

A MODA E O ESTRANHO: uma relação desejada

THE FASHION AND THE WEIRD: a desired relationship

Helena de Barros Soares; Bacharel em Psicologia; Pós-Graduada em
Psicoterapia Psicodinâmica; Centro de Estudos José de Barros Falcão;
hellsoares@gmail.com

Resumo:

O artigo apresenta a noção freudiana de inconsciente e a ideia de estranho para articular com o que é sensacional. A ideia é propor uma produção de moda pelos afetos que se implica na expressão do homem pós-moderno.

Palavras-chave: estranho, sensacional, moda.

Abstract:

The article shows the Freud notion of the unconscious and the idea of the weird to link with what is thrilling. The idea is to suggest a fashion production through affection that involves the post modern man expression.

Key-words: weird, thrilling, fashion.

Da pré-história do sujeito: para entender a relação da moda com o estranho

O início do século XX foi efervescente em tentativas, de todas as ordens, para compreensão do Homem em sua complexidade; na sua constituição subjetiva, nas suas relações sociais, nas relações com os objetos que o cercam e também no que é possível criar dada sua condição de imperfeição.

A Filosofia apresenta diferentes escolas de pensamento, a arte é plena em diversos países fundando novos estilos de expressão, a Primeira Guerra acontece pela falência da tentativa do discurso como intermédio diplomático das diferenças e há o nascimento da Psicanálise como disciplina independente.

A moda mostra-se como um fenômeno em mutação assim como as mentes e as relações neste início de século. Um novo período para o vestir ainda usado essencialmente para marcar a diferença, mas mostrando-se como

possibilidade para audaciosos artesãos (Coco Chanel, por exemplo) e alguns cidadãos de vanguarda.

Georg Simmel inaugura a escrita reflexiva acerca da Moda sob um olhar antropológico em seu texto de 1905. Em tentativa de responder à nova demanda que se apresenta na rapidez com que se introduz esse fenômeno, Simmel (1905) assume a característica de contradição extremada e propõe uma série de temas que agrupados compõe uma Filosofia. Na sociedade dividida por classes é clara a introdução do vestir como difusor de diferença, mas ainda assim permite que a criação transgressora das formas, cores e texturas seja um alento para o aprisionamento subjetivo em que a sociedade coloca o sujeito. Simmel (1905) é o primeiro a refletir sobre tamanhas possibilidades ora perversas, ora criativas que a Moda é capaz de produzir.

Em outra área de formação Sigmund Freud angustiou-se com a inconsistência das teorias e práticas, até então existentes, para a compreensão e tratamento de enfermidades ditas psíquicas. Os pacientes do neurologista experimentam a técnica baseada na fala, ação anteriormente reservada exclusivamente à racionalidade, seja acadêmica, seja social. Nos círculos sociais a boa conversa e um grande conjunto de regras de etiqueta são desejados em contrapartida das discussões irracionais e da violência; nas universidades escolas de pensamento debruçam-se acerca dos dilemas humanos em teses, congressos, dissertações, artigos e colóquios. A palavra que circula com racionalidade é pensada pela Psicanálise como uma construção social que rege as relações, mas em contrapartida produz adoecimento dada excessiva exigência de respostas do sujeito aos seus pares.

Em seu eternizado texto *O Inconsciente* (1915), Freud conceitua os conflitos gerados por tal demanda social, organizando-os em forças e características. Logo no início de seu texto explica que o processo psicológico de repressão “não consiste em suprimir e destruir uma ideia que representa a pulsão, mas em impedi-la de se tornar consciente.” (p.440) Ou seja, as leis sociais, expressas por um discurso que demanda do sujeito determinado comportamento são tão internalizadas, no que Freud denominou de inconsciente, como a vontade de destruí-las. São forças antagônicas: uma para corresponder à demanda social lutando ininterruptamente e outra para produzir

processos de singularização perante o mesmo espaço; ambas inconscientes, sem acesso à racionalidade. Um movimento que se complexifica mais e mais à medida que ideias se sobrepõem e experiências novas se colocam ao sujeito; de uma criança exige-se higiene, respeito a horários, já de um adulto exige-se isto e ainda sucesso profissional e afetivo.

Em tal luta de forças os conteúdos ou ideias não serão capazes de sobressair-se em potência e chegar à consciência, apenas suas pistas são percebidas em atos falhos, sonhos e afins. Teria então uma pulsão¹ potência para ligar-se a objetos reais para articular o desejo dos sujeitos e seus coletivos? Pensando a relação com a Moda, como a escolha de um item do guarda-roupa é de fato representativa do desejo de uma pessoa ou essencialmente reflexo da demanda social?

Desde Simmel (1905) é sabido a ambiguidade que a Moda pode criar. Nos diversos âmbitos de criação (estilistas, técnicos da produção, stylists, figurinistas, consultores de imagem e estilo e o sujeito comum consumidor de moda) há sempre vários caminhos a seguir. A alienação criativa é um deles e, como descrito acima por conceitos psicanalíticos, é bastante fácil de permitir um engolfamento. Possibilitar uma existência criativa e singular para o vestir é ter forças para romper com as formas, texturas, cores, harmonias (e demais elementos intrínsecos à criação de uma imagem de vestuário) pré-estabelecidas. Procurar uma imagem que reverbere a pulsão inconsciente, aproximando-a do conteúdo reprimido é um desafio.

Do estranho, da passarela, do sensacional: que produções e relações se fazem?

Para dar conta do tema da estética Freud (1919) propõe o texto O Estranho. O pai da Psicanálise citou em diversos textos sua exaltação pela literatura. Nas tragédias gregas inspirou-se para desenvolver conceitos para

¹ O conceito de pulsão foi trabalhado por Freud (1915) para diferenciar do instinto animal. Segundo o autor no ser humano a vontade liga a uma representação, a um objeto e não cessa. É constante, e repete-se mascarando o objeto a que pretende ligar sua saciedade. A Psicanálise estuda insistentemente tal conceito de forma a dar conta da compreensão da vontade do sujeito.

compreensão do sujeito, citou Goethe em alguns textos e muitas outras obras literárias: Freud era um homem culto e interessado em saber como o humano dá conta de seu sofrer através de sua criação, bem como o mesmo ser liga-se por interesse ou afetação a uma criação em detrimento de outra.

Freud parte da etimologia da palavra em alemão *unheimlich* para desenvolver sua teoria da estética. Explica que usualmente o estranho (*unheimlich*) é usado em contradição a familiar (*heimlich*). O texto traz uma série de percursos que nos explicitam que essa interpretação é reducionista e obscura algo mais relevante: as palavras têm a mesma raiz, mas não são opostas. Freud propõe que *unheimlich* como uma subespécie de *heimlich*. É um familiar eu estava reprimido na infância ou em passado incerto e que retorna em uma espécie de afetação com a situação/objeto proposta/o. O estranho provoca o retorno de um conteúdo reprimido: o sentimento despertado ao se deparar com algo que remete a sentimento reprimido no inconsciente e traz consigo um conteúdo ou ideia gerada naquele momento. É oportunidade de encontro, de uma experiência da ordem da existência atemporal que possibilita a retomada da construção do desejo.

Para muitos um problema a ser rechaçado, na verdade o estranho tem a potência para que os sujeitos encontrem uma espécie de rumo perdido. Se outrora tal rumo fora bombardeado afetos de intensidade agressiva, gerando repressão, a experiência revivida é oportunidade de um adulto encontrar um desejo infantil e dialogar com o infantil no mundo. É a resposta à demanda social repressora e alienante, é a contrapartida de potência subjetiva ligando-se ao que existe de raro e puro no espaço a estética.

Para dialogar com tais conceitos buscamos em De Carli (2002) um esforço de responder a mesma questão que pretende este texto: como a Moda toca o sujeito?

De Carli (2002) faz uma descrição histórica da relação do homem com o consumo e, antes, a explicação do efeito social da origem do excedente. A Moda começa a ser produzida como a conhecemos hoje devido invenção da abundância, do que sobra. “A *sociedade* burocratizou o trabalho e o fruto do trabalho, o *produto*.” (p.34) A Moda parece estar fadada à alienação dado este

ponto de partida. Mas a autora nos captura em um miolo surpreendente em seu livro-surpresa: faz levantamento de diversas produções-eventos em que a poesia exalta a potencialidade do homem. Traz de Baudelaire a Klimt, de Rui Spornh a Karl Langerfeld, de Flávio de Carvalho a Maffesoli. Teóricos, artistas, estilistas: grandes produções de intensidades múltiplas e provocativas no que há de mais sensacional que o sujeito pode empenhar.

O livro acha em Maffesoli (1996) a abertura para relativizar a dramaticidade contida na dicotomia entre o parecer e o ser. Se na indústria da Moda e em todo seu sistema imperam a frivolidade de velocidade de produção e consumo, é lá mesmo que De Carli (2002) sugere que encontremos uma possibilidade sensível e singular para o vestir. “Enquanto a sensação é o ponto de origem daquilo que está de prontidão aos estímulos do mundo, o sensacional é um resultado, um efeito das sensações.” (p.99) A autora abre para associações entre a possibilidade sensacional da moda e os recursos pulsionais que no sujeito imperam. O que atinge o reprimido-infantil do Homem não precisa estar subliminar ou oculto e invisível aos olhos. O mais profundo é a pele que toca o objeto e o transforma em objeto de desejo.

“Refiro-me a que um estranho efeito se apresenta quando se extingue a distinção entre imaginação e realidade, como quando algo que até então considerávamos imaginário surge diante de nós na realidade, ou quando um símbolo assume as plenas funções da coisa que simboliza, e assim por diante.” (Freud, p.304, vol. XVII)

No desfile de outono/inverno 2010 da Maison Chanel, Karl Langerfeld encomendou a natureza um iceberg de 265 toneladas. As modelos desfilaram sobre uma fina camada de água, com penteados exageradamente “setentistas”², polainas de pele artificiais. Os modelos masculinos usaram, no início do desfile, tal qual um descortinar, roupas inteiras, como macacões de peles artificiais.

A moda, como explicitado acima na articulação com Maffesoli (1996), transcende esta diferenciação do que é e o que parece ser. Mas é na afetação com esse paradoxo que existe o brilhantismo do artista-estilista. Não nos importa se o iceberg veio da Antártida ou de Saturno, nem o quão glamorosa

² Em referência à década de 1970 em que a moda de penteados femininos privilegiava a exuberância do volume da raiz em toda extensão da cabeça.

fica desfilando sobre o gelo. Não podemos imaginar que homens das cavernas surgirão nas ruas usando peles artificiais da Chanel. Nem tampouco abusar de modeladores de cabelo em estilo *vintage* radical. O que Langerfeld nos presenteia é uma história idílica onde homens não se exibem e mulheres são lindas e exaltadas. Também propõe que não importa o frio, pois a moda tem recurso para proteger corpos com competência sem perder a graça. E as traduções acerca de cada interpretações são infinitas, tanto quanto o acesso que este espetáculo pode ter.

Em desfile para o inverno de 2009, Ronaldo Fraga traz à passarela sua interpretação do espetáculo da companhia de bonecos Giramundo. São bonecos com estéticas claramente infantis, com mobilidade e modelos idosos (as) e crianças que apresentaram um universo de profundo desamparo embalado por uma canção ao piano. As roupas reinventam a forma do corpo humano em brincadeiras com suas estamparias que geram ilusão dos contornos, em modelagens de calças saruel e outras bastante amplas e desestruturadas. Mas será possível vislumbrar senhoras com vestidos com estampa de bailarina sobrepondo uma *leggin pink*? Ou então algum ancião circulando por cidades do interior brasileiro vestindo ternos de risca de giz claros e desestruturados acompanhados por sua netinha usando tranças de cabelo que alcançam quase o chão?

O que o estilista brasileiro propõe é uma possibilidade de brincar com o que há de mais doloroso e real: a vida na infância e na terceira idade. São momentos difíceis, angustiantes, solitários e que produzem uma série de recursos imaginativos para vislumbrar uma alternativa de existência que não sucumba ao frenético mundo adulto. A roupa, para Ronaldo, é quase secundária perante a história que pretende contar, aproximando o espectador da arte brasileira dos palcos e de um universo do qual os adultos fogem. Escolher uma peça de vestuário a partir desta passarela deverá passar por essas sensações de encontro com a imaginação reprimida no inconsciente. Talvez seja um colar de bolas enormes, ou um vestido na altura dos calcanhares ou a vontade de ousar em um *blazer* desestruturado ao estilo da década de 1989.

O que a passarela de Langerfeld e Fraga tem em comum é a capacidade criativa de despertar, em quem assiste uma sensação de estranheza. Abrir-se para este sentimento é uma possibilidade de trazer sentido de existência para nós que vestimos. A moda é também consumo, é excesso, mas isso só é um problema quando, ao passarmos esta peça adiante, ela não produzir nenhum significado em quem for vesti-la. Assumir um estilo é reencontrar no reprimido infantil e perdido; é permitir-se afetar-se pela criação sensacional que as passarelas do mundo todo desfilam em coleções climáticas³. Se nas vitrines as frias manequins não contam história alguma, é na passarela que podemos nos divertir com uma literatura visual e poética, encontrando assim uma peça, um bordado, uma cor, uma sobreposição, que nos fale o que somos e esquecemos outrora.

Conclusões: da passarela x vitrine; o sujeito do consumo e do uso

O conceito psicanalítico de estranho, associado à noção de inconsciente e a abertura para a moda sensacional culminam no encorajamento da produção de uma moda criativa e singular.

A moda é disciplina multidisciplinar⁴. Os atores envolvidos em sua produção vão de estilistas a editores, pensadores e costureiras. E também o sujeito comum, que consome e veste a moda. Todos estão implicados nesta provocação. Pensar uma moda que represente seu lugar no mundo de hoje, que seja o *zeitgeist*, rica em elementos simbólicos e de representação estética é permitir que o estranho o invada no momento prévio a decisão do uso. Criar sem afetação pelo estranho de determinado tema para uma coleção é permitir o empobrecimento desta. E escolher um guarda-roupa pelo recurso da vitrine é diminuir a potência criativa que seu corpo pode produzir em contato com o social, com o sensacional das passarelas e também da arte, dos editoriais de moda e demais expressões estilísticas ricas de sensações. “As impressões e

³ As coleções são divididas em primavera-verão e outono-inverno como forma de organizar o consumo e prever gastos, lucros e compatibilizar com o clima da região onde está sendo apresentação e comercializada.

⁴ Certo seria desenvolver aqui a reflexão acerca do interdisciplinar, propondo uma atuação mais permeável das diferentes disciplinas de conhecimento. Entretanto este trabalho se alongaria e desviaria seu foco provocativo.

experiências dos *narradores*, privilegiadas pela sensibilidade subjetiva, compõe um acervo de sensações vivas.” (De Carli, 2002, p.101)

Não há como dissociar a moda da ideia de consumo. Adquirimos mais vestimentas do que na verdade necessitamos. A roupa expressa o que somos em determinado instante de nossas vidas individual e coletiva. Os destinos das peças sobressalentes podem ser muitos. Independente do que fazemos com a roupa que não serve mais⁵ ela ainda pode seguir para outros corpos. Mas qual a chance de que ela possa representar as dores e felicidades se, ao ser produzida carrega pobreza de afeto? O sistema da moda tem a chance de somar às seis formas de arte mais um elemento que perpetue a existência do ser humano.

Escolher uma roupa que provoque-nos o estranho é ter a garantia de que uma história continua a ser contada: a história do homem pós-moderno que se vale da moda como recurso urgente para expressar suas angústias inconscientes.

Referências

DE CARLI, A.M.S.. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

FREUD, S.O Estranho. In: FREUD, S.. **Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol. XVII**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.

FREUD, S. O Inconsciente. In: FREUD, S.. **Obras Completas, vol.V**. Rio de Janeiro, Editora Delta, sem registro de data.

MAFFESOLI, M.. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

SIMMEL, G.. **Filosofia da Moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

⁵ Servir aqui proposto em seus múltiplos sentidos: tamanho que não cabe, serventia, sentido.