

ROUPA E ENCONTRO

Na vida cotidiana atual, a hiperprofusão de imagens vazias tem efeito anestésico, mas a disseminação de mundo-visões por intermédio da invasão das imagens também constrói outros mundos, novos olhares. Assim é também no mundo da moda, na indústria do vestuário. Pelo olhar, os seres se percebem e se encontram, se aceitam ou se rejeitam. Para haver o encontro, é preciso que o outro seja significativo ao olhar. É preciso percebê-lo corporal e espiritualmente, destacá-lo, contextualizá-lo e alterá-lo primeiro emocionalmente, depois concretamente.

Essa significação inicial é a função das roupas na sociedade contemporânea, que servem muito menos para proteger do que para comunicar. A sua função é semântica, mas o seu discurso é mais importante que a sua função. Assim é que a indústria da moda envolve fascinação, *glamour*. A fascinação incita à imitação, suscita uma emoção socialmente generalizada que nasce da cisão profundamente atual entre o que somos e o que gostaríamos de ser.

Pensar a roupa que propicia o encontro é entender o papel da cor e disposição de seus elementos. Há menos de 2 mil anos, o vestido era um privilégio masculino em culturas como a romana e escocesa. Homens usavam toga e saia *kilt* escocesa, que só perderam hegemonia para as calças a partir do século V. A calça feminina moderna é um símbolo fálico, denotando um novo tipo de socialização buscado pelas mulheres.

Ao olhar alguém vestido, o observador capta sinais que logo em seguida transforma em signos. A maneira como se estabelecerá a comunicação está predita desde o primeiro olhar porque toda roupa pode significar a passagem do sinal ao símbolo e assumir o valor de um equivalente de todo um discurso.

Contém trecho de artigo originalmente publicado no livro “Complexidade à flor da pele: ensaios sobre ciência, cultura e comunicação” (Cortez, 2003).