



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN DE MODA**

**CAMILA OLIVEIRA VIDAL**

**DEPRESSÃO: ENTRE A EXPOSIÇÃO E O DISFARCE DA EMOÇÃO NO  
VESTUÁRIO**

**FORTALEZA  
2018**

**CAMILA OLIVEIRA VIDAL**

**DEPRESSÃO: ENTRE A EXPOSIÇÃO E O DISFARCE DA EMOÇÃO NO  
VESTUÁRIO**

Artigo científico apresentado ao Curso de Graduação em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Design-Moda.

**Orientador: Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Víctor**

**Fortaleza  
2018.1**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- O46d Oliveira Vidal, Camila.  
Depressão: entre a exposição e disfarce da emoção no vestuário / Camila Oliveira Vidal.  
– 2018.  
20 f.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.  
Orientação: Prof. Dr. Dijane Maria Rocha Victor.
1. Moda. 2. Identidade. 3. Depressão. 4. Vestuário. I. Título.

CDD 391

---

CAMILA OLIVEIRA VIDAL

**DEPRESSÃO: ENTRE A EXPOSIÇÃO E O DISFARCE DA EMOÇÃO NO  
VESTUÁRIO**

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dra Dijane Maria Rocha Víctor (Orientadora)

---

Prof<sup>a</sup>.Ms. Walkiria Guedes de Souza

---

Prof<sup>a</sup>. Esp. Joelma Damasceno de Matos

## SUMÁRIO

<b>Resumo</b> .....	<b>5</b>
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>5</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1. Objetivo geral</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2. Objetivos específicos</b> .....	<b>6</b>
<b>3. FUNDAMENTOS TERÓRICOS</b> .....	<b>7</b>
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>11</b>
<b>5. RESULTADOS DA PESQUISA</b> .....	<b>13</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>17</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>18</b>

# **DEPRESSÃO: ENTRE A EXPOSIÇÃO E O DISFARCE DA EMOÇÃO NO VESTUÁRIO**

Camila Oliveira Vidal  
Dijane Maria Rocha Víctor

## **Resumo**

Moda e identidade sempre andaram juntas, desde que o ato de vestir-se passou a carregar um significado. Ao longo dos séculos, ocorreram constantes mudanças na simbologia das roupas. Na atualidade, o modo de vestir-se é apenas um dos meios que o ser humano se utiliza, para comunicar-se. Vive-se uma época em que, ao mesmo tempo em que avançamos muito em vários setores, como tecnologias, medicina e ciências em geral, observa-se o surgimento crescente de psicopatologias relacionadas à perda das fronteiras entre o real e o virtual, bem como uma incerteza sobre o significado da vida e das coisas. A depressão é uma doença que hoje acomete cerca de 7% da população mundial. Este trabalho se propõe a estudar e relacionar a depressão com o consumo da moda e o ato de vestir-se.

**Palavras-chave: moda. Identidade. Depressão. Vestuário**

## **Abstract**

Fashion and identity always walked side by side, since the act of dressing up started to carry a meaning that exceeded mere functionality. Over the centuries, the symbology behind the clothes constantly changed. Nowadays, the way of getting dressed is just one of the many ways that the human being uses to communicate. We live at a time that, even though there was a lot of advance in many sectors of society, such as technology, medicine and general science, it is still noticeable the crescent growth of psychopathologies related to the end of the barriers between the real and the virtual, as well as a crescent uncertainty about the meaning of life and the things. Depression is a disease that today, commits about 7% of the world population. This article proposes to study and relate depression with the fashion consume and the act of dressing up.

## 1. INTRODUÇÃO

Ao longo do percurso da humanidade no decorrer das eras, pôde-se observar que a busca pela adaptação e pela evolução das suas condições de vida, em variados pontos do globo, era uma questão primordial e de mudanças constantes. Sendo assim, vários marcos da história mudaram drasticamente, não só os hábitos de vida da população global, como também sua forma de vestir, de se comunicar, de consumir e de pensar a vida.

Atualmente, vive-se uma época em que grande parte da população ocidental se encontra em uma situação de vulnerabilidade e incertezas, o que desperta um sentido volátil às suas conquistas. Acredita-se que essa soma de sentimentos desencadeia um estado melancólico, que vai contra todo o senso comum sobre conquistas científicas e tecnológicas e a adaptabilidade que estamos acostumados a observar da vida em sociedade.

O surgimento de psicopatologias como ansiedade e depressão traz consigo a necessidade de uma nova abordagem sobre a sua influência na vida do homem moderno. Seja através da medicina ou das ciências sociais, a forma de consumir moda ainda é pouco abordada como agente ativo, antes e durante o processo depressivo. Psicologia e moda estão intimamente relacionadas, desde o momento em que olhamos para a vitrine de uma loja e nos interessamos, consciente ou inconscientemente, por algo, até o momento de decisão do que vestir.

Ao longo do tempo, o papel da roupa deixou de ser apenas o de cobrir o corpo: ao nos vestir, estamos nos expondo e comunicando uma série de informações sobre nós mesmos e sobre a cultura em que estamos ou gostaríamos de estar inseridos. A personalidade e o estado psicológico do homem moderno influenciam diretamente nas suas escolhas de consumo. Tomando como objeto de estudo a depressão, queremos entender o processo depressivo e demonstrar como essa psicopatologia pode influenciar o homem enquanto consumidor e estudar as alterações na forma com a qual ele se relaciona com a moda, assim como suas preferências gerais e específicas quando acometido pelo estado de tristeza e melancolia, observando-se se a moda exerce um papel ativo no processo depressivo e como isso ocorre.

O presente estudo tem por objetivo analisar a influência do estado emocional do paciente depressivo no processo de construção da sua imagem a partir do recorte da moda e da forma de vestir-se. Para tanto, a metodologia adotada foi a fenomenologia de uma pesquisa qualitativa por meio de pesquisa bibliográfica previamente realizada sobre o tema e uma série de entrevistas com um grupo focal delimitado, com a posterior análise das informações coletadas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo Geral**

Entender a influência do estado emocional do paciente depressivo no processo de construção da imagem de moda que ele expressa no seu modo de vestir.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Entender os conceitos de depressão.
- Relacionar o estado depressivo e a identidade de moda do paciente.
- Observar como se configura a alteração de humor de acordo com a análise do vestuário.
- Entender como o paciente deseja ser percebido.

## **3. FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

No livro *Modernidade líquida*, escrito por Zygmunt Bauman, o autor explica claramente a diferença essencial entre o tempo considerado sólido e o atual, que ele chama de líquido. Como o próprio nome já diz, a modernidade líquida proposta por Bauman (1998) se dá por um comportamento maleável, facilmente divisível. Partindo do exposto, o filósofo nos sugere que a identidade do homem de hoje exige uma constante busca pela felicidade e pela adequação. Sendo assim, podemos pensar que, quando uma pessoa tende a se fixar a uma única identidade, ela tende a uma perspectiva infeliz.

A atual formação social, à proporção que está aberta a muitas mudanças e tem como princípio essa busca contínua pela felicidade, acaba por gerar indivíduos mais inseguros e com mais incertezas sobre si e sobre o ambiente que o cerca. Para Bauman, desde o início do capitalismo até os dias atuais, nunca existiu tanta situação alienante para o sujeito, como as propostas pela pós-modernidade.

Com a atual conjuntura dos discursos sociais, torna-se possível associar o crescimento dos sentimentos de melancolia e de angústia do homem moderno ao contexto histórico em que vive. O autor do artigo “*A depressão como um mal-estar contemporâneo*”, Leandro Tavares, cita Débord (1997) e a sua chamada sociedade do espetáculo, para exemplificar essa



influência do social no psicológico. Nesse teatro social, o homem tem como valor central a imagem de si e como ela é transmitida para o outro, porquanto o homem se submete aos valores generalizados pelas mídias, tentando se adaptar a elas o mais rapidamente possível.

Como consequência, além de gerar imagens, o atual cenário contemporâneo acaba por gerar pseudovalores e necessidades. Para complementar, ele cita também um texto do psiquiatra e psicanalista Joel Birman, que diz:

A depressão, considerada aqui como uma das mais presentes formas de “mal-estar” contemporâneas, simbolicamente representa o fracasso do sujeito na participação da cultura do narcisismo e do espetáculo. O excesso de interioridade/introspecção do deprimido, seu isolamento melancólico diante do mundo, se contrapõe à estética da performance, estimulada pelo discurso social vigente (BIRMAN, 2001).

Dada essa uniformização dos valores, das ideias e do pensar a felicidade, o homem que não consegue se adequar a essa realidade acaba por se sentir excluído e infeliz. Ao juntar as pessoas com esse sentimento de exclusão àquelas com a sensação de desconhecimento de si, pode-se observar uma constante crescente no sentimento de angústia e melancolia no dito homem moderno; por conta dessa realidade, alguns destes estudos caracterizam a depressão como a doença do século XXI.

Existem diversos estudos sobre a depressão, considerada o grande mal que acomete grande parte da população mundial e que indiscutivelmente cresce a cada ano. Em novembro de 2015, Kofi Annan, ex-secretário da ONU, apresentou um seminário sobre os dados da depressão no mundo, em que dizia:

Chamar o desafio da depressão de uma crise global não é exagero. Afinal, essa é uma condição da qual quase sete por cento da população mundial – cerca de 400 milhões de pessoas – sofre. É incapacitante para os aflitos e pode sobrecarregar as famílias. Ele rouba as economias de energia e os talentos das pessoas, ao mesmo tempo que aumenta enormemente os custos no bolso público. A depressão, direta e indiretamente, foi estimada em 2010 como tendo um custo global de pelo menos US\$ 800 bilhões, uma quantia esperada para mais que dobrar nos próximos 20 anos. Tudo isso explica por que a depressão, segundo a OMS, já é a principal causa de incapacidade no mundo. Prevê-se também que, em breve, passe do quarto para o segundo lugar, contribuindo para a carga global de doenças.

No livro “*Conceitos da depr–essão*”, o autor Joseph Mendels comenta que, nos tempos atuais, realmente pode-se observar que o número de pessoas atingidas por psicopatologias vem crescendo a cada ano. Entre doenças como ansiedade, pânico e depressão, é possível estimar, segundo o autor, que cerca de 5 entre 100 adultos se tornaram

depressivos em pelo menos alguma fase da sua vida. Um pouco diferente dos pensadores citados anteriormente, Mendels comenta que a depressão já foi escrita há muitos anos e que podemos encontrar registros dela, inclusive na Bíblia, em passagens do livro de Jó:

16. Sinto desprezo pela minha vida!  
Não vou viver para sempre;  
deixa-me,  
pois os meus dias não têm sentido.  
(Jó 3:16)

Tomando-se o texto de Jó como exemplo, nota-se que a depressão é caracterizada por um estado de tristeza e angústia profunda e patológica. O paciente entra num estado de negação para com os outros ao seu redor, e sua existência começa a ser autoquestionada. Atitudes rotineiras passam a ser realizadas com extremo esforço, perde-se a autoestima, deixa-se de lado o cuidado com o corpo e com o ambiente que o cerca, com o desencadeamento de diversos problemas de saúde, por isso deve ser diagnosticada e tratada com rapidez e seriedade.

O autor Lewis Wolpert caracteriza a depressão da seguinte forma:

A depressão grave é quase impossível de descrever: não se trata de nos sentirmos muito mais em baixo do que é habitual. É um estado bastante diferente, que só muito vagamente se assemelha a emoção. [...] Para alguns doentes, a sensação principal é uma tristeza opressiva, que pode ser acompanhada por entorpecimento, lassidão e apatia; são comuns as ideias de suicídio, bem como as crises de choro. São igualmente comuns perturbações do sono, bem como a fadiga e a falta de energia. Em casos graves, o doente mal consegue mover-se e está quase comatoso. (2000, p. 17)

O contexto atual nos exige um parecer espetacular que nos gera um sentimento de incompatibilidade diante do teatro social, formando indivíduos doentes e frustrados. Por causa das mudanças de valores e da necessidade constante de adaptação ao grupo que o cerca, o homem entra em conflito em sua identificação com o ter, o ser e o parecer.

Segundo Debórd (1997), essa valorização exacerbada da imagem e a submissão frente à imposição da mídia têm como consequência direta a produção de pseudovalores e pseudonecessidades. Dentro da sociedade, o parecer torna-se questão de sobrevivência e adequação, portanto pode-se determinar que o predomínio de determinadas psicopatologias é fruto direto das novas configurações simbólicas forjadas pelos discursos sociais vigentes. A possibilidade de se transformar numa pessoa diferente torna-se uma obrigação. A identidade individual encontra-se em contínuo estado de nascimento (...). Ocupados com a autodefinição e a autoafirmação, praticamos a autodestruição criativa diariamente. (Bauman, 1998).

O homem é um ser em constante mudança, cuja adaptação é influenciada pela comunicação. Comunicamo-nos não só pela fala, mas também pelo tato e pela visão, então a forma como nos vestimos traz muito do que estamos vivendo, pensando, projetando e desejando a nossa vida. Lurie (1997) dizia que o homem nasce vestido, vestido por linguagem, então a roupa toma um significado muito mais amplo que o vestir: ela carrega consigo toda uma bagagem cultural e emocional. Podemos mentir na linguagem das roupas ou tentar dizer a verdade, porém, a menos que estejamos nus ou sejamos carecas, é impossível ficarmos em silêncio.

A partir do momento em que entendemos a moda como um meio de comunicação e que o ato de vestir é carregado de significados, sua análise sai de padrões funcionais de consumo. Flugel (1965) comenta, sabiamente, que a roupa não mais se resume a uma forma de enfeite, pudor e proteção, mas que é por meio dela que captamos e formamos nossas primeiras impressões sobre nossos semelhantes, portanto a moda não mais se limita a uma entidade imposta sistematicamente, ela possui, pois, uma função psicológica em que as pessoas a adotam como método de proteção, por se sentirem inseguras no meio social de outra forma, ou como método de aceitação, fortalecendo, assim, a sua autoestima.

Esse estudo visa entender se o paciente depressivo consegue transmitir sua emoção no modo de vestir, se ele esconde essa angústia ou se abre mão da vaidade em nome de uma criação mais sólida de sua identidade. Segundo Joseph Mendels (1972), pode-se observar que, consoante a depressão se aprofunda, há uma progressiva perda de interesse pela aparência e pelo cuidado pessoal.

Pode-se observar que, não só as tecnologias, mas o mercado e o consumo estão globalizados. Atualmente, de forma até mesmo involuntária, o homem passou também por um processo de globalização do *eu*. O *eu* passou por um processo de uniformização. Sem perceber, estamos tornando os nossos desejos e aspirações tão públicos quanto nossa forma de interagir e nos comunicar. Perdeu-se, com o tempo, o senso de privado: e a emoção, tanto como uma roupa, passaram por um processo de espetacularização da realidade. Para o *eu* se sentir aceito, precisa-se de uma exposição positiva. Eugene Enriquez diz:

Desde que não se esqueça que o que antes era invisível – a parcela da intimidade, a vida interior de cada pessoa – agora deve ser exposto no palco público, vai-se compreender que aqueles que zelam por sua invisibilidade tendem a ser rejeitados, colocados de lado ou considerados suspeitos de um crime. A nudez física, social e psíquica está na ordem do dia. (EUGENE ENRIQUEZ, 2004, p. 49)

Pode-se questionar, a partir disso, se a pessoa em estado depressivo se coloca como participante dessa pressão social de aparecer ou se se identifica automaticamente como incapaz de produzir ou se adequar a esses contextos, pondo-se à margem na comunicação comumente aceita a cada nova transição da moda e do consumo.

Ao entender um pouco mais sobre o sistema de moda e como somos influenciados por ele, tanto em forma de consumo como em comportamento dentro da sociedade, compreendemos um pouco mais sobre a importância do vestuário e sobre tudo que a roupa transmite na sua linguagem não verbal. O ato de vestir nos está implícito consciente ou inconscientemente, entretanto temos o hábito de tentar ao máximo nos adequar às necessidades impostas pela moda.

O guarda-roupa, enquanto paradigma, oferece, portanto, um dos sintagmas possíveis para a construção do discurso que se efetua mediante a combinação entre diferentes elementos em adequação ao gosto do sujeito e a ocasião contextual, que oferece o pretexto de inclusão ou exclusão do mesmo. (CASTILHO, 2003).

Dessa forma, o vestuário deixa de se caracterizar pelo conceito de proteção e de adorno e adquire uma linguagem de extrema importância na sociedade. Segundo Simmel, a necessidade do homem, inicialmente, transita entre o desejo de separação-diferenciação, dentro da sociedade, e a adequação-imitação, impondo à roupa um poder de motivação psicológica e social.

Independente da motivação, de forma direta ou indireta, por impulso ou de forma estudada, o ato de vestir-se é profundamente revelador e interfere em como o usuário é interpretado inicialmente pelo observador. Toda roupa, por conseguinte, transmite mensagens acerca de quem a usa, porém cabe estudar se isso ocorre de modo consciente e, principalmente, se condiz com a imagem que desejamos projetar.

Dentre os estudos de moda e depressão, a maioria toma a depressão sempre por vias da medicina, da antropologia e, até mesmo, de vertentes filosóficas, porém, pela ótica do estudo entre moda e depressão, há escassez de publicações acadêmicas. Em geral, o único papel que a moda desempenha nesses estudos é associado à aproximação do depressivo das cores mais sóbrias. O presente estudo visa quebrar esse paradigma e melhor compreender a relação emocional do paciente depressivo com o seu figurino.

#### 4. METODOLOGIA

Para o presente estudo, elegeu-se a pesquisa qualitativa como a metodologia mais adequada de se desenvolver o tema. Para isso, um grupo focal de cinco mulheres foi selecionado, com as quais foram feitas entrevistas e uma análise posterior de como este grupo enxerga a moda e, conseqüentemente como a depressão altera a sua identidade de vestir por meio da percepção do outro em relação a cada mulher em questão.

Para a realização dessa análise, delimitou-se o público de estudo a mulheres, pois, ao longo da história, observa-se, especificamente, uma aproximação mais afetiva das mulheres com a moda. Como conseqüência da escolha das mulheres para a constituição do grupo, procurou-se entender se, quando elas estão abatidas pelos sentimentos de angústia e de melancolia, ocorre um afastamento do desejo de consumir e de se comunicar por meio do seu vestir.

Segundo o site oficial da Associação Brasileira de Psiquiatria:

A prevalência anual de depressão na população em geral varia entre 3% a 11%. Em pacientes de cuidados primários em saúde, é de 10%. Em pacientes internados por qualquer doença física, a prevalência de depressão varia entre 22% a 33%. A depressão é mais frequente em mulheres. A prevalência de depressão é 2 a 3 vezes mais frequente em mulheres do que em homens.

Após a definição do escopo e do grupo focal, iniciou-se a pesquisa bibliográfica, que Minayo (2001) conceitua abaixo:

[...] a pesquisa bibliográfica coloca frente a frente os desejos do pesquisador e os autores envolvidos em seu horizonte de interesse. [...] Trata-se de um confronto de natureza teórica que não ocorre diretamente entre pesquisador e atores sociais que estão vivenciando uma realidade peculiar dentro de um contexto histórico social. MINAYO (2001. p. 53).

Lima e Miotto (2007, p. 2) ainda complementam esta definição afirmando que “a pesquisa bibliográfica implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório.”. Seguindo esta orientação, colheu-se e fez-se a leitura de alguns materiais, como livros e artigos, acerca dos subtemas que tangenciam esta pesquisa. Na perspectiva de Maanen (1979, p. 520), “a pesquisa qualitativa é como um guarda-chuva conceitual que tenta reduzir a distância entre a

teoria e os dados pesquisados.”. Também segundo Maanen, a etiqueta “métodos qualitativos” não tem significado preciso em nenhuma das ciências sociais. É, na melhor das hipóteses, um “termo guarda-chuva” que abrange uma série de técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e, por outro lado, aceitar o significado, e não a frequência, de alguns fenômenos mais ou menos naturais no mundo social, portanto operar em modo qualitativo é trocar símbolos linguísticos. Fazendo-se isso, tentou-se reduzir a distância entre o indicado e o indicador, entre teoria e dados, entre contexto e ação<sup>1</sup>. MAANEN (1979, p. 520).

No tocante às entrevistas, Minayo (2001) discute o seguinte:

[...] a entrevista é o procedimento mais usual no trabalho de campo. Através de dela, o pesquisador busca obter informes contidos na fala dos atores sociais. [...] a entrevista, um termo bastante genérico, está sendo por nós entendida como uma conversa a dois com propósitos bem definidos. Num primeiro nível, essa técnica se caracteriza por uma comunicação verbal que reforça a importância da linguagem e do significado da fala. Já num outro nível, serve como meio de coleta de informações sobre um determinado tema científico. [...] as entrevistas podem ser estruturadas e não estruturadas [...] ou semiestruturadas. MINAYO (2001. p. 57-58).

Feito isto, escolheu-se a metodologia, para dar seguimento a esta pesquisa qualitativa, que foi a fenomenologia, já que esse estudo pretende analisar as experiências subjetivas de um grupo de pessoas e investigar, por meio dos olhos de outros indivíduos, como ele interpreta as próprias experiências e, a partir dessas interpretações, fazer uma análise dos dados para concluir-se o estudo em questão.

## **5. RESULTADOS DA PESQUISA**

Para o desenvolvimento da análise desse estudo, fez-se necessária a realização de uma pesquisa teórica e bibliográfica, que enriquece o discurso do objetivo do projeto, a fim de que o público selecionado tivesse maior afinidade e disponibilidade de se abrir para a entrevista. Utilizaram-se dados adquiridos ao longo do estudo, como o citado por Lewis Wolpert:

A depressão é muito perturbadora, tanto para a vítima como para quem convive com ela. Os doentes são vítimas no sentido de que sofrem de uma

---

doença assustadora e incapacitante, que afeta uma em cada dez pessoas e é duas vezes mais frequente em mulheres do que nos homens. Tendo em conta a sua difusão, é particularmente lamentável que carregue consigo o fardo adicional de um estigma social grave. (2000, p. 13).

Partindo-se dos dados coletados, fez-se interessante construir um grupo focal bem delimitado, que permitisse uma análise mais fiel aos detalhes de cada discurso. O grupo foi formado por cinco mulheres, entre 22 e 27 anos, todas recém-formadas ou em conclusão de formação, que passaram pela Universidade Federal do Ceará e foram diagnosticadas com depressão, de grau leve a médio, com duas apresentando, junto à depressão, o diagnóstico de ansiedade.

A partir de seus discursos, vamos analisar quais pontos se cruzam e se distanciam. Essas comunicações podem-nos alertar sobre padrões no vestir em estado deprimido.

Para preservar a identidade das pacientes, usaremos letras no lugar de seu nome e ocultaremos o fator desencadeador da doença, limitando-nos à sua percepção e ao sentimento que o ato de vestir traz ao seu dia a dia. A partir dos relatos, podemos observar como a depressão permite ao paciente uma noção de se preservar e não querer mais se forçar a determinadas ocasiões do cotidiano.

## DEPOIMENTOS

*Levou um tempo para eu entender que não me resumia a doença e que não precisava me culpar por ela, mas por muito tempo eu fiquei sozinha, apenas sendo sociável com pessoas de convívio próximo, até o momento em que eu parei de ir a alguns lugares só pela obrigação de dever ir e me socializar, por começar a sentir que em tais locais, e pessoas não faziam me sentir em ambiente saudável, amigável ou acolhedor para mim. Inicialmente não queria preocupar meus pais e arrumava o cabelo, tentando fingir que estava bem, mas outros dias eram difíceis demais pensar em algo que aparentasse tranquilidade. (Paciente C).*

Após observar a relação de autopreservação do meio social, podemos notar que, nas situações em que as entrevistadas deveriam estar obrigatoriamente inseridas, os padrões

pedidos pela moda ficavam um pouco de lado, dando espaço ao conforto psicológico que sua mente pedia.

*Passei a fazer um esforço muito grande para me vestir como sempre me vestia, pois não queria que ninguém percebesse que havia algo errado. O esforço era tão grande, que, mesmo sempre comprando roupas novas, roupas que achava que estava linda, na hora de usar, sempre acabava optando pelas mesmas peças, que me fizessem sentir segura e invisível. (Paciente M).*

Outra entrevistada que sofre da mesma patologia reforça esse discurso de consumo em busca de uma identidade que se adapte melhor ao estado em que se encontra emocionalmente, dizendo:

*No segundo episódio mais forte da doença, passei por transições drásticas em meu corpo. Na primeira crise, engordei muito, já na segunda fui para o extremo oposto: emagreci; então meu maior conforto estava em esconder o corpo. Mesmo estando hoje estável, sinto muito receio em sair e dificuldade de me arrumar. Fico muito ansiosa. Acabei adquirindo uma compulsão por compras, compro mil coisas, mas continuo sem me sentir segura e fico em casa. (Paciente A).*

*Em dois anos, mudei de cabelo quatro vezes, fui do curto ao longo, ruivo ao loiro, gastei muito com cabelo, tentando achar uma imagem que fizesse sentido, quando olhasse no espelho. Também passei por uma grande transição no guarda-roupa. Gastava todo o meu dinheiro comprando várias peças, que ficavam guardadas, por não me identificar com aquelas cores e estampas ao chegar em casa. Comprar roupas era um grande estímulo para um novo eu, que não se definia. Acabava por doar tudo e tentar começar o ciclo todo de novo. O mesmo tanto que mudei o cabelo, tirei malas de roupas, tudo aquilo, que não era eu, dava uma sensação de sufocamento. (Paciente O).*



Dentre as cinco entrevistadas, duas apresentaram comportamento oposto às demais em situações sociáveis. As pacientes C e O disseram que, apesar de, no dia a dia, se comportarem de modo desleixado, sem se preocuparem com os “olhos alheios”, em eventos familiares ou de grande importância, ‘me arrumava e escolhia uma roupa bem diferente do que as pessoas eram acostumadas a me ver.’ Elas queriam usar algo marcante, para que as pessoas as valorizassem e sentissem que elas estavam bem. Com isso, ou seja, por meio do reforço positivo das pessoas, elas acabavam se sentindo bem.

As pacientes Y e M relataram que, nessas ocasiões, mesmo com todas as variações do armário, optavam por modelagens e cores mais sóbrias, sapatos baixos, pois ‘eu queria que as roupas me escondessem do mundo ou que ninguém me percebesse’.

Três das entrevistadas mostraram desconforto com o próprio corpo e uma necessidade de escondê-lo da melhor forma possível. Em um dos depoimentos, é interessante destacar o trecho de Y, quando expressou:

*[...] no período em que sofri de ansiedade, não notei muito, mas, assim que fui acometida pela depressão, as mudanças no vestuário eram gritantes. A princípio, a sensação de letargia era tão grande, que nem conseguia escolher minhas roupas, passei um longo período em que pedia para minha mãe e minha irmã escolherem minha roupa para qualquer situação em que tivesse que sair de casa. Caso não pudesse contar com a ajuda delas, escolhia sempre o mesmo vestido de modelagem alongada, após o joelho, bastante frouxo e azul tie dye. Cheguei a ir a diversas vezes para aulas, médicos, banco... Sempre com a mesma roupa. (Paciente Y).*

Os resultados encontrados no presente estudo sugeriram que as entrevistadas tinham o intuito de camuflarem-se em meio ao restante da população. Para isso, faziam uso de peças consideradas básicas e sem informação de moda ou apelos de tendências. Essa atitude indica que elas sentiam uma necessidade de não chamar a atenção e de optarem pelo conforto, tanto psicológico quanto físico, sem se preocuparem com a estética. Nesse sentido, observamos que a invisibilidade e o conforto seriam as primeiras condições, para que a pessoa se sentisse apta

a participar do chamado “teatro social”, sem que o seu estado emocional transpareça e seja posta a julgamentos de valores.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O que se pôde observar e concluir, com o presente trabalho, é que há uma grande deficiência em estudos que relacionam a moda com doenças psicológicas. Até então, as pesquisas limitavam-se ao paradigma de que o ato de se vestir do paciente com depressão estava diretamente associado ao luto e ao desleixo, demarcando-se, assim, um limite para a compreensão do uso dos artifícios da moda na inserção social.

As entrevistas para a estruturação desse trabalho trazem, por amostragem, uma realidade que mostra que a motivação para a escolha de determinadas cores (tons e subtons), modelagens e tantos outros aspectos da indumentária vai muito além da simples letargia comumente associada à depressão. Trata-se de um exercício, embora, muitas vezes, até inconsciente, de construção de uma imagem que não gera a percepção do seu estado emocional dentro de ambientes sociais.

Isso fomenta a ideia de que o paciente com depressão, no cerne da sua decisão, está mais interessado em não errar na hora de se apresentar com uma determinada roupa do que propriamente se vestir de luto ou ter falta de cuidado. Trata-se não só de buscar conforto, mas de tentar passar uma mensagem neutra ou uma segurança por meio da sua roupa, minimizando o espaço para análises profundas de sua personalidade e seu estado emocional.

Sendo a depressão uma doença que afeta diretamente o comportamento e consequentemente a sociabilidade da pessoa com seus pares, não só no sentido de autodefesa, mas deixando-a mais alerta, o ato de escolha da roupa, por vezes, é a única forma de comunicar-se com o outro. Há uma interpretação irracional de alguns sentimentos, como o medo. Finalmente, a roupa adquire uma característica quase de fantasia, escondendo ou protegendo o paciente dos olhares sociais e transpondo as funções pré-definidas de enfeite, pudor e proteção.

Por fim, recomenda-se a continuidade dessa pesquisa, a fim de aumentar a visibilidade dessa doença que está cada vez mais crescente e inserida ao nosso cotidiano e que, por esta razão, necessita-se de estudos mais específicos e aprofundados, não somente sobre como ela interfere diretamente na vida do paciente e dos que convivem com ele, mas também sobre a desmistificação das diversas pré-concepções que ainda existem em torno dela.

## REFERÊNCIAS

- ANNAN, Kofi. **A crise global da depressão**. Nov, 2014. Disponível em: <<http://kofiannanfoundation.org/newsroom/speeches/2014/11/global-crisis-depression>>
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- \_\_\_\_\_. **O mal-estar na pós-modernidade**.
- FLUGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. Editora Mestre Jou. São Paulo, 1965.
- GARCIA, Carol e MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. Editora Anhembi Morumbi. São Paulo, 2010.
- MENDELS, Joseph. **Conceitos da depressão**. Rio de Janeiro. Livros Técnicos e Científicos, 1972.
- MIRANDA, GARCIA, MELLO. **A moda como elemento de comunicação: uma forma de expressão e integração na sociedade moderna**. 1999.
- NAVARRI, Pascale. **Moda e inconsciente: olhar de uma psicanalista**. Editora Senac. São Paulo, 2010.
- TAVARES, Lat. **A depressão como "mal-estar" contemporâneo: medicalização e (ex)-sistência do sujeito depressivo** [online]. São Paulo: Editora UNESP; Cultura Acadêmica, 2010.
- WOLPERT, Lewis. **A psicologia da depressão**. Lisboa. Editorial Presença. 2000.