

COMUNICAÇÃO E MODA: CONVERGÊNCIAS E RESSIGNIFICAÇÕES EM VIVIENNE WESTWOOD

JULIANA BORTHOLUZZI¹

DENISE CASTILHOS DE ARAUJO²

RESUMO

O presente artigo pretende elaborar uma reflexão, a fim de evidenciar a relação íntima existente entre o movimento punk (década de 1970), e a produção da estilista Vivienne Westwood, conhecida como a Rainha Punk. Objetiva-se a identificação da moda como linguagem, considerando-a, portanto, um código não-verbal, através do qual é possível que atos de comunicação sejam realizados a partir da composição de signos. Pretende-se, também, identificar a permanência de elementos caracterizadores do movimento punk em trajes escolhidos para um exercício de análise estilísticas, oriundos de coleções da obra de Westwood. E, a partir da análise dessas produções, pretende-se evidenciar os significados e mensagens presentes, pois tratam-se de textos com o objetivo de estabelecer atos de comunicação.

PALAVRAS CHAVE

Moda. Punk. Vivienne Westwood.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo principal identificar prováveis significações de signos não-verbais constituidores da produção estilística de Vivienne Westwood. A fim de concretizar esta tarefa, foram realizadas atividades como a discussão a respeito do conceito de moda, considerando-a linguagem, a contextualização histórica do movimento punk inglês, bem como da carreira da estilista de moda Vivienne Westwood, para, finalmente realizamos uma análise Semiótica de algumas produções da estilista, com o intuito de verificarmos as mensagens presentes nas criações selecionadas.

¹ Juliana Bortholuzzi, UNISINOS, Áreas de interesse: Moda e Comunicação, Brasil.

² Denise Castilhos de Araujo, Universidade FEEVALE, Áreas de interesse: Gênero feminino, Comunicação e Moda, Brasil.

2. COMUNICAÇÃO E MODA: APROXIMAÇÕES

O ato de vestir-se pode ser considerado um texto, o qual comunicará algo, pois as roupas, além de cumprirem seu papel primordial de cobrir a nudez e proteger o corpo, constituem-se como códigos que, tanto quanto as palavras, evidenciam sentimentos, sensações, valores, atitudes. Nesse sentido, Barnard entende que,

moda, indumentária e vestuário constituem sistemas de significados nos quais se constrói e se comunica uma ordem social. Podem operar de diversas maneiras, mas assemelham-se no fato de serem uma das maneiras pelas quais aquela ordem social é vivenciada, compreendida e passada adiante. Podem ser considerados como um dos meios pelos quais os grupos sociais comunicam sua identidade como grupos sociais a outros grupos sociais. São formas pelas quais esses grupos comunicam suas posições em relação àqueles outros grupos sociais. Sem presumir que as diferenças entre esses termos tenham sido ignoradas, é costume afirmar que moda, indumentária e vestuário são apenas formas pelas quais os individuais se comunicam. São também meios pelos quais os grupos sociais se comunicam e geram identificação e/ou rejeição (BARNARD, 2003, p.109.)

Moda é uma linguagem (não-verbal), e por consequência, uma possibilidade através da qual os indivíduos podem se comunicar. Ao usar uma roupa, elabora-se atos de comunicação que são compartilhados com o mundo.

Além disso, demonstra-se, com o uso de determinados trajes, traços identitários dos grupos sociais aos quais se pertence, enfim, a roupa oferece a possibilidade de comunicar algo a alguém. Garcia afirma que “a moda é um instrumento poderoso de inserção humana no contexto cultural, ela é um instrumento de comunicação” (GARCIA, 2005, p. 100).

Então, se uma pessoa envia mensagens sobre si mesma, a partir da seleção de roupas que usa, pode-se definir a moda como forma de comunicação, de linguagem não verbal. Diante disso, é possível afirmar que as roupas possuem simbologia, que refere-se à “expressão do eu em interação com o mundo. É um instrumento utilizado pelo sujeito para que ele adquira a competência de ser percebido” (GARCIA; MIRANDA, 2007, p. 104).

A moda, como forma de comunicação, é uma das maneiras mais utilizadas para envio e recebimento de mensagens, pois todos os dias pessoas do mundo inteiro vestem-se para se apresentarem aos demais, a fim de se expressarem, buscando adornos que possam compor sua imagem, e que se pareça, ou não, com o que pensam e o que são de fato,

mas buscando estar o mais próximo de como gostariam de ser percebidos (se o indivíduo tiver a consciência da possibilidade do uso das roupas como código).

O vestuário, segundo Miranda (2008), é um dos mais poderosos produtos que as pessoas usam para se comunicar, é uma mídia expressiva, o objeto e seu signo de maneira altamente visual, conectado intimamente com a pessoa, é conduzido por ela em toda a dimensão social de sua rotina diária. Nesse sentido, Malcolm Barnard aponta que,

moda e indumentária são formas de comunicação não-verbal, uma vez que não usam palavras faladas ou escritas. Não é difícil entender que até mesmo quando roupas se cobrem de palavras, como grifes ou *slogans*, por exemplo, ainda permanece um nível de comunicação não-verbal que excede um significado literal dessas grifes e *slogans*. (BARNARD, 2003, p.50).

De acordo com Castilho (2004, p.10), “na moda e por ela os sujeitos mostram-se, mostrando os seus modos de ser e estar no mundo, o que os posiciona neles”. Existe a necessidade de ser aceito em um grupo. Por esse motivo, e conforme afinidade, cada pessoa escolhe e se adapta a um determinado estilo. Através dessa escolha, o indivíduo pode utilizar-se das roupas como forma de posicionar-se diante dos demais, indicando a maneira que gostaria de ser identificado. Nesse sentido, Crane afirma que,

como forma de comunicação não verbal e visual, o vestuário é um meio poderoso de fazer declarações sociais subversivas, pois essas declarações não são necessariamente construídas ou recebidas em um nível consciente ou racional (CRANE, 2006, p.456).

No entanto, não é necessário conhecer profundamente os códigos das roupas e da moda para poder decodificar um traje, existem sinais que são extremamente claros, mesmo para indivíduos leigos. Por exemplo, o descuido com o vestir, intencional ou não, segundo Lurie (1997), pode denotar certa falta de consideração e amor próprio, ao passo que uma vestimenta bem alinhada pode representar certo status, pois esse indivíduo investiu seu tempo e dinheiro, para manter o seu alinhamento, enquadrando-se em alguma regra estabelecida pela sociedade na qual convive.

Barthes (2005, p.374) afirma que “viver em uma civilização da imagem pura criará certa angústia, pois a imagem sempre tem vários sentidos” e explica que “é por essa razão que as fotos dos jornais são sempre legendadas: para diminuir o risco provocado pela multiplicidade de sentidos”. No caso da moda, não é possível colocar uma legenda afirmando o que se quer dizer com o que se está vestindo, por isso tornando a leitura de

uma vestimenta extremamente diversificada, pois os códigos do vestir não são tão definidos como a linguagem verbal, por exemplo.

Cada pessoa interpreta de acordo com a sua cultura, com seu repertório individual e, além disso, como a moda é efêmera, ela contribui ainda mais para a multiplicidade de significados existentes em uma composição de um traje, pois ela:

é criada com base em modas anteriores que podem ser afirmadas ou tomadas como objeto de troca. Isso envolve também uma redisseminação de significados anteriores, agora combinados de todas as maneiras, e o resultado é que os significados culturais e políticos que as roupas podiam ter tido outrora desaparecem numa cacofonia cada vez mais fraca (SVENDSEN, 2010, p.81).

Através da moda é possível aos indivíduos se comunicarem, utilizando-a como linguagem, ou seja, um código através do qual são produzidas e enviadas mensagens. Ao usar uma roupa, compartilha-se informações com o mundo, demonstrando gostos, valores, desejos, crenças, e grupos aos quais o indivíduo pertence, enfim, a roupa pode ser considerada um texto, o qual, provavelmente, encontrará um destinatário que o decodificará.

Garcia diz que “a moda é um instrumento poderoso de inserção humana no contexto cultural, ela é um instrumento de comunicação”. (GARCIA, 2005, p. 100).

E, de acordo com Castilhos “No imbricamento das linguagens, moda e corpo concretizam subjetividades, marcam posições sociais, exploram e orientam opções sociais, acordam ou polemizam com instituições políticas ou ideológicas”. (Castilho, 2004, p.34). Essa situação pode ser percebida no caso dos *punks*, que, através da indumentária, mostram insatisfação e indignação contra o sistema inglês da época.

“Mediante o fenômeno da moda, podemos comunicar ao mundo e a nós mesmos o que somos, o que não somos, aquilo que sonhamos ser, e até o que parecemos ser” (MIRANDA, 2008, p. 56). E complementa que “não é simplesmente dizer que o que nós vestimos mostra o que nós somos, mas como nós vestimos e em que contexto” (MIRANDA, 2008, p. 56).

Partindo da premissa de que a moda é um comportamento coletivo, ela pode ser pensada como código, que ajuda a decifrar seus significados. Ela é dependente do contexto, ou seja, o mesmo texto pode ser interpretado de forma diferente por receptores diversos, e em situações e épocas distintas.

Sendo assim, moda e indumentária são empregadas como armas ideológicas entre grupos sociais, ou seja, um conjunto de ideias, ou uma ideologia, coloca-se contra outro conjunto de ideias, outra ideologia, no momento em que se veste uma roupa, podendo-se, assim, comunicar um ponto de vista com ela. O movimento punk, por exemplo, na década de 1970, se valeu das vestimentas para desafiar a ideologia dominante e contestar a política, e a distribuição do poder na ordem social.

Pode-se afirmar que o punk apresentou/apresenta características identitárias bem sedimentadas, e, por isso, é possível reconhecer um integrante desse grupo em qualquer lugar do mundo. Souza afirma que “a identidade é construída nas fissuras, nas travessias e nas negociações que ligam o interno e o externo, o público e o privado, o psíquico e o político” (SOUZA, 2004, p. 123). No caso dos punks, suas identidades foram sendo formatadas a partir de um ideal, que seus integrantes buscavam, ou seja, a luta contra a política local de onde viviam.

3. O MOVIMENTO PUNK E VIVIENNE WESTWOOD

Em meados da década de 1970, a Inglaterra começava a dar sinais de crise, vivia um momento de estagnação econômica, o alto índice de desemprego, greves, intolerância racial, fragilidade da gestão do Partido Trabalhista versus crescimento político da ultraconservadora Margaret Thatcher. O caos mais que propício para o surgimento do punk na terra da realeza (TEMPLE,2001).

A juventude da classe operária sentia que não havia perspectivas de futuro. Com isso, surgia um novo movimento, como uma tentativa de atacar velhos valores de uma sociedade relativamente velha, o qual seria considerado um dos fenômenos sociais e culturais mais controversos da história contemporânea, mas ao mesmo tempo, um dos mais marcantes.

“Por aqui, os garotos punks eram filhos da classe operária. Estavam revoltados e agressivos”. (TEMPLE, 2001). O Movimento Punk, surgido na década de 1970, assim como outros movimentos da contracultura, fugia dos padrões impostos pela sociedade através do modismo. Seus integrantes mostravam revolta através de cabelos espetados e coloridos, roupas velhas que simbolizavam o anti-consumismo proposto pelo grupo e jaquetas com frases de rejeição as injustiças de um estado repressor.

O *punk* surgiu num momento de ascensão dos conservadores ao poder e de recessão econômica que teria provocado o desemprego e afetado, sobretudo, os jovens brancos pobres. De fato, a sociedade inglesa escandalizou-se com a atitude irreverente dos jovens que saíam em bandos pelas ruas em trajés estranhos, calças justas, rasgadas e remendadas por alfinetes, presas por cintos de arrebitos.

A esse visual assustador aliava-se uma conduta crítica e transgressiva, pois ignorando completamente as determinações sociais, aqueles jovens criaram um modo próprio de vida, uma cultura própria. Segundo Cuche, “a identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas.” (CUCHE, 1999, p.176)

A primeira regra do *punk* é que não existem regras. Ser *Punk* é quebrar as regras e não criá-las, é não se preocupar em usar roupas certas ou dizer os clichês certos, mas pensar por si mesmo, afirma Bivar (2001), *punk* é a liberdade de palavra e espaço para mover-se.

Em 1976, o *punk* passa a ser uma revolução mais de estilo do que de política, mais sentimento do que consciência. O movimento punk teve reflexos diretos no comportamento, na música e na moda. “é impossível pensar nas bandas, na música e no espírito do *punk* e do Neo-Romantismo, sem o trabalho de Vivienne” (MULVAGH, 2003, p. 142).

O *punk* revolucionou o modo como roupas eram usadas pelos jovens pelo mundo inteiro. Repentinamente, a “alta moda” já não era mais tendência, e sim estar diferente, individual, criar um *look* único, fazer o seu estilo. Porém Cogan (2008) conta que, infelizmente, isso não levou somente a adoção de um uniforme *punk* universal e sim, acabou caindo nas tendências de moda, sendo desfilados em passarelas por modelos anoréxicas, roupas rasgadas, alfinetes, rebites e taxas, indo contra a ideologia inicial do movimento, até hoje.

O trabalho do casal Vivienne Westwood e Malcom McLaren, que se conheceram na década de 1960 e, a partir dali, criaram roupas que, de certa forma, eram textos que visavam ao protesto, a produção estilística do casal começou a se diferenciar quando eles lançaram o grupo inglês Sex Pistols nos meios de comunicação. Ele, como produtor, e ela como responsável pelo figurino agressivo, que foi um conceito

extremamente inovador na época. O grupo tornou-se símbolo do movimento punk e o colocou em evidência nos meios de comunicação. Suas letras expressavam a anarquia e insultavam a família real, e essas mensagens eram reiteradas pelo figurino da banda, e, posteriormente, pela obra de Westwood.

Vivienne Westwood estava ligada aos punks quando começou sua carreira na moda, criando roupas com essa estética, e com o intuito de contestar a sociedade em forma de frases e elementos nas suas criações. Logo depois, Vivienne se reinventou, e o visual anárquico punk deu lugar a coleção neorromântica denominada Pirata, lançada em 1981, e em outra loja, a “Nostalgia of Mud”, que terminou em 1982, culminando no fim da dupla Westwood-McLaren.

Neste mesmo ano, ela desfilou em Paris com a coleção Punkature, mostrando um novo perfil, com roupas de corte assimétrico e as saias-tubo. A partir de 1987, a estilista trouxe o xadrez, os tweeds, os espartilhos e os sapatos com saltos gigantescos.

De acordo com Baudot: “As referências de Westwood ao século XVIII Francês, às cortesãs, ao Marques de Sade, perturbam a ordem um tanto bem arrumada demais do *prêt-à-porter*, com um permanente e salutar apelo à desordem”. (BAUDOT, 2000, p.330)

A moda é transitória, pois passa por constantes mudanças, mas o que é apresentado na moda nem sempre é algo novo, inédito, original. A moda se repete em ciclos, e na maioria das vezes ela bebe na fonte do nosso passado para buscar inspirações e trazê-las para o presente, como faz Vivienne Westwood.

Entrar para a moda não a fez abandonar as suas características marcantes, a subversão e a anarquia, pois Westwood apenas toma um rumo diferente para mostrar o que sabe sobre moda e suas teorias.

4. SIGNOS PUNK EM VIVIENNE WESTWOOD

Para a realização das análises pretendidas, optou-se pelo uso de alguns conceitos pertencentes à Semiótica, a qual é entendida como a ciência que estuda os significados das linguagens. Nesta etapa, trabalhar-se-á especificamente com os princípios teóricos apontados por Peirce, o qual se apoiava na ideia de que “[...] toda e qualquer produção, realização e expressão humana como sendo uma questão semiótica” (SANTAELLA,

1983, p. 23). A partir do pensamento peirceano, pode-se, então, atribuir uma relação com a moda, sendo ela uma forma de expressão e comunicação, utilizada pelos sujeitos.

Para a semiótica, que se insere no quadro de teorias de comunicação e de linguagem, interessa todos os signos, verbais, não verbais e naturais; seus modos de significação, de denotação, de conotação e de informação; e todo o seu comportamento e propriedade (CASTILHO; MARTINS 2005, p.46).

A semiótica é utilizada para identificar sentidos nas manifestações humanas em que haja comunicação (e, para tanto códigos), atribuindo a esses seus significados. Segundo Garcia e Miranda (2007) “No modelo semiótico, a unidade mínima de análise é o texto”. Segundo Castilho e Martins (2005), etimologicamente a palavra texto deriva do latim *texere* que significa tecer, relativo a tecido tramado de urdimento de fios, e tal entrelaçamento e coerência deve haver também no texto lido e escrito. A partir da leitura dos textos gerados pelos indivíduos, torna-se possível identificar o que um sujeito tenciona comunicar. Quando se pensa em moda, deve-se considerá-la uma linguagem não verbal, na forma de comunicar dos indivíduos, que buscam indicar o seu lugar na sociedade, uma linguagem de signos, que conforme Ferrara (2007, p. 11, grifo do autor)

Identificar e definir a natureza de um signo, a relação que mantém com o objeto representado, a atuação possível de um interpretante na prática relacional que estabelece entre o modo de representação de um signo e seu objeto, parcial ou totalmente representado, constitui condição imprescindível para que se estabeleçam os padrões característicos de uma linguagem. Ao estudo dessa lógica dá-se o nome de *semiótica*.

A semiótica é capaz de desvendar os significados dos signos, e, no caso das roupas, esse código precisa ser desvelado, tornando-se necessário realizar uma leitura das vestimentas para atribuir significados. E, além disso, nas composições de vestimentas, realizadas pelos indivíduos, também é possível a verificação de valores culturais.

Dessa forma, o estudo e conhecimento da semiótica tornam-se relevantes para a compreensão de uma linguagem não verbal, capaz de expressar muito, pois enviar a mensagem clara através das roupas é tão importante quanto a própria fala e a escrita.

Para a análise dos trajes de Westwood, considera-se a classificação dos signos, proposta por Peirce, a qual define signos como ícones³, índices⁴ e símbolos.⁵

As peças escolhidas para análise, concebidas por Vivienne representam momentos e coleções diferentes da estilista, lançadas nos anos de 1990, 1997 e 2010, e pretende-se a identificação de signos que talvez remetam a uma relação mais íntima de Westwood com o movimento punk nas suas criações.

A primeira peça, oriunda da coleção *Five Centuries Ago*, outono/inverno de 1997, foi apresentada em Paris, e trouxe referências aos retratos de nobres da história, principalmente na realeza inglesa e na Alta-Costura, além da sexualidade, talvez uma influência de sua primeira loja. Os seios a mostra, chocantes, eram muito presentes no material produzido pela estilista no início de sua carreira.

Figura 1- Peça da coleção Five Centuries Ago



Fonte: Wilcox, 2004, p. 171

Na figura 1 observa-se o conjunto que é composto por soutian, calcinha e cinta-liga, recobertos por um casaco de pele. Este traje foi confeccionado em um tecido brilhante, na cor dourada. Percebe-se, então, a presença de signos que simbolizam riqueza, como a cor dourada, tanto no traje quanto na grossa corrente usada pela modelo. Segundo Farina (2011), o dourado pode significar a cor da sofisticação, por meio da nobreza; por

³“Um ícone é um signo que se refere ao Objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui quer um tal Objeto realmente exista ou não” (PEIRCE, 1995, p.52).

⁴ “Um índice é um signo que se refere ao Objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por esse Objeto” (PEIRCE, 1995, p.52).

⁵ “ Um símbolo é um signo que se refere ao Objeto que denota me virtude de uma lei, normalmente uma associação de ideias gerais que opera no sentido de fazer com que o Símbolo seja interpretado como se referindo àquele Objeto” (PEIRCE, 1995, p.52).

outro lado, quando em excesso, indica popularesco. Talvez, aqui, percebamos um toque de ironia da estilista, pois ao mesmo tempo em que ela, de certa forma, homenagea a realeza britânica, também sugere que o dourado não sirva mais, exclusivamente a estes indivíduos, e que poderia pertencer aos indivíduos que não fazem parte da realeza.

Além disso, há, na imagem, a presença de um casaco de pele marrom, cujo forro é em matelasê e em tecido também brilhante. A pele também pode ser considerado um signo de luxo, de riqueza, pois sabemos que é um produto muito valorizado, de difícil confecção. Por outro lado, Farina (2011) afirma que o marrom também pode ser associado às roupas populares, pois lembra aqueles tecidos que não são tingidos, ou seja, mais simples.

O que pode causar certa estranheza, nesse modelo, é a exposição quase total do corpo da modelo, e, nesse momento, poderíamos afirmar que se constitui a relação entre essa produção e as ações de protestos, presentes no início da carreira da estilista; talvez, até mesmo, uma reminiscência do início de sua carreira.

Os seios, de acordo com Chevalier e Gheerbrant (2000), tem relação com o feminino, com a maternidade, representa suavidade e segurança. Nessa produção de Westwood, aparentemente não essas as significações que ficam mais evidentes, podem os seios serem elementos de provocação, de valorização da mulher como um indivíduo sensual, provocativo.

A corrente usada no pescoço, como colar, lembra os metais utilizados pelos punks, indicando, assim, a origem da estilista. É uma gargantilha dourada, de aspecto rústico e pesado. Apesar de servir como signo de riqueza, de luxo, a corrente também destoa dos demais elementos do conjunto, pois tem aspecto pesado, por conta dos grandes elos que a constituem.

Então, a delicadeza normalmente vista nas peças íntimas, é substituída por uma espécie de agressividade, principalmente pelo uso de material mais encorpado, lembrando, até mesmo o couro envernizado, e pelo fato de os seios ficarem a mostra, mas de uma forma que não os eleva, pois que são amassados pelo soutain, quase que desvalorizando-os. Observamos, então, a presença de signos os quais revelam situações como a riqueza, o luxo, a luxúria, a agressividade.

A peça seguinte faz parte da coleção de primavera/verão do ano de 2010. A figura 2 é um vestido confeccionado em tecido floral, de aspecto fluido.

Figura 2- Desfile Primavera/verão 2010.



Fonte: <http://www.style.com/fashionshows/review/S2010RTW-vwestwood/>

A coleção primavera/verão de 2010, apresentou *eco-slogans*, crenças pró-verde e anti-consumismo. Além disso, também é possível verificar a influência do estilista Christian Dior nessa produção, pois a cintura é bem marcada, e a modelagem inspirada nos *looks* históricos como a saia tipo crinolina.

A figura 2, uma imagem de desfile, é comporta por uma série de signo. Inicialmente, observamos que a modelo tem seu rosto pintado de branco, algo bastante comum nos Séculos XVI e XVII, quando as mulheres e os homens pintavam suas faces com pós brancos, como forma de embelezamento (Vigarello, 2006). Vigarello (2006) afirma que “A pintura do rosto poderia sugerir uma maneira de seduzir escapando do tutor de quem a mulher depende: uma prova de capricho, a confissão de uma liberdade”(VIGARELLO, 2006, p. 68). Para o autor, a maquiagem seria uma transgressão, um desafio feminino contra a ordem vigente; poderia sugerir, também, uma “mulher alegre”, e, até mesmo, uma mulher que seria um símbolo de perdição

(VIGARELLO, 2006). Além disso, a modelo também usa uma peruca volumosa, signo que também se aproxima do Século XVI e XVII, e dos costumes de beleza da época.

Esses signos revelam, de certa forma o contexto da criação de Westwood, pois são elementos comuns para a sociedade dos Séculos XVI e XVII, e, apesar de a estilista viver em outro momento histórico, estabeleceu ligações com esse conjunto de elementos, comuns na Inglaterra de séculos atrás.

O vestido da modelo manifesta feminilidade através da sua forma, uma vez que marca a cintura, a saia é elaborada a partir da composição de babados; ele também é recatado, pois o decote é próximo ao pescoço, a bainha do vestido é na altura dos joelhos, e o tecido não é transparente. A estampa do tecido, por outro lado, revela transgressão, característica muito comum na produção de Westwood, desde o início de sua carreira, pois apresenta inscrições verbais como pichações

Os demais signos, ou seja, as meias na cor laranja, e as botas no estilo cowboy, evidenciam a ruptura estabelecida pela estilista com o corriqueiro, pois são itens que causam surpresa ao receptor. A cor laranja presente nas meias, e pode significar ofensa, agressão, luz, calor, perigo, desejo, robustez, dominação, sensualidade, energia, alegria, prazer e senso de humor (FARINA, 2011). Podemos, então, afirmar que com o uso dessa cor, a estilista rompe com as características do punk mais clássico, mas não deixa de romper com certa estabilidade, pois a cor, por si só, pode significar a agressão que o movimento sugere. O branco das botas pode ter como significados a neutralidade, liberdade, criatividade, juventude, harmonia, mas ela é a cor “mais intensa e irradiante do espectro” (FARINA, 2011, p.97). Essa cor faz com que se estabeleça uma continuidade com a delicadeza do vestido, e, por outro lado, surpreende o receptor pela sua intensidade.

A modelo leva na mão uma maçã verde, que, para CHEVALIER e GHEERBRANT (2000, p.572)), significa “um meio de conhecimento[...] do bem e do mal, conhecimento unificador, que confere a imortabilidade [...]”. Com a utilização da maçã no desfile, a estilista pode estar reafirmando o conhecimento que ela possui de seu próprio ofício, e estaria, quiçá, apontando para a permanência de determinadas características do punk em sua produção estilística.

A partir da observação da figura, pode-se, então, perceber que Vivienne Westwood não deixa de utilizar em sua produção elementos que revelam sua íntima aproximação com o punk. E tal aproximação se revela, nesta produção, através da quebra de um padrão de feminilidade, pois o que vemos é um vestido suave sendo complementado por pesadas botas, um estilo que, normalmente, não acompanha esse tipo de figurino. Ou seja, mostra uma clara transgressão a certos padrões estipulados pela sociedade, que define os códigos para uma produção romântica, ou elegante, ou social, ou esportiva.

As imagens analisadas são das décadas de 1990 e 2000, e nelas podemos notar que, mesmo o movimento punk seja datado da década de 1970, ele continua muito expressivo no trabalho de Vivienne Westwood, explicitando uma característica muito marcante da estilista. Segundo ela mesma, “não estou tentando fazer algo diferente, estou tentando fazer a mesma coisa de um modo diferente” (WILCOX, 2004, p. 9). E podemos ver claramente isso nos exemplos analisados.

Vivienne aprendeu sua profissão com os olhos no público, conta Wilcox (2004), ela diz estar orgulhosa de ter feito parte do movimento punk e que foi heróico naquele tempo. Uma figura heterodoxa, ela tem sido difícil de categorizar, pois ela nunca se sujeitou às tendências contemporâneas. Um de seus objetivos, do qual se orgulha, é que através de seu corte inovador, trouxe para a produção de alfaiataria no prêt-à-porter um corte de mais qualidade através de suas modelagens.

Segundo Cogan (2008), que ela nunca perdeu sua identidade, sempre atenta aos acontecimentos da atualidade, lançando roupas inusitadas e renovadas a cada contexto. Por exemplo, uma camiseta feita com a frase “Não sou terrorista, por favor, não me prenda”, em edição limitada em protesto contra duvidosas leis antiterroristas adotadas pelo governo inglês, após os ataques em Londres, 2005. Está há trinta e cinco anos influenciando gostos, pessoas e atitudes.

Seu sucesso proporcionou uma retrospectiva no museu *Victoria & Albert*, de Londres exibindo 150 peças, passagens de sua vida e carreira em 2004 e também no Museu Metropolitano de Arte em Nova York em 2006. Foi mencionada como melhor estilista do ano duas vezes e aos 64 anos de idade ganhou o título de *Lady* da Inglaterra, pela Rainha Elizabeth II.

5. CONCLUSÕES

Ao final desta reflexão, pode-se observar que a moda é um poderoso meio de comunicação, e que a roupa tem linguagem própria, e mesmo que uma pessoa não tenha intenção de comunicar nada, pela simples seleção da roupa que vai vestir, ela já está comunicando.

Ao analisar o movimento punk e o trabalho de estilista Vivienne Westwood, resta claro que os traços desse movimento, mesmo que às vezes mais apagados, estão visivelmente presentes no trabalho dela.

Também fica evidente que os indivíduos que pertencem a esse movimento expressam sua revolta e seus ideais a partir da sua indumentária, e que Vivienne tem significativa contribuição nisso. E como a moda é linguagem, os punks reconhecem e se identificam com seus semelhantes, assim como todos os que não o são, também.

Segundo Hall, “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento” (HALL, 2005, p.38). Essa frase faz entender que a identidade da estilista vem sendo construída de acordo com todas as suas vivências, e que, mesmo tendo feito parte desse movimento que ocorreu a quarenta décadas, ele ainda está fortemente enraizado na identidade dela, e por consequência, nas suas criações.

Pode-se, então, perceber que, apesar da estilista ter diversificado sua produção ao longo de sua carreira, ela manteve, a partir do uso de determinados signos, a alma punk em suas coleções, principalmente no que diz respeito à quebra de regras estabelecidas pela moda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARNARD, Malcolm.** *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco. 2003.
- BAUDOT, François.** *Moda do Século*. São Paulo. Cosac e Naif Edições. 2000.
- BIVAR, Antônio.** *O que é punk*. 5.ed. São Paulo: Livraria Brasiliense. 2001
- CASTILHO, Kátia.** *Moda e Linguagem*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi. 2004.
- CHEVALIER, Jean; GHEERBRANDT, Alain.** *Dicionário de Símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.
- COGAN, Brian.** *The Encyclopedia of Punk*. Nova York, NY: Sterling Publishing, 2008.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. *Psicodinâmica das cores em Comunicação*. São Paulo: Blucher, 2011.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. *Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HEBDIGE, D. *Subculture: the meaning os Style*. Londres: Routledge, 1979.

JONES, Terry; MAIR, Avril. *Fashion Now: i-D Selects the world's 150 most importante designers*. 1 ed. Portugal, Taschen do Brasil, 2003.

LEHNERT, Gertrud. *História da moda o século XX*. Portugal. Könemann, 2011.

MACKENZIE, Mairi. *Ismos: para entender a moda*. Tradução Christiano Sensi. São Paulo: Globo, 2010.

MATTOS, Alex. *Qualquer coisa de rock parte 1: Punk*. Disponível em: <http://www.uarevaa.com/2010/07/qualquer-coisa-de-rock-parte-1-punks.html> Acesso em 15 de outubro de 2010.

MIRANDA, Ana Paula de. *Consumo de moda: a relação pessoa-objeto*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

POLOMO-LOVINSKI, Noël. *Estilistas de Moda mais influentes do mundo: a história e a influência dos eternos ícones da moda*. Barueri: Girassol, 2010.

ROSCHER, Renato. O'HARA – Os 30 anos do punk. São Paulo: Caderno Ilustrada, 05/07/2005.

Rebeldia, rupturas e utopias nas sociedades contemporâneas: uma leitura do final do século XX e início do século XXI. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tgY2SSXAFe4J:www.portalm odulo.com.br/Recursos/1/128/131/133/203/476038bb660a127f001.docx+contexto+hist %C3%B3rico+e+politico+do+movimento+punk&cd=9&hl=en&ct=clnk> Acesso em : 05 de outubro de 2010

SABINO, Marco. *Dicionário da Moda*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2007.

SEELING, Charlotte. *Moda, o século dos estilistas: 1900 a 1990*. Portugal. Könemann, 2000.

SOUZA, Lynn M.TM. de. *Hibridismo e tradução cultural em Bhabha*. In: ABDALA JR., Benjamin (Org.). *Margens da cultura: mestiçagem, hibridismo e outras misturas*. São Paulo: Boitempo, 2004, p. 113-133.

TEMPLE, Julien. *O Lixo e a Fúria humaniza o Punk Inglês*. 2001. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/artelazer/2001/not20010906p2504.htm> Acesso em: 18 de setembro de 2010.

VIGARELLO, Georges. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VINIL, Kid. *Almanaque do Rock*. São Paulo, Ediouro, 2008.

WILCOX, Claire. *Vivienne Westwood*. 14.ed. Londres. V&A Publishing, 2010.

<http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1231_vivienne_westwood/text_panel_r2_12.html> Acesso em: maio de 2010.