

“O SISTEMA DA MODA”*

Roland Barthes, o senhor acabou de publicar uma obra cujo título, *Sistema da moda*, é um tanto enganador. Pensamos encontrar nele um comentário incisivo, como aqueles das *Mitologias*, ou então uma análise de inspiração sociológica. Não é nada disso. Trata-se, na realidade, de uma obra científica, bastante austera, e da qual muitas páginas me lembraram, não sem desagrado, confesso, os manuais de álgebra ou as análises gramaticais de minha infância!

Direi, em primeiro lugar, que o título do meu livro não é uma provocação, sendo que o meu projeto não é tanto trazer um ponto de vista novo com respeito à moda como constituir um trabalho de pesquisa. Esse trabalho faz parte, aliás, de um conjunto de pesquisas atuais em plena expansão e que se agrupam

* *France-Forum*, 5 de junho de 1967. Entrevista feita por Cécile Delanghe.

sob o nome de “estruturalismo”. Trata-se de um movimento de pensamento e de análise que tenta encontrar, através de certos métodos extremamente precisos, a estrutura dos objetos sociais, das imagens culturais, dos estereótipos, tanto nas sociedades arcaicas como em nossas sociedades modernas tecnicistas.

No que me concerne, debruçei-me sobre esses fenômenos de nossa sociedade que são, e aqui preciso recorrer a um termo bastante vago, conjuntos de objetos utilitários: os alimentos, se se trata de nos alimentarmos, as casas, se se trata de nos alojarmos, as ruas das cidades, se se trata de circularmos, e a moda, se se trata de nos vestirmos.

Em suma, o senhor poderia ter construído um “sistema da moradia” ou um “sistema da alimentação”, assim como construiu o da moda?

Se desde sempre se sabe que esses “objetos” têm funções bem precisas e diferentes, hoje estamos convencidos de que eles constituem igualmente, para os homens, meios de comunicação, veículos de significações. Foi Saussure quem primeiro postulou a existência de uma ciência geral dos signos; ele achava que a lingüística seria apenas uma parte dessa ciência. Esse postulado depois foi retomado graças ao desenvolvimento da lingüística, ciência da linguagem humana, ciência igualmente muito bem constituída hoje, que serve de modelo ao estruturalismo. Trata-se de aplicar os conceitos e as regras de descrição da lingüística a coleções de objetos que já não são a linguagem articulada, e de sub-

meter essas coleções a uma análise que poderia ser a que se impõe a uma língua quando se quer conhecer a sua gramática.

No que concerne à moda, o senhor voluntariamente limitou sua análise a artigos dedicados à roupa feminina como os que se podem ler nas revistas femininas especializadas, portanto à descrição escrita da moda. Ora, para a mulher, e aqui falo em nome de milhares de leitoras às quais são destinadas essas páginas de moda, nada fala mais, nada é mais convincente do que a imagem; o texto, a legenda, se acompanham aquela, não constituem mais do que um convite a olhá-la melhor. Apresento como prova que nenhuma mulher comprará um vestido sem tê-lo experimentado, noutras palavras, sem ter ido além da persuasão puramente verbal.

↘ Não recuso absolutamente à roupa vestida uma extraordinária riqueza. Se me limitei à sua descrição escrita, foi por razões ao mesmo tempo de método e de sociologia. Razões de método: de fato, a moda coloca em jogo vários sistemas de expressão: o material, a fotografia, a linguagem; e me era impossível fazer uma análise rigorosa de um material muito mesclado; era-me impossível trabalhar de maneira fina se passasse indiferentemente das imagens às descrições escritas, e destas descrições às observações que eu mesmo poderia ter feito na rua. Considerando-se que o procedimento semiológico consiste em recortar um objeto em elementos e em repartir esses elementos em classes gerais formais, eu tinha interesse em escolher um material tão puro, tão homogêneo quanto possível. Além disso, eu estava justificado nessa escolha pelo fato de que hoje as revistas de moda

têm uma difusão verdadeiramente maciça, fazem parte da cultura de massa. Isso, todas as estatísticas atestam. Por conseguinte, a roupa descrita por jornais de moda, que, comparada à roupa da rua, talvez lhe pareça menos real, menos interessante, adquire novas dimensões, na medida em que é projeção do imaginário coletivo. Veicula imagens, estereótipos, uma enorme riqueza de elementos, não reais, é verdade, mas de tipo utópico. Nisso, ela se aparenta ao cinema, às histórias em quadrinhos ou ainda ao romance popular. Finalmente, é uma imagem estereotipada da feminilidade que se esconde debaixo da fraseologia do jornal de moda.

E para descrever essa imagem, o senhor abandona excepcionalmente a abstração e a análise puramente formal. Por que essa infração, se assim posso dizer, ao projeto que o senhor fixou para si mesmo?

Eu o fiz muito mais para mostrar em que ponto do sistema tal descrição podia se localizar, do que pela própria descrição, a meu ver, supérflua. Porque, ao ler um jornal de moda ou relacionando as lembranças de todas as leituras que dele teve, cada um reconhece bem a imagem típica da mulher projetada por esses jornais. Uma imagem essencialmente contraditória, há que se reconhecer, já que essa mulher dever ser tudo ao mesmo tempo a fim de representar o maior número de leitoras possíveis. Secretária executiva, ela pode entretanto assistir a todas as festas do ano e do dia. Sai todo fim de semana e viaja o tem-

po todo, para Capri, para as Canárias, para o Taiti, e, no entanto, a cada viagem ela vai ao sul da França. Gosta de tudo ao mesmo tempo, de Pascal ao *cool-jazz*. Não conhece nem o adúlterio nem as ligações passageiras; só viaja com o marido; de suas dificuldades financeiras, nunca fala. Em resumo, ela é ao mesmo tempo o que a leitora é e o que ela sonha em ser. Nisso, a moda se parece com toda a literatura para as mocinhas de outrora; é a linguagem da mãe que “preserva” a filha de todo contato com o mal.

O senhor acha mesmo que a leitora percebe esses múltiplos sinais que lhe são enviados? É possível que ela encontre neles com que alimentar sua imaginação; mas os jornais de moda, como os outros, são também empresas comerciais, e não podem esquecer que, salvo algumas exceções, as mulheres não vão tão longe como eles fazem supor. Um grupo de confecção fez algumas perguntas a centenas de moças; os questionários ainda não foram completamente analisados, mas já se pode ter uma idéia bastante precisa do conjunto de respostas; elas se vestem “um palmo” acima do joelho; quando faz frio, não usam aqueles “adoráveis pequenos” casacos de pele baratos, mas um simples mantô de lã; para dançar, um vestido, e não um “pijama de noite”, etc. É de certo modo um contrato de surdez.

A leitora de moda está um pouco na situação de dois interlocutores; quando dialogam, compreendem muito bem o que querem dizer um ao outro; mas, ao mesmo tempo, não fazem uma análise gramatical de suas palavras. Do mesmo modo, a leitora de moda não tem consciência dos mecanismos que pro-

duzem esses signos, mas ela os recebe. Esses signos são, aliás, bastante variados; por certo, todos sabem que, pela roupa, trocamos informações bastante elementares, não apenas sobre nossa situação social ou profissional, sobre a nossa faixa etária, como dizem os etnólogos, mas igualmente sobre tal uso social, tal cerimônia, tal ocupação: “Um vestido para a noite, para o *shopping*, para a primavera, para a estudante, para a mocinha desenvolvida...” Por outro lado, a moda se esforça por fazer corresponder à roupa descrita aquilo que nós mesmos queremos exprimir sobre nós mesmos, o papel complexo que queremos desempenhar na sociedade; por exemplo, o adolescente que segue à risca a moda atual dos adolescentes, a “moda militar”, comunica, assim fazendo, a todos os que o cercam uma informação, ou seja, que ele pretende ser reconhecido como pertencente a determinado grupo, com sua mentalidade e seus valores.

A seu ver, pode-se numa roupa ler, por um lado, significações gerais que o senhor qualifica de elementares, de outro lado, significações de que o indivíduo se apropriaria. Este último aspecto da questão deve ter-lhe causado um problema técnico. Tendo sido o seu projeto fazer um inventário das unidades semiológicas que os artigos de moda contêm, parece difícil, ao profano que sou, situar a análise no nível do indivíduo.

É a ilusão que todos temos diante dos indivíduos e, bem entendido, precisamos dessa crença ou dessa ilusão para viver. Mas, na realidade, do momento que se estuda um número bastante grande de fatos e que se adota com relação a eles uma ati-

tude científica, já não há mais nenhum indivíduo que resista a uma possibilidade de classificação. Os testes de psicologia estão aí para prová-lo. Percebe-se igualmente que os homens podem atribuir qualquer sentido a qualquer forma; não existe relação estável entre a forma e o conteúdo. Tome, por exemplo, a saia curta; hoje se diz que ela é erótica; mas, há cinqüenta anos, o mesmo adjetivo era empregado exatamente a propósito da saia longa. Racionaliza-se hoje a exigüidade da saia por um fator de erotismo.

No entanto, ouve-se dizer com freqüência que a moda atual é o sinal de uma revolução, ou melhor, de uma evolução da mulher. As pernas de amazona sob uma túnica curta, é mais do que outra silhueta, é quase outra mulher. É toda uma feminilidade feita de sombras e de mistérios que se esfuma. Os atributos clássicos da roupa, certas peles, certas jóias, certos couros, estão hoje fora de moda. Outro fato que parece marcar o fim de uma época: o modelo de referência mais ou menos espontâneo não é mais o modelo rico, é o modelo jovem. A saia curta não desceu para a rua, ela nasceu na rua, em Londres.

Não acredito que esta moda corresponda a nenhum fenômeno de ordem sociológica. Acredito que todas as razões pelas quais pretendemos explicar ou justificar uma roupa são pseudo-razões. A transformação de uma ordem de signos numa ordem de razões é conhecida, aliás, sob o nome de racionalização; noutros termos, racionaliza-se a posteriori um fato produzido por motivos bem diferentes e por motivos formais. Ao

estabelecer a psicanálise da roupa, Flügel deu alguns exemplos dessa conversão social do símbolo em razão: o calçado longo e pontudo não é entendido pela sociedade que o adota como um símbolo fálico, mas o seu uso é atribuído a simples razões higiênicas. Tomemos um exemplo menos vinculado à simbólica psicanalítica: por volta de 1830, a goma na gravata era justificada por vantagens de conforto e de higiene. Vê-se até aparecer, nesses dois exemplos, uma tendência, que talvez não seja acidental, de fazer da razão do signo o contrário até de sua disposição física: o desconforto se inverte em conforto. O que é necessário destacar, então, é que se efetivamente a roupa sempre foi construída como um sistema geral de signos, as significações desse sistema não são estáveis; elas evoluem e passam ao sabor da história.

Se o senhor tivesse escrito este livro há cinqüenta anos, sua análise teria sido então idêntica?

Certamente. Eu não descrevi uma moda particular; tomei cuidado justamente para fazer um inventário formal que ignora, por esse fato, o conteúdo da moda. A moda é uma combinatoria que tem uma reserva infinita de elementos e de regras de transformação. O conjunto dos traços de moda se esgota, a cada ano, num conjunto de traços que tem suas coerções e suas regras como a gramática. E, se a moda se nos mostra, a nós, imprevisível, é porque nos colocamos no nível da memória humana. Mas, se você desloca o nível de observação, se, em vez de

se colocar na escala de alguns anos, colocar-se na escala de quarenta ou cinquenta anos, observa fenômenos de grande regularidade. Um etnólogo americano, A. L. Kroeber, provou isso de maneira absolutamente irrefutável: o ritmo de mudança da moda não apenas é regular (a amplitude é de aproximadamente meio século, a oscilação completa de um século), mas tende a alternar as formas segundo uma ordem racional; por exemplo, a largura da saia e a da cintura está sempre numa relação inversa; quando uma é estreita, a outra é larga. Em suma, na escala de uma duração um pouco longa, a moda é um fenômeno ordenado, e essa ordem, ela a traz em si mesma.

Neste ponto, sou obrigada a interrompê-lo; porque parece que atualmente um vento de loucura sopra sobre a moda, desde os vestidos de metal, até a moda cosmonauta, passando pela moda "gruyère"¹, um vento de loucura que não se parece com nenhum outro. Tudo é possível, as extravagâncias da moda são tais que se tem quase vontade de fechar os olhos, para não ver mais nada. Volto uma vez mais ao exemplo da minissaia; não vejo nenhuma outra época a não ser a Pré-História para encontrar a barra tão alta.

Tudo isso é relativo e, em certo sentido, o exemplo da minissaia dá razão a essa espécie de previsão dos grandes ritmos da moda. Pois é preciso pensar não nas dimensões em si, mas somente nas dimensões relativas da saia. E se poderia perfeitamente prever o fenômeno atual, a saber, que as saias che-

.....
1. Que lembra o queijo "gruyère".

gariam hoje a um estado o mais curto possível, em relação a outro pólo de comprimento, ele próprio relativo, e que se atingiu há cinquenta anos, por volta de 1900. Dito de outra forma, a minissaia nos parece muito curta, sem dúvida, mas o analista só leva em conta este fato: ela não é muito curta, mas a mais curta possível com relação ao ciclo inteiro. Sem dúvida, a história constitui de qualquer forma uma força que conserva a sua liberdade e reserva algumas surpresas; mas, normalmente, se o ritmo da moda continuar sendo regular, as saias deveriam, a partir de hoje, alongar-se pouco a pouco, através das variações sazonais. Digamos que no ano de 2020 ou 2025, as saias deveriam estar de novo bem compridas.

Aí está algo que destrói uma visão da moda partilhada durante muito tempo por numerosos pensadores e poetas, visão que faz dela o terreno preferido da criação livre, do capricho e da frivolidade. Um dos méritos do seu livro é desmistificar essa visão; nada impede que essa visão seja um pouco entristecedora...

Mas não denego absolutamente aos costureiros a liberdade de criação e de invenção que podem investir em seus modelos. Só que, assim que se amplia a moda à sua dimensão histórica, não se descobre nada além de uma profundíssima regularidade.

A moda se reflete ao longo do tempo.