

A MONARQUIA INGLESA PARODIADA POR VIVIENNE WESTWOOD

BORTHOLUZZI, Juliana¹; ARAUJO, Denise Castilhos de²

RESUMO

Este artigo tem como objetivo propor uma reflexão acerca de algumas peças criadas pela estilista Vivienne Westwood, na década de 80, a fim de verificar se tais peças podem ser consideradas paródias da monarquia inglesa. A paródia, neste artigo, será definida a partir da proposta de Hutcheon (1985) e que pode revelar, ao mesmo tempo, uma crítica e uma homenagem.

Palavras-Chave: Vivienne Westwood. Paródia. Punk. Monarquia Inglesa.

ABSTRACT

This article aims to propose a reflection on some pieces created by fashion designer Vivienne Westwood, in the 80s in order to verify that such pieces can be considered parodies of the English monarchy. The parody, this article will be defined from the proposed Hutcheon (1985), and can reveal, at the same time, a review and an homage.

Keywords: Vivienne Westwood. Parody. Punk. English Monarchy.

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais pela Feevale, graduada em Direito pela Unisinos, especialista em Direito Privado pela Unisinos, graduanda em Moda pela Feevale. *E-mail:* ju-bortholuzzi@hotmail.com. Telefone: (51) 8552.5565.

² Doutora em Comunicação Social, professora dos cursos de Comunicação Social, Design e do Mestrado em Processos e manifestações culturais; pesquisadora do Grupo de Estudos Cultura e Memória da Comunidade da Universidade Feevale. *E-mail:* deniseca@feevale.br. Telefone: (51) 9318.6430.

1 VIVIENNE WESTWOOD E O MOVIMENTO PUNK

Nascida na Inglaterra, em 1941, a estilista Vivienne Westwood é considerada por muitos a eterna Rainha do *Punk*, devido à moda radical proposta por ela no início de sua carreira, coincidentemente, no início do movimento *punk* (década de 70). “Considerada a maior estilista britânica viva, ela é, tal como a Rainha e os taxis pretos, um símbolo da Inglaterra”. (JONES, 2003, p. 512).

Em 1965, vivendo em Londres, Vivienne conheceu Malcolm McLaren, e começaram, então, um relacionamento que foi fundamental para a história da moda e da música do século XX. Juntos, procuraram novas formas de expressão e começaram a ganhar a vida vendendo moda nostálgica, primeiramente em uma loja alugada e, posteriormente, numa loja própria, na zona mais barata de Londres, a King’s Road.

Em 1972, passaram a vender produtos em couro, *t-shirts* com estampas pornográficas, o que findou por lhes trazer imensos problemas com a justiça. Como solução encontrada, eles mudaram o nome da loja, desta vez para “SEX”.

Em meados da década de 70, a Inglaterra começava a dar sinais de crise, vivia um momento de estagnação econômica, 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.

A juventude da classe operária sentia que não havia perspectivas de futuro, com isso, surgia um novo movimento, como tentativa de atacar antigos valores de uma sociedade relativamente velha, que 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 anticonsumismo proposto pelo grupo e jaquetas com frases de rejeição às injustiças de um estado repressor.

O *punk* surgiu em um 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 trajes 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).

O estudo da identidade nos remete à distinção entre movimentos sociais e manifestações culturais.

De acordo com Ortiz (1999), a cultura, como o fenômeno de linguagem, é sempre passível de interpretação, mas, em última instância, são os interesses que definem os grupos sociais e decidem sobre o sentido da reelaboração simbólica de determinada manifestação. E, nos *punks*, podemos ver essa manifestação de uma maneira muito forte.

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 se mover. Em 1976, o *punk* passou a ser uma revolução mais de estilo do que de política, mais sentimento do que consciência.

Isso pode ter ocorrido com um número imenso de pessoas, pois o movimento ecoou nos quatro cantos do mundo, ele 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 as roupas eram usadas pelos jovens no mundo inteiro. Repentinamente, a “alta moda” já não era mais tendência, e sim estar diferente, individual, criar um *look* único, fazer o seu estilo.

O trabalho da dupla Westwood-McLaren começou a se diferenciar quando eles lançaram o lendário grupo inglês *Sex Pistols* nos meios de comunicação. Ele, como produtor dos mais bem-sucedidos, e ela, como responsável pelo figurino agressivo, que foi um conceito considerado extremamente inovador na época.

A banda *Sex Pistols*, que é tida como o maior marco do movimento, era composta por adolescentes da típica classe operária londrina. O grupo tornou-se símbolo do movimento e colocou-o em evidência nos meios de comunicação. Suas letras expressavam a anarquia e insultavam a família real.

De acordo com Vinil: “o primeiro disco da banda se chamou ‘God Save the Queen’ e foi um escândalo, foi censurado em vários lugares na Inglaterra. O reino encarou como um afronte a monarquia” (VINIL, 2008, p.132).

No momento em que os *punks* vieram à cena, a sociedade não estava preparada para esse tipo de reflexão, e a mídia contribuiu sobremaneira para a criminalização desses grupos ao difundir, de forma sensacionalista, os confrontos envolvendo os *punks*.

Vivienne Westwood estava ligada a essa tribo urbana, quando começou sua carreira na moda, criando roupas com essa estética *punk* e sempre contestando a sociedade em forma de frases e elementos nas suas criações.

“Mc Laren e Vivienne cristalizaram, junto com o gênero da banda, a filosofia e o visual do punk, com camisetas que traziam alfinetes e ossos de galinha, roupas rasgadas, correntes, couro e outros elementos” (SABINO, 2007, p. 632).

A estilista britânica, chamada de Rainha *Punk*, ficou famosa pela criação do uniforme *punk*, pois ela subverteu a percepção daquilo que era entendido por moda. Ela se vestia de forma tão louca quanto o conceito das peças que produzia para sua loja.

Logo depois, Vivienne Westwood se reinventou, e o visual anárquico *punk* foi dando lugar a coleções mais românticas, culminando no fim da dupla Westwood-McLaren.

Com a separação, Vivienne buscou uma nova identidade estética, fugindo do que vinha até então trabalhando. Começou a se inspirar nas referências culturais e históricas, principalmente as do seu país, porém retrabalhadas para um estilo contemporâneo.

Foi a primeira a levar elementos do dia a dia britânico para as passarelas, valendo-se de materiais e tecidos típicos; ela também trouxe elementos da história inglesa para a moda e fez do *punk* mais do que um simples modismo, uma tendência presente até hoje.

Ela é grande estudiosa da história da indumentária e, constantemente, pode ser vista em museus ingleses pesquisando e alimentando-se de arte para compor suas novas coleções. Ela diz nunca ter comprometido os seus ideais e os seus conceitos de moda. Provocou e chocou como poucos e, hoje, seu nome conquistou o respeito do mundo da moda.

Vivienne Westwood é sinônimo de moda britânica, de história e de grandes mudanças. Foi e ainda é através da moda que Vivienne mudou a maneira de pensar de inúmeros indivíduos, pertencendo hoje, sem dúvida, ao seleto grupo daqueles que ditam moda.

As honras que lhe foram conferidas são provas disso, mesmo sendo sempre provocativa em relação à monarquia e aos ícones ingleses, foi nomeada como Membro do Royal College of Art, o que demonstra que a monarquia não guardou, aparentemente, rancor do deboche que o casal fazia para com ela.

De acordo com Baudot, “As referências de Westwood ao século XVIII Francês, às cortesãs, ao Marquês 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 efêmera, 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 brilhantemente Vivienne Westwood.

Wilcox (2004) conta que a moda é profundamente enriquecida pela renovação e reinvenção. Segundo Vivienne, “ao tentar copiar uma técnica, você constrói sua própria técnica” (LOVINSKI- 2010, p.143).

Nos dias de hoje, Vivienne recria a moda no seu sentido mais clássico, sem perder de vista o seu conteúdo sexual e libertador, fazendo coleções cada vez mais ousadas, ela é hoje uma das designers mais influentes da Grã-Bretanha. Se a sua moda é de difícil entendimento, a sua atitude e a postura são bem claras.

Atualmente, a estilista possui 110 (cento e dez) lojas próprias espalhadas pelo mundo e mantém três coleções ativas, Anglomania, Gold Label e Red Label, além de uma coleção masculina. Seu sucesso proporcionou uma retrospectiva no museu *Victoria & Albert* de Londres, exibindo 150 peças, passagens de sua vida e carreira. Foi eleita melhor estilista do ano na Inglaterra por duas vezes e, aos 64 anos de idade, ganhou o título de *Lady* da Inglaterra, da Rainha Elizabeth II.

2 A PARÓDIA

A paródia, segundo Hutcheon (1985), pode ser considerada uma forma de imitação caracterizada por uma inversão irônica, mas nem sempre à custa do texto parodiado. Noutro aspecto, também pode ser tida como uma repetição com distância crítica, que marca a diferença em vez da semelhança. Podemos estabelecer paródias com textos da literatura, do cinema, das artes visuais, da música, dentre outros gêneros textuais (poemas, músicas, propaganda de TV, roupas, quadros, obras de arte).

A função de um texto paródico era, com frequência, ser malicioso e denigrativo, com o auxílio da sátira, papel que continua a desempenhar até a atualidade. Contudo, no século XIX, encontramos outros usos persistentes e extensivos da paródia, que desafiam a definição de paródia como ridicularização conservadora dos extremos das modas artísticas.

Linda (1985) aponta que a paródia pode distorcer as formas de arte, sintetizando, a partir delas e do presente do codificador, uma nova forma - não sobrecarregada, mas enriquecida, pelo passado.

Embora a paródia ofereça uma versão muito mais limitada e controlada dessa ativação do passado, dando-lhe um contexto novo e, muitas vezes, irônico, faz exigências semelhantes ao leitor, trata-se mais de exigências aos seus conhecimentos e à sua memória do que à sua abertura ao jogo.

Os códigos paródicos têm, afinal, de ser compartilhados para que a paródia seja compreendida como tal. O leitor tem que descodificá-lo (texto), para que a intenção seja plenamente realizada, ou seja, os leitores são cocriadores ativos do texto paródico, pois são eles que o reconhecerão como uma paródia e não como um texto original (HUTCHEON, 1985).

A paródia prospera em períodos de sofisticação cultural, os quais permitem aos parodistas confiar na competência do leitor (espectador, ouvinte). Contudo, a paródia pode, de fato, ser considerada mais ativa que passiva, se nos afastarmos das categorias puramente estruturais. Ela não envolve apenas uma enunciação estrutural, mas também a enunciação inteira do discurso, e esse ato enunciativo inclui um emissor da frase, um receptor, um tempo e um lugar, discursos que a precedem e um contexto.

Ao contrário do que é conceituado mais tradicionalmente como paródia, a forma moderna nem sempre permite que um dos textos tenha mais ou menos êxito que o outro. A ironia parece ser o principal mecanismo retórico para despertar a consciência do leitor para essa dramatização.

A ironia participa no discurso paródico como uma estratégia que permite ao decodificador interpretar e avaliar, de acordo com Hutcheon (1985).

A paródia é, pois, repetição, mas repetição que inclui diferença, ou seja, é uma imitação com distância crítica, cuja ironia pode beneficiar e/ou prejudicar ao mesmo tempo.

De acordo com Hutcheon (1985), «a paródia é uma das técnicas de auto-referencialidade por meio das quais a arte revela a sua consciência da natureza do sentido do contexto, da importância da significação das circunstâncias que rodeiam qualquer elocução» (HUTCHEON, 1985, p. 109).

Esse gênero textual é, conforme Hutcheon (1985), uma via importante para que os artistas modernos cheguem a um acordo com o passado, seja através da recodificação irônica ou pelo termo designado pela própria autora, a “transcontextualização”.

Ela (a paródia) existe potencialmente em palavras “de voz dupla”, mas ela é compreendida apenas pelos leitores que têm bagagem para preencher certas condições requeridas. O leitor que não entende a paródia é aquele cujas expectativas previstas são de alguma forma deficientes.

A paródia distancia e, ao mesmo tempo, envolve o leitor numa atividade hermenêutica participativa, e há várias maneiras de se conseguir isso, da agressão à sedução.

3 A PARÓDIA DE VIVIENNE WESTWOOD AO REINO INGLÊS

“Vivienne é excêntrica, provocadora e irreverente. Cria roupas com ironias ao reino inglês, motivos políticos, críticas sociais, temas eróticos. Mescla a cultura jovem com o tradicionalismo inglês, tudo sempre inusitado” (WILCOX, 2010, p.43). De todas as coleções lançadas pela estilista Vivienne, a de outono/inverno de 87/88 é um claro exemplo de paródia. Trajes com cortes clássicos de alfaiataria e a herança britânica dos tricôs, gabardines e *tweeds* foram apresentados como uma ironia ao estilo de vida inglês.

Denominada Harris Tweed, a coleção teve sua inspiração nos alfaiates de Savile Row (local onde estão estabelecidos os alfaiates mais importantes da Inglaterra), incorporando uma variedade de veludos e *tweeds*, incluindo os tradicionais tecidos ingleses, especialmente lã usada nos uniformes do Império Britânico. Parodiando a monarquia, essas roupas evocaram a aristocracia do país. A interpretação de Westwood, inevitavelmente, declarou a sexualidade sob a restrição do eufemismo britânico.

A estilista sempre usou o reino como ponto de referência para causar reação e, nessa coleção, inspirou-se também nas roupas usadas pela primeira-ministra Margaret Thatcher, nos objetos da Rainha Elizabeth e no uniforme dos soldados britânicos. A coroa e a capa real foram muito exploradas na coleção, como uma ironia direta aos elementos de poder da Rainha.

De acordo com Hutcheon (1985), qualquer texto pode ser parodiado e, aqui, temos um exemplo de paródia na moda, pois a roupa pode ser considerada como um texto, o qual é elaborado através de linguagem não verbal.

A seguir, na figura 1, são mostradas duas imagens, as quais revelam um texto original (os trajes da Rainha) e um texto paródico (produção de Westwood).



Figura 1 - Trajes da Rainha Elizabeth II e criação de Vivienne Westwood
Fonte: Google imagens

Nessa imagem, são parodiados a coroa e o manto da rainha, ou seja, elementos que representam com intensidade a monarquia, pois são eles que os príncipes recebem no dia de sua coroação e são usados em cerimônias formais, indicando o poder desses indivíduos. Além dessas peças, o veludo vermelho é outro elemento também representativo da monarquia.

O traje produzido por Westwood retoma os elementos reais, a coroa, o manto e o vestido, todos em veludo. Nessa criação, a estilista evoca o poder da monarquia inglesa, ao mesmo tempo em que sugere a necessidade de contemporaneidade desses trajes, a partir do encurtamento da saia e do manto e, até mesmo, da monarquia em última análise. Além disso, sugere aos consumidores da marca que eles também podem se aproximar da realeza, caso utilizem

determinados elementos característicos desse grupo social, ou seja, o luxo e o requinte é algo ao alcance dos plebeus.

Na imagem 2, vemos a coroa da rainha, valiosa, com todo o seu requinte, e um chapéu feito por Vivienne, com recortes de tecido, no formato e reproduzindo certos detalhes dessa coroa.



Figura 2- Coroa real inglesa e criação de Vivienne Westwood
Fonte: Google imagens

As coroas da figura 2 têm muita semelhança entre si, principalmente em relação ao formato e aos adereços que as enfeitam. A coroa da rainha é ricamente decorada por pedras preciosas, como diamantes, rubis, safiras, esmeraldas e pérolas, indicando a riqueza que a monarquia possui. A coroa de Vivienne é toda construída em tecidos estampados, os quais servem para enfeitá-la também. Além disso, ela possui outros elementos, como se fossem broches (um pássaro azul e uma pedra no lado direito). Nessa paródia, temos a homenagem à coroa, pois ela serve como elemento gerador de um novo texto, e, além disso, temos uma crítica, pois uma coroa confeccionada somente com tecido pode ser tão luxuosa, bonita, sofisticada como a coroa milionária da rainha.

Na figura 3, há soldados da guarda real britânica, com seus tradicionais uniformes nas cores vermelho e preto; ao lado, há uma produção de Westwood - um blazer -, cujas cores e tecido são muito parecidos com o uniforme militar da guarda real inglesa. Além disso, podemos ver na figura a representação do chapéu dos soldados no penteado da modelo.



Figura 3- Guarda real inglesa e criação de Vivienne Westwood
Fonte: Google imagens

Nessas imagens, fica também evidente a elaboração de uma paródia por parte da estilista inglesa, utilizando como texto gerador o uniforme dos soldados da guarda da rainha. A paródia aproxima o soldado do público, pois, utilizando o casaco criado pela estilista, estaria o consumidor apto a vivenciar a experiência de participar de um grupo muito seletivo e considerado muito importante para a Inglaterra.

Por outro lado, a estilista sugere a necessidade de humanização desse grupo (soldados) através da colocação de lapelas no blazer, que, fechadas, formam um coração, o qual encobre boa parte do peito da modelo. Além disso, o fato de ser uma mulher a vestir o blazer pode remeter à necessidade de tornar a guarda mais atual, talvez até mesmo aceitando mulheres nesse grupo até hoje exclusivamente masculino.

Outro elemento parodiado por Vivienne é o chapéu da guarda, transformado em penteado, e que, mais uma vez, apresenta o formato de coração. O que faltaria a esse exército de homens rígidos segundo Westwood? Talvez a sensibilidade reconhecidamente marcada com a forma do coração tanto na roupa (peito) quanto no penteado (cabeça).

Observando as figuras anteriores e retomando o texto de Linda Hutcheon (1985), resta claro que a estilista Vivienne Westwood capturou os elementos da monarquia inglesa, recriando-os de forma irônica, o que podemos exemplificar como paródia.

No trabalho de Vivienne, o espírito rebelde e desafiador do *punk* se mantém vivo, em que, por diversos exemplos, e aqui apenas três foram trazidos, temos esse afronte à monarquia, como

uma forma de demonstrar que ela não teme o sistema, querendo revelar sua inquietação com relação a ele.

E a paródia é uma maneira de se poder fazer isso, pois, como explica Hutcheon (1985), ao texto paródico é concedida uma licença especial para transgredir os limites da convenção, desde que temporariamente e obedecendo aos limites autorizados pelo texto parodiado, ou seja, dentro dos limites ditados pela reconhecibilidade.

REFERÊNCIAS

- 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.
- COGAN, Brian. **The Encyclopedia of Punk**. Nova York, NY: Sterling Publishing, 2008.
- CUCHE, Denis. **A noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: EDUSC, 1999
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HEBDIGE, D. **Subculture: the meaning os Style**. Londres: Routledge, 1979.
- HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia**. Ensinaamentos das formas de arte do século XX. Lisboa: Edições 70, 1985.
- JONES, Terry; MAIR, Avril. **Fashion Now: i-D Selects the world's 150 most important designers**. 1 ed. Portugal, Taschen do Brasil, 2003.
- LEHNERT, Gertrud. **História da moda o século XX**. Portugal. Könemann, 2011.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- POLOMO-LOVINSKI, Noël. **Estilistas de Moda mais influentes do mundo: a história e a influência dos eternos ícones da moda**. Barueri: Girassol, 2010.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 1 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.
- ROSCHEL, Renato. **O'HARA– Os 30 anos do punk**. São Paulo: Caderno Ilustrada, 2005.
- SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2007.
- VINIL, Kid. **Almanaque do Rock**. São Paulo, Ediouro, 2008.
- WILCOX, Claire. **Vivienne Westwood**. 14. ed. Londres. V&A Publishing, 2010.