



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
BACHARELADO EM PSICOLOGIA

**O PAPEL SIMBÓLICO DO VESTUÁRIO PARA A IDENTIDADE
SOCIAL E PESSOAL**

Camila Silva Moreira

Salvador-BA

2024

Camila Silva Moreira

O PAPEL SIMBÓLICO DO VESTUÁRIO PARA A IDENTIDADE SOCIAL E PESSOAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade do Estado da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Marcos Luciano Lopes Messeder

Salvador-BA
2024

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar como o papel simbólico do vestuário se relaciona com a identidade social e pessoal, examinando como o interacionismo simbólico entende a roupa na comunicação entre grupos e indivíduos. O vestuário normalmente é pensado somente como um objeto que serve uma função prática, entretanto, o vestuário também serve uma função social, através do papel simbólico que ele desempenha nas interações sociais. Ele também se correlaciona ao conceito de identidade por causa desse papel, dando espaço para que as narrativas do indivíduo sejam expostas na forma de linguagem não verbal. Em suma, as interações sociais são o que contribuem para a percepção e o significado atribuídos aos símbolos de vestuário, símbolos esses que refletem e moldam as identidades dos indivíduos.

Palavras-chaves: Identidade; Interacionismo simbólico; Psicologia social; Vestuário.

ABSTRACT

The present study aims to analyze how the symbolic role of clothing relates to social and personal identity, examining how symbolic interactionism understands the role of clothing plays in the interactions between groups and individuals. Clothing is usually thought of only as an object that serves a practical function, however, it also serves a social function through the symbolic role it plays in social interactions, correlating with the concept of identity because of it and allowing individual narratives to be expressed in the form of non-verbal language. In short, social interactions contribute to the perception and meaning attributed to clothing symbols, which reflect and shape individuals' identities.

Keywords: Identity; Symbolic interactionism; Social psychology; Clothing.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. METODOLOGIA	7
3. REVISÃO DE LITERATURA	8
3.1. Identidade Pessoal e Social.....	10
3.2. Vestuário.....	12
3.3. Interacionismo Simbólico.....	16
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
5. REFERÊNCIAS	19

1. INTRODUÇÃO

O vestuário abrangendo as esferas sociais, culturais e políticas, apresenta-se como uma forma efetiva de comunicação, na qual, por meio da linguagem não verbal, significados são emitidos em todos os espaços. Normalmente objetos são pensados somente pelos seus papéis práticos, entretanto a roupa é um tipo de objeto que não deve ser pensada somente pela função prática que ela opera, pois rotineiramente o significado do vestuário é mais importante que o seu uso em si. Entretanto, esse significado tende a ser ignorado por estudiosos das áreas sociais (BORTOLETTI, 2017).

Dessa maneira, a pergunta sobre de que modo o vestuário e a identidade se relacionam é relevante para tentarmos entender melhor sobre como a linguagem não verbal expressa através do vestuário está ligada à subjetividade individual e às normas sociais.

As interações sociais, as normas sociais e expectativas culturais moldam as escolhas de vestuário, influenciam a percepção da identidade e contribuem para a formação de grupos sociais e da identidade pessoal baseados em símbolos compartilhados.

Segundo Petkus (1996), a seleção das roupas a serem usadas em situações sociais envolve interpretar seu simbolismo social, como utilizar roupas da moda em busca de status e prestígio, e funcional, como utilizar uma jaqueta para se aquecer. Destaca-se, também, que durante interações sociais os significados dos objetos precisam ser amplamente compartilhados para permitir entendimento mútuo das ações. Por exemplo, ao comprar uma roupa para impressionar alguém em uma festa, é necessário que haja um entendimento comum do significado simbólico dessa roupa e das circunstâncias sociais envolvidas.

Os seres humanos tendem a formar julgamentos rápidos e baseados em informações limitadas, assim, frequentemente esses julgamentos são formados com base na aparência visual. À vista disso, a forma de se vestir é um aspecto que parece ser significativa para as relações sociais ao passo que possui papel simbólico como uma forma de comunicação não-verbal que pode transmitir informações sobre a identidade e o contexto social de uma pessoa.

O papel simbólico do vestuário tem sido pesquisado por estudiosos da moda

desde o século XX, mas ainda pouco se fala na área da psicologia sobre como o modo de se vestir se relaciona com a identidade social e pessoal, sendo entendida na esfera da futilidade e efemeridade e não como elemento importante para a construção dos indivíduos e suas relações com os demais.

A presente pesquisa é aplicável na compreensão de um importante aspecto da vida humana na medida em que todos os indivíduos se utilizam do vestuário para exprimir sua identidade por meio de exibição simbólica de narrativas individuais inseridas no meio social, sendo assim, a psicologia é necessária para se entender como a identidade social e pessoal influencia tanto a escolha como a percepção do vestuário.

Outrossim, esse tema também me alcança na minha percepção de como o modo de se vestir impacta no entendimento e nas reflexões das pessoas, ao meu redor, sobre suas identidades.

2. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa que foi utilizada é a Revisão de Literatura, contribuindo para a documentação sobre o tema do trabalho. A revisão de literatura é sempre pertinente para se fazer a união de diversos autores e suas ideias relevantes, sendo assim, construindo redes de pensamentos e conceitos (BRIZOLA; FANTIN, 2016).

Assim, foram feitas buscas nos repositórios digitais SciELO e Portal CAPES e pesquisador digital Google Acadêmico utilizando os descritores “vestuário”, “identidade”, “interacionismo simbólico”, “papel simbólico”, “psicologia social”, “fashion”, “identity”, “symbolic interactionism” e “social psychology”. Além disso, foram feitas buscas por livros que que fizessem a interseção em vestuário, moda, psicologia, sociologia e filosofia. Após essas buscas foi realizada a leitura e dos 17 artigos e 4 livros obtidos, foram selecionados 12 artigos e 2 livros que constituíram a pesquisa realizada. O critério para a inclusão dos textos foi a ligação do vestuário com os conceitos e perspectivas pesquisados, assim, foram excluídos textos que falavam do vestuário somente como um objeto.

3. REVISÃO DE LITERATURA

O marco teórico utilizado para a pesquisa é a Psicologia Social, uma vez que, essa é perspectiva que abrange áreas essenciais para o estudo do vestuário como dimensão simbólica da identidade inserida na sociedade, como o Interacionismo Simbólico e a ideia de identidade social.

O interacionismo simbólico é uma perspectiva teórica importante para esse estudo, ao passo que se relaciona com o significado simbólico que é atribuído às ações e aos objetos no processo de interação social, enfatizando o papel ativo dos indivíduos na construção de significados e na interpretação das situações sociais (CORREA, 2017). O vestuário é um dos objetos inseridos nas interações sociais, uma vez que seu uso é mandatório na maioria das esferas sociais, assim o vestuário ganha diferentes significados sociais e culturais dependendo da aparência da vestimenta e contexto da interação, servindo como meio de comunicação entre grupos ou indivíduos (KAISER; NAGASAWA; HUTTON, 1991).

No interacionismo simbólico, para que os indivíduos interajam de forma eficaz em um contexto social, eles dão significado à interação definindo quem são eles, quem são os outros indivíduos e qual é a situação. Na ausência de experiência ou informações sobre os outros, eles utilizam pistas obtidas na interação inicial e padrões culturais, atribuindo significados e interpretando o vestuário, tom de voz, gestos, entre outros, para definir a situação e, assim, se comportar em relação aos outros de maneiras que refletem as interpretações e os significados que desejam comunicar. Sendo assim, podemos dizer que o interacionismo simbólico enxerga o sujeito social como intérprete do mundo, buscando entender os significados que os indivíduos se utilizam para construir seu mundo social (CARVALHO, 2010).

O termo interacionismo simbólico foi cunhado por Herbert Blumer inspirada nos ensinamentos de George H. Mead, um filósofo, psicólogo social e sociólogo, que é mais conhecido pelo livro *Mind, Self and Society* feito a partir de um compilado de anotações de estudantes que assistiram suas aulas e palestras no final de sua carreira. No livro, Mead discute prioritariamente sobre o conceito de identidade social. Sendo assim, fica evidente que o interacionismo simbólico e a identidade social são ensinamentos interligados ao longo das décadas (CARVALHO, 2010).

A identidade, apesar de estar na ordem do pessoal, é entendida pela psicologia social como construída socialmente a partir dos dados pessoais e da história de vida dos indivíduos. A identidade é um processo contínuo de definição de si mesmo, das representações deste e do seu lugar na sociedade (PEDRO, 2005). A roupa está dentro desse conceito de identidade por ser um meio de exibição simbólica das narrativas do indivíduo, variando conforme cultura, período histórico, classe, gênero, raça, experiência pessoal, etc.

É necessário apontar também que o modo de se vestir pode ser visto como dois conceitos distintos.

O primeiro desses conceitos é o que chamamos comumente de moda e é o entendimento clássico do vestuário, onde um único grupo, a elite, é considerado como produtor de moda e influencia todo o restante da sociedade, a moda também reflete tendências temporárias e pode variar de acordo com época, cultura e contexto social, podendo ser considerada um fenômeno social não exclusivo da área da vestimenta, afinal também se ouve falar de moveis da moda, comidas da moda, etc (DULCI, 2009).

O segundo desses conceitos, o qual é utilizado no presente projeto, é chamado comumente de vestuário e refere-se a modos de se vestir plurais de grupos e estilos de vida diferentes (DULCI, 2009). O vestuário serve a diversas funções, incluindo proteção contra o clima, demonstração de status social, expressão de identidade social e pessoal e/ou conformidade com normas sociais.

Também é preciso destacar que o indivíduo é atravessado por normas sociais e expectativas culturais que estabelecem padrões e diretrizes para o vestuário, ditando o que é considerado apropriado ou inadequado em determinados contextos. Portanto, o vestuário não é apenas uma questão de escolha pessoal, mas também de conformidade com padrões sociais e culturais que moldam as percepções e comportamentos individuais e coletivos. Padrões esses que podem influenciar significativamente como os indivíduos se apresentam e são percebidos na sociedade dependendo da cultura na qual estão inseridos, a idade, o gênero, entre outras características desses indivíduos.

Além disso, a forma que alguém se veste muitas vezes reflete sua identificação com grupos sociais específicos, podendo adotar roupas e estilos associados a determinadas subculturas, também chamadas de tribos, como por exemplo, a

subcultura punk. O vestuário pode servir como uma forma de demonstrar pertencimento e afirmar uma identidade dentro desses grupos.

É interessante destacar que o termo subcultura foi proposto nos anos de 1970 por Stuart Hall e Tony Jefferson para se referir a grupos de pessoas que apresentam características diferentes da cultura maior, e adaptado ao longo das décadas, atualmente o termo se refere a grupos com estilo estético distinto daquele apresentado pela cultura dominante. Alguns sociólogos e outros estudiosos das relações sociais, rejeitam o termo subcultura por considerarem que o “sub” remete à uma cultura inferior, preferindo se utilizar do termo “tribo” em seu lugar, entretanto, os indivíduos dentro desses grupos, em sua maioria, não se usam do termo tribo, utilizando subcultura para representar que se encontram fora dessa cultura dominante, ou mesmo, um subconjunto dentro de uma cultura mais ampla. Tendo isso em mente, o termo subcultura foi utilizado no presente estudo.

Tendo isso em mente, se faz relevante detalhar melhor as três ideias centrais no atual estudo: identidade pessoal e social, vestuário e interacionismo simbólico.

3.1. Identidade Pessoal e Social

A identidade pessoal e social são conceitos centrais para o presente estudo, sendo assim, é preciso compreender como esses conceitos estão correlacionados com o vestuário e seus significados simbólicos.

As construções de identidade estão continuamente em um estado de transformação à medida que as pessoas se deslocam de um contexto social para outro (KAISER; NAGASAWA; HUTTON, 1995).

O conceito de identidade pessoal refere-se à compreensão que uma pessoa tem de si mesma como um indivíduo único, incluindo a autoimagem, que é a percepção que a pessoa tem de suas próprias características físicas e mentais, e o autoconceito, que envolve as crenças e sentimentos que a pessoa tem sobre si mesma.

A construção da identidade pessoal começa na infância. Durante o seu histórico de vida, o indivíduo vai desenvolver sua consciência através do processo de socialização. Segundo Viana e Viana (2024), a criança vai começar a formar suas concepções, valores, e desenvolver um temperamento, uma personalidade, a partir da forma como se realiza o processo de socialização.

Com a adolescência vem um novo processo de socialização, pois é quando o indivíduo começa a ganhar autonomia, e a identidade pessoal começa a se solidificar. Não coincidentemente, é durante a adolescência que o modo de se vestir vai desenvolver maior importância para aqueles que se encontram nessa faixa etária, e, com essa nova autonomia adquirida, a escolha do vestuário é um dos primeiros atos de independência oferecido a esses jovens, conseqüentemente, há a tendência de se experimentar com diferentes estilos como tentativa de buscar e corroborar sua identidade, utilizando-se dos significados atrelados a esses objetos para passar uma imagem de alguém com status, dinheiro ou, até mesmo, afirmar o pertencimento a subculturas.

As subculturas são de particular interesse para os adolescentes por ajudarem esses jovens nos processos de escolherem ou criarem maneiras de expressarem as rápidas mudanças que eles estão submetidos nessa fase da vida (CRANE, 2013).

Na vida adulta, existe uma consolidação e cristalização da autoimagem, conteúdo fundamental da identidade pessoal. À vista disso, o vestuário como expressão da identidade pessoal irá melhor se consolidar em estilos estéticos de preferência de cada indivíduo, todavia, os significados expressos pelo vestuário também irão ganhar maior importância com a entrada desses novos adultos no mercado de trabalho.

Segundo Pedro (2005), para a Psicologia Social, a identidade é um conceito inserido no contexto de interação indivíduo-sociedade que implica resgatar as atividades e o processo de consciência do indivíduo, pensando nas mudanças processadas na história pessoal e nas relações sociais. A identidade é um processo intrinsecamente social onde o indivíduo está em contínua busca da definição de si mesmo, das representações de si mesmo e de seu “estar” no mundo.

Pode-se afirmar então que a identidade social é uma parte significativa da identidade de um indivíduo e provém do pertencimento a grupos sociais e das emoções, valores e significados associados a esses grupos, o que vai influenciar tanto o comportamento e as atitudes dos indivíduos, quanto a maneira como eles interagem com membros de outros grupos.

O vestuário é frequentemente utilizado para afirmar seu pertencimento a grupos e locais, por exemplo, um advogado provavelmente irá usar terno em cores escuras para trabalhar como forma de reiterar sua posição no olhar de seus clientes e colegas

de profissão.

Ambas as identidades pessoal e social são dinâmicas e podem mudar ao longo do tempo à medida que os indivíduos vivenciam novas situações e interagem com diferentes pessoas e grupos, elas estão interligadas e frequentemente se influenciam mutuamente, moldando a experiência individual e coletiva.

3.2. Vestuário

O vestir-se é um comportamento intrinsecamente humano, que demonstra um conjunto de informações tanto da ordem pessoal quanto da ordem social, variando no tempo e na sociedade (ALMEIDA, 2020).

O vestuário é um objeto com relevância social por permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes.

Os tecidos, cores e formas integram uma linguagem não verbal na sociedade. O indivíduo se veste pensando na forma como será visto pelo outro, sendo assim, o ato de vestir-se funciona como um espaço de possibilidades, onde cada um pode se encontrar, inventar ou reinventar (BORTOLETTI, 2017).

Todas as peças do vestuário têm uma função e transmitem uma mensagem, seja no contexto social ou para a subjetividade. É uma escolha individual ou coletiva que reflete como as pessoas desejam ou podem ser vistas e avaliadas. Ninguém escapa dos significados inerentes ao vestuário, nem mesmo aqueles que acreditam não se importarem com sua aparência (ALMEIDA, 2020).

Antes da revolução industrial, a forma de se vestir indicava com precisão a posição do indivíduo na estrutura social, sendo utilizada como forma de controle social, todavia, com a invenção de máquinas têxteis de grande escala, a perspectiva do vestuário mudou gradativamente de simples marcador de classe para refletir a complexidade das relações sociais nas sociedades contemporâneas, afinal, a identidade social não mais se baseia inteiramente no status econômico dos indivíduos (CRANE, 2013).

O que alguém veste pode indicar o status social, ocupação e papel de um indivíduo na sociedade. Uniformes, trajes formais e outros códigos de vestimenta ajudam a definir funções e estabelecer hierarquias em diversos contextos, como no ambiente de trabalho, em eventos sociais ou em instituições educacionais.

Desde da escola, mas ganhando destaque dentro do mercado de trabalho encontram-se, os uniformes e as roupas padronizadas que desempenham uma função

oposta à das roupas de lazer, as quais destacam a individualidade. Ao exigir que os indivíduos se vistam de uma determinada maneira, uma organização os alinha à sua própria identidade e os força a seguir suas regras (CRANE, 2013).

Assim, ao exigir que os trabalhadores usem uniformes, as empresas buscam eliminar as variações individuais no vestuário, criando uma aparência padronizada que simboliza a eficiência, a disciplina e a conformidade esperadas dentro daquele ambiente. Ademais, a despersonalização promovida pelo uniforme pode ser vista como um mecanismo de controle social, onde a individualidade é suprimida em favor de uma identidade coletiva que privilegia a eficiência e a previsibilidade das operações.

Outra faceta dos uniformes é o poder simbólico e status conferidos por algumas dessas vestimentas, como uniformes policiais, roupas militares, e jalecos médicos, por exemplo, que não apenas identificam a função de um indivíduo, mas também conferem uma certa autoridade e legitimidade associada àquela profissão.

Na era da globalização, o vestuário também tem implicações políticas significativas em termos de produção e consumo. A indústria do fast fashion, por exemplo, é caracterizada pela produção em massa e rápida introdução de novas tendências a preços acessíveis, e, conseqüentemente, levanta questões sobre exploração laboral e sustentabilidade ambiental.

O vestuário pode e é utilizado como forma de protesto político e social. Por exemplo, Gandhi escolheu vestir e fornecer roupas a seus compatriotas com um tipo específico de tecido feito de algodão e produzido na Índia, chamado khadi. Essa escolha conferiu ao vestuário um significado histórico, político, econômico, social, psicológico, cultural e moral sem precedentes e sem paralelo. Ao boicotar o algodão britânico e adotar a produção de tecidos locais, Gandhi e seus seguidores não apenas minaram o poder econômico britânico, mas também promoveram a autossuficiência e a independência econômica da Índia. (GONSALVES, 2010)

A tentativa de “Queima de Sutiã” feita por feministas em 7 de setembro de 1968 também é um protesto político ligado ao vestuário bastante comum no imaginário popular, entretanto, a queima de sutiãs nunca foi realizada na realidade, apesar de tentativas. Mesmo assim, esse imaginário se tornou um símbolo poderoso do feminismo de segunda onda.

Mais recentemente, muitas feministas tem se utilizado do vestuário para

protestar o feminicídio e a violência ligada ao gênero. Por exemplo, mulheres vítimas de violência como estupros, espancamentos ou assédio sexual, tem usado camisetas penduradas em varais de praças públicas como forma de fazer declarações sobre suas experiências (CRANE, 2013).

A artista canadense Jamie Black faz instalações de arte pelos Estados Unidos da América e Canadá onde ela pendura vestidos vermelhos para chamar atenção para o movimento Missing and Murdered Indigenous Women (Mulheres Indígenas Assassinadas e Desaparecidas, em tradução livre), para representar o número desproporcional, em relação ao resto da população desses países, de mulheres indígenas norte-americanas que estão desaparecidas ou que são assassinadas. Muitas mulheres também se vestem de vermelho ou pintam uma mão vermelha em seus rostos durante marchas e protestos sobre a violência contra a mulher indígena norte-americana.

No Brasil, nos últimos anos, a bandeira nacional e suas cores adquiriram um novo significado simbólico no contexto político do país, especialmente em associação com o movimento bolsonarista, liderado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro. Durante a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro em 2018 e ao longo de seu mandato presidencial, as cores e a bandeira do Brasil foram frequentemente utilizadas em eventos políticos e materiais de campanha.

A utilização da bandeira e de suas cores no bolsonarismo gerou uma reação polarizadora. Para os apoiadores de Bolsonaro, esses símbolos reforçam um sentido de patriotismo e orgulho nacional, enquanto que para os seus críticos e opositores, essa utilização é vista como uma tentativa de monopolizar símbolos nacionais para fins políticos, excluindo aqueles que não compartilham da mesma ideologia.

Embora o foco deste estudo seja o conceito de vestuário, é necessário reconhecer que a indústria da moda, em conjunto com a mídia, influencia as escolhas de vestuário dos indivíduos, apresentando discursos contraditórios e diversos sobre as mesmas peças. Assim, é importante considerar como os indivíduos percebem essas mensagens e em que grau aceitam ou rejeitam essas imagens como significativas na construção de sua aparência (CRANE, 2013).

Segundo Almeida (2020), o vestuário é uma forma cômoda e discreta de linguagem não verbal utilizada diariamente. Ele serve como um modelo de linguagem relevante na promoção e no estímulo de modos de agir e pensar, influenciando não

como um fenômeno superficial e isolado, mas como um elemento complexo e dinâmico na estrutura psicossocial.

A imagem do indivíduo ornado pelo vestuário comunica algo além do valor monetário do material, existe uma comunicação através de símbolos que estabelecem uma forma de comunicação nas relações sociais e a busca por um estilo estético pessoal demonstra que as ideias de identidade, interacionismo simbólico e vestuário estão intrinsicamente interligadas (ALMEIDA, 2020).

Na contemporaneidade, as motivações dos indivíduos para adotar um estilo normalmente baseiam-se em sua identificação com grupos sociais específicos, pois estilos diferentes tem públicos diferentes (CRANE, 2013).

O vestuário é uma manifestação tangível da identidade. Ele reflete tradições, história e valores de um grupo social. Trajes tradicionais, por exemplo, são carregados de significados simbólicos e são utilizados em cerimônias, festividades e rituais, preservando e celebrando a herança cultural.

Segundo Almeida (2020), “as pessoas buscam vestir-se ou para tentar ser diferentes, ou para serem iguais ao grupo ideal de referência.”

As mesmas peças do vestuário podem expressar significados diferentes dependendo da pessoa, local e acessórios utilizados por cada um, demonstrando que o interacionismo simbólico é uma perspectiva teórica complexa e que cada objeto deve ser analisado dentro do contexto que é utilizado.

Segundo Crane (2013), é nítido que os significados do vestuário são diversos e flexíveis, a sociedade constantemente redefine fenômenos e identidades sociais e, com isso, o vestuário vai adquirir também novos significados.

A subjetividade dos indivíduos pode ser expressada através do vestuário utilizando-se de processos de identificação social dentro de padrões sociais determinados. Isso porque, o vestuário pode gerar sentimentos de segurança por meio da adesão e identificação a grupos sociais e também permitir um grau de originalidade e singularidade, atendendo ao desejo de estabelecer um estilo próprio e afirmar a subjetividade (ALMEIDA, 2020).

A forma de vestir-se está intensamente associada à história pessoal do indivíduo, variando pelo percurso de vida, pela cultura, pelas aspirações e pelas realizações de cada indivíduo dentro de uma sociedade, existindo inúmeras comunidades que criam, produzem e reproduzem diversas formas de conduzir e

apresentar o vestuário (ALMEIDA, 2020).

O vestuário reúne as diversas imagens de que cada indivíduo tem de si mesmo e que ajudam na construção das representações mentais de cada um, imagens essas que são assimiladas por nossa percepção interna do mundo externo, para dar sentido as diversas facetas da identidade (ALMEIDA, 2020).

Em suma, o vestuário é uma parte integral da vida cotidiana que vai muito além da simples cobertura do corpo. Ele é um meio complexo e multifacetado de expressão individual e coletiva, um reflexo da cultura e da sociedade.

3.3. Interacionismo Simbólico

A perspectiva do interacionismo simbólico enfatiza o processo social e os significados, tendo um grande potencial para explicar como e por que os indivíduos negociam compreensões visuais do vestuário uns dos outros (KAISER; NAGASAWA; HUTTON, 1995).

O interacionismo simbólico aborda o estudo das interações sociais a partir dos pontos de vista dos indivíduos como emissores e receptores de símbolos. Ou seja, o indivíduo é visto, tanto como um observador ativo tentando interpretar os símbolos emitidos pelos outros, quanto como um reflexo das observações desses outros. Assim, o processo de interação social é um meio de comunicação recíproco, onde os indivíduos são simultaneamente iniciadores e receptores de mensagens de vestuário e, se o emissor e receptor atribuírem o mesmo significado a um símbolo do vestuário, ocorre uma comunicação significativa (KAISER, 1983).

A estética ligada ao vestuário sempre esteve entrelaçada com as convenções sociais e seus jogos de poder, pois conduz valores, comportamentos, generalizações e contradições. A aparência do corpo e a busca pela perfeição, amplamente cultuadas pela mídia, reforçam significativamente determinados tipos ou padrões de percepção (ALMEIDA, 2020).

É significativo salientar que o vestuário de um indivíduo nem sempre é compreendido por todos que o observam, mesmo que o significado das roupas seja claro para quem as veste (CRANE, 2013).

O vestuário usado por um grupo social tende a ser interpretado de maneiras diferentes dentro e fora deles, se transformando em uma forma de comunicação de um conjunto de dialetos em vez de uma língua universal (CRANE, 2013).

Segundo Kaiser, Nagasawa e Hutton (1995), quando o vestuário não é

compreendido pelos observadores, ele exige interpretação e explicação, afinal, para que uma comunicação significativa ocorra, o significado atribuído a um símbolo pelo emissor deve, eventualmente, ser o mesmo que o atribuído pelo receptor.

Os indivíduos podem fornecer pistas através do vestuário que permitam indicar suas identidades ou ajustar suas ações para melhor compreenderem as identidades uns dos outros em uma determinada situação. O vestuário pode tanto impedir quanto facilitar a interação social à medida que os indivíduos interpretam os símbolos presentes nas aparências uns dos outros (KAISER, 1983).

Uma outra função que o vestuário desempenha nas interações sociais é a de ajudar os indivíduos a definir situações, determinando as razões ou bases para as interações (KAISER, 1983). Por exemplo, se um indivíduo vai em uma igreja católica, a utilização da batina preta por um homem naquela localidade pode ajudar ele a identificar quem é o padre.

Sendo assim, quando há concordância sobre os símbolos de vestuário em uma situação, os indivíduos envolvidos acham mais fácil se relacionar uns com os outros e concordar sobre o que deve ocorrer na interação (KAISER, 1983).

O interacionismo simbólico também destaca que os significados dos símbolos de vestuário são dinâmicos e evoluem por meio de processos interpretativos. Esses processos são influenciados por mudanças na moda, variações nas situações e também por redefinições mútuas dos significados dos símbolos de vestuário resultantes das interações sociais, destacando a interação para a adaptação das interpretações e geração de novas questões relacionadas aos símbolos de vestuário (KAISER, 1983).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, foram exploradas as ideias de identidade pessoal e social, vestuário e interacionismo simbólico, e como essas ideias estão interligadas. Compreende-se então que o vestuário não é apenas um objeto físico, mas sim um veículo de comunicação carregado de significados sociais e culturais e, através da interação entre os indivíduos como emissores e receptores desses símbolos, ocorrem processos complexos de interpretação, negociação e construção de significados.

As escolhas de vestuário não são estáticas, elas refletem e moldam as identidades em constante evolução dos indivíduos. Da mesma forma, as interações sociais influenciam diretamente a percepção e o significado atribuído aos símbolos de vestuário.

Em suma, o interacionismo simbólico aplicado ao estudo do vestuário revela a profundidade das interações sociais na construção da identidade.

Ao enfatizar como os significados são atribuídos e negociados por meio dos símbolos de vestuário, essa perspectiva demonstra como o modo de se vestir não é apenas uma forma de expressão pessoal, mas também ferramenta poderosa na comunicação e na definição das identidades pessoais e sociais. Sendo assim, o interacionismo simbólico demonstra como a identidade é influenciada por contextos sociais, culturais e históricos.

Quando a conexão entre o vestuário e a identidade é compreendida, é possível refletir sobre como as escolhas feitas sobre o vestuário não apenas moldam nossa própria percepção de nós mesmos, mas também influenciam a forma como somos vistos e interpretados pelos outros.

Ademais, se faz necessário outros estudos sobre o vestuário na área da psicologia social, pois apesar de ser um objeto de uso diário para os indivíduos, ainda existem poucas pesquisas na área, principalmente no Brasil, onde só foram encontrados 1 artigo e 1 livro conectando diretamente o vestuário à psicologia.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Lara. **Psicologia Fashion**: Consultoria de estilo, imagem e marca pessoal. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2020. 172 p.
- BORTOLETTI, Laise Ziger; BERTICELLI, Ireno Antônio. Semioses Identitárias: retratos da moda no espaço escolar. **Educação em Revista**, v. 38, 2022.
- BRIZOLA, J.; FANTIN, N. Revisão da Literatura e Revisão Sistemática da Literatura. **Revista de Educação do Vale do Arinos - RELVA**, [S. l.], v. 3, n. 2, 2017.
- CARVALHO, Virgínia Donizete de; BORGES, Livia de Oliveira; RÊGO, Denise Pereira do. Interacionismo simbólico: origens, pressupostos e contribuições aos estudos em Psicologia Social. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 30, p. 146-161, 2010.
- CORREA, Amélia Siegel. Interacionismo simbólico: raízes, críticas e perspectivas atuais. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, v. 9, n. 17, p. 176-200, 2017.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: Classe, gênero e identidade das roupas. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2013. 528 p.
- DULCI, Luciana Crivellari. **Da moda às modas no vestuário**: entre a teoria hierárquica e o pluralismo, pelo olhar da consumidora popular em Belo Horizonte. 2009.
- GONSALVES, Peter. **Clothing for Liberation**: A Communication Analysis of Gandhi's Swadeshi Revolution. 2010.
- PEDRO, Wilson José Alves. O estudo da identidade no âmbito da psicologia social brasileira. **Revista Brasileira Multidisciplinar-ReBraM**, v. 9, n. 1, p. 109-116, 2005.
- PETKUS, Ed. The Creative Identity: Creative Behavior From The Symbolic Interactionist Perspective. **The Journal of Creative Behavior**, p. 188–196, 1996.
- RODRIGUES, Bruna; ABREU, Lia Márcia Borges; RODRIGUES, Rose Mary Mariano. **Corpo, Moda e Identidade**: construções de si por meio do modo de vestir. 2014.
- QUINTELA, Hugo Felipe. A Segunda Pele: A linguagem das roupas, seus signos e a configuração da identidade social através do vestuário. **Anais do Seminário Nacional da Pós-Graduação em Ciências Sociais-UFES**, v. 1, n. 1, 2011.
- KAISER, Susan B.; NAGASAWA, Richard H.; HUTTON, Sandra S. Fashion, postmodernity and personal appearance: A symbolic interactionist formulation. **Symbolic interaction**, v. 14, n. 2, p. 165-185. 1991.
- KAISER, Susan B.; NAGASAWA, Richard H.; HUTTON, Sandra S. (1995). Construction of An SI Theory of Fashion: Part 1. Ambivalence and Change. **Clothing and Textiles Research Journal**, p 172–183. 1995.
- KAISER, Susan B. Toward a contextual social psychology of clothing: A synthesis of symbolic interactionist and cognitive theoretical perspectives. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 2, n. 1, p. 1-9. 1983.
- VIANA, Alice; VIANA, Nildo. A Formação Social da Identidade Pessoal. In: KLAUSS, Jaisa. **Processos Psicossociais: Explorando Identidade, Comunicação, Gênero e Relações Humanas**. [S. l.: s. n.], 2024.