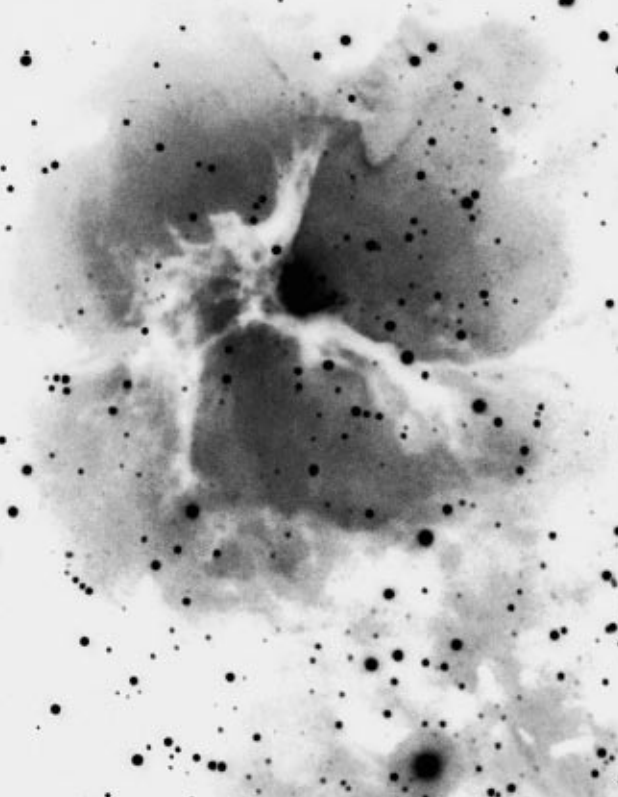
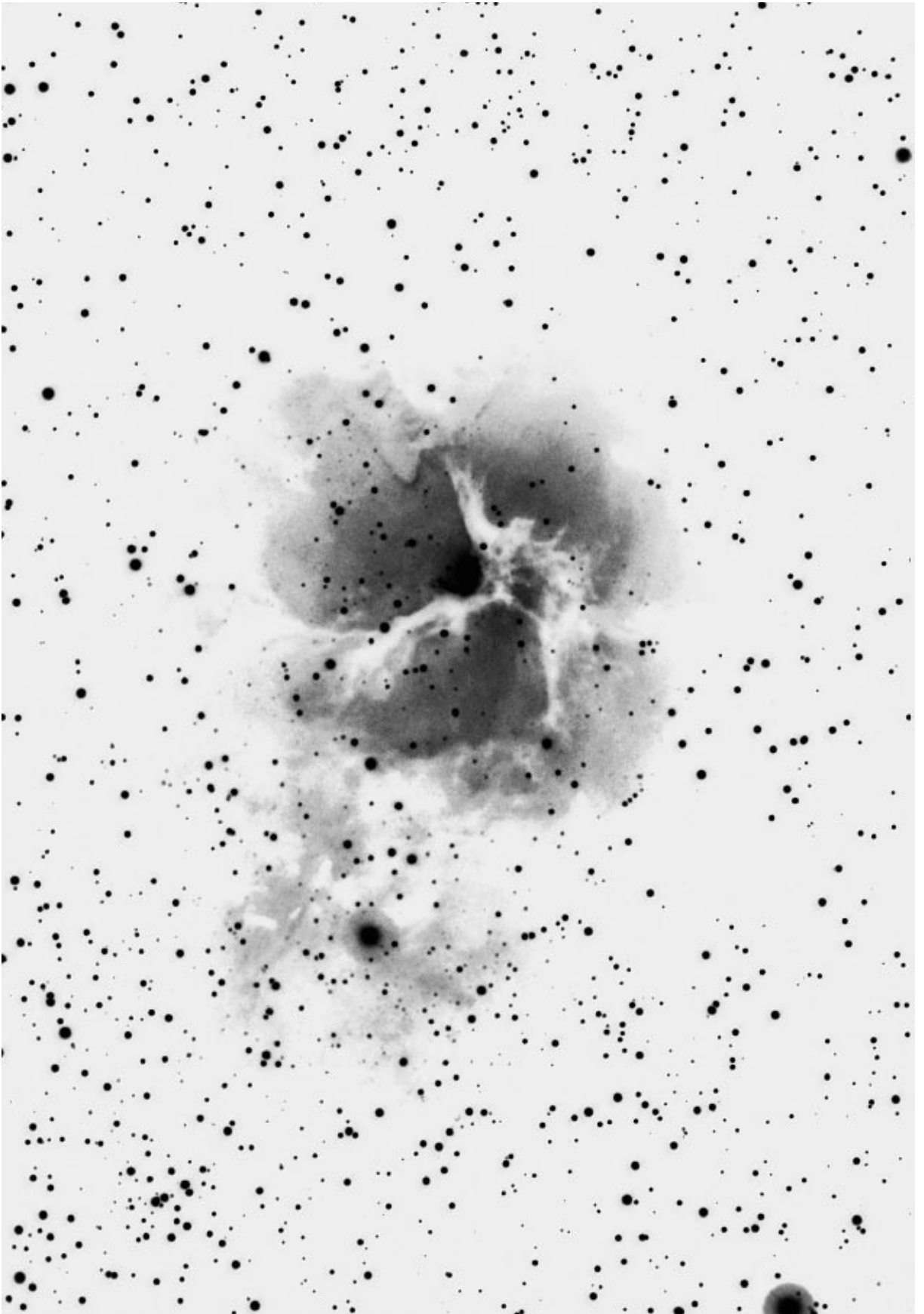


entrevista





O tradutor de estilos*

POR TARCISIO D'ALMEIDA

Considerado "guru dos estilos" e idealizador do conceito "supermercado de estilos", o antropólogo Ted Polhemus é reticente quanto aos "roubos fashion" pela hegemônica indústria da moda e acredita na força e no poder da comunicação visual de estilos e comportamentos como formas de expressão humana.

Na conturbada e agitada década de 1960, o antropólogo anglo-americano Ted Polhemus, 57, trocou os EUA pela Inglaterra, em especial, a ensolarada Califórnia (para onde os jovens costumavam ir) pela acinzentada e enevoada Londres. Esse contexto político-histórico de busca pela liberdade ideológica da era *hippie* e expansão da moda com o surgimento do *prêt-à-porter* possibilitou ao pesquisador estudar antropologia na Temple University, na Filadélfia. Em seguida, em Londres, desenvolveu seus estudos de mestrado sobre "Body Image and Adornment" (Imagem e Adorno do Corpo) na prestigiada University of London.

O projeto de mapear as inter-relações entre corpo e estilo na concepção de moda e comportamento sempre norteou sua verve intelectual de um antropólogo comprometido com os fenômenos da atualidade, sobretudo os que decorrem a partir da contemporaneidade do século 20. Publicou *Fashion & Anti-fashion: anthropology of clothing and adornment* (Thames & Hudson, 1979), *Streetstyle: from sidewalk to catwalk* (Thames & Hudson, 1994) e *Style Surfing: what to wear in the 3rd millennium* (Thames & Hudson, 1996), entre outros. Em seu novo livro, *Hot Bodies, Cool Styles: new techniques in self adornment* (Thames & Hudson,

* Trechos desta entrevista foram publicados originalmente com o título "O grito íntimo das ruas", na *Folha de S. Paulo* (Caderno Mais!), em 3 out. 2004, p. 3.

2004), lançado no final do ano passado, o "guru dos estilos" e pai do conceito "supermercado de estilos" dá mostras de como a onda global do entusiasmo para a decoração do corpo é enraizada em nosso passado e examina ainda seu sentido na prospecção do futuro.

Polhemus tornou-se referência na literatura de moda e do corpo. Ao lado de outros pesquisadores do assunto, como Dick Hebdige, que conceituou a existência e relações das subculturas nas sociedades, Polhemus é um autêntico exemplo de vitalidade e atualidade ao refletir antropológicamente sobre moda e comportamento das tribos. Polhemus "descobriu" o Brasil: *"É preciso mostrar ao mundo que o Brasil se encontra hoje muito bem servido quanto a criatividade e excelência em moda" e alerta que "nenhum estilista, nem mesmo grife alguma, tomada individualmente, pode fazer esse trabalho sozinho"*.

A seguir, leia entrevista de Polhemus, que esteve em agosto de 2004 pela primeira vez no Brasil, para o *workshop* "Brand Brasil: como os brasileiros imaginam que os estrangeiros imaginam o país", além da palestra "Ideas Brands: a aparência como marca individual", na Faculdade Senac de Moda, em São Paulo.

Galáxia: O sr. é um antropólogo. Diferentemente do sociólogo, o antropólogo geralmente fica imerso no seu objeto de estudo. Isso explica um pouco a troca que o sr. fez ao optar ir para Londres nos anos de 1960, em plena era *hippie* e escolher a moda para suas reflexões?

Polhemus: Sim, é verdade, mudei-me para Londres. Não era a minha cidade; sabe como é que funciona esse processo de adaptação. Fui para Londres no final da década de 1960 porque, na condição de *hippie*, todo mundo que eu conhecia estava indo para a Califórnia e eu queria ser diferente. Foi então que vi uma porção de fotos de mulheres britânicas com minissaia. Era o contexto de surgimento dessa peça na moda londrina da época.

Galáxia: O que é mais essencial, intelectualmente falando, para um relato antropológico sobre a moda: a visão da "atualidade vivenciada" e/ou o mergulho histórico?

Polhemus: O essencial para uma abordagem antropológica do estilo – prefiro esse termo ao mais limitado, "moda" – é uma apreciação dos extraordinários poderes da comunicação visual e um sentido da importância vital – mesmo hoje – dessa forma de expressão humana.

Galáxia: Moda e comportamento são palavras que se interagem e coexistem? Como o sr. vê essa inter-relação?

Polhemus: O estilo visual é parte do comportamento humano e, na minha concepção, uma parte vital. Tanto no nível individual como no social, ambos, o estilo e a aparência (e isso vale para todas as culturas e eras históricas), refletem outros comportamentos e (é defensável que o fazem mais perfeitamente do que outros meios, incluindo a expressão verbal) os expressam.

Galáxia: Até que ponto a roupa e o adorno servem como índices de comportamento, através da composição de *styling*?

Polhemus: Se por "composições de estilo" você se refere à nossa amostragem e à nossa mistura de diferentes trajes, acessórios e decorações para o corpo, então – isso ao menos hoje, que atingimos um alto grau de liberdade pessoal nesses quesitos – sim. Eles refletem "em que ponto estamos", nossa visão de mundo e estilo de vida pessoais.

Galáxia: Se fôssemos estipular um esquema para explicar comportamento na moda poderíamos dizer que o que permeia esse comportamento é traçado a partir de uma desregulamentação de padrões, além da característica da emocionalização que determinados *looks* podem gerar nas pessoas, o que faz com que haja uma conseqüente democratização de acesso à moda?

Polhemus: Se você estiver falando em estilo e comportamento hoje, bem, claro: a questão é uma desregulamentação e uma abordagem mais democrática. Nunca antes na história da humanidade as pessoas se viram tão livres para escolher a própria aparência de seu estilo. Se um dia a aparência foi determinada pela tribo, e depois pelo sistema da moda, hoje a pessoa comum constrói o seu próprio modo de se apresentar.

Galáxia: Como o sr. entende a força ideológico-política que uma roupa pode exercer nas pessoas, sobretudo em épocas nas quais a humanidade passa por alterações político-econômicas e sociais?

Polhemus: As roupas são algo ideológico-político porque elas – bem como todos os outros aspectos da aparência – refletem e expressam nossos próprios valores e crenças e os "fatos sociais" que subjazem à sociedade mais ampla. Sempre que se tem uma mudança de ordem fundamental no mundo em que vivemos, obviamente, então, o estilo acaba refletindo isso. Por exemplo, a passagem do modernismo para o pós-modernismo trouxe consigo a passagem da moda para o estilo.

Galáxia: Daí o que predominaria mais é o estilo comportamental de cada um ou sagração de uma moda padronizada?

Polhemus: Só mesmo algumas pessoas muito estúpidas na "indústria da moda" ainda acreditam que uma direção de moda padronizada tem o poder que um dia teve no prescrever da aparência da maior parte das pessoas. As pessoas não estão querendo mais ser "vítimas da moda" à maneira de dóceis ovelhinhas, algo do tipo uma pessoa "maria-vai-com-as-outras".

Galáxia: Podemos dizer que, de certa forma, a "democratização" realizada com a produção em série surgida com a moda *prêt-à-porter* serviu de terreno propício para a moda olhar mais para os fenômenos sociais, como o *streetwear* e o *hip-hop*?

Polhemus: Não, não foi apenas a produção de massa que conduziu a uma democratização da moda. Uma das mais profundas transformações socioculturais da segunda metade do século 20 foi a passagem da concepção de Cultura como algo vindo somente da classe mais alta para uma noção de cultura (agora com "c" minúsculo) como algo que pode vir de qualquer parte do sistema social. O maior respeito pelo estilo de rua (o *streetsyle*) não é mais que uma faceta desse fenômeno.

Galáxia: Seu pensamento sobre subculturas urbanas se assemelha ao que Dick Hebdige propôs no seu livro clássico *Subculture: the meaning of style* (Routledge, 1981)?

Polhemus: O trabalho seminal e muito importante de Dick Hebdige está amplamente focado na interface entre classe, raça e estilo de rua, sendo, por essa razão, uma extensão das preocupações sociológicas clássicas com a aparência. Enquanto o meu próprio livro *Streetsyle: from sidewalk to catwalk* (Thames and Hudson, 1997) aborda essas questões historicamente, o meu trabalho mais recente, e de caráter mais teórico, está mais intimamente voltado à interface entre aparência e visão de mundo.

Galáxia: As civilizações passaram por processos de mudança que justificam sua evolução. Hoje em dia, por exemplo, vivemos uma sociedade organizada pela "lógica da moda", ou seja, que vai além da roupa e invade todos os eixos das sociedades e das culturas. Como podemos entender esse "tempo da moda"?

Polhemus: Não, na verdade o que procuro ressaltar é o exato oposto disso. Nossa moda tem sido "invasão" por nossa sociedade e por nossa cultura, e essa invasão tem solapado e transformado a moda de tal forma que hoje não há mais moda *per se*, e, de um modo mais preciso, poderíamos dizer que há um retorno à condição do estilo, mas com um novo enfoque, no individual em detrimento do grupo, da tribo.

Galáxia: O que sr. pensa sobre essa constante febre do presente, exarcebada pela sociedade informacional e pelo capitalismo, que torna rapidamente tudo obsoleto na moda? Podemos afirmar que decorre, de certa maneira, da "cultura do imediatismo", conceito que emergiu e predominou a partir dos anos de 1960 na Europa?

Polhemus: A cultura do imediatismo teve início com o nascimento do modernismo e se extinguiu com o surgimento do pós-modernismo. A década de 1960 assistiu ao último grande florescimento dessa aderência ao novo. Para a nossa era pós-moderna há um mérito maior em celebrar uma mudança constante e cada vez mais acelerada, daí a passagem para estilos clássicos "sem-sentido" e um retorno para decorações de corpo em caráter permanente, como tatuagens e *piercings*.

Galáxia: O sr. usa a expressão "roubos fashion" para explicar as apropriações por parte da indústria da moda dos verdadeiros estilos que emergem das ruas e das tribos por todo o mundo. Essa postura de inspiração a partir das releituras funciona de forma agressiva até hoje nas grandes marcas, conforme tentou mostrar de maneira satírica o filme *Zoolander*?

Polhemus: Acho irônico o fato de as marcas de grife reclamarem tanto ao ver seus modelos copiados toda hora, sendo que essas mesmas marcas roubam suas idéias da história, de outras culturas e dos estilos de rua.

Galáxia: Que leitura o sr. tem hoje do Brasil e do *design* de moda brasileiro, após sua primeira visita? Qual a sua impressão? Há um *design* brasileiro, mesmo nessa era de mercados globais?

Polhemus: Há 50 anos a moda vinha exclusivamente de Paris. Então Londres, Nova York e Milão entraram na cena. Hoje estamos começando a ver uma explosão final, a sugerir que novos modelos e estilistas podem vir de qualquer parte da aldeia global. Estilistas e marcas brasileiras podem desempenhar um papel significativo nessa nova ordem, contanto que tenham confiança para seguir seus próprios instintos e sua própria cultura. Ademais, deverá haver apoio interno no Brasil, possibilitando a estilistas individuais conquistar notoriedade fora. A exemplo do que muitos países descobriram (e a Grã-Bretanha é um perfeito exemplo disso – todos os seus estilistas trabalham fora), tudo o que se tem a fazer é educar e treinar um monte de estilistas. De importância crucial é o apoio que deverão receber depois de formados. É preciso mostrar ao mundo que o Brasil está hoje muito bem servido quanto a criatividade e excelência em moda, e que nenhum estilista, nem mesmo grife alguma, tomada individualmente, pode fazer esse trabalho sozinho.



ESTANTE TED POLHEMUS

The Body as a Medium of Expression, co-editor (Penguin Books)

Social Aspects of the Human Body, editor (Penguin Books)

Fashion & Anti-fashion: an anthropology of clothing & adornment (Thames & Hudson)

Popstyles (Vermilion)

Bodystyles (para uma série da TV britânica Channel 4)

Rituals of Love: sexual experiments, erotic possibilities (Picador)

Streetstyle: from sidewalk to catwalk (Thames & Hudson)

Style Surfing: what to wear in the 3rd millennium (Thames & Hudson)

The Customized Body (Serpent's Tail)

Body Art – autor do texto desse livro para crianças (Element Books)

Diesel: world wide wear (Thames & Hudson)

Hot Bodies, Cool Styles: new techniques in self adornment (Thames & Hudson)

TARCISIO D'ALMEIDA é crítico de moda na imprensa brasileira (com colaboração para os jornais *Folha de S. Paulo*, *Valor Econômico*, além das revistas *Vogue* e *World Fashion*), pesquisador de pós-graduação sobre História do Jornalismo de Moda no Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP e professor da pós-graduação *lato sensu* Cultura de Moda, da Universidade Anhembi Morumbi, e do bacharelado em moda da UNIP.

*Entrevista recebida em 29 de setembro de 2004
e aprovada em 19 de setembro de 2005.*