

## **O corpo em sua articulação com a moda: dicotomias, limitações e possibilidades**

Silvestre, Vinicius; (Moda – Universidade Estadual de Maringá)

### **Resumo**

O enredo do presente texto é articulado a partir de metodologia analítica e objetiva explicitar os momentos da história em que a moda enquanto linguagem serviu como suporte para a diminuição ou afirmação do corpo e das subjetividades dos sujeitos bem como as dicotomias estéticas surgidas deste contato.

**Palavras-Chave:** Moda. Corpo. Linguagem.

### **Abstract**

The plot of this text is articulated from the analytical methodology and objective clarify the moments when fashion served as a language as support for the reduction or affirmation of the body and the subjectivity of aesthetic as well as the dichotomies arising from this contact.

**Keywords:** Fashion. Body. Language.

### **O corpo e a moda**

O desenvolvimento de uma consciência emancipada do corpo pelo sujeito humano é uma conquista recente, a sumária avaliação judaico-cristã endossada desde Platão por um discurso que privilegia as “ideias” ou a “alma” sobre a experiência do corpo significaram anos de subordinação da matéria que nos constitui. A liberação de nossa corporeidade dos grilhões religiosos ou ideológicos e sua emancipação substancial só acontecem a partir do Renascimento, e se intensificam no Iluminismo. Villaça (2007) encontra na leitura do autor Paul Ardene (2001) três fatores que em congruência começam por evidenciar e promover o corpo: a investigação científica do corpo orgânico; o desvelamento psicológico da complexidade do pensamento sensível; e a atenção sobre a mecânica dos afetos.

Estes três fatores se desenvolveram em paralelo ao advento do humanismo renascentista e seus ideais antropocêntricos de ordenação do conhecimento e de nossas faculdades físicas desconstruindo valores religiosos e instaurando o homem racional como protagonista de seu tempo. Ao longo do século XVII estes aspectos adquirem contornos mais precisos com o Iluminismo europeu e com a descoberta da psicanálise em meados do século XIX que por sua vez, instaurou a maneira holística de pensar o corpo incluindo a mente e a psique como agentes e reagentes de um todo mais ou menos coeso, capaz de sustentar e apresentar o eu.

A anatomia, matéria e corporeidade que é habitada por uma consciência ou alma não só permite que o sujeito se inscreva no tempo e no espaço mas também que, de acordo com suas habilidades se expresse e crie. A plasticidade do corpo em sua articulação com a moda é particularmente explicitada por autores que enxergam no corpo um suporte semiótico para estes signos lingüísticos. Cores, texturas, cortes, impressões e mensagens influenciam comportamentos de uso que podem se revelar muitas vezes normativos, desconfortáveis e somatizadores. Uma argumentação coerente sobre o papel da roupa na constituição plástica do corpo, colocada por Kátia Castilho (2004) se ancora em sua estreita relação com o movimento, pois são as roupas que controlam os mesmos e mimetizam a dinâmica de seu estado e funcionamento. São as capacidades criadoras do uso da indumentária bem como as limitações conflituosas e somatizadoras desta possibilidade a partir de metodologia analítica serão explicitadas a seguir.

### **Moda: limitações e possibilidades**

O corpo é, indubitavelmente, a possibilidade primeira de se comunicar com o entorno, pois é ele quem materializado representa nosso próprio pensamento, o sentido circundante real e constituído. O relacionamento sensível e orgânico estabelecido com a sociedade e com a cultura ecoam em formas plásticas, nem sempre confortáveis, moldáveis e intercambiáveis que na modernidade se esvanecem com fulgacidade. Kátia Castilho (2004,p.44) acrescenta:

O Corpo é, portanto, o que nos personifica e o que nos torna presentes no mundo. Ainda que inerte, ele pode, por si só, na condição de estrutura plástica, multiplicar-se em diferentes configurações, que são assimiladas pela composição de elementos capazes de revelar diferentes possibilidades de organização e de construção, visto que tudo em nosso corpo se determina pela presença do 'outro', e continuamente significa nas suas manifestações discursivas, organizadas pelas combinatórias de suas construções. Cada uma dessas organizações nos remete a unidades paradigmáticas, nas quais o corpo como sujeito coletivo, seria uma sintagmática das possíveis combinatórias discursivas.

Ao analisar as relações que o corpo estabelece com o outro, “do outro e de nós mesmos” como a autora mesmo fomenta, a indissociável mutação ocorrida no decorrer do contato relacionando-o com a fugacidade e dissimulação das aparências pode ser compreendida como um dos vetores do sistema de moda, se por um lado este “contrato” pode gerar uma sensação de encontro, por outro, também pode gerar flagrante desconforto. Este impasse, constantemente dissimulado pela mídia e endossado por nosso relacionamento com o tempo cada vez mais veloz convergem para uma situação de “agitação constante” que não raras as vezes, nos provocam não o encontro, mas a perda de sentido .

A partir deste ponto é importante conceituar a somatização como característica constitucional das anatomias do sujeito moderno. O stress, a alta competitividade, a massificação das ideias e das modas se refletem em uma sociedade cada vez mais doente e aflita o que se reflete em seus corpos. Somatização se refere à queixas físicas, visíveis ou apenas sensíveis que quando investigadas não revelam patologias orgânicas ou mecanismo patofisiológico. Além das somatizações, distúrbios alimentares e constantes intervenções cirúrgicas que se revelam exageradas por vezes deformam feições e corpos confrontando de maneira difusa a dialética da sociedade em relação ao belo, o feio e o asqueroso.

Os efeitos dos modos de se vestir e as consequentes mazelas corpóreas já foram mais explícitos, e ainda o são em inúmeras culturas. São exemplos as escarificações tribais e os adornos ritualísticos que representam coragem e especificidade social, em outras culturas como a chinesa do século X as mulheres aos três anos de idade tinham os pés encaixados em apertadas sapatilhas de madeira o que deformava sua estrutura óssea deixando-os pequenos. Se para os padrões ocidentais estes códigos soam primitivos é necessário que se saliente a presença dos espartilhos durante quatro séculos (XVI à XIX) acessório que comprimindo a cintura de maneira agressiva acabava por provocar alterações nos órgãos internos, asfixia e até a morte.

Exemplos acima reforçam as ponderações de Katia Castilho (2004) sobre o fenômeno de olhar e ser visto. Nas situações em que a prática estética limita, modifica ou deforma o corpo o que sempre é levado em conta é o contato com o outro, no caso dos índios o adorno diferencia as tribos, no caso da conquista a estética visa à conquista parceiro sexual, é ainda mais importante a noção de “sujeito da cultura” delimitação teórica que exemplifica o fenômeno moda como agente cultural e a linguagem de moda como própria da cultura, sendo uma característica de nossa organização social, como a autora explicita no seguinte enunciado:

É oportuno lembrar que no próprio conceito de cultura está implícita a existência do modo de transmissão e de desenvolvimento do que vem a ser denominado linguagem. O sujeito, portanto, precisa aprendê-la, adquirir seu processo e interiorizar sua dinâmica para se tornar capaz de produzir, então, seus próprios enunciados como um sujeito competente. (CASTILHO,2006,p.56).

Embora, a linguagem de moda se articule em um enredo que envolva estética, aceitação e renovação constantes, não é a noção de beleza quem delimita o estado sufocante e normativo do fenômeno de moda, pois a linguagem por si só serve aos mais variados propósitos, mas antes, seu caráter perene e mutável. A inviabilidade de sua solidificação que acaba por anestesiar

<sup>1</sup>nossas impressões sobre aquilo que somos ou mesmo sobre aquilo que gostaríamos de ser, renovando insistentemente a angústia de um devir estético que embora caminhe naturalmente para a morte (caráter biológico do corpo) é articulado constantemente para a manutenção não somente da beleza, mas da altivez, da vivacidade e da novidade. É no sentido de esclarecer a neurose do século XXI que no epílogo do livro “O estranho na moda” (2010) Holzmeister se serve das palavras do filósofo Walter Benjamin (2006) para descrever uma sociedade que substituiu a crença no julgamento do futuro (espacialidade/temporalidade) pela perecível sensação e culto do que é novo (virtualidade/atualidade) substituição esta, capaz de abalar de maneira agressiva toda a subjetividade contemporânea.

### **A moda e a liberação dos corpos**

A falácia publicitária a respeito das possibilidades do vestir se inscreve justamente no período em que a burguesia e o capital começam a tomar de assalto todas as esferas do devir humano. Em palestra ao programa café filosófico Maria Rita Kehl (2010)<sup>1</sup> observa que se até o século XVII a economia agrícola, e o controle clerical impeliam as mentes a se comportarem com reclusão e simplicidade. Já a partir do século XVIII com a revolução industrial e a acumulação do capital os desejos foram fomentados e as liberdades decretadas pois a sociedade precisava consumir os produtos do capital, precisava portanto se liberar. Data daí a diluição do conceito de que o fenômeno moda serviria como estandarte de classes pois a promoção do papel lingüístico da roupa e mais especificamente daquilo que é novo seria e é um caráter estrutural na sociedade capitalista. A partir das liberdades concedidas em parte pela lógica capitalista, em parte pelas revoluções populares a moda sofisticou seu sistema de linguagem ofertando signos cada vez mais complexos, tornando-se investida fundamental em qualquer espaço de contato, servindo desde os mais primitivos arranjos de gênero e de classes, até a promoção da psique libertária, ativa e provocativa.

---

<sup>1</sup> Palestra “Aceleração e depressão” Proferida por Maria Rita Kehl, no espaço CPFL cultura em São Paulo, gravada no dia 24 de julho de 2010. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=MfjCMttR2Dw>>. Acesso em 10/03/2012

Como fenômeno de consumo, a moda nunca servirá totalmente aos ideais de quem quer que seja, o caráter obsoleto e fugaz de suas narrativas sempre em busca do que está adiante desfaz quaisquer sentido de continuidade, permanência e duração características fundamentais para instancias da cultura que oxigenem a sociedade promovendo encontros de idéias e ações que modifiquem a realidade, não foram poucos os eruditos à se debruçarem sobre os postulados teóricos do sistema de moda e sua natureza perene. Muitos estudos são irônicos e categóricos quanto a sua natureza, sobre esta, Walter Benjamin escreveu:

[...] a moda inaugurou o entreposto dialético entre a mulher e a mercadoria – entre o desejo e o cadáver. Seu espigado e atrevido caixeiro, a morte, mede o século em braças e, por economia, ele mesmo faz o papel de manequim e gerencia pessoalmente a liquidação, que, em francês, se chama *révolution*. Pois a moda nunca foi outra coisa senão a paródia do cadáver colorido, provocação da morte pela mulher, amargo diálogo sussurrado com a putrefação entre gargalhadas estridentes e falsas. Isso é a moda. Por isso ela muda tão rapidamente; faz cócegas na morte e já é outra, uma nova, quando a morte a procura com os olhos para bater nela. Durante um século, a moda nada ficou devendo à morte. (BENJAMIN, 2006, p.102)

Entretanto, os códigos de moda já foram inúmeras vezes utilizados para acionar mecanismos de protesto ou para promovê-los, bem como para “renovar” ânimos estéticos, categoria fundamental para que a dialética do que por nós é visto, seja repensada, revista e até mesmo recriada. Os momentos em que a moda mais se revelou à favor do sujeito humano em sua totalidade foram os que dicotomicamente este sujeito foi revelado como vil, deformado e até mesmo horrendo. Estes momentos, anunciados já nos anos 1960 pelos vanguardistas, ainda que orientados pela elegância, foram definitivamente explicitados pelos estilistas nipônicos em Paris no começo anos dos 1980, pela moda de protesto dos punks e pela onda de estranhamento e acidez visual das campanhas de moda dos anos 1990.

## **Século XX: Liberdade na estética do feio**

Um primeiro esboço do caráter libertador e inventivo do fenômeno moda no século XX é encontrado no movimento punk, movimento que por meio de sua indumentária legitimou uma conduta de protesto contra o senso comum da sociedade inglesa da década de 1970 destruída pela crise econômica do petróleo e por sua posição niilista reativa e até mesmo irônica contra os ideais de uma sociedade recentemente ameaçada por um desastre atômico. Todo o arsenal simbólico da geração punk se erigia a partir do antagônico, do não saudável, do anormal. Uma análise fecunda sobre o fenômeno punk foi destrinchada por Patrice Bollon em seu livro “A Moral da Máscara” (1993) segundo ele, os punks eram senhores de uma verdadeira pedagogia do absurdo, de uma denuncia da desrealidade da sociedade a partir de sua caricaturização. Ou seja tudo se resumiria em ironizar o mundo. As análises de Bollon (1993) se focalizam na figura emblemática da banda Sex pistols, verdadeira porta voz da geração dos sem futuro.

É interessante salientar que os signos utilizados pela indumentária punk, que por comunicarem através de sua utilização sincrônica uma linguagem entre o corpo daquele que usa e daquele que vê, ou seja, signos de moda tinham uma função de protesto e de liberação das neuroses bastante fecunda, pois o choque e o protesto esbravejados pelos punks eram destinados a fazer a sociedade perder as estribeiras, até que ela “confessasse”, a si mesma sua nulidade. O corpo perfurado, tatuado e denegrado dos punks, era molestado como em uma penitência sádica, mas a honestidade com que as mazelas eram auto produzidas, e auto geridas neste contexto adquirem conotações libertárias e valores conscientemente linguísticos.

Um segundo momento de liberdade estética e emancipação das formas na relação do corpo com a moda no sujeito humano se ancora na estreia intrigante dos estilistas nipônicos na semana de moda de Paris no ano de 1981, depois do desfile de Yohji Yamamoto e de Rei Kawakubo a moda deixaria de encarnar apenas a silhueta de ombros avolumados e cintura marcada da “Power woman” orientadas pelo corpo humano, para prestar

também atenção à composição orientada pelo caimento dos tecidos. Os japoneses pensam nas linhas do tecido, desenvolvendo novas proporções que alteram o corpo, distanciando-o da realidade e transformando-o para além das fronteiras da anatomia considerada desejável e estética. Modelos de indumentária que evocam o fim do mundo, Hiroshima e mendigos foram modulados sobre o corpo indicando “uma indigência ostentatória” (BAUDOT, 2002). Este choque visual se refletiu num profundo confronto da moda ocidental com os ideais e fantasias estéticas inalcançáveis e flácidas de até então, indicando possíveis liberdades àquilo que não é normalmente tido como belo.

Nos anos 1990, a moda se voltou para o não vivo, ou para o além vivo, as ideias de corporeidade, saúde e prazer se diluíram em conceitos publicitários e estéticos bem próximos aos da tortura, do feio e do gore. Era o *Heroin Chic*. A mulher poderosa e altiva das décadas passadas se transformaram em adolescentes frágeis de braços longos e feições esqueléticas. O luxo se aproximou da morte e glamorizou as drogas, defendendo o feio e mortífero como características de nossa composição humana. Datam deste período à ode ao corpo esquelético do qual a modelo Kate Moss é símbolo máximo, às extremas campanhas da United Colors of Benetton que trouxeram cadeiras elétricas e pacientes terminais de AIDS estampando outdoors mundo afora e ascensão ao título de Lord Inglês do estilista Alexander McQueen, conhecido pelo recorrente flerte com aquilo de mais sujo e vil na natureza humana.

O livro “O estranho na Moda” (2010) de Silvana Holzmeister é um estudo aprofundado sobre todo o fenômeno estético dos anos de 1990, e sua configuração em torno de temáticas obscuras. A morte, as drogas, a questão do autômato são levantadas a partir de pressupostos teóricos de autores como Walter Benjamin e Gilles Lipovetsky. Para Holzmeister (2010) o paradoxo de uma sociedade extremamente rica, com elevada tecnologia e o sentimento de esgotamento e depressões generalizadas explicam um pouco o poder das mensagens do estranho terem se tornado um imperativo estético. A onda de consumo das grandes marcas pela juventude não mais identificada com ideais utópicos das lutas sociais incrementou por outro lado a marginalidade dos

excluídos que igualmente influenciados pela mídia buscavam seus próprios meios para se comunicarem e se incluírem, sobre estes conflitos a autora pondera:

Desse jogo social de extremos entre felicidade e infelicidade, riqueza e pobreza, saúde e debilidade a moda tirou partido da pior parte. Glamourizou os medos mais íntimos, transformou em *up to date* tudo o que era considerado degradante pela sociedade da satisfação. No rosto e na atitude das modelos, o alto-astral foi substituído pela indiferença. Vestidas com roupas de marcas consideradas símbolo máximo do alto consumo e cultuadas por jovens e adultos da classe abastada, as garotas olham, distantes, o mundo perfeito e transmitem a mensagem subliminar de que o hiperconsumo não trás felicidade: mas como resistir a ele? (HOLZMEISTER,2010,p.27).

O período dos anos 1990 foram bastante favoráveis a discussões sobre o caráter efêmero do consumo, da moda e sobre a liberdade dos corpos. Embora direcionando as estéticas para uma certo “glamour decadente” sua mensagem era claramente antagônica, bravejando contra a hipocrisia de que a sociedade quanto mais rica mais saudável e feliz, prova disso foram as inúmeras epidemias sociais de doenças como a depressão, a anorexia, a bulimia e o auto índice de suicídios, bem como crescente fenômeno da violência urbana. A mensagem, no entanto, como tudo na moda, sofreu abrupta modificação a partir da primeira década do novo século. O visual de protesto da década que encerra o século XX já não pode ou não deve sustentar o que se espera para o futuro, um novo século merecia uma nova abordagem, talvez mais otimista.

### **Considerações Finais**

A primeira década do século XXI trouxe um retorno da estética da felicidade, do corpo saudável e capaz. Além de uma inalienável crença num futuro mais digno, o retorno estratégico da condição do belo e do fantasioso nas publicações e coleções de moda pode ser compreendido num contexto talvez mais grave do aquele que no século XX impeliu punks a se comportarem

como tais contra a falida sociedade inglesa. Os ataques às torres gêmeas ameaçaram não somente a sociedade americana, mas todo o sistema capitalista, sistema este sobre o qual o fenômeno de consumo e de linguagem da moda está erigido. A retomada de valores altivos e joviais referentes à felicidade e ludicidade estão neste século linkados à esta fulga, um outro fato o da crise imobiliária que culminou no abalo sistemático da economia mundial também se tornaram motivos para que a fantasia do belo fosse novamente erigida para sustentar o consumo que alimenta o sistema.

Neste contexto, estéticas que privilegiam um olhar sobre as possibilidades libertárias da moda em sua relação com o corpo encontram eco apenas em esferas vanguardistas de consumo e em publicações especializadas. As fontes de informação de moda de nosso século, virtuais por excelência desconfiguram ainda mais nossa noção de tempo com suas atualizações constantes e ininterruptas. O tempo da moda está, assim como todo o tempo de nossa realidade se comprimindo. É tarefa dos historiadores do fenômeno moda, dos professores e especialistas uma abordagem mais crítica a respeito dos conceitos estéticos em suas articulações com a história e com os corpos formulando conceitos que privilegiem nosso corpo, nossos afetos e nossa singularidade em preterimento da linguagem rasa que esconde com seus imperativos normalizantes aspectos fundamentais da singularidade humana.

## **Referências**

ARDENE, Paul. **L'image corps**: figures de l'humain dans l'art du 20e siècle. Paris: Reard, 2001.

BAUDOT, Francois. **Moda do século**. 2. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

BOLLON, Patrice. **A moral da máscara**. São Paulo: Rocco, 1993.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

CASTILHO, Katia. **Moda e linguagem**. 2. Ed. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2004.

HOLZMEISTER, Silvana. **O estranho na moda**: a imagem dos anos 1990. São Paulo: Estação das letras e das cores, 2010.

MESQUITA, Cristiane. **Moda contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2004.

VILLAÇA, Nilzia. **A edição do corpo**: tecnociências, artes e moda. São Paulo: Estação das letras editora, 2007.