em ritmo pesadamente lento. O estamento médio é aquele da variabilidade, e por conta disso é que a história dos movimentos socioculturais ganha um ritmo absolutamente diferente desde que o *tiers état* assumiu o comando.

Podemos, então, notar que a moda está intimamente ligada ao desejo de reafirmar a imagem da vida perfeita, estando em constante movimento de vir a ser. A luta entre as classes é travada também no campo da moda ao ser ela a representação da busca pelos ideais e valores demonstrados pelas classes mais altas.

Dentro da visão de acompanhar a moda, precisamos também considerar a liquidez das relações interpessoais. A concepção de Bauman (2001) sobre a modernidade líquida nos traz reflexões sobre como a moda é afetada com este movimento. Ao considerar a consciência de que o indivíduo tem de si uma formação da visão que o outro forma sobre ele, podemos problematizar a questão da formação desta consciência em uma sociedade que não tem ligações que sejam firmes. Na moda encontramos a mudança de estilo como uma obrigatoriedade, ser um indivíduo preso a uma tendência é ser malvestido ou desatualizado desta realidade. A visão do outro sobre o corpo e sobre a personalidade permanece pautada na ideologia de corpos extraordinariamente esguios com manequins astronômica-mente pequenos, na qual a visão do outro sobre o 'eu' é a de que se não estou em conformidade com estas formações, estou fora do padrão aceitável. A ética e a empatia, elementos que precisamos considerar fundamentais

para a formação saudável da visão pessoal, não encontram espaço na vivência do corpo e do peso, levando para a moda a acentuação do caráter excludente, seletivo e opressor do vestir, satisfazendo os desejos pulsionais de fazer-se melhor do que o outro.

Assim como a moda foi influenciada pelos movimentos sociais, tornando-se a imagem de fatores sociológicos e de movimentos que foram encontrados na história, percebemos que a visão de corpo esteve diretamente ligada ao que se veste, decora ou vive. Como encaramos o nosso corpo também deve ser levado em conta ao notarmos o hábito de seguir alguma tendência.

Consideremos a moda mais abrangente do que apenas vestir peças de roupas e acessórios e a encaremos como um modo de vivência que nos é ensinado como forma de pertencimento de um determinado grupo, que se comunica e se identifica com aquele determinado estilo de vida. Ao pensarmos assim, notamos que a vivência de procurar a roupa certa e estar de acordo com a imposição de uma determinada “convenção modal” possui estreita relação com o desejo narcísico de ser visto. Como comentado, o movimento antagônico entre ser aceito pelo grupo e reafirmar a identidade liga-se ao fato de que ser visto é sentir-se afirmado identitariamente como a imagem de um corpo que está de acordo com aceitações de um grupo.

Quando procuramos a representação imagética da roupa, estamos procurando o desejo de expressar as nossas convicções e pensamentos, os quais se manifestam inconscientemente para reafirmar de maneira explícita quem somos. Almeida, Silva e Santos (2006, p.3) afirmam que

A relação do corpo com a moda não se restringe apenas à utilização de um vestido, uma calça ou um sapato, mas por trás dessas atitudes, está nossa identidade, estão nossos mistérios e propósitos e que, portanto, estão necessariamente relacionadas à nossa história de vida e ao nosso desejo inconsciente.

Sendo assim, podemos compreender que a moda também expressa as características do corpo que está ligado aos processos psi-

cológicos, e, que por meio deles, sente e simboliza características com a finalidade de ser reconhecido e ovacionado pelos seus desejos.

A imagem de corpo também pode ser colocada como uma tendência narcisista do indivíduo se comportar em confronto com a tendência edípica constante na identidade. Ao escolhermos nos apropriar de um estilo de vestimenta e de vida, decorrente do grupo que se veste deste modo, procuramos apropriar a imagem do outro à nossa imagem, trazendo o objeto para perto do objetivo. Quando nos deparamos com a imagem produzida por esta aproximação, sentimos o alívio da tensão originada pela busca da aceitação daquele determinado grupo social, mas em contraste, procuramos também a essência da própria identidade, levando o pensamento de que a roupa é a imagem do corpo que sou, e esse ser que permanece em constante fluxo e mudança busca a satisfação de seu desejo, procurando o olhar do outro.

A moda retoma, neste aspecto, o paradoxo do pertencimento do grupo frente à afirmação do eu. Quando olhamos para o corpo contemporâneo, em suas nuances filosóficas e de identidade, compreendemos que a expressão do ser está em constante mudança porque a formação da imagem está mudando constantemente, tentando acompanhar a fluidez das relações encontradas na sociedade em que o indivíduo está inserido. O corpo entra no movimento da moda no aspecto de vir a ser e não do que sou. O narcisismo derivado destes movimentos mentais são oriundos do estilo de vida egocêntrico contemporâneo, que procura a constante satisfação pessoal enquanto afirma-se como ser que pode resolver qualquer coisa sem necessitar de outro. Lipovetsky (2004 *apud* ALMEIDA; SILVA; SANTOS (2006) afirma que moda não permitiu unicamente exibir um vínculo de posição, de classe, de nação, mas foi um vetor de individualização narcísica, um instrumento de alargamento do culto estético do Eu, e isso no próprio coração de uma era aristocrática.

A necessidade de afirmação destas relações nos prende à falsa compreensão de que estamos vestindo aquilo que somos como cor-

po e mente, mesmo que na realidade estejamos escondendo a grande necessidade do olhar dos outros para o Eu, escondendo na nudez da nossa efêmera ilusão de onipotência social os traços de quem somos realmente para que sejamos aceitos em nossos círculos sociais.

No início do movimento da moda, encontramos também a irrelevância do corpo, impulsionada pela crença de que o corpo é guiado por Deus e que tudo que ocorre ao corpo deve ser para a manutenção da manifestação de características que possam ser depositárias deste Deus. A partir desta visão, verificamos que o foco da atenção e da representação imagética está nas roupas e não no corpo, que é depositário das virtudes e boas maneiras. Com o decorrer das épocas, a concepção de corpo muda, e chegamos na contemporaneidade onde a noção de que a roupa é evidência e que o corpo é apenas a imagem de um estilo de vida libertário.

Este estilo de compreensão está vinculado ao desejo de mostrar o que quer ser, atraindo olhares para a beleza do corpo. Encontramos em Bauman (1998) a explicação do porquê desta mudança na concepção do corpo. O autor traz em sua compreensão teórica que a modernidade deriva da mudança entre a certeza de ideias fixas e sólidas, que se ancoravam em certezas e crenças para a compreensão de que estas “verdades” podem ser questionadas e são fluidas. A inconstância cria diversos grupos sociais, rompendo com o tradicionalismo da formalidade nas relações. Esta multifacetada divisão da sociedade proporciona ao ser a formação da identidade por meios que não eram aceitos ou encontrados na sociedade de épocas passadas.

A globalização também contribui para a formação da ideia de que o corpo muda e pode ser encarado como a tela de arte que agrega em seu processo de amadurecimento marcas de diversos pensamentos, enquanto mantém a noção do corpo belo, certo e de vida adequada, reafirmando em suas propagandas, blogs e redes sociais a imagem de que quem segue a moda tem um corpo ideal, desviando a atenção da roupa para o corpo que deve usar a roupa.

A constância da mudança também pode ser percebida na construção da identidade da forma de como nos colocamos no mundo. A roupa transforma-se em um campo de representação e da luta entre significados e significantes, no qual é decodificada a imagem do corpo. Como reafirmação da identidade, o vestir-se adquire mudanças de acordo com a concepção de realidade do indivíduo, assumindo o papel unificador e identificador, onde, de acordo com Lima (2003, p. 101),

No mundo contemporâneo, o consumidor age sobre o objeto que adquire e o recontextualiza nos termos de seu universo de significados- por sua vez produzido na complexa dinâmica sujeito-objeto que o atravessa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados avaliados, podemos inferir que a moda é um processo em constante movimento, sendo um tipo de espelho da compreensão da sociedade sobre os valores e sobre a sua moral. A moda está rodeada de processos psicológicos que se ligam à compreensão do movimento da malha social, na qual questões como recalçamento, projeção e deslocamento fazem-se presentes na criação do questionamento dialético sobre o simbolismo e o simbolizado.

A formação da noção do vestir também está ligada ao grupo que o indivíduo se identifica, no qual podemos perceber que, contemporaneamente, a identidade está em constante fluxo, mudando constantemente para adaptar-se aos diferentes grupos, que estão cada vez mais presentes em diálogos e formando interseções entre pensamentos.

Percebemos também que a moda é uma representação da afirmação na luta de classe, em que o indivíduo busca afirmar suas características através do grupo. Este movimento proporciona ao ser humano a sensação de pertencimento e afirmação sem a necessidade de ser criativo para encontrar estes ideais.

O estudo da moda é uma questão que se deve observar no olhar sobre o ser humano. Compreender o modo de se vestir pode ser uma fonte de conhecimento sobre os seus

aspectos psicológicos e um acesso à demanda que o paciente traz, pois, por meio do vestir, podemos relacionar as influências e compreender os valores, recalcamientos, projeções e simbolismos presentes naquele indivíduo. Por este motivo, o questionamento sobre a decodificação dos símbolos presentes nas roupas ainda é um campo a ser estudado e compreendido.

social através do vestuário. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, [S.n.]

SOUZA, Jessé; ÖELZE, Berthold. **Simmel e a modernidade**. Brasília: UnB. 1998.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. B. M.; SILVA, R. S. G.; SANTOS, R.C.M. **Um olhar sobre corpo e moda em psicanálise**. 2006. Disponível em <www.psicologia.com.pt>. Acesso em: 13 abr. 2017.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Câmara brasileira do livro, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

FLUGEL, J. C. Sobre o valor afetivo das roupas. **Psychê**, São Paulo, v. 12, n. 22, p. 13-26, jan./jun. 2008.

FREUD, Sigmund. Sobre o narcisismo: uma introdução (1914). In _____. **Obras psicológicas completas de Sigmund Freud**: edição standard brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1980. v. 14.

_____. Três ensaios sobre a sexualidade (1905). In _____. **Obras psicológicas completas de Sigmund Freud**: edição standard brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1980. v. 07.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006

JULLIAN, Philippe. **La belle époque**. Nova York: The metropolitan museum of art, 1982.

LIPOVÉTSKY, Guilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

MOTA, Myriam; BRAICK, Patrícia. **História das cavernas ao terceiro milênio: das origens da humanidade à reforma religiosa na Europa**. São Paulo: Moderna, 2005. v. 1.

QUINTELA, H.F. **A segunda pele: a linguagem das roupas, seus signos e a configuração da identidade**