

## O HOMEM VESTIDO

---

*Paulo Morais Alexandre*

### **Preâmbulo**

O texto que agora é dado à estampa resulta da conferência apresentada no Museu dos Condes de Castro Guimarães, tendo sido no entanto profundamente alterado, já que o nosso pensamento em relação à matéria em apreço tem vindo a modificar-se, para tal contribuindo em muito o debate que sucedeu à conferência no fornecimento de novos dados e novas pistas, sendo de destacar a decisiva intervenção do Prof. Almerindo Lessa, a quem este texto é dedicado.

Ao propor a abordagem de um tema tão abrangente quanto possível como "o homem vestido" há que sistematizar e desenvolver essencialmente dois pontos:

1º Porque se veste o Homem?

2º Como se veste o Homem?

O primeiro ponto leva-nos às razões de ser do vestuário, que podem ser encontradas através de explicações histórico-culturais, psicossociológicas ou outras, o segundo levar-nos-à para terrenos mais movediços: o homem veste-se de forma desigual - *malgré* Mao Tse-tung -, o que nos encaminha inevitavelmente para a análise da moda.

Partindo de uma verdade que poderia muito bem ser atribuída a La Palisse, de que o homem nasce nú, sabemos que mais tarde ou mais cedo sente-se ou fazem-no sentir despido, tendo pois necessidade de cobrir o corpo, ocultando-o. As-

sim, para falar do homem vestido há que começar por des-trinçar desde logo o conceito de *nu* do conceito de *despido*.

Diz o Antigo Testamento que Adão e Eva, até ser cometi-do o pecado original, andavam nus, e que, após terem comi-do o fruto proibido, sentiram a necessidade de se cobrir, ou seja, sentiram-se despidos. Aparecia assim, pela primeira vez e triunfante, a noção de *pudor*; por outro lado, aparecia esbo-çada uma primeira resposta à nossa primeira questão, a expli-cação bíblica: o homem veste-se porque pecou, o homem veste-se porque, em virtude do castigo divino, sente vergo-nha.

Se o primado do pudor, como é sustentado pelos mais moralistas, que invocam os textos sagrados<sup>1</sup>, funciona para uma determinada religião, um determinado tempo, ou para um determinado espaço, se é verdade para a sociedade espa-nhola do Século de Ouro, para a sociedade vitoriana do sé-culo XIX ou para os fundamentalistas islâmicos, o que dizer, por exemplo, de civilizações, como a japonesa, que ignoram completamente o pudor pelo nu<sup>2</sup>? Ou será que o homem do Paleolítico, que "sobrevive" mesmo junto aos glaciares, en-verga as peles que curte e coze por processos muito rudimen-tares pelos mesmos motivos que levam uma mulher iraniana a cobrir-se na totalidade?

Já em 1601 o padre de Liége refere:

"As roupas servem para cobrir a nossa vergonha da nudez e para defender o corpo da intempérie do ar, do frio e do ca-lor<sup>3</sup>".

É hábito associar, desde os mais remotos tempos, o ves-tuário à falta de capacidade que o homem tem em resistir a

1 - BOLOGNE, Jean Claude, *História do Pudor*. Lisboa, Teorema, 1990, p. 55.

2 - DORFLES, Gillo, *A Moda da Moda*. Lisboa, Edições 70, 1988, p. 53.

3 - BOLOGNE, *op.cit.*, p. 55.

temperaturas extremas; como atrás foi referido, o homem do Paleolítico ou, mais modernamente, os povos da cintura ár-c-tica dificilmente resistiriam às condições climáticas particu-larmente adversas que tiveram/têm de enfrentar sem o auxílio das peles. A natureza, tão pródiga em certos aspectos, foi neste aspecto particular muito avara, não dotando o homem, ao contrário do que acontece com a maior parte dos outros animais, de um casaco de pele natural. Refira-se, no entanto, a enorme aptidão que o ser humano tem em resistir a grandes variações térmicas: os aborígenes australianos chegam a su-portar temperaturas que oscilam entre os -5° C e os 47° C<sup>4</sup>.

Apesar da grande resistência que o homem tem, convém no entanto referir que sem roupa se sente desconfortável, ha-vendo opiniões científicas que sustentam que o primeiro cho-ro do recém-nascido se deve à passagem de um ambiente homotérmico, ou seja, onde está a uma temperatura constan-te de cerca de 37°C, e em que o corpo está envolvido numa protecção - o líquido amniótico -, para um ambiente hostil, onde se sente desprotegido, e cuja protecção virá mais tarde sob a forma de roupa<sup>5</sup>.

Aduzidas as razões morais e climatológicas, seja aqui permitido fazer uma pergunta:

E a mini-saia? Como a justificamos, se está em contradi-ção com tudo o que se disse antes?

Resta citar Umberto Eco:

"[...] basta fazer uma auto-análise honesta, mesmo breve, para verificarmos que, no nosso vestuário, o que realmente serve para cobrir (para proteger do calor ou do frio e para ocultar a nudez que a opinião pública considera vergonhosa) não supera os 50% do conjunto. Os restantes 50% vão da gravata à bainha das calças, passando pelas bandas do casa-

4 - ROUSE, Elizabeth, *Understanding Fashion*. Oxford, BSP Professional Books, 1989, p. 2.

5 - LESSA, Prof. Doutor Almerindo, *sub voce*, Cascais, 1992.

co e chegando até às solas dos sapatos - e isto se nos detivermos ao nível puramente quantitativo, sem estender a investigação aos porquês de uma cor, de um tecido, de uma felpa ou de umas riscas em vez de um tecido ou de uma cor uniformes"<sup>6</sup>.

Nem o pudor nem a protecção mais imediata (protecção à canícula e ao frio) podem justificar certos tipos de vestuário, como os trajes que eram usados nas primeiras civilizações históricas, na Mesopotâmia, no subcontinente indiano junto ao rio Indo, ou mais particularmente no Egipto, todas áreas tropicais<sup>7</sup>, onde o vestuário nas classes inferiores era pura e simplesmente inexistente; assim, para uma compreensão do vestuário, nomeadamente do vestuário usado nos trópicos, outras vertentes devem ser tidas em conta.

Quem se veste pretende na maior parte das vezes um outro tipo de "resguardo", já que grande parte da sensação de protecção que o vestuário transmite é por vezes mais simbólica que real<sup>8</sup>.

As descrições de Charles Darwin da Terra do Fogo referem muitas vezes que os nativos, apesar das terríveis condições climáticas, não usavam quaisquer vestimentas, apenas usando adornos de penas e desenhos que lhes cobriam os corpos, carregados de simbologia, como ainda hoje acontece com os já referidos aborígenes australianos, que passam horas a decorar os seus corpos, usando por "roupa" muitas vezes apenas um amuleto mágico<sup>9</sup>. Torna-se então fundamental proceder a um estudo dos objectos de adorno, que praticamente todos os povos usaram ou usam, geralmente suspensos do pescoço, e cuja função, que vem sendo erroneamente atri-

6 - ECO, Umberto, "O hábito fala pelo monge", in AA. VV., *Psicologia do Vestir*. Lisboa, Assírio e Alvim, 1982, p. 7.

7 - LAVER, James, *Costume and Fashion*. Londres, Thames and Hudson, 1986, p. 7.

8 - SIGURTÁ, Renato, "Delineamentos psicológicos da moda masculina", in AA. VV., *Psicologia do Vestir*, p. 22.

9 - LURIE, Alison, *The Language of Clothes*. Londres, Bloomsbury, 1992, p. 29.

buída a uma vontade decorativa, é, na verdade, e subconscientemente, de intenção mágica e protectora, tratando-se no fundo de amuletos<sup>10</sup>, podendo também esta propriedade talismânica passar à própria roupa, que adquire um vago significado mágico:

"A moda também contém o fantasma de uma ténue memória colectiva das propriedades mágicas que os adornos tinham antigamente"<sup>11</sup>.

Os critérios de razoabilidade e o aspecto prático do vestuário, para os quais diversos historiadores, sociólogos ou antropólogos têm vindo a chamar repetidamente a atenção, tomam na maior parte das vezes um lugar secundário; tomem-se como exemplo os trajes tradicionais, que são muitas das vezes um autêntico desafio à razão e cujas características principais são alegadamente mágicas<sup>12</sup>.

Disse Gabrielle Chanel que "a moda é sempre o reflexo do seu tempo"<sup>13</sup>. Ao estudarmos a moda do ponto de vista histórico, da sua origem até à actualidade, podemos obter dados preciosos para o estudo da política, da economia, da sociedade, etc.

O vestuário e a forma como é usado tendem a espelhar os hábitos<sup>14</sup>, o comportamento, os padrões de consumo, a classe social e mesmo a própria profissão e orientação política de quem o enverga<sup>15</sup>, apesar de na actualidade se tender

10 - SIGURTÁ, Renato, *op. cit.*, p. 22.

11 - WILSON, Elizabeth, *Enfeitada de Sonhos*. Lisboa, Edições 70, 1989, p. 79.

12 - RIBEIRO, Aileen, *Dress and Morality*. Londres, B. T. Batsford, 1986, p. 12.

13 - CHARLES-ROUX, Edmonde, *Chanel and her world*. Londres, Weidenfeld & Nicolson, s. d., p. 237.

14 - O uso de roupa interior branca tem sido, do ponto de vista histórico, entendido como uma forma consciente ou inconsciente de comunicar hábitos de higiene, já que através da sua brancura, que basta o olhar para avaliar, se reflecte o asseio da pessoa. Vt. GARELLO, Georges, *O Limpo e O Sujo*. Lisboa, Editorial Fragmentos, 1988, p. 56.

15 - DORFLES, *op. cit.*, p. 13.

para uma nivelção quanto aos produtos que o compõem e quanto à sua forma. Para tal muito tem contribuído a transformação do mundo numa aldeia global, por efeito das facilidades de comunicação e devido ao papel extremamente importante que a televisão tem desempenhado na aculturação global, e que tendem a levar ao vestuário uma certa uniformidade, embora não a uma monotonia.

Tudo isto porque o vestuário comunica!

O vestuário pode inserir-se no universo da comunicação não verbal, o que lhe dá uma dimensão ilimitada<sup>16</sup>, da qual sai reforçado em virtude de, e tal como praticamente todas as linguagens, quer escritas quer faladas, estar em constante mudança, suscitando as novas ideias que vão surgindo, mais do que "novas palavras", novos estilos<sup>17</sup>.

Alguns autores sustentam que o uso de roupas pode ser utilizado para comunicar ao sexo oposto a atracção que ele suscita, como Rudolfsky, que chega a comparar a intencionalidade do uso de certas roupas com a exibição sexual nas épocas de acasalamento pelos pássaros ou outros animais, o que pode implicar, por absurdo, que sem roupa talvez se perca o interesse sexual; logo o futuro da espécie humana estará implicitamente dependente do interesse provocado pelo vestuário. Tal argumentação faz-nos lembrar uma outra argumentação, bem serôdia, que procurava/procura justificar o aumento da homossexualidade masculina e o correspondente desinteresse pelas mulheres com a autorização, primeiro, do *bikini*, depois do *topless*, e no futuro, quem sabe, do nudismo.

O vestuário não pode nem deve nunca ser reduzido a um mero gatilho destinado a disparar um instinto biológico<sup>18</sup>, até porque enquanto certeza absoluta é falsa. Tome-se como

16 - ECO, *op. cit.*, p. 13.

17 - Leia-se a este respeito todo o prefácio da citada obra de LURIE, Alison.

18 - ROUSE, *op. cit.*, p.12.

exemplo uma mulher viúva de raça cigana - não visa atrair ninguém, antes pelo contrário. A função atractiva existe no entanto e passa pelo vestuário através das cores (o eterno vermelho), dos acessórios (tiaras, brincos, pulseiras, sapatos, luvas, etc.), dos adornos (plumas, pinturas), no âmbito de uma, mais do que natural, vontade de seduzir.

O vestuário, ainda enquanto comunicação, dá-nos através dos seus componentes, como já vimos, uma série de informações sobre o seu utente e sobre a imagem que este quer transmitir de si próprio, sendo estas componentes quase sempre máscaras, cuja função é esconder o real, ou, pelo contrário, ressaltá-lo. Para tal torna-se necessário conhecer profundamente uma série de convenções vestimentárias, que variam no espaço e no tempo, assim como, à semelhança de outros modos de comunicar, também a linguagem que ora abordamos está codificada.

É necessário conhecer tais códigos, é necessário entender como se veste o homem, sob o risco de não passarem certas mensagens que se transmitem e de se cair em conflitos, que poderão atingir certa gravidade. Lembro aqui a incompreensão das gerações mais velhas pelo significado das modas mais jovens, que levou e continua a levar muitas vezes à rejeição dos jovens, com exemplos célebres, como os muito falados cabelos "à Beatle", que geraram muitos conflitos de gerações.

Sabemos que três riscas quebradas, em dourado, numa manga de um qualquer uniforme identificam o seu portador como sendo um sargento, sabemos que o negro na nossa civilização ocidental está conotado com o luto; mas saberemos nós distinguir uma mulher de luto entre uma tribo esquimó, ou que cores veste uma noiva na Tunísia? Teremos nós a capacidade para entender a linguagem do traje em outras "línguas" que não a ocidental?

Por outro lado, o vestuário, como qualquer outra linguagem, pode sofrer manipulações, pode fazer com que o observador mais avisado caia em erro, pode mentir.

O vestuário tem muitas vezes, como vimos anteriormente, tendência para funcionar como máscara, máscara essa que visa esconder a realidade, de forma inofensiva ou não: uma pessoa gorda procura esconder a sua obesidade, disfarçando-a ao "esconder-se" num traje com riscas verticais; um militar covarde esconde a sua falta de coragem atrás de um uniforme e de umas botas de tropa.

Talvez viesse a propósito citar um trecho do poema *Tabacaria*, de Álvaro de Campos:

*Fiz de mim o que não soube.  
E o que podia fazer de mim não o fiz  
O dominó que vesti era errado,  
Conheceram-me logo por quem não era e não desmenti, e  
perdi-me,  
Quando quis tirar a máscara  
Estava pegada à cara,  
Quando a tirei e me vi ao espelho,  
Já tinha envelhecido*<sup>19</sup>.

Muitas vezes, como diz o poeta, a aparência substitui a realidade, em suma deturpando um pouco o sentido da frase:

"A mulher de César não precisa de ser séria, basta parecê-lo."

O reinado das aparências em vestuário pertence à moda. É através da moda que um homem se diferencia de outro, é jogando com os códigos da moda que se vai construir uma imagem, que nem sempre, ou quase nunca, corresponde à realidade.

A moda, nos antípodas das Artes Plásticas, que visam a perenidade, rege-se pelo primado do efémero. Uma moda apenas aspira a brilhar um instante, numa colecção, numa

19 - PESSOA, Fernando, *Poesias de Álvaro de Campos*, Lisboa, Edições Ática, 1986, p. 257.

festa, num jantar, para logo de seguida desaparecer na vora-gem de novas modas, todas tão inovadoras quanto as anteriores, havendo a este respeito um pensamento que vem sendo atribuído a Gabrielle Chanel que é paradigmático:

"A arte é feita de obras feias que com o tempo se tornam belas; a Moda é feita de obras belas que com o tempo se tornam feias."

Por isso é preciso que o "homem vestido" não esteja à margem da moda, isto é, não esteja fora de moda.

Sistematizando, podem ser consideradas cinco posturas-tipo em relação à moda;

- a) Uma rejeição total da moda;
- b) Uma indiferença em relação à moda;
- c) Um gosto pronunciado pelo classicismo e pela discrição, que resiste a todas as modas, sem no entanto as marginalizar;
- d) Um gosto pronunciado pela novidade e pelo conforto, adaptando-se a todas as modas para delas tirar o melhor partido, mas sem aderir a nenhuma;
- e) A adesão empática a uma ou a várias modas<sup>20</sup>.

Relativamente à primeira postura, é praticamente inexistente no mundo ocidental, sendo aí apenas verificável em algumas comunidades religiosas altamente reaccionárias em relação a qualquer forma de progresso, que repelem o mundo hodierno, que rejeitam a aculturação promovida pelos meios de comunicação e que, isolando-se, recusam e lutam contra, até e sobretudo no modo como vestem, a ideia que quer transformar o mundo numa aldeia global, onde todos podem

20 - Veja-se a este respeito a notável obra de OBALK, Hector, SORAL, Alain, e PASCHE, Alexandre, *Les mouvements de Mode*, Paris, ed. Robert Laffont, 1984.

estar vestidos de acordo com as últimas modas, quer em Nova Iorque, quer no Burkina Faso ou numa qualquer estação orbital, desprezando também os avanços tecnológicos conseguidos na criação de novos materiais para o vestuário, servindo como exemplo paradigmático desta postura a comunidade *amish* dos Estados Unidos da América, da qual se poderá dizer que parou no tempo, mantendo as roupas dos seus membros características imutáveis.

A Oriente esta postura é mais comum, com uma maior permanência dos trajes regionais, muitas vezes multisseculares, como é o caso dos beduínos, afegãos, etc., que não se deixam influenciar pelas modas ocidentais, já que as rejeitam liminarmente, sendo estas muitas vezes consideradas satânicas<sup>21</sup>.

Quanto à indiferença em relação à moda, que por vezes é considerada como forma de recusa da moda, o que não é verdade, é praticada pelos que, ao envergarem roupa, não procuram com este acto as funções presentativa e estética que o vestuário tem, optando apenas pela função pragmática<sup>22</sup>.

Na alínea em análise integram-se todos os que não procuram deliberadamente fugir à moda nem procuram estar na moda, antes comprando o que julgam confortável ou que sirva ao fim em vista, geralmente, apenas e tão-só cobrir o corpo. Esta categoria, pela insensibilidade demonstrada, não consegue escapar muitas das vezes aos ditames de certas constantes fixadas pela moda, num certo espaço de tempo,

21 - São comuns e infelizmente quase diárias notícias como esta, que se transcreve em jeito de exemplo:

"As autoridades iranianas lançaram uma campanha de luta contra os trajes de certas mulheres tidos como 'não conformes com os estritos critérios islâmicos' ... A 'cultura depravada do Ocidente' é criticada quando se trata de avisar o mulherio iraniano de que não deve usar pinturas nem mostrar rostos ou cabelos. Teerão está atento a trajes mais ousados", in *Diário de Notícias*, Lisboa, 1992, Julho, 21, p. 38.

22 - Compare-se com a análise feita em relação dos têxteis por CASTRO, E. M. de Melo e, "Descobrir é tecer - notas sobre algumas consequências dos Descobrimentos Portugueses na arte dos tecidos", in *Claro - Escuro*, Lisboa, 1992, nºs 6/7, p. 138.

até pelos produtos que nesse período são oferecidos ao potencial consumidor<sup>23</sup>.

Quanto à terceira postura, um gosto pronunciado pelo classicismo e pela discrição, é completamente distinta da anterior, porque regista um comportamento activo em relação à moda, resistindo-lhe muitas das vezes, nomeadamente nos aspectos supérfluos e nas decorações pleonásticas características de algumas modas, como o foram as mangas de presunto tão em voga no *Art Nouveau*<sup>24</sup>.

Quem opta por um gosto clássico não estará nunca fora de moda, mas acima dela; como exemplos mais nobres, as "clássicas" calças de ganga inventadas por Levi Strauss, ou uma das mais notáveis peças de *design* alguma vez criadas - o *tailleur* Chanel, que, tendo sido eventualmente moda, superaram o efémero e atingiram a perenidade que caracteriza o clássico.

No século da Revolução Industrial o gosto pelo clássico era predominantemente masculino, sendo o interesse pela moda, por natureza, da condição feminina; com as mudanças provocadas pelo eclodir da I Guerra Mundial e numa altura em que as mulheres foram chamadas a ocupar postos até então reservados aos homens, tiveram imperiosamente de mudar de padrões de consumo, nomeadamente evitando certas aberrações da moda, tendo-se produzido então uma racionalização do traje feminino.

Paralelamente, foi crescendo o interesse de um cada vez maior número de homens pela moda, o que Gillo Dorfles considera ser devido a uma tomada de consciência "...do significado profundo, ainda que muitas vezes inconsciente, do seu comportamento em relação ao seu próprio corpo e a tudo o que veste..."<sup>25</sup>, mudando de atitude e aumentando o núme-

23 - Sobre a dificuldade em fugir aos ditames da moda, leia-se o capítulo "As motivações da Moda", em DORFLES, *op. cit.*, pp. 13-19.

24 - Idem, *As Oscilações do Gosto*, Lisboa, Livros Horizonte, 1989, p. 58.

ro de homens correspondentes às duas últimas categorias, até à actualidade predominantemente femininas.

Ultrapassadas, neste particular, as divisões sexuais, o gosto pelo clássico é actualmente característico de um estilo/postura que é frequentemente apelidado de "BCBG" (*Bon Chic Bon Genre*), que, longe de corresponder a uma determinada classe social (alta), é mais uma mistura de tipos e normas que formam uma maneira de estar, de ser e de vestir onde são preponderantes a moderação e o bom gosto, que não é incompatível com sinais de manifesta riqueza, como roupas e acessórios de marca, como cintos, gravatas e lenços Hermés ou sapatos Church's, que são intemporais<sup>25</sup>, onde a marca é escolhida pela qualidade intrínseca aos seus produtos e não para uso de uma determinada *griffe* de culto; paradigmático deste tipo de consumo de uma determinada marca é o facto de os *pull-over* de lã da Burberrys, claramente destinados a outro segmento de mercado, terem a marca bem visível, o mesmo não acontecendo nos de caxemira, de muito melhor qualidade.

Mas a que é devida esta atitude?

Atente-se ao seguinte depoimento:

*"Si le B.C.B.G. choisit alors le classicisme contre la modernité, ce n'est pas tant qu'il préfère l'ancien au nouveau mais plutôt que, selon lui, le classicisme est éternel tandis que la modernité a toutes les chances d'être éphémère, c'est-à-dire, à son avis, vulgaire.*

*S'il se montre réticent devant la modernité, c'est aussi parce qu'elle engendre généralement la mode, le confort, la facilité, la frivolité... qui sont les formes douces de cette vulgarité auxquelles le B.C.B.G. répugne."*<sup>27</sup>

25 - Idem, *A Moda da Moda*, p. 93.

26 - OBALK, *op. cit.*, p. 122.

27 - Idem, *ibidem*, p. 128.

As duas últimas posturas estão profundamente ligadas e aderem às modas, mas diferem entre si, já que, e se por um lado há uma adesão enfática a uma moda, com exemplos em vários períodos da História, como os aberrantes *incroyables* e *merveilleuses* do Directório francês, os pré-rafaelitas britânicos, os *hippies* ou os *punks*, por outro lado há sobretudo um *aggiornamento* e uma adaptação diversos às modas, aproveitando delas um ou vários elementos, geralmente os mais vistosos e quase nunca os estruturais, havendo por vezes mesmo a conjugação de modas opostas, sem no entanto haver um compromisso total com uma determinada moda. Assim os que têm um gosto pronunciado pela novidade, e que constituem a maioria, são formados na escola do consumismo, aderindo às novidades, nomeadamente às que são propostas pela via publicitária, e que apesar de tentarem conjugar conforto com bom gosto, preferem na maior parte das vezes aquele a este<sup>28</sup>. No cerne deste comportamento está um espírito hedonista, desejoso de sensações, de surpresas e renovações, que Gilles Lipovetsky pauta de reflexo de uma moral individualista que tem tendência para dignificar a liberdade, o prazer e a felicidade<sup>29</sup>.

Estes parâmetros estão mais ligados a uma realidade citadina, já que "... a moda sempre estabeleceu uma distinção radical entre o mundo da cidade capital e o mundo da província. A exclusividade e o chique pertenciam à vida metropolitana, a falta de elegância às remotas províncias..."<sup>30</sup>.

A cidade/moda por excelência foi, e é, Paris, onde se lançaram e lançam as últimas modas, desde pelo menos o reinado de Luís XIII. Aliás não foi impunemente que o grande escritor Eça de Queiroz escolheu Paris como "a cidade" do seu romance *A Cidade e As Serras* e ainda hoje, numa altura

28 - Idem, *ibidem*, p. 155.

29 - O Império do Efêmero, Lisboa, Dom Quixote, 1989, p. 119.

30 - WILSON, *op. cit.*, p. 206.

que várias cidades procuram rivalizar com a cidade-luz enquanto centros de lançamento de novas modas, como, por exemplo, as cidades italianas de Milão ou Florença, mas também Nova Iorque ou Tóquio e, mais recentemente, as cidades alemãs, é em Paris que todos vão instalar os seus *ateliers*, ou lojas principais, trabalhando muitas vezes para casas parisienses, como o alemão Karl Lagerfeld, na casa Chanel, ou o italiano Gianfranco Ferré, na casa Dior, ou criando as suas próprias marcas, como a casa "Comme des Garçons" da japonesa Rei Kawakubo.

Todos estes comportamentos em relação ao vestuário derivam das razões do seu uso. Assim, e em jeito de conclusão e sistematizando, o vestuário aparece e é utilizado tendo em vista três factores básicos, que coexistem, nem sempre pacificamente, havendo épocas ou espaços geográficos em que este ou aquele assume a preponderância; são eles o pudor, a necessidade de protecção climatérica ou mágica e ainda a sua função como forma de comunicação, sendo este último de longe o mais importante.

Que sirvam para sempre de lição e nunca sejam esquecidas as felizmente malogradas tentativas de castrar essa comunicação que o vestuário gera, através da uniformização do vestuário de todo um povo, tentado pela China maoísta, e imagine-se um mundo onde os homens não ousassem comunicar, não falassem, através dos seus trajes.

A moda deixaria de existir.

A moda deixaria de passar de moda.

Seria um horror.