

USE A MODA A SEU FAVOR

Carla Lemos

@modices



Galera

Prefácio
POR KAROL CONKA
7

Introdução
10

CAPÍTULO 1
MODA
IMPORTA
20

CAPÍTULO 2
BREVE
HISTÓRIA
(FEMINISTA)
DA MODA
32

CAPÍTULO 3
COMO
SÃO FEITAS
AS SUAS
ROUPAS
58


CAPÍTULO 4
SISTEMAS
DE
OPRESSÃO
DA MODA
74

CAPÍTULO 5
NOVAS
IDEIAS
DE MODA
118

CAPÍTULO 6
USE A
MODA A SEU
FAVOR
146

Agradecimentos
156

Referências
158



*"Merecemos amor
e pertencimento
agora. Neste minuto,
Do jeito que somos."*

**BRENÉ BROWN,
A ARTE DA IMPERFEIÇÃO**



**ANTES DE COMEÇARMOS,
QUERO QUE VOCÊ
SE VEJA NESTE LIVRO,
GAROTA. PORQUE
ESTE É O LIVRO QUE
EU GOSTARIA DE TER
LIDO QUANDO ERA UMA
ADOLESCENTE EM CRISE
EXISTENCIAL COM O
CORPO COMEÇANDO
A GANHAR FORMA
OU QUANDO LIA QUE
O BONITO ERA SER
DIFERENTE DE
QUEM EU SOU.**



OLHA BEM NO ESPELHO. ESTA É VOCÊ. ESTE É O SEU CORPO.

Antes de qualquer coisa, como diz a autora e ativista *body positive* Alexandra Gurgel em seu best-seller: pare de se odiar.

Suas palavras têm poder.

Você precisa se tratar com gentileza.

Parar de se xingar, diminuir, ridicularizar.

“Como você ama a si mesma é como você ensina todo mundo a amar você”, disse a escritora Rupi Kaur, e deveríamos repetir isso todos os dias. Como um mantra.

E se aceitar da forma que você é não tem nada a ver com comodismo, viu? Você pode melhorar as coisas que não gosta no seu corpo. Isso só não pode ser uma condição pra ser feliz. Você precisa viver a melhor vida possível com o corpo que tem agora, não com 20 quilos a menos, ou com mais peito, menos bunda, outra boca, outro nariz.

É AGORA. É A PARTIR DESTA IMAGEM QUE VOCÊ ESTÁ VENDO. VAI SER LIBERTADOR.

EXERCÍCIO

Prepare-se, porque este livro é cheio de exercícios para ajudar você a refletir, se conhecer e descobrir como usar a moda a seu favor. Então vamos começar com um bem simples.

Cada vez que você pensar ou verbalizar algo negativo sobre seu corpo, faça um elogio para si.

EM VOZ ALTA.



Não precisa ser nada pensado, grandioso ou eloquente.

Apenas use palavras carinhosas.

Quando você fala coisas negativas sobre seu corpo, você reforça sua insatisfação com sua imagem. Com a autoestima baixa, você tende a fazer maiores investimentos em aparência, a desenvolver distúrbios de imagem e alimentares. Sem contar que essa postura autodepreciativa é um acelerador para a depressão.

Quando você verbaliza coisas positivas sobre seu corpo, você ajuda a afastar pensamentos distorcidos sobre sua aparência. Assim você ganha satisfação em relação à sua imagem, eleva a sua autoestima e até consegue desenvolver maior qualidade em suas amizades.

Aaaahh, Carla, mas não consigo ver coisas boas em mim. Então “finja até conseguir”, como já dizia Brené Brown em *A arte da imperfeição*.

Depois, encontre e faça coisas positivas com suas amigas, com sua mãe, sua avó, com a faxineira do prédio, a atendente da lanchonete, com a garota ao seu lado no transporte público.

Troque a crítica negativa por um elogio. Compartilhe essas palavras amorosas e empodere outras mulheres com elas.

Você também pode usar esta “técnica positiva” quando alguém fizer comentários desagradáveis.

nossa, você engordou!

simmmm, por isso minha pele tá incrível.



CAPÍTULO 1

MODA IMPORTA

Quanto mais se descobre sobre o desenvolvimento da humanidade, mais entendemos a importância da aparência na nossa construção social. Cuidar dos cabelos, por exemplo, sempre foi um processo coletivo, o que nos leva a acreditar que **o carinho e o cafuné fizeram parte da nossa evolução**. Esse processo de mexer nos fios, desembaraçar os cabelos e trançá-los ajudou a desenvolver nossas mãos e nos fez adquirir as habilidades manuais pra confeccionar utensílios que hoje contam a história dos primeiros humanos.

Acredita-se que, antes mesmo de usarmos as roupas como forma de proteção contra o frio, usávamos nossas vestes como uma forma de transmitir informações sobre nossa tribo, sobre status social e fertilidade. Segundo a arqueóloga da Universidade de Illinois, Olga Soffer; “As roupas permitem que você faça declarações muito mais complexas. O corpo é transformado em um palco para jogar todos os tipos de jogos sociais que você pode inventar.”

Em tempos onde nossa linguagem verbal se desenvolvia lentamente, a forma como as pessoas se vestiam falava por elas.

Ao longo dos milênios, nunca se descobriu um povo que andasse completamente nu, sem nenhum tipo de adorno no corpo. Todas as tribos têm seus rituais de aparência, seus símbolos e sua estética.

Desde que começamos a nos entender como humanos, passamos a alterar nossa aparência natural criando penteados em nossos cabelos, usando pequenos enfeites (como pulseiras, colares, brincos e piercings) e até fazendo tatuagens (!). Sim, recentemente descobriram, no British Museum, em uma múmia com mais de 5 mil anos de idade, manchas nos braços e nas costas que, na verdade, eram tatuagens. No Japão, o costume de tatuar o corpo e o rosto pode ter mais de 10 mil anos.

Essa vontade de se adornar é ancestral. Seres humanos são essencialmente criativos. E o nosso corpo é a nossa primeira tela. Dizem que quando a gente começou a entender que éramos dife-

1 Apud HIRSH, 2010, p. 212.

rentes dos animais, passamos a alterar a nossa aparência natural. Temos esse instinto de parecermos atraentes, de usar nossa aparência pra representar nossa atitude e de usar os recursos à nossa disposição pra representar características que gostaríamos de ter.

As roupas são o jeito que a gente se promove pros outros. Pesquisadores acreditam que as primeiras roupas não serviam para ~cobrir~ as genitálias e, sim, para exaltá-las. Vestir a pele de um leão era mostrar pra toda a sociedade que você tinha o poder de um rei. Pintar-se como um pássaro era associar a si as qualidades do animal. Não é assim hoje com as crianças usando roupas de heróis, heroínas e princesas?

As roupas mexem com a gente. E de jeitos muito mais profundos do que a gente possa imaginar. Cientistas descobriram que o que a gente veste influencia nosso psicológico, assim como nossos níveis de performance mental. Pois é, esta teoria se chama “encllothed cognition”, ou “cognição vestida”, em bom português.

“Nós pensamos não apenas com nosso cérebro, mas também com nosso corpo” dizem os psicólogos Hajo Adam e Adam Galinsky.

O questionamento que deu origem à pesquisa surgiu enquanto o professor assistia a um episódio de Os Simpsons (!) em que todas as crianças eram obrigadas a usar o mesmo uniforme cinza. Vestidas da mesma forma, elas passavam a agir de forma diferente. Então, ele resolveu estudar o quanto o que a gente veste influencia no nosso comportamento.

Assim, num experimento, ele deu jalecos para metade do grupo que participava do estudo, e deixou a outra metade com as próprias roupas. As pessoas de jaleco foram mais rápidas e assertivas em testes de agilidade mental. Mas será que é só vestir uma roupa, e o comportamento já muda? Para entender melhor esse efeito, eles fizeram o teste novamente e deram jalecos pra todos numa turma. Para metade disseram que o jaleco era de doutor. Pros outros, disseram que a peça era um jaleco de pintor. As pessoas que usaram o jaleco de pintor não tiveram melhora nenhuma em sua performance, mas as que vestiram jaleco de doutor, sim.

Ou seja, não basta vestir a roupa. O que faz você se sentir e agir de forma diferente é todo o significado que você, e seu meio social como um todo, associam àquela indumentária.

Ainda no século XX, em Harvard, William James, considerado o pai da psicologia americana, já falava, em uma de suas obras,² sobre como ele acreditava na importância das roupas para a construção da nossa personalidade. Ele mesmo era um cara considerado excêntrico, pois gostava de se vestir de forma “casual” pra época, além de ter uma certa preferência por gravatas chamativas.

Já a historiadora Valerie Steele diz que **a moda atrai atenção por causa da sua relação íntima com o corpo físico e a identidade de cada pessoa**. As roupas ficam tão próximas da nossa pele que se tornam parte da nossa identidade. Elas são como a nossa segunda pele, como diz Carolyn Mair no seu livro *The Psychology of Fashion* [A psicologia da moda].

Assim, a forma como a gente se arruma, o penteado que a gente usa, o jeito que pintamos ou não o rosto, as cores que escolhemos e o modo como combinamos as peças, o sapato que calçamos (aliás, é impressionante como sapato é uma coisa que a humanidade valoriza desde sempre)... Tudo isso manda mensagens para todas as pessoas com quem interagimos, ajudando a dizer mais sobre quem nós somos.

Sabe aquele ditado “a primeira impressão é a que fica”? Pois é, ele tem bases científicas.

Nós, humanos, fazemos julgamentos sobre os outros baseados, primeiramente, em sua aparência. Isso não é intencional, e acontece em questão de milissegundos. Em 2014, neurocientistas do MIT descobriram que o cérebro humano consegue identificar imagens em apenas 13 milissegundos. A pesquisadora de ciências cognitivas e do cérebro e autora desse estudo, Mary Potter, diz que a função dos olhos é não apenas a de levar

2 JAMES, William. *The Principles of Psychology*. Dover publications, 1955.

informação para o cérebro, mas também a de permitir que ele pense rápido o suficiente pra decidir o que a pessoa vai olhar em seguida.

E assim, num piscar de olhos, julgamos e somos julgadas. É um instinto natural desde o início dos tempos, quando a nossa aparência identificava nosso grupo, nosso sexo e nossa posição nas hierarquias sociais. Opa! Não é que é assim até hoje? Mas a nossa sociedade (e consciência) são muito mais complexas que há 50 mil anos.

Pesquisas recentes comprovaram que o nosso visual transmite características de personalidade, sociabilidade, competência e inteligência. A moda influencia na forma como somos vistos e tratados. Logo, ela mexe com a nossa autoestima.

Podemos dizer que a autoestima é uma construção que começa na infância e continua até a idade adulta, talvez por toda a vida. Esse sentimento de confiança, de satisfação com a própria identidade, vai sendo forjado numa via de mão dupla. De dentro pra fora, quando trabalhamos nossa segurança interior, e de fora pra dentro, pelas respostas que recebemos do mundo. E isso inclui todas as reações ao que fazemos, dizemos, nossas conquistas e nossa aparência.

Um dia, no aeroporto, eu estava na fila do banheiro. Na minha frente tinha uma garotinha, de uns 6 anos, com um laçarote rosa na cabeça. Eu olhei pra ela, sorri pratiquei a técnica positiva e disse que o laço do cabelo dela era lindo! O sorriso gigante que ela me deu fez carinho no meu coração. Me senti bem por horas depois de ter provocado aquela reação tão positiva em alguém.

Um elogio sincero é tão poderoso para quem recebe quanto para quem o oferece. Se a gente lembrasse disso sempre, elogiaríamos mais as mulheres a nossa volta. Crianças, adolescentes, adultas, idosas... todas.

A aparência é importante na maneira como vemos e pensamos sobre nós mesmos. O ser humano gosta de aprovação, gosta de receber feedback positivo sobre si e gosta de se sentir parte de um grupo. Assim, a gente vai moldando as percepções

positivas a nosso respeito. Fazemos isso com base no retorno que temos de pessoas próximas, da sociedade na qual estamos inseridos, da mídia e da cultura do nosso momento.

Por falar em cultura, a gente precisa entender o poder que essa palavra exerce sobre o nosso relacionamento com a moda. Hoje em dia é comum relacionarmos a palavra cultura apenas a manifestações artísticas, como música, exposições, teatro. Mas cultura tem mais relação com o modo de vida de um determinado grupo em um dado momento histórico. Você já parou pra pensar quando foi que comprar roupas a cada troca de coleção virou parte da nossa “cultura do consumo”? Cultura do consumo é quando uma coisa nova (tendência) passa a ser hábito (acessível), e, de tanto ser repetida por aí, se torna parte de quem nós somos. Bom, mas a “cultura do consumo” se conecta diretamente com a “cultura da moda”. Nesta última, o consumo nos define. Nos definimos depois de pensar no que temos no nosso guarda-roupa. E a cada mudança de estação, a gente é estimulada a ter vontade de usar coisas novas e deixarmos de nos identificar com peças que já temos.

A gente precisa falar sobre essa cultura de moda. Ela manifesta muitas questões que mexem com o psicológico da gente, enquanto indivíduos e também como sociedade, em lugares do mundo inteiro. A influência da cultura de moda em nossas vidas é enorme. Porque ela é referência pra toda a produção de roupas, filmes, novelas, séries, revistas, clipes, publicidade, brinquedos e até desenhos infantis.

Pode reparar. De *Cinderela a Três espãs demais*, *She-ra* nova geração, *Frozen*, *Carmen Sandiego* e *Mulher Maravilha*, o que todas elas têm em comum? Corpos que parecem com os das modelos que desfilam nas passarelas de alta-costura.

E essa cultura da moda, derivada da cultura do consumo, foi criada para servir aos interesses econômicos



de governos e empresários que transformaram cultura do consumo em cultura do capitalismo, com um único objetivo: fazer eu e você gastarmos cada vez mais. E sabe o que é mais estranho nessa história? No livro *Cultura do consumo*, Isleide Arruda Fontenelle diz que a palavra “consumir” tinha um caráter negativo até meados do século XIX. Consumir era associado a destruição ou a gasto. O termo só passou a ser empregado como o usamos hoje com o surgimento do marketing, no século XX. Além disso, não tem como negar: em toda a história do marketing, a moda sempre foi divulgada como assunto de mulher, e, por isso, seria raso, fútil.

Criar uma narrativa de que a moda era assunto fútil, irrelevante por ser de interesse feminino, contribuiu muito para reforçar ideologias sexistas na população. Como diz a autora Tansy E. Hoskins no livro *Stitched Up* [Costurado], “a essência de uma ideologia é a habilidade de legitimar o poder da classe social que está no controle. Moda é peça-chave à ideologia. Ela legitima o poder de tal forma que só pelo fato de trocar de roupas, se ‘adequar’ ao padrão da moda vigente, você consegue acessar o prestígio da classe dominante”. A moda foi muito usada para fortalecer as ideologias sexistas, elitistas e racistas.

**“O verdadeiro propósito da roupa é universal.
É sempre uma combinação de sexo e política.”**

*Anne Hollander, autora de *Seeing Through Clothes*.*

Pense em quantos filmes em que, de repente, só por mudar de roupa, a protagonista experimenta todos os privilégios da classe dominante. De *Aladdin* a *Uma linda mulher* ou *O diário da Princesa*. As personagens não mudaram, elas só trocaram de roupas. E então, como num passe de mágica, elas começaram a ser bem-tratadas.

Assim, geração após geração, a cultura popular consolida a ideia de que, pra sermos felizes e bem-sucedidas, precisamos nos vestir como “gente rica”. Quantos *reality shows* realizam a

transformação do visual de mulheres, a fim de alinhá-lo com as expectativas da sociedade? Tudo isso reforça a ideia de que só existe um padrão de sucesso, legitimando ainda mais o poder da classe dominante. Afinal, se vestir como ela, parecer com ela, é a recompensa e o sinal de que você chegou lá.

É por isso que toda vez que uma tendência se populariza entre as massas, ela "sai de moda", se torna cafona e não mais desejável. A exclusividade é um fator importante pra manutenção do poder.

Falar de poder importa. A moda se articula como uma estrutura de poder. Nela, suas autoridades (a elite – que já foi a nobreza, como Maria Antonieta, e agora é a burguesia, com seus especialistas) "ditam" o que será moda, ao mesmo tempo que dizem o que já não importa mais para a próxima estação. Definem, assim, o que é de "bom gosto" e o que não é. Essa estrutura ditatorial que foi fortalecida por tantos anos está vendo a sua ruína. Isso porque a manutenção desse poder exige um esforço muito maior diante do crescimento do acesso à informação e à internet. Cada vez que mais pessoas deixam de sofrer interferência dessa estrutura de poder da moda para decidir o que querem vestir, mais forte fica a rede de referências. As marcas que quiserem continuar no jogo precisam prestar atenção às novas referências e influências sobre as decisões de compra de moda: e a sua inspiração, agora, está na vida real.

Agora, para provocar e deixar você pensando um pouquinho: a sua influenciadora favorita reproduz essa estrutura ditatorial elitista, ou está te dando informação para você ganhar autonomia e fazer cada vez mais escolhas de moda adequadas ao seu dia a dia? Ela diz o que você "tem que ter" para "parecer" bonita? Ou ela te ajuda a se olhar no espelho e aprender a amar o que vê, e a ter coragem pra experimentar e se permitir descobrir novas sensações através do que você veste? Ela te inspira a conhecer e a recriar novas versões de você mesma?

Essa ideia de que só nos vestindo como "gente rica" atingimos nossos objetivos ajudou a consolidar, geração após gera-

ção, a ideia de que existe uma única aparência de sucesso. É nisso que a cultura de massa faz a gente acreditar, através de suas inúmeras histórias de transformação em que todos os resultados buscam se aproximar do mesmo ideal.

Como você pode perceber, moda pra mim é muito mais que o universo de revistas, desfiles e alta-costura. É mais que “o que usar para esconder quadris largos?” ou “baixinha não pode usar saia midi”.

Moda tem um potencial enorme de fazer a gente se sentir bem, de aprimorar nosso bem-estar, contribuir positivamente com a nossa autoestima, com a forma como nos sentimos, agimos e pensamos. Moda é a representação de um povo. É parte de sua cultura. Quando as pessoas olham pras revistas, podem achar que pessoas gordas praticamente não existem, que pessoas negras são raríssimas. E pra conseguir tirar todas essas vantagens e esses benefícios da moda, você vai precisar se reprogramar. Desconstruir a forma como você conhece, pensa, usa a moda, pra poder, então, começar a usar a moda a seu favor.



FATOS SOBRE MODA

Nossa vontade de saber quem estava usando o quê no tapete vermelho foi o gatilho para que o Google criasse a busca por imagens. A invenção aconteceu em 2000, depois que Jennifer Lopez apareceu no Grammy usando um vestido verde esvoaçante da Versace. Assim, a cantora “quebrou a internet” pela primeira vez, fazendo muita gente buscar por mais informações sobre o tal vestido.