

## **CENÁRIO DA MODA: ROUPA NOSSA DE CADA DIA**

**Cleusa Maria Alves de Matos<sup>1</sup>**

cleusamatos@wnet.com.br

### **INTRODUÇÃO**

Procuramos neste trabalho observar a construção de um enunciado, especificamente o título de uma matéria publicada na revista *Veja Jovem* – edição especial, de setembro de 2001 – voltada à geração atual, aos jovens: *A geração é outra. A roupa é a mesma*. A matéria apresenta alguns apontamentos sobre os interesses e hábitos atuais entre os adolescentes, e de certa forma, revela diferenças com as gerações das décadas anteriores.

Considerando que a Análise de Discurso (AD) aborda algumas vertentes, tomamos como objeto de reflexão, num primeiro momento, as marcas lingüísticas evidenciadas no texto, em seguida o contexto histórico-social que caracteriza o comportamento, os hábitos e as especificidades desta geração 80/90 em oposição a geração 60/70 e, finalmente, a ideologia instituída entre a linguagem e a posição estabelecida pelo sujeito locutor e interlocutor. A análise está relacionada à natureza “de fatos da linguagem com sua memória, sua espessura semântica, sua materialidade lingüístico-discursiva” (Orlandi, 2001: 63).

A seleção do texto consiste basicamente nos critérios que decorrem de princípios teóricos da AD, que permitem a compreensão do funcionamento do discurso e a produção de efeito de sentido. No transcorrer desta análise, o conceito de texto distingue-se do conceito de discurso. Texto corresponde às unidades lingüísticas apresentadas numa certa seqüência lingüística e discurso caracteriza-se pela relação do

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Estudos da Linguagem – Universidade Estadual de Londrina – UEL/PR

sujeito com o efeito de sentido que atribui, o qual remete à formação ideológica dominante numa determinada conjuntura social.

O texto: A GERAÇÃO É OUTRA. A *ROUPA* É A MESMA (*Veja Jovem*, 2001: 82-83) não é algo imposto e determinado, ele assume o movimento da formação discursiva presente no discurso social e associado à ideologia nos permite compreender a produção dos sentidos desse dizer.

De acordo com Pêcheux, citado por Brandão (2002: 35-37)

[...] o lugar específico da constituição dos sentidos é a formação discursiva, noção que, juntamente com a de condição de produção e formação ideológica, vai constituir uma tríade básica nas formulações teóricas da análise do discurso.

A AD não estaciona na interpretação, que é o sentido pensado enquanto co-texto (as outras frases do texto), no contexto imediato e na organização do texto com suas marcas lingüísticas por meio da representação da linguagem: som, letra, espaço e dimensão. A AD visa, segundo Orlandi (2001: 26).

[...] a explicitação dos processos de significação presentes no texto e permite que se possam “escutar” outros sentidos que ali estão, compreendendo como eles se constituem [...]. Em suma a Análise de Discurso visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos.

Para compreendermos o processo de significação do texto que ora analisamos verificamos inicialmente a evidência da palavra *roupa*: A GERAÇÃO É OUTRA. A *ROUPA* É A MESMA. A palavra *roupa* está no centro do texto destacada pela cor vermelha e parece que produz um efeito de sentido determinado pelas condições de produção. Vejamos: a revista *Veja Jovem* é direcionada a um público adolescente, o qual usa roupas descontraídas e artigos esportivos, pratica esporte radical e seleciona os mais variados acessórios, apresenta comportamento às avessas e demarca seu espaço, sua identidade e sua auto-afirmação.

Analisando o contexto imediato e as circunstâncias das condições de produção, observamos que o mesmo texto, se publicado na revista *Veja*, de circulação semanal, não assumiria o mesmo efeito de sentido alcançado na *Veja Jovem*. Relembramos que esta revista caracteriza-se por artigos e entrevistas que envolvem consumo, comportamento, cultura, pesquisa de opinião e propagandas voltadas aos interesses da geração revolucionária, assim denominada pelos editores da revista. A imagem que

reforça o texto apresenta uma mulher de aproximadamente 40/45 anos, ou especificamente a mãe de uma garota entre 15/18 anos, ambas usando as mesmas roupas: calça jeans e camiseta branca com pequeno detalhe. A garota usa uma “pulseira de couro” toda detalhada com pequenas fivelas no braço direito, semelhante àquelas usadas pelos motoqueiros nos anos 70, para aparentemente diferenciar-se da figura da mãe. Para os adolescentes que buscam mudanças de padrões de comportamento esta imagem caracteriza um desafio dos adultos para com os jovens, considerando o contexto da revista.

Retomando a palavra *roupa*, mencionada anteriormente, pesquisamos seu significado em alguns dicionários e dentre eles optamos pela definição que Jean Chevalier (1996: 947-949) apresenta para o verbete *vestes*. Selecionamos a que mais se caracteriza com a análise proposta

A roupa é um símbolo exterior da atividade espiritual [...]. A roupa nos deu a individualidade, as distinções, os requintes sociais, mas ameaça transformarmos em meros manequins [...]. O traje manifesta o pertencer a uma sociedade caracterizada: clero, exército, marinha, magistratura. Tirá-lo é de certa forma, renegar essa relação. A roupa – própria do homem, já que nenhum outro animal a usa – é um dos primeiros indícios de uma consciência da nudez, de uma consciência de si mesmo, da consciência moral. É também reveladora de certos aspectos da personalidade, em especial seu caráter influenciável (modas) e do seu desejo de influenciar. O uniforme, ou uma peça determinada do vestuário (capacete, boné, gravata etc) indica a associação a um grupo, a atribuição de uma missão, de um mérito [...].

Partindo do princípio de que a roupa é reveladora de certos aspectos da personalidade e do desejo de influenciar, a intenção do adolescente é demonstrar que assume a sua personalidade revolucionária diante das imposições e dos padrões estabelecidos pela sociedade. E o que leva a geração 60/70 a competir com eles? A busca do rejuvenescimento? Reviver o papel de protagonistas da situação estabelecida? Observamos na realidade que essa posição assumida pelos adultos deixa transparecer a disputa pelo espaço através da relação de forças que se estabelece entre ambos. O adulto se impõe ao jovem através de suas atitudes sustentadas pelo poder hierárquico que detém. Outro aspecto material considerado no texto é o jogo de sentidos observado pela oposição: *outra/mesma* que também produz um efeito semântico: *outra* se caracteriza pelo diferente e *mesma* pela igualdade. Há entre elas um ponto de convergência; *outra geração/mesma roupa*. Nesse aspecto podemos subentender a presença do conectivo argumentativo *mas*, que segundo Ducrot (apud Maingueneau, 1997: 166): “mas pressupõe ser um argumento a favor de”. É possível ainda fazer a seguinte leitura do

texto analisado: *A geração é outra mas a roupa é a mesma*. Interpretando Ducrot, poderíamos dizer que o conectivo argumentativo *mas* favorece a geração anterior que se privilegia de usar as mesmas roupas que a atual geração usa.

## O CONTEXTO

Os jovens dos anos 60 e 70, geração pós-guerra, saíram de casa e revolucionaram os costumes de forma jamais vista até então, tornaram-se rebeldes diante da ordem estabelecida na sociedade daquele período. Revolucionaram a música, a política, as artes e romperam com os padrões dominantes e rígidos instaurados há décadas. Estes jovens cresceram, casaram-se, tornaram pais e, atônitos, acompanham outra revolução de comportamento.

Os jovens atualmente estão promovendo outra anarquia nos costumes, não muito diferente das gerações anteriores: rupturas de valores, exagero nas atitudes comportamentais e no desenvolvimento de novos hábitos. Surge, então, o conflito entre gerações e uma divisão de espaço entre esses personagens que disputam protagonizar seus papéis.

As entrevistas, as opiniões e os depoimentos que se encontram reunidos na *Veja Jovem* traçam o perfil dos adolescentes atuais: moda, sexo, ídolos, drogas, músicas, tecnologia, internet, chats, esporte e comportamento. Nossa análise assume, neste momento, a posição que o interlocutor ocupa (o jovem, uma vez que a revista é direcionada a ele) e “ouvimos” o discurso dito pelos editores (locutores que assumem a posição dos adultos, outrora jovens da geração 70).

Considerar o sentido literal do texto significa admitir a transparência da linguagem e distanciar-se da AD, que consiste em re-significar a noção de sentido, atestado pela ideologia, que é a condição básica para a constituição do sujeito e dos sentidos. O sentido é uma relação determinada pelo sujeito - afetado pela língua e pela história. É o gesto de interpretação que realiza a relação entre língua e história. Observamos que não há sentido sem interpretação e sem a presença da ideologia. Mediante tais proposições, o texto assume-se como discurso, e a linguagem assume sua incompletude propiciando lacunas ao processo de significação. Para Orlandi (2001:52), “Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente”. Entretanto, o processo de significação relativamente aberto não exclui a possibilidade de observar os elementos

não lingüísticos. Ao nos posicionarmos ao lado do adolescente, trabalhamos com o princípio de que o texto denuncia a invasão de território, de espaço reservado ao jovem e, ao mesmo tempo, aprova o comportamento assumido pela geração revolucionária. Se os adultos estão se comportando como os jovens, pressupõe-se que eles são aceitos e respeitados pela sociedade. No entanto, os jovens recorrem aos acessórios incrementados – brincos, colares, piercings, bonés, brilhos, lenços, tinturas e cortes exóticos nos cabelos longos ou curtos, tatuagens pelo corpo – para evidenciar a diferença e deixar claro: temos nossa identidade.

Observado o modo peculiar de significado do discurso construído pelos jovens e analisado pelo ângulo do interlocutor, o texto deixa claro que, se fosse veiculado em outro contexto, talvez numa revista de moda direcionada a outro público ou a outra faixa etária a análise e a compreensão atingiriam outro sentido, dentre as inúmeras possibilidades de formulação e de significados que a AD viabiliza ao analista.

O termo ideologia é matizado por diferentes nuances, há controvérsias quanto à sua noção. Brandão (2002: 20) traz Marx para discutir o conceito

[...] a ideologia propriamente dita, é o sistema ordenado de idéias ou representações e das normas e regras como algo separado e independente das condições materiais. As idéias da classe dominante são, em cada época, as idéias dominantes. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material [...] e na medida em que dominam como classe determinam todo o âmbito de uma época histórica.

Chauí (apud Brandão, 2002: 21), a partir das contribuições de Marx, caracteriza ideologia “como um instrumento de dominação de classe porque a classe dominante faz com que suas idéias passem a ser idéias de todos”.

Verificando algumas literaturas que discorrem sobre as questões relacionadas à ideologia, optamos pelo conceito de Paul Ricoeur citado por Brandão (2002: 27) ao declarar que:

[...] a ideologia está ligada aos aspectos hierárquicos da organização social e do sistema de autoridade. Diz ainda ser a ideologia operatória e não temática, porque é a partir dela que pensamos e agimos. Pode ser produzida intencionalmente, o que ocorre especificamente com determinados discursos como o político, o religioso, o da propaganda, enfim os marcadamente institucionalizados. Neles, se faz um recorte da realidade, embora, por um mecanismo de manipulação, o real não se mostre na medida em que, intencionalmente, se omitem, atenuam ou falseiam dados, como as contradições que subjazem às relações sociais.

Considerando o ponto vista de Ricoeur, verificamos que o texto em questão foi articulado para escamotear a ideologia. A geração 60/70 que outrora promoveu um impacto na sociedade: inovou a música popular e fez o Rock'roll, saiu de casa e se aglomerou em repúblicas, liberou as drogas em seus grupos e mudou os hábitos e os conceitos das décadas anteriores, atualmente ainda reivindica seu espaço numa revista direcionada exclusivamente aos jovens, a qual retrata o perfil dos adolescentes. O texto apresenta certa opacidade, pois o discurso consiste em promover desafios aos jovens leitores, impondo-lhes o espaço que os adultos ocupam na sociedade e que lhes é legitimado pela hierarquia e pela autoridade. De certa forma, remete-nos à idéia de que os adultos podem violar o território determinado pelos jovens, transgredindo regras que eles estabelecem para sua auto-afirmação. Subentende-se que usar as roupas que os jovens escolhem e determinam para o grupo não significa desafiá-los à igualdade, mas sim impor uma situação e ainda infringir as supostas "leis" estabelecidas pelos jovens, pois hierarquicamente os adultos ocupam a melhor posição numa escala social instituída. Em outras palavras: o discurso dirigido ao jovem esfumaça a linha de fronteira entre seu mundo, sua singularidade, e o mundo adulto. A imagem emergente parece ser a do desejo de manter eterna a juventude e a referência fetichizada do mundo adulto-cêntrico. Enfim, o texto direcionado ao jovem traz a perspectiva de um adulto "contaminado" com todos os valores que a nova geração busca se livrar.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Procuramos delinear algumas questões sobre os processos de construção do discurso que são perpassados pelo contexto histórico-social e pela ideologia instituída pela linguagem. O contexto histórico estabelece o lugar social entre os interlocutores e a formação discursiva, que segundo Pêcheux, citado por Brandão (2002) é formada a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada determinando o que pode e deve ser dito. O discurso caracterizado pela relação de sujeitos e de sentidos remete-nos à formação ideológica dominante numa conjuntura social: os jovens estão autorizando os adultos a violar seu espaço? De modo peculiar, o texto construído pela revista *Veja Jovem* tenta aproximar gerações diferentes sob um discurso que traz à tona a ideologia escamoteada pela hierarquia social.

## REFERÊNCIAS

1. BRANDÃO, Helena H. N. *Introdução à análise do Discurso*. Campinas, São Paulo: Unicamp, 2002.
2. CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de símbolos*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1996.
3. CIVITA, Vitor. *Veja Jovem*. Edição Especial. São Paulo: Editora Abril. Ano 34, n. 38: set/2001.
4. MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em Análise do Discurso*. Campinas, São Paulo: Pontes, 1997.
5. ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.