

V ENECULT

QUINTO ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura
27 a 29 de maio de 2009
Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

ESTILO, MODA E CONSUMO (POR UMA POÉTICA DO PRECÁRIO?)

Renata Pitombo Cidreira¹

Resumo: Através da abordagem simmeliana, o texto reforça a idéia de que o dualismo singularidade versus universalidade coexistente no fenômeno moda se apresenta como a chave interpretativa que permite o trânsito entre moda e estilo. A partir desta constatação procura evidenciar a relação estreita entre estilo, moda e consumo, através da análise de alguns movimentos de estilo, tentando compreender a proposta poética de algumas composições da aparência contemporânea.

Palavras-chave: estilo, moda, consumo, poética.

A necessidade de liberdade individual faz com que moda, muitas vezes, transforme-se em estilo. E, nesse sentido, moda e estilo não aparecem como fases antagônicas, mas sim como graus diferenciados de uma mesma dinâmica; mudança de escala que faz com que ambos se sustentem. Mesmo que, na maioria dos casos, um *look* extravagante, diferente, seja, em pouco tempo, incorporado pela própria moda, como já aconteceu com os movimentos de estilo como o punk, o hippie etc., gostaríamos de recuperar e olhar mais atentamente para esses espasmos de criatividade e de liberdade individual que, volta e meia, aparecem na cena urbana contemporânea.

Como num jogo de figura e fundo, em que duas faces de uma mesma moeda convivem lado a lado, cada uma esperando a hora de manifestar-se, o dualismo singularidade versus universalidade coexiste no fenômeno moda. E é esse dualismo latente que ora faz moda transformar-se em estilo e vice-versa. Notadamente nos jovens vamos encontrar essa necessidade de mostrar uma busca de originalidade na sua maneira de ser, de se vestir, de se tornar o centro das atenções, sem razões objetivas, que domina toda sua esfera de consciência e desaparece em função de uma nova maneira também irracional. Como descreve Simmel,

¹ Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB); pitomboc@yahoo.com.br

De uma maneira mais ou menos intencional o indivíduo cria para ele mesmo um comportamento, um estilo que se caracteriza como moda pela sua maneira de entrar em cena, de ter a cena e de deixá-la. (...) poder-se-ia designar esta como uma moda pessoal que constitui um caso limite de moda social. Mas a necessidade do particular em relação à imitação, da fusão do universal, é satisfeita aqui no interior do indivíduo mesmo (...) sobre esta forma ou este conteúdo, pela coloração unitária que obtém pelo próprio ser (...) (1989, p. 193).

Ainda assim, na maioria das vezes, tamanha expressão de liberdade ou de singularidade só é experimentada no seio de um certo grupo, que, em geral, na sua formação é pequeno, restrito, até ganhar novas proporções e acolher novos adeptos. Assim se formam as tribos vestimentárias, que compreendem e adotam o *look* como um meio de expressar suas idéias, uma certa condição marginal, uma atitude provocativa ou contestatória; ou então, como simplesmente uma moda seguida sem real vontade de significar qualquer coisa, mas apenas para reverenciar uma proposta estética.

Na avaliação da socióloga Valérie Fournier, os dois tipos determinados podem eles mesmos servirem de referência de dois momentos na história de uma subcultura. "O primeiro corresponde ao momento de emergência, no qual um núcleo ideológico constituído pelos líderes do movimento quer fazer passar uma mensagem. O segundo momento está então ligado àquele da representação, onde o estilo é adotado pela massa e perde seu sentido inicial" (1999, 59).

No entanto, é preciso reconhecer que na atualidade a experimentação estética aparece, muitas vezes, sem esse momento inicial de engajamento ideológico; é a própria composição da aparência enquanto experiência que alimenta o desejo de compor certos looks. Um autor como Michel Maffesoli nos ajuda a compreender esse fenômeno. Ao observar os contornos desses agrupamentos sociais, podemos observar que na cultura contemporânea, em particular, as tribos são cada vez mais circunstanciais, como assinala Maffesoli (1987) e pode-se 'passear' por várias tribos, pois as adesões se dão por afinidades e identificações pontuais.

Na maioria das vezes, as tribos se aglutinam em torno de um tipo de música (rock, *rap*, *reggae*, *funk*, tecno, etc.) e investem num *look*, visual, como forma distintiva, elegendo a roupa, cortes de cabelo, adereços etc, como elementos constitutivos da diferenciação e originalidade das mesmas. Como ressalta Maffesoli,

esse esteticismo desvelado pelo apego à futilidade das aparências, a uma militância da frivolidade, é um meio de reconhecimento que inscrevem os jogos trágicos da aparência numa cena urbana em que cada indivíduo atua e assiste a atuação do outro a um só tempo.

Comportamento

Observamos na década de 60, com o surgimento do movimento hippie, a proposição de uma nova maneira de agir e pensar, uma transformação da mentalidade vigente a fim de engendrar um novo contexto social que poderia ser chamado neotribal. Um movimento que, a rigor, negava a grande indústria da moda e propunha um estilo de composição da aparência próprio, singular, para muitos considerado precário, vinculado aos valores, ideais e ao modo de vida que queriam.

Como se sabe este movimento ganhou proporções globais e sua repercussão talvez tenha sido mais consistente do que se poderia supor. Existem, inclusive, autores, como o francês Michel Maffesoli (1998), por exemplo, que defendem a idéia de que este movimento teria sido o marco de um processo nascente batizado posteriormente de pós-modernidade, caracterizado sobretudo pelo neotribalismo: este seria o novo modo de agregação social cujo vínculo se estabelece a partir do ponto de vista afetivo.

As tribos partilham, portanto, ideologias, gostos, sentimentos, valores e interesses que acabam por instituir uma ética que é a expressão da sensibilidade coletiva. Nesse sentido, podemos dizer, juntamente com o autor, que três elementos básicos fundam o sentimento tribal: um certo sentir em comum (designado estética, por Maffesoli), o laço coletivo, empático (a ética) e o resíduo que fundamenta o estar-junto (o costume). Envolvimento, portanto, orgânico, em que a valorização do grupo acaba dissolvendo o individualismo.

Uma analogia possível entre determinados movimentos de grupos e o que se cunhou pós-modernidade² comparece frequentemente em alguns autores. No entanto,

² Do ponto de vista da teoria sociológica alemã do final do século XIX e do começo do século XX, a modernidade contrapõe-se à ordem tradicional, implicando a progressiva racionalização e diferenciação econômica e administrativa do mundo social (Weber, Tonnies, Simmel). Em decorrência, falar em pós-modernidade é sugerir a mudança de uma época para outra ou a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios organizadores próprios e distintos. Já modernismo indica os estilos que associamos aos movimentos artísticos originados na virada do século (e aos nomes de Joyce, Proust, Kafka, Matisse, Picasso, Braque e Cézanne, Stravinsky, Schoenberg e Berg),

essa aproximação implica em desenvolvimentos complexos. Se acompanhamos as reflexões de Steven Connor em *Cultura Pós-Moderna: Introdução às Teorias do Contemporâneo* (1996) vamos observar que alguns movimentos, a exemplo do rock, vão corroborar os processos industriais e o próprio consumismo, ao invés de refutá-los. Muito oportunamente o autor destaca que não há muita semelhança entre a oposição à sociedade industrial de massas exemplificadas nos modernismos literários e artísticos e a quase absoluta identificação do rock, por exemplo, com as energias da expansão capitalista dos anos 60 e, mais tarde, dos anos 80.

Nesse sentido, pode-se dizer que os hippies e mesmos os punks, apesar do desejo comum de liberdade, acabaram engendrando uma dinâmica que beneficiava o desenvolvimento da indústria e do consumo. Na visão de Connor funcionavam ambigualmente: se num primeiro momento serviam como pontos de convergência para o desejo de fuga das estruturas estabelecidas; num segundo estágio, aceleravam um ciclo de inclusão – em que suas novas formas e energias eram incorporadas, domadas e recicladas como mercadorias. Principalmente se se reflete sobre a moda vestimentária, pode-se afirmar que o paradoxo se faz presente enquanto elemento constitutivo do próprio fenômeno.

A moda é a lógica da obsolescência planejada – não somente a necessidade da sobrevivência do mercado, mas o ciclo do próprio desejo, o processo interminável por meio do qual o corpo é decodificado e recodificado, para definir e habitar os mais novos espaços territorializados da expansão do capital. Linha de fuga num dado momento, a moda é recapturada na rede de imagens no momento seguinte; congelados no espelho da “mídia sagem” (media-scape), ficamos em eterna contemplação no nosso momento suspenso de fuga (CONNOR, 1996, p.157).

cujas características são: reflexividade e autoconsciência estética, simultaneidade, montagem, ambigüidade, sujeito desestruturado e desumanizado, etc. E pós-modernismo seria utilizado pela primeira vez na década de 30 numa reação ao modernismo. O termo ficou popular na década de 60 para designar um movimento para além do alto-modernismo rejeitado por sua institucionalização no museu e na academia, e posteriormente foi adotado por teóricos como Baudrillard, Kristeva, Vattimo, Lyotard, Foucault, Jameson, entre outros interessados em discutir a pós-modernidade. Entre suas características encontram-se: abolição da fronteira entre arte e vida cotidiana, indistinção da alta-cultura e cultura de massa/popular, promiscuidade estilística, ironia, diversão, paródia, e a idéia da arte como repetição.

Na verdade, este é um paradoxo familiar, que acontece com outras formas culturais populares que evitam enfrentá-lo e mesmo reconhecê-lo. O que está em jogo nesta discussão, como observa Connor, é o fato de que uma prática cultural disruptiva ancorada numa estética da bricolagem, do excesso e da descontinuidade, sustenta-se sob a égide do desafio a um conjunto de normas culturais dominantes ou oficiais e comprometidas (seja pelo design ou pela consequência estrutural) que, por sua vez, anulam a possibilidade da diversidade. Mas o que permite e cria as condições da própria política da diversidade que defende esse tipo de prática cultural “de resistência” é muito mais um afrouxamento da pressão de uniformidade autoritária e uma expansão e diversificação de normas oficiais do que uma súbita tomada de consciência revolucionária ou de uma postura crítica. Em muitos casos, percebe-se que é possível conceber as contradições presentes numa prática cultural desta natureza, como por exemplo, a lógica do simulacro, tão em voga na contemporaneidade. Ela admite simultaneamente elementos de caráter subversivo e ao mesmo tempo, elementos específicos de uma modalidade oficial do capitalismo pós-moderno.

De todo modo, o autor defende o argumento de que o rock, o hippie, o punk, o dark, etc., podem ser considerados formas culturais pós-modernas bastante representativas, na medida em que personificam o paradoxo central da cultura de massas contemporânea: o fato de que possui um alcance e influência global unificadora, de um lado, e a tolerância e criação de pluralidades de estilos, de mídia, de identidades, do outro. Tal característica aparece no rock desde o seu nascimento, pois desde então sempre foi capaz de se conectar com a cultura juvenil como um todo; com a cultura das ruas, com a performance e o espetáculo, com o estilo, e também com a moda...

Aparência

Mas juntamente com a música, a aparência, também ela, aciona o gregarismo e é considerada como um dos mais potentes agenciadores de uma ética e estética pós-modernas. A partir dos anos 60, particularmente, notamos uma congruência particular entre uma certa sensibilidade evidenciada na moda, e uma poética pós-moderna dos fragmentos, do utilitário, da irreverência, da imitação, do ordinário etc. Mas uma característica fundamental para a presente pesquisa é o fato de que, talvez pela primeira vez, a moda impulsionada e incorporada pelo movimento hippie (que se integrava a um

momento da valorização da arte pop e da sociedade dita de consumo) tenha sido pensada como estilo. Rubert de Ventos, um grande pesquisador da área da Estética, citado por Maria José Arias (1979) afirma que a moda converte-se em estilo, à medida que responde à necessidade de expressar uma nova perspectiva ou conteúdo da realidade cultural e social. Certamente é isso que a moda, ou talvez seja melhor dizer, a aparência, sobretudo vestimentar, dos anos 60, 70, faz: reflete uma concepção de vida intimamente ligada à cultura pop e à filosofia hippie.

Arias comenta que os hippies da Califórnia revelaram um gosto pelo extravagante, recorrendo principalmente aos vestidos da época de seus avós e bisavós, além de velhas indumentárias de marinheiros e militares, encontrados em casas com o perfil de brechós, por um preço bastante acessível.

Ao que parece, portanto, as décadas de 60 e 70 tiveram sim um papel fundamental no sentido de promoverem uma certa ruptura com os modos de vestir tradicionais ou aqueles sugeridos pela indústria da moda. Não é por acaso que vamos assistir a emergência do *prêt-à-porter* nesse período e que durante os anos 80 e 90 haverá todo um discurso e uma atitude de valorização da liberdade de escolha do consumidor. As possibilidades combinatórias alimentadas por um consumo incessante, por sua vez, acabam por favorecer um movimento de recuperação, restauro de velhas peças de roupas e acessórios, bem como de peças de roupas e acessórios velhos, reforçado pelo *vintage* e pelo *costumize*; além de toda uma revalorização do trabalho e efeitos artesanais, materiais ordinários, que fazem parte do dia-a-dia etc. Tais procedimentos incentivam, por sua vez, o impulso de criar que está latente em todo ser humano e aqui trata-se de uma intervenção criativa na própria aparência, na apresentação de si.

Além disso vamos perceber nos empenhos criativos dos próprios estilistas uma vontade de exibir o avesso das roupas, os processos de desgaste das peças através de lavagens especiais, bem como de esgarçamentos propositais; além da utilização de materiais inusitados, como fibras de bambu e de poliamida, ou mesmo do alumínio das latas de refrigerantes e cervejas, bem como do plástico das garrafas PET etc. Assistimos, assim, a todo um investimento de valorização do supostamente precário, descartável, desalinhado, desconfigurado na composição da aparência. Todo este empenho, no entanto, se apresenta, paradoxalmente, como algo de muito bom gosto, emoldurado de forma sofisticada.

Alguns exemplos ilustram de forma significativa essa tendência. Dois grandes estilistas brasileiros vão utilizar materiais como a fibra de poliamida (somente usada no setor automobilístico) e a fibra extraída das garrafas PET: os protagonistas destas peças sustentáveis e confortáveis são a baiana Márcia Ganem e o paulista Mario Queiroz. Atualmente, Ganem associa fibra de poliamida, renda e pedras num trabalho que mescla o artesanal com a tecnologia. Queiroz, por sua vez, afirma que mesmo trabalhando com materiais diferenciados, a questão do conforto e de um bom toque é uma das exigências.



Peça em fibra de poliamida e pedras preciosas de Márcia Ganem. (Fonte: imagem cedida pela estilista).

Numa outra vertente que procura dialogar mais com o universo da arte, encontramos o trabalho do artista grego Nikos Floros. Com a exposição Opera Sculptured Costumes em Atenas, na Grécia, o escultor mostra vestidos longos com mangas, golas e outros detalhes, e sapatos feitos a partir de tiras de 20.000 latas de coca-

cola e cerveja. O artista buscou inspiração em roupas usadas pela diva da ópera Maria Callas (cantora lírica soprano, considerada uma das mais importantes de todo o século XX) e demorou mais de cinco anos para finalizar as 14 peças da exibição. "Quis fazer alguma coisa com produtos de consumo, porque acho que nossos templos modernos hoje são os supermercados e shoppings ... Em outras palavras, 'consumo, portanto existo'", disse Floros.



Corpete de alumínio de Nikos Floros. (Fonte: internet).

Quem também descobriu uma forma muito original para a reciclagem de latinhas de alumínio foi a designer Ingrid Goldbloom Bloch. Ela criou várias peças íntimas com o material, associando sedução e dor...



Calcinha de alumínio de Ingrid Bloch. (Fonte: internet).

O que esperar do século XXI ainda não sabemos ao certo. O fato é que estilo, moda e consumo se entrelaçam num movimento que possibilita, de um modo ou de outro, a exibição de um modo de ser, de um jeito de pensar e de agir de uma época. Alguns falam em sustentabilidade, outros em tecnologia, mas o que podemos dizer, até então, é que o setor que mais avança é o têxtil, sobretudo por conta das novas tecnologias que permitem, inclusive, transformar o lixo em luxo, o ordinário em extraordinário, o descartável em algo perene. No mais, a roupa, ou melhor, a composição da aparência sempre revelará as inquietações do indivíduo, de uma comunidade, de uma época.

Mas é preciso enfatizar que enquanto ação expressiva, a composição indumentária só assume todo seu vigor significativo a partir do modo e das circunstâncias mediante as quais ela é usada. É claro que a roupa enquanto tal não é totalmente desinvestida de sentido, mas o que queremos reforçar é que seu vigor expressivo só se consuma plenamente no ato do uso; é somente em função dessa condição pragmática, das condições de apropriação da peça que ela assume tal ou qual sentido.

Nesse sentido, parte dessas circunstâncias está no contexto em que se colhe determinado modelo de roupa, industrializando-o e colocando-o no mercado, a partir de onde a respectiva aquisição, não importando por quem, incorporará todo o contexto ao modelo adquirido. Os artistas do mundo da música popular, ao adotar modelos de roupa fora dos padrões convencionais, sem querer estão ajudando a codificar um novo padrão de roupa, o qual, por sua vez, se estiver fundado na adoção de uma postura à margem das convenções anteriores (por um movimento social), passará a representar um novo conteúdo. Conteúdo este que, expropriado pelas multinacionais de tecido, de pigmentos e corantes ou, simplesmente, pelos autores de moda, acabará sendo imposto ao mercado como um gesto predominante (DURAND, 1988, p.75).

Mais do que tentar adivinhar se um modelo de roupa fora de padrões convencionais implicará na imposição de um novo padrão (como aconteceu com os movimentos hippies, punks e tantos outros incorporados pela indústria da moda), o que importa é frisar o ato de uso, a apropriação que se faz da vestimenta, o enquadramento

que se dá a ela. Mais do que evidenciar que a moda é ela também um produto de consumo, o interessante é compreender os processos contemporâneos de entrelaçamento entre os vários artefatos de consumo, entre artefatos de natureza mais artística/comtemplativa e artefatos funcionais etc. É nesse incessante jogo que podemos encontrar genuínas explorações do mundo sensível e de suas potencialidades formativas, poéticas, ao tempo em que exploramos a nós mesmos e as nossas possibilidades expressivas.

Quem parece mergulhar intensivamente nesse jogo é Jaime Fygura, artista performático da cidade de Salvador. A composição da sua aparência é sua arte, o suporte, seu próprio corpo. Numa das suas produções ele usa roupas rasgadas, verdadeiros trapos de veste que se transformam num manto de retalhos: é a “proto-indumentária”, uma ação performática que expressa revolta. Em outra performance, o artista exhibe o figurino “Samurai”, feito/ montado com tiras de tecido e couro e uma tela de metal cobrindo o rosto. Circulando pelas ruas da cidade, Jaime apresenta sua Fygura a cada dia, experimentando sua vida artisticamente, vivenciando seu cotidiano como uma performance constante.

Concluimos, portanto, que toda aparição só se efetiva através de uma apresentação e que esta última diz respeito, de modo igualmente importante, ao modo de ser deste ser que é, existindo e coexistindo.

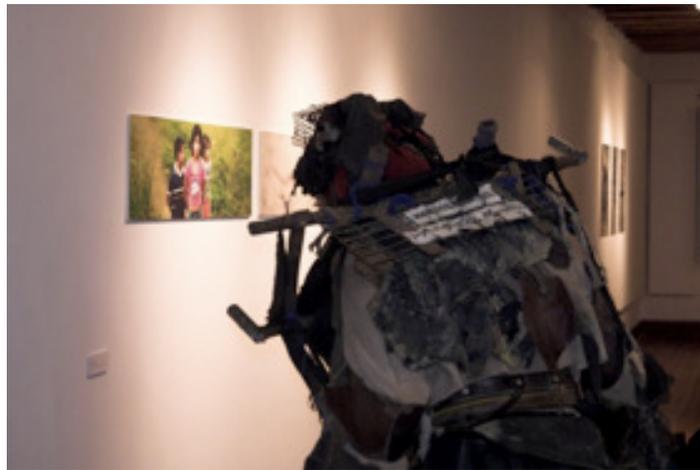


Foto de Jaime Fygura (Fonte: internet).



Foto de Jaime Fygura, por Juciara Nogueira, out. 2006 (Fonte: internet).

Referências

ARIAS, Maria José. **Os Movimentos Pop.** Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil, 1979.

CONNOR, Steven. **Cultura Pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo.** 3ª ed. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

DURAND, José Carlos. **Moda, luxo e economia.** São Paulo: Editora Babel Cultural, 1988.

FOURNIER, Valerie. **Nouvelles Tribus Urbaines:** Voyage au coeur de quelques formes contemporaines de marginalité culturelle. Paris: Georg Éditeur, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo as sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 2ª ed. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1998.

SIMMEL, Georg. **Philosophie de la modernité:** la femme, la vie, l'individualisme. Trad. Jean-Louis Vieillard-Baron. Paris: Éditions Payot, 1989.