

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
Gestão e Estética da Moda

GABRIELA CIRQUEIRA MILTON

**"A pele que eu visto": uma análise da influência da psique na construção
identitária do vestir-se.**

SÃO PAULO
2022

GABRIELA CIRQUEIRA MILTON

**"A pele que eu visto": uma análise da influência da psique na construção
identitária do vestir-se.**

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Especialização para a obtenção do título de Especialista em Estética e Gestão de Moda, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Sheila Canevacci Ribeiro.

NOME: MILTON, Gabriela Cirqueira

TÍTULO: "A pele que eu visto": uma análise da influência da psique na construção identitária do vestir-se.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial do curso de especialização em Estética e Gestão de Moda, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Sheila Canevacci Ribeiro.

Aprovado em: __/__/__

Banca Examinadora:

Prof.: _____ **Instituição:** _____

Julgamento: _____ **Assinatura:** _____

Prof.: _____ **Instituição:** _____

Julgamento: _____ **Assinatura:** _____

Prof.: _____ **Instituição:** _____

Julgamento: _____ **Assinatura:** _____

"Acho que quando gostamos de ser quem somos é um sinal de felicidade."

– Jeferson Tenório, em O Averso da Pele

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente aos meus amigos, Thamires e Luan, pelo carinho, amizade, e parceria em todos os trabalhos em grupo e desafios dessa jornada. Obrigada por me acolherem, me fazerem rir, e dividirem suas histórias comigo. Sem vocês dificilmente teria terminado este curso. A todos os professores, especialmente à minha orientadora Sheila Ribeiro, e às minhas companheiras de especialização, Gabrielly, Bruna, e Victoria, foi uma honra conviver com vocês durante a pandemia e na volta ao mundo real.

À minha mãe e a Erik, obrigada por nunca me deixarem desistir.

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo compreender, tendo como mediadora a psicanálise, de que maneira as escolhas do que vestir são influenciadas por aspectos da mente humana e do inconsciente de cada indivíduo. No primeiro capítulo, que brevemente explica a história social do vestir-se, percebe-se como as roupas acompanharam as mudanças ocorridas na sociedade ao longo dos séculos. No segundo, relaciona-se essas questões às teorias psicoanalíticas, trazendo contribuições de Freud e Lacan acerca do corpo como um comunicador dos signos e simbolismos da moda, e como em sua representação, o sujeito se dá conta da sua própria existência. Tópico discutido mais profundamente no capítulo três, que interroga ainda como a representação do "eu" na vida cotidiana, e conseqüentemente a representação do estilo pessoal, também está ligada ao olhar do outro.

Palavras-chave: Moda; Psicanálise; Corpo; Identidade; Vida Cotidiana.

ABSTRACT

The following research aims to understand, with psychoanalysis as a mediator, how the choices of what to wear are influenced by aspects of the unconscious of each individual's mind. In the first chapter, which briefly explains the social history of dressing up, it is possible to understand how clothes have followed changes in society over the centuries. In the second one, these issues are analyzed through psychoanalytic theories, bringing contributions from Freud and Lacan about the body as a communicator of the signs and symbolisms of fashion, and how using it an individual becomes aware of his own existence. This topic is discussed more deeply in chapter three, which also questions how the representation of an individual's identity – and consequently the creation of its personal style – is influenced by the gaze of others.

Keywords: Fashion; Psychoanalysis; Body; Identity; Everyday Life.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Representação de trajes típicos do Egito Antigo.....	14
Figura 2: Representação dos trajes típicos da Grécia Antiga	15
Figura 3: Representação dos trajes típicos da Grécia Antiga	15
Figura 4: Representação dos trajes típicos da Grécia Antiga	15
Figura 5: Quadro <i>Dança dos Camponeses</i> . 1568.	17
Figura 6: Principais personagens da Revolução Francesa	17
Figura 7: Hyacinthe Rigaud (1701), Rei Louis XV da França	18
Figura 8: Os sans-culottes, os “sem calções”	19
Figura 9: Os dândis franceses do século XVIII	20
Figura 10: George Bryan Brummell.....	20
Figura 11: Grupos de Teddy Boys fumando em Londres	22
Figura 12: Teddy Boys aproveitando a noite no Mecca Dance Hall em Tottenham, Londres (Foto: Picture Post/Hulton Archive, 1954)	22
Figura 13: Grupo de skinheads, 1969. Foto: Terence Spencer/ Revista LIFE	22
Figura 14: Punk é importunado por homem em Londres nos meados da década de 80. Fotografia de ROGER HUTCHINGS/ALAMY	23
Figura 15: Representação do estilo punk nos anos 80.	23
Figura 16: Ilustração de moda mais "simples" na França durante a penúltima etapa da Revolução Francesa (1795-1799).	28
Figura 17: Tumba do mergulhador, Paestum, c. 470 a.C. Artista desconhecido.	30
Figura 18: Evolução do corpo masculino em esculturas na Grécia Antiga	30
Figura 19: A expulsão de Adão e Eva do paraíso, por Masaccio (1401-1428). Igreja de Santa Maria Del Carmine, Florença	31
Figura 20: Tentação de Adão e Eva, de Masolino, 1425.	31
Figura 21: O <i>Adão de Cluny</i> , c. 1260	32
Figura 22: Representação do corpo humano por Robert Mapplethorpe, 1985.	33

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1. BREVE HISTÓRIA DO VESTIR-SE COMO UMA LINGUAGEM NÃO-VERBAL	12
CAPÍTULO 2. A PELE QUE EU VISTO: O CORPO PULSIONAL COMO COMUNICADOR DOS SIGNOS E SIMBOLISMOS DA MODA	25
CAPÍTULO 3. MODA E PSIQUE: A REPRESENTAÇÃO DO EU NA VIDA COTIDIANA POR MEIO DO VESTIR-SE	36
3.1. INDIVIDUALIDADE E SUBJETIVIDADE, UMA CONCEPÇÃO PSICANALÍTICA DO EU	38
3.2. O ENIGMA DO “EU IDEAL”: A MODA COMO MECANISMO DE EXPLORAÇÃO DE MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES DO SER.....	39
CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

INTRODUÇÃO

"*Com que roupa eu vou?*". Em algum lugar do bairro carioca da Vila Isabel, durante os anos 30, um jovem sambista fazia aos seus amigos a pergunta que se transformaria em uma das composições mais famosas da música brasileira. Com a canção, Noel Rosa transformou a escolha de um traje para uma roda de samba em uma metáfora da vida cotidiana do brasileiro.

Conhecida como "a década das incertezas", a década de 30 foi marcada por uma sucessão de infortúnios. As consequências da Grande Depressão de 1929 ainda afligiam o mundo, e no Brasil a derrocada da elite agrária rural brasileira (os Senhores do Café) dava os primeiros sinais, com a figura controversa de Getúlio Vargas assumindo o poder. Mediante um "Brasil de tanga, pobre e maltrapilho"¹, a expressão "*com que roupa eu vou?*" passou a substituir a expressão "*com que dinheiro?*" e se tornou um jargão popular usado para satirizar a pobreza e o sofrimento da população brasileira.

Muito mudou no cenário político e econômico do Brasil e do mundo desde então. Mas é inegável que, assim como nos anos 30 de Noel Rosa, as roupas — como objetos vestíveis da moda — ainda são um retrato do sujeito e da sociedade na qual ele se insere. Mudam-se as tendências, os estilistas, e os contextos, mas a linguagem imperativa (LIPOVETSKY, 1989) que a moda cria permanece. Muitos estudiosos buscam entender essa moda como espelho das dinâmicas sociais ao longo dos anos, mas pouco ainda se sabe a respeito dela de um ponto de vista mais subjetivo, como expressão do inconsciente de cada indivíduo, seus desejos e identidade.

Tentar entender quais aspectos do inconsciente justificam as nossas escolhas do que vestir será o foco desta monografia. Mais de quatro séculos depois de *A Tragédia de Hamlet*, de William Shakespeare, ser escrita, continuamos questionando as minuciosidades do "ser ou não ser". E ao adicionarmos a moda ao contexto passamos também a questionar o "como ser". Para o teórico cultural e sociólogo, Stuart Hall (2006), o sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa, mas sim uma identidade fragmentada, composta por várias identidades, que podem ser contraditórias. Esta pesquisa encara o vestir-se — forma de encenação do estilo na moda — como uma representação dessas identidades na vida cotidiana, e tenta entender como a sua construção sofre influência de processos inconscientes.

¹ Expressão usada pelo sambista Noel Rosa para caracterizar o contexto social brasileiro nos anos 30.

Entendo que, apesar de nascermos nus, já chegamos ao mundo vestidos por linguagem. E as roupas dão, ao longo da nossa vida, o suporte concreto (mas ainda assim subjetivo) que nos ajuda a comunicar de forma não-verbal quem somos ao resto do mundo. Em outras palavras, a moda serve como suporte para a expressão da nossa identidade. Algo que acontece de maneira consciente, reflexo daquilo que nos damos conta — o que dizemos, como queremos nos diferenciar ou pertencer a determinados grupos sociais —, mas principalmente como reflexo de desejos, medos e pulsões que não comunicamos e sequer sabemos que existem, algo que a psicanálise conhece como o "inconsciente".

Para o psiquiatra Carl Jung, o inconsciente é formado por “uma profusão de pensamentos, imagens e impressões provisoriamente ocultos e que, apesar de terem sido perdidos, continuam a influenciar nossas mentes conscientes” (JUNG, 1977, p.33). Entender quais aspectos desse inconsciente justificam as nossas escolhas do que vestir e a formação da nossa identidade como um todo será o foco desta pesquisa, já que segundo Freud (1910), a consciência não é mais do que uma fração do aparelho psíquico² total.

Escolhi trabalhar a temática por perceber uma notável escassez de estudos teóricos sobre o tema na área de ciências humanas e linguagens. Acredito que entender a moda como um fenômeno psíquico pode nos ajudar também a compreender a construção identitária de grupos sociais ocidentais como um todo, já que, para essas sociedades, o ato de vestir-se pode ser encarado como um reflexo do sujeito e contextos socioeconômicos nos quais ele está inserido.

Trarei no quadro teórico estudiosos como: Barthes (1953), Hall (1997), Goffman (1959), Heller (1991), Lipovetsky (1987), e Navarri (2010). Suas formulações teóricas servirão como suporte para tentar compreender o vestir-se como um objeto de determinação do modo de ser dos sujeitos no mundo, um reconhecimento do ser humano dentro de um tempo-espaço específico, e uma mediação da sua relação com os outros. A psicanálise foi escolhida como um dos métodos de investigação teóricos pois constitui uma teoria da personalidade que pretende explicar o funcionamento da mente e do comportamento humano (BORGES, 2005). Além de Freud, teorias e estudos do inconsciente do psicanalista, Jacques Lacan, e do psiquiatra, Carl Gustav Jung também serão usados para fundamentar esta pesquisa.

É importante salientar que o estilo na moda não é composto apenas pelas roupas as quais um indivíduo escolhe vestir no dia a dia. Entende-se como parte de um estilo, a

² O aparelho psíquico para Freud é dividido em instâncias, interligadas entre si, mas que possuem funções distintas: o consciente, o pré-consciente e o inconsciente.

representação do sujeito na vida cotidiana (a sua identidade e individualidade), a sua relação com o próprio corpo e com os corpos alheios, e como esse indivíduo lida com o olhar do outro (o enigma do “ver e ser visto”). Por essa razão, esses elementos também serão abordados nesta pesquisa.

CAPÍTULO 1

BREVE HISTÓRIA DO VESTIR-SE COMO UMA LINGUAGEM NÃO-VERBAL

Pensar nos primórdios da civilização pode ser um ponto de partida para entender o sistema da moda e o que reconhecemos como estilo. Por exemplo, enquanto o homem primitivo³ utilizava a vestimenta como forma de proteção do corpo às intempéries da natureza, o homem pós-renascimento utilizava a roupa para comunicar o seu status social. Essa diferença na função das vestimentas ao longo dos tempos é apenas um dos indícios de como o vestir-se seria então um objeto de reconhecimento do ser humano dentro de um tempo-espaço específico e uma mediação da sua relação com o mundo, por meio de uma linguagem não-verbal.

Um dos primeiros estudiosos a tratar do tema foi o filósofo francês Roland Barthes, em *O Sistema da Moda* (1967), um livro de método, inspirado pela ciência dos signos, a semiologia. No livro, Barthes explica a moda e as diferenças nas vestimentas ao longo dos tempos no âmbito da linguagem. Uma linguagem não-verbal, que Barthes explica em *O Grau Zero da Escrita* (1953), como uma linguagem autárquica que mergulha na mitologia pessoal e secreta do seu escritor/emissor. Mas para seu receptor, a recepção da mensagem será feita baseada em informações individuais e coletivas.

De acordo com Hall (1997), "uma linguagem congrega sentidos e conceitos por meio dos signos, que são utilizados como forma de produção de sentidos, para, através da comunicação, construir representações". Niemeyer (2016), além de definir a linguagem como a base de qualquer forma de informação, explica como categorizá-la: a linguagem verbal seria aquela formada por palavras orais ou escritas; e a linguagem não verbal aquela formada por elementos imagéticos, gestos, sons, movimentos etc. Linguagem sincrética – formada por códigos de naturezas distintas (p. 26).

Barthes nos ensina a olhar para a moda como um dos fenômenos do nosso cotidiano. "Se desde sempre se sabe que esses objetos (as roupas) têm funções bem precisas e diferentes, hoje estamos convencidos de que eles constituem igualmente, para os homens, meios de comunicação, veículos de significações." (BARTHES, 1967).

Para o filósofo francês, o estilo é também uma língua, formada pelas tramas, pelos tecidos e pelas movimentações que decorrem do corpo. "O uso de roupas de acordo com as regras que são ditadas pela moda, nada mais tem toda uma intenção e um se colocar no

³ Referência ao indivíduo do O Período Paleolítico ou Idade da Pedra Lascada, o primeiro período da Pré-História e, que junto ao Neolítico compõem a chamada "Idade da Pedra".

mundo, da mesma forma que quando o escritor comum escolhe suas posições para escrever e se revelar (1967, p. 18)".

"Eu falo por meio das minhas roupas" (Eco, 1973). Umberto Eco escreve que não apenas o objeto que se pretende comunicar, mas todo objeto deve ser visto como um signo. Por exemplo, as roupas convencionais usadas pelo homem e pela mulher comuns na rua são escolhidas dentro das restrições de finanças, "gosto", preferência etc. e essas escolhas são, sem dúvida, significativas. Cada conjunto tem seu lugar em um sistema interno de diferenças – os modos convencionais de discurso indumentário – que se encaixam em um conjunto correspondente de papéis e opções socialmente prescritos. número de conjuntos interligados - classe e status, auto-imagem e atratividade, etc. Em última análise, se nada mais, eles são expressivos de 'normalidade' em oposição a 'desvio', ou seja, eles se distinguem por sua relativa invisibilidade, sua adequação, sua 'naturalidade'. (DICK HEBDIGE, 1979)

Barthes assinala que como modo de nos colocarmos no mundo, o estilo: "só tem uma dimensão vertical, mergulha na lembrança fechada da pessoa, compõe a sua opacidade a partir de uma certa experiência da matéria; o estilo é sempre metáfora." (2015, p. 15). O sociólogo inglês Dick Hebdige (1979), um dos fundadores dos *Cultural Studies*⁴, vai ainda mais longe e afirma que "a identidade é uma questão de estilo" (GODART, 2010, p.33).

A ideia de estilo se antepõe à temporalidade e escassez que a moda propaga. Desde os primeiros estudos de moda no século XIX, o filósofo e psicólogo, Gabriel de Tarde explica em *Les Lois de L'imitation* (1890), que os padrões de moda eram regidos em um ciclo de repetição, e destruição, de padrões, um fenômeno chamado de "repetição universal"⁵ que regia a vida em sociedade. Para Navarri (2014):

A moda estaria a serviço desse trabalho de integração, mais ou menos bem sucedido, da passagem para o novo, e teria a finalidade de conduzir, progressivamente, para um estilo. Esse estilo manifestaria a afirmação de uma personalidade e daquilo que ela pretende mostrar dos traços e das diferentes etapas transpostas, construção apaixonante de uma identidade de moda (NAVARRI, 2014, p.80).

Barthes afirma que "a cada ano, a moda destrói o que acaba de adorar, adora o que acaba de destruir"⁵. O autor trata a moda como algo que morre, e que também destrói a moda anterior. A Grécia e o Egito, por exemplo, passaram aproximadamente dois mil anos sem apresentar grande variação ou alterações na vestimenta das suas populações. Para Barthes:







⁴ Esta área busca compreender as interseções entre alta cultura e a cultura de massa, os processos de produção da cultura, as configurações de grupos socialmente marginalizados, os processos migratórios, a ciência como cultura e saúde, o tempo biológico e social, a ficção científica e a educação e outros tópicos.

⁵*Duelo Chanel-Courrèges* (1967), 2005, p.367.

"em um universo estável e sem mudança, não há que se falar em moda, não há substituição cíclica, não há ciclo."

As alterações ou as mudanças constituem o ponto central para que se compreenda o que é o ciclo. O historiador James Laver (2006), e outros tantos historiadores de moda nos explicam que no antigo Egito, havia três ou quatro modelos de roupas que foram usados por toda a população durante toda a história da civilização egípcia. No mundo grego, algo semelhante ocorria, na Roma antiga, tivemos sim algumas outras mudanças, mas basicamente havia, novamente, três ou quatro modelos. E, assim, segue a história da indumentária, não da moda, até o século XIV. O tempo lento das mudanças do vestuário ao longo da história reflete também as lentas mudanças socioeconômicas e as mudanças nas formas de pensar (MITRE, 2020)".

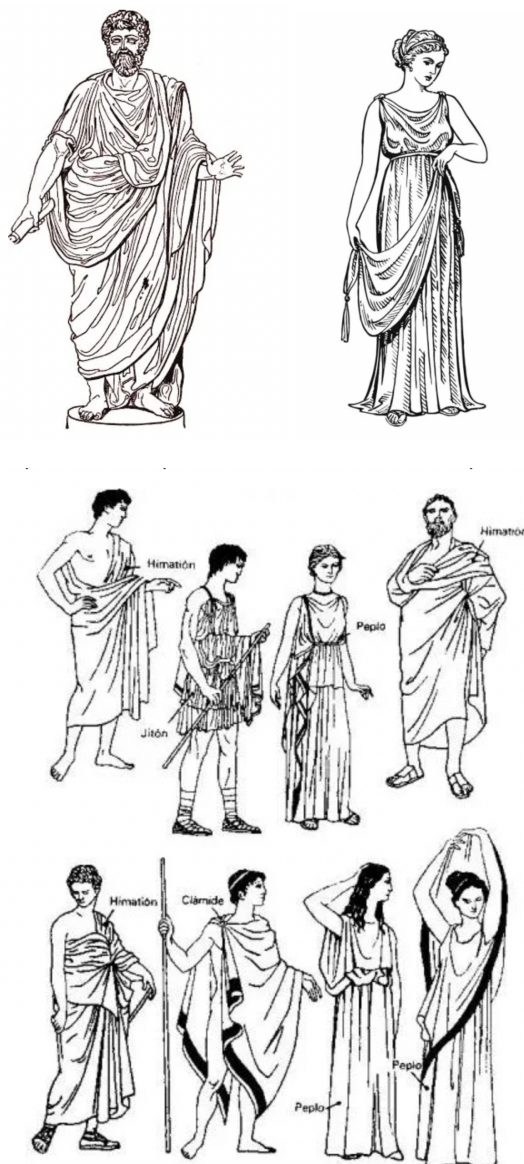
FIGURA 1: Representação de trajes típicos do Egito Antigo.

Old Kingdom		Middle Kingdom		New Kingdom	
					
Nobleman Short kilt, pleated and belted; shoulder-length hair; necklace.	Female servant Simple sheath dress with wide shoulder straps; long hair, unplaited; jewellery.	Official Mid-calf kilt with a large apron that was probably stiffened to maintain its triangular shape; elaborate necklace.	Female servant Simple sheath dress, long unplaited hair.	Nobleman Elaborate pleated garment; jewellery, wig and scented cone; sandals with the extended curled toes typical of the period.	Noblewoman Elaborate gown; jewellery; plaited wig, hair ornaments and scented cone.

Fonte: History Museum. Disponível em:

<https://www.historymuseum.ca/cmce/exhibitions/civil/egypt/egcl06f.html> Acesso: 03/12/2022

FIGURAS 2, 3 e 4: Representação dos trajes típicos da Grécia Antiga



Fontes: Escola Online de Teatro e Arte Educação. Disponível em:

<https://anteracom.wordpress.com/2020/08/13/example-post-3/> Acesso: 03/12/2022

Na Idade Média, os vestuários eram ditados pelas leis suntuárias⁶, que determinavam modos de vida e, conseqüentemente, de vestir. Essas leis que regulamentavam e limitavam o uso de alimentos, objetos e vestimentas a determinados grupos sociais, étnicos e religiosos é datada antes da Idade Média. No livro “De l'esprit des lois (1748)”, Montesquieu já relatava a presença de leis suntuárias também em sociedades chinesas e romanas. No século XII, por exemplo, a lei aragonesa proibia o consumo de mais de dois tipos de carne por refeição.

⁶Promulgadas pelo monarca, direcionadas, sobretudo, às camadas em ascensão e tinham como principais objetivos frear o consumo, reforçar a hierarquia social e possibilitar a diferenciação social e de sexo a partir das vestes.

No entanto, na Idade Média, essas leis tinham justificativa de ordem moral, evidenciada pela Igreja Católica. E, posteriormente, uma justificativa de ordem econômica, como uma tentativa da nobreza de reprimir uma classe que se destacava – a burguesia. Os burgueses são importantes para a compreensão do sistema da moda, visto que expressaram a luta com a aristocracia para a formação de sociedades capitalistas e democráticas na Europa. Além de que, ao se apropriarem de manifestações estéticas dos nobres, demarcaram valores individuais como a imitação e a diferenciação, que perduram até hoje quando se trata do vestir-se.

A noção de diferenciação e de individualidade é inseparável do sistema da moda, assim como a mimetização e as proibições do vestir trazidas pelas leis suntuárias, que eram, muitas vezes, ignoradas, de tal forma que a “(...) burguesia enriquecida à espreita dos sinais manifestos de respeitabilidade e promoções sociais, multiplicou ao longo dos séculos às infrações aos regulamentos, adotando tal ou tal elemento do vestuário aristocrático” (LIPOVETSKY, 1989, p. 41)

Considerando que a vestimenta oferece ao indivíduo a possibilidade de se tornar diferente de alguma forma ou se associar a grupos sociais específicos (OLIVEIRA, 2007), é possível dizer que, portanto, que a moda nutre-se de sinais identitários, pois é a partir deles que se desenvolvem seus fenômenos fundamentais de imitação e diferenciação, valores demarcados pelos burgueses durante a criação da moda como um sistema.

Perceber a importância que a aparência tinha sobre a sociedade e, conseqüentemente, sobre suas questões políticas foi um marco da burguesia. O Iluminismo – movimento intelectual e filosófico que dominou o mundo das ideias na Europa durante o século XVIII – colocou o homem como dono do seu destino, introduzindo ideias de liberdade de expressão, valorização do indivíduo, o pensar lógico e o individualismo, esse refletido nos modos de vestir. Seus representantes, sábios como Rousseau, Voltaire e Montesquieu, criticavam os costumes e o contraste entre o luxo da nobreza e a pobreza do povo. Todos queriam parecer cidadãos comuns e o vestir passa a se inspirar nos trajes dos camponeses, em sinergia aos ideais revolucionários da Revolução Francesa.

FIGURA 5: Quadro *Dança dos Camponeses*. 1568. Museu Kunsthistoriches, Viena, de Pieter Bruegel e a representação da vida campesina no início da Idade Média.



Fonte: Vírus da Arte. Disponível em:

<https://www.ricardocosta.com/artigo/os-camponeses-na-arte-de-pieter-bruegel-o-velho-c-1525-1569>.

Acesso: 03/12/2022

FIGURA 6: Principais personagens da Revolução Francesa



Fonte: Cultura Francesa. Disponível em:

<https://culturafrancesadotorg.wordpress.com/2013/07/12/personagens-da-revolution-francaise-les-sans-culottes/>. Acesso: 03/12/2022

Um dos primeiros atos de rebeldia da burguesia, foi a recusa no uso de cullotes, típicos da nobreza, e adoção das calças compridas, presas na cintura por um cordão, e da

roseta tricolor como ícone de identificação. A extravagância e ostentação política-econômica de Luís XIV dá espaço à simplicidade. A burguesia "cria" um sistema da moda ao fazer de suas vestes um registro reconhecível na coletividade, retratando seus anseios de futuro e objeções do presente: os modos de vestir apresentam-se pela primeira vez com uma conotação política para as classes menos favorecidas (HUNT, 2009, p.2)

FIGURA 7: Hyacinthe Rigaud (1701), Rei Louis XV da França



Fonte: Google Arts and Culture. Disponível em:

<https://artsandculture.google.com/asset/louis-xiv-king-of-france-hyacinthe-rigaud/EgGUEl5poz0FIA?hl=pt-br>. Acesso: 03/12/2022

FIGURA 8: Os sans-culottes, os “sem calções”, referia-se às pessoas que usavam calças compridas em vez dos calções até o joelho (culottes), vestimenta típica da nobreza.



Fonte: WikiWand. Disponível em: <https://www.wikiwand.com/en/Sans-culottes> Acesso: 03/12/2022

Na passagem do século XIX para o século XX, a Revolução Industrial, criou uma ideia de democratização do vestuário com a massificação do consumo. Os bens de consumo tornaram-se acessíveis e emerge uma nova classe social: o proletariado urbano, leetário da burguesia. A obsolescência programada e o consumo desenfreado tornam-se elementos da moda e para a "nova burguesia" deste período, as roupas se tornaram um meio para demonstrar sua crescente prosperidade em relação às classes economicamente mais baixas. O uso de uniformes é outro exemplo desse fato. Segundo Crane (2013), os uniformes foram se espalhando por diversas áreas, aos funcionários públicos, empregados de negócios privados e criados domésticos. Ao entrarem na circulação social, denunciavam a posição do sujeito no seu trabalho, mas as pessoas ainda podiam disfarçar sua classe nos locais de lazer e nas ruas. Por isso, a maioria do salário era voltado para a compra de roupas, principalmente das mulheres. Esse regozijo pelos bens de consumo foi uma luta por espaço e vontade de ter comunidades sociais próprias (NOBRIGA, 2019).

Na Inglaterra, no século XVIII, uma figura emblemática personificou a antítese da reprodutibilidade preponderante de uma moda burguesa: o dândi. Enquanto a burguesia se pautava pela ideia do ver e ser visto, desfilando pelas óperas, teatros, concertos, cafés e até lojas de departamentos, com um estilo carregado de informações de classe, o dândi era um

homem ocioso, recluso e refinado que elevava sua imagem a nada menos que a perfeição, conquistada pela composição impecável de suas roupas, sua toilette e suas maneiras (HOLLANDER, 1996).

Assim, a seus olhos, obcecado, acima de tudo, por distinção, a perfeição da toilette está na simplicidade absoluta, que é, de fato, a melhor maneira de se distinguir. Que é, pois, essa paixão que, transformada em doutrina, fez adeptos poderosos, essa instituição não escrita que formou esta casta tão altiva? É, antes de tudo, a necessidade ardente de se equipar, dentro dos limites exteriores das conveniências, de certa originalidade, é uma espécie de culto de si mesmo (...) (BAUDELAIRE, 2009, p. 15)

FIGURA 9: Os dândis franceses do século XVIII

FIGURA 10: George Bryan Brummell, mais conhecido como "Beau", uma figura icônica e eternizador do estilo "dândi"



Fonte: Commons Wikimedia Domínio público, disponível em <https://triangulomag.wordpress.com/2013/04/09/desmitificando-al-dandi/> e <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=205387> . Acesso: 03/12/2022

O dandismo e o seu culto à imagem inauguram uma característica que se torna essencial para a construção dos estilos na moda: a subjetividade. Neste ponto, o vestir-se atende ao coletivo, mas também às vontades do “eu”. No período pós-Revolução Industrial, com as mecânicas do sistema capitalista e da sociedade de massas, o indivíduo padronizado

pela moda prêt-à-porter e pelas mídias ganhou destaque, mas também aqui desperta dentro da massa pronta para consumir, indivíduos que questionaram a coletividade. Essa recusa de um papel social por meio da moda se deu principalmente com os grupos mais jovens para quem a ideia de estilo serviu como um código de resposta às mudanças que afetavam a comunidade e às suas próprias questões pessoais.

Muitos indivíduos não suficientemente adaptáveis a nenhum papel foram autênticas personalidades, portadoras de novas tendências sociais e de novas idéias. Disso decorre que a maior ou menor adaptabilidade ou maior ou menor aspereza de um caráter colocam problemas que, de nenhum modo, são apenas puramente psicológicos. (Heller, 1972, p. 96).

A sucessão de estilos juvenis representaram formas simbólicas de resistência que, na Europa principalmente, caracterizaram todo o período pós-guerras. Cada grupo representava, por meio do estilo, uma “solução” para um conjunto específico de circunstâncias, para problemas do seu meio e contradições particulares.

Em "Subculture, The Meaning of Style" (1979), Dick Hebdige, exemplifica este fenômeno com alguns diferentes movimentos: hippies, mods, teddy boys, e punks – grupos sociais distintos que se posicionaram de forma diferente em relação às formações culturais às quais pertenciam (culturas imigrante, a cultura parental, cultura do autoritarismo, etc.) e que formam o que o autor chama de subculturas.

Esses grupos surgiam como ramificações de outros grupos. Os punks, por exemplo, nasceram como uma variação mais rebelde dos Mods, que por sua vez, emanam do grupo de jovens que usavam roupas inspiradas nos estilos da era eduardiana, os Teddy Boys e as Teddy Girls. O que esses grupos tinham em comum era o fato de usarem a vestimenta como retórica que os permitia representar a matéria-prima da sua existência.

Se tomarmos como ponto de partida a definição de cultura usada em *Resistance Through Rituals*, cultura é aquele nível no qual os grupos sociais desenvolvem padrões distintos de vida e dão forma expressiva ao seu social e material. Podemos ver então que cada subcultura representa um manejo diferente da “matéria-prima da existência” (Hall et al., 1976a).

FIGURAS 11 e 12: Grupos de Teddy Boys fumando em Londres (Foto: Musuem of London, 1956) e aproveitando a noite no Mecca Dance Hall em Tottenham, Londres (Foto: Picture Post/Hulton Archive, 1954)



Fonte: The Rake. Disponível em:

<https://therake.com/stories/style/street-smarts-mods-rudeboys-teddy-boys-punks/#&gid=1&pid=2>.

Acesso: 04/12/2022

FIGURA 13: Grupo de skinheads, 1969. Foto: Terence Spencer/ Revista LIFE



Fonte: The Rake. Disponível em:

<https://therake.com/stories/style/street-smarts-mods-rudeboys-teddy-boys-punks/#&gid=1&pid=2>.

Acesso: 04/12/2022

FIGURA 14: Punk é importunado por homem em Londres nos meados da década de 80.

Fotografia de ROGER HUTCHINGS/ALAMY



Fonte: National Geographic. Disponível em:

<https://www.nationalgeographic.co.uk/history-and-civilisation/2022/07/what-was-punk-and-why-did-it-scare-people-so-much> Acesso: 04/12/2022.

FIGURA 15: Representação do estilo punk nos anos 80.



Fonte: La Carne Magazine. Disponível em:

<https://lacarnemagazine.com/punk-la-verdadera-historia-de-una-revolucion/>. Acesso: 03/12/2022

Expressar a própria existência é historicamente um dos principais objetivos do que caracterizamos como estilo. Como afirma o geógrafo e professor, Milton Santos, em sua clássica obra "Por uma outra globalização" (2000), "vivemos em um mundo confuso e confusamente percebido". O ato de vestir-se parece ser a forma de encontrar um lugar subjetivo dentro dessa confusão, já que a forma como nos vestimos revela muito sobre nós. A moda, e sua temporalidade, permite a partir dos mecanismos que possui, que o homem entenda a sua existência como indivíduo nos diversos estágios da vida – como criança, como adulto e na velhice. Ela tem uma função na elaboração de identidade dos sujeitos e na constituição psíquica, que se relaciona com alguns de seus sintomas e sofrimentos (NAVARRI, 2014).

Embora seja impossível ignorar a importância do papel social e do coletivo para a definição de um estilo, usar uma roupa também significa de alguma forma, um saber de si. Criar ou "encontrar" um estilo pode ser um trabalho psíquico de uma vida inteira (KHOURI, 2014)⁷ para se reconhecer naquilo que se veste, é criada uma tensão permanente que envolve identidade, corpo, e mecanismos do inconsciente. E por essa razão o estilo precisa ser estudado como signo da subjetividade, da mente humana, da psique.

⁷KHOURI, Magda. Moda, desejo, transitoriedade, São Paulo set. 2014. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-641X2014000300003

CAPÍTULO 2

"A PELE QUE VISTO": O CORPO PULSIONAL COMO COMUNICADOR DOS SIGNOS E SIMBOLISMOS DA MODA

Entender as subjetividades com as quais lidamos é um dos pontos de interesse da psicanálise. Mas para falar de mente, é necessário também falar de corpo. O corpo tem sido um elemento essencial para a compreensão psicanalítica da relação humana com o meio e consigo mesmo, pois falar do corpo é falar de desejo, linguagem, pulsão, e do olhar do outro – elemento que será mais profundamente discutido no último capítulo desta monografia.

Segundo as ideias psicanalíticas, o corpo humano é pulsional. Ou seja, busca satisfazer suas necessidades fisiológicas, mas também obter prazer – por meio do toque, do olhar, do desejo do outro. A noção de pulsão aparece pela primeira vez no início do século XX, mais precisamente em 1905, nos "Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade", de Sigmund Freud. Em 1915, ao escrever o artigo "Pulsões e Suas Vicissitudes", Freud relacionou a pulsão a uma obtenção de prazer além da satisfação fisiológica. O termo é erroneamente associado ao conceito de instinto, em parte graças a uma tradução equivocada do termo alemão *Trieb* (*pulsão*), substituído por *Instinkt* (*instinto*).

Em termos práticos, a pulsão é a relação com o que nos atrai, a relação do "eu" com aquilo que o falta, e com aquilo que se mostra diante do indivíduo como um objeto de desejo. Desta maneira, uma pulsão seria um estilo mental que nos motiva a funcionar, nos movimentar, no meio o qual estamos inseridos. E para tal, usa o corpo humano como suporte. Ela está no conceito fronteiro entre o somático (físico) e o anímico (relativo à alma, ao imaterial).

Em *As Pulsões e Seus Destinos* (1915), Freud explica que o estímulo pulsional não advém do mundo exterior, mas do interior do próprio organismo. "A pulsão jamais atua como uma força momentânea de impacto, mas sempre como uma força constante. Como ela não ataca de fora, mas do interior do corpo, nenhuma fuga é capaz contra ela." (FREUD, p.17) Em seguida, ele acentua que a pulsão é uma exigência de trabalho imposta à mente em virtude de sua relação com o corpo. Para Freud "a meta (*ziel*) de uma pulsão é sempre a satisfação", mas isso não quer dizer que ela muda a sua força ao atingir a satisfação.

Da leitura do texto freudiano, pode-se entender que a relação entre sujeito e objeto é marcada pelo conflito, já que não existe um objeto natural que possa dar conta totalmente da demanda pulsional. Segundo Kehl (2003), apenas existem objetos parciais. As roupas podem ser lidas como alguns dos tantos objetos de desejo que os indivíduos utilizam para atingir

essa satisfação, ainda que momentaneamente. Daí a constante busca e abandono de tendências.

Uma eterna insatisfação que é movida pelo desejo à busca de uma experiência em que tal objeto foi tido, ficando a falta referida tão somente ao fracasso permanente de tal busca. O psicanalista Jacques Lacan traz uma visão um pouco diferente do assunto em "Seminário 11" (1973). Para ele, apesar de nunca completar o seu circuito, não pode-se dizer que a satisfação não é atingida, ela apenas é parcial, nunca completa.

O artista austríaco Friedensreich Hundertwasser baseou seu trabalho tratando o vestir-se como uma ampliação de modos de ver a vida. Para ele, alguns elementos como o vestuário, a potencialização da criatividade, e a relação com o ambiente ajudariam o indivíduo a viver mais plenamente e feliz.

De acordo com a sua *Teoria das Cinco Peles*, o ser humano se cria por camadas e com elas se relaciona com o mundo exterior, sendo a primeira delas a sua 1. epiderme, seguida pelo 2. vestuário, 3. casa, 4. identidade social, e o 5. meio ecológico. Para Nunes (2008), essa epiderme de Hundertwasser consiste no Eu, como capa, superfície sensível, integrante do corpo humano e transmite as necessidades básicas do ser humano: das fisiológicas à sexualidade e à morte.

Após a epiderme, as camadas da teoria de Hundertwasser chegam ao vestuário. Para o artista austríaco, a roupa não significa o objeto material que adorna o homem, mas sim a sua visibilidade no mundo, a sua segunda pele. Ela é uma intermediadora entre o homem natural e o homem social: de um lado está o indivíduo em sua essência e do outro a impressão que deseja mostrar ao mundo.

Essa impressão pode girar em torno do fenótipo dado pela biologia; a aparência desejada pelo ser; as funções sociais; o gosto; a disponibilidade econômica para o vestuário, entre outras tantas – conjunções que em intersecção geram um resultado sempre singular latente que constitui cada existência. Neste contexto, pode-se afirmar ainda que a moda é ajustada pelas peles do ser humano de acordo com a cultura, o período e a sociedade de cada época. O ser humano transforma cada uma de suas peles como meio de se comunicar com a sociedade à sua volta, buscando sempre a melhor e mais perfeita aparência para cada uma delas (LOBO, 2012).

Um elemento importante para a teoria de Hundertwasser, é o corpo. Assim como as roupas, o ser humano modifica seu corpo impulsionado pelas transformações sociais e culturais que o rodeiam e é por meio dele que percebe e vivencia o universo. O corpo é o principal canal de comunicação da linguagem simbólica da moda. É por meio dele que a

produção de sentidos nas vestimentas é feita. Pode vir por meio da posição social dentro de um grupo (modelos e seus corpos magros, por exemplo), mas principalmente pelo gestual, pelo modo de usar um produto: o vestir-se.

Em "O Corpo Fala" (1986), o psicólogo francês, Pierre Weil, afirma que ninguém consegue falar fluentemente uma língua apenas estudando em livros. Para entendê-la é necessário observar uma linguagem universal para falantes de qualquer idioma: o corpo. Weil aponta que desde tempos imemoriais, dos quais não temos precisão, os seres humanos usam ferramentas não-verbais para facilitar a tarefa de compreensão. As expressões corporais seriam então símbolos que a inteligência humana cria para entender outros humanos e situações, por meio da fuga da palavra, da frase ou da escrita por extenso.

"A característica dominante do símbolo é fugir da palavra ou frase, escrita por extenso. Frase já é grupo de símbolos (palavras), por sua vez também compostas de símbolos (letras) de fugazes vibrações sonoras. E tudo isso sujeito a um código gramatical de origem empírica e lastrado com a inevitável imprecisão semântica, especialmente a deterioração do significado percebido através de gerações." (WEIL, 1986)

Quem ajuda a entender este fenômeno é psicólogo inglês, John Carl Flügel. Por meio dos seus estudos, o fenômeno do vestir e as consequências psíquicas da ligação que o homem estabelece com suas roupas ganham relevância. Usando Freud como referência, Flügel analisa a roupa como uma conciliadora das exigências que se impõem ao corpo e à mente humana. A roupa para Flügel surge para conciliar as exigências dessas forças opostas. Ele percebe também que, embora todos os humanos estejam vestidos, a maneira como isso é feito varia muito com o tempo e o lugar. Sua explicação sobre isso é a seguinte:

"Para compreender os motivos que levam a diferentes tipos de roupas, às mudanças em nossas roupas e às mudanças em toda a nossa atitude em relação às roupas, devemos estar constantemente atentos às mudanças nas manifestações de duas tendências conflitantes fundamentais (...) uma orgulhosamente para exibir o corpo, o outra modestamente para escondê-lo". (Flügel 1928).

Essa tendência à modéstia aumentou durante "A Grande Renúncia Masculina" (Flügel 1930, p.110), período de profunda reorganização da masculinidade durante as revoluções políticas e econômicas do final do século XVIII. Durante o período, homens passaram a vestir roupas simplificadas, menos coloridas e com maior grau de uniformidade do nas épocas anteriores. Em povos primitivos, por exemplo, a vestimenta masculina tendia a ser

mais sintuosa, decorativa e ornamental que a feminina. Flügel, membro do *Men's Dress Reform Party*, ou o movimento pela reforma do vestuário masculino, acreditava que a Revolução Francesa promoveu uma forma menos criativa de se vestir, que impedia a expressão da individualidade humana.

FIGURA 16: Ilustração mostra uma moda mais "simples" na França durante a penúltima etapa da Revolução Francesa (1795-1799).



Fonte: BBC.

Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58040426>. Acesso: 30/11/2022

A dinâmica do vestir para esconder-se ou mostrar-se ajuda a explicar o próprio desenvolvimento civilizatório no mundo ocidental. O corpo lido à época como o corpo feminino e as roupas como seu prolongamento são especialmente importantes para entender o processo evolutivo humano, visto que cada sociedade construiu suas particularidades ao impor regras e atributos a esses corpos. Anatole France, escritor francês, chega a dizer que se lhe fosse permitido voltar a terra cem anos após a sua morte e se quisesse saber a quantas andava a civilização ele se informaria lendo um "jornal de moda feminino" pois este lhe diria mais sobre a humanidade do que qualquer filosofia, romance, ou sábio.

Para Erving Goffman (1988) a sociedade acaba por minar a individualidade humana, nesse caso a feminina, ao determinar modelos que interessam aos padrões de poder, anulando

aqueles que rompem ou tentam rompê-los. Para o autor, as pessoas perdem sua identidade social e são caracterizadas por uma imagem deteriorada, de acordo com um modelo que convém à sociedade, condicionando os sujeitos a transmitir através do corpo a sua informação social.

A identidade individual e social é reorganizada diariamente para que o indivíduo caiba em caixas de conformidade com a família, grupos sociais, e os governos. Não o Governo, com letra maiúscula, como agente político do Estado, mas um governo pautado para “dirigir a conduta de indivíduos ou de grupos” (FOUCAULT, 2001, p. 1056). Em síntese, políticas sociais que visam vigiar e moderar a conduta desses indivíduos, por meio das normas, das convenções, e da disciplina.

Na Antiguidade Clássica, o culto ao corpo era uma prática cotidiana. Na Grécia e em Esparta, o corpo especialmente valorizado era atlético e forte. As classes mais favorecidas eram preparadas para os Jogos Olímpicos, enquanto as menos favorecidas eram treinadas para as guerras. Segundo Kehl (2004), o culto ao corpo e ao intelecto, tão característicos do período greco-romano tinham a função de serventia à polis.

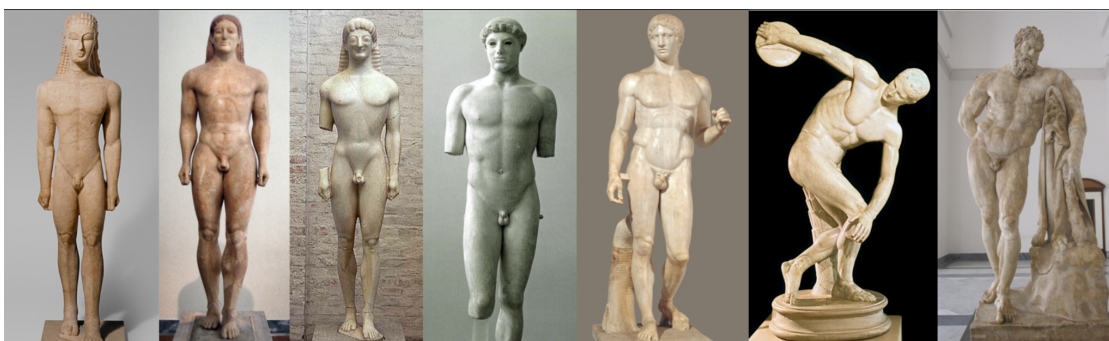
FIGURA 17: Tumba do mergulhador, Paestum, c. 470 a.C. Artista desconhecido.



Fonte: Revista Fênix. Disponível em:

<https://www.revistafenix.pt/o-afresco-do-mergulhador-salto-entre-dois-mundos-paestum/>. Acesso: 03/12/2022

FIGURA 18: Evolução do corpo masculino em esculturas na Grécia Antiga



Fonte: História das Artes Visuais. Disponível em:

<https://hav120151.wordpress.com/2017/11/05/esculturas-da-grecia-antiga/>. Acesso: 16/12/2022

Já na Idade Média, a Igreja exerceu grande influência na relação de indivíduos com o próprio corpo. Qualquer manifestação de hedonismo e prazer corporal foi estritamente

proibida. O corpo feminino ocidental assume papel silencioso e passa a servir ao propósito do Cristianismo e do Estado. E se não feito, era punido com violência. Autoflagelo, apedrejamento e execuções passaram a ser usados como formas de punir o corpo como forma de “salvação da alma”. Na simbologia bíblica de Adão e Eva os corpos eram permanentemente despidos, parte da natureza da criação humana. Passa a ser vestido ao provar a fruta proibida e virar símbolo do pecado.

FIGURA 19: A expulsão de Adão e Eva do paraíso, por Masaccio (1401-1428). Igreja de Santa Maria Del Carmine, Florença

FIGURA 20: Tentação de Adão e Eva, de Masolino, 1425.



Fonte: Commons Wikimedia Domínio público. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Masaccio_expulsion-1427.jpg e [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cappella_branacci_Tentazione_di_Adamo_ed_Eva_\(restaurato\)_Masolino.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cappella_branacci_Tentazione_di_Adamo_ed_Eva_(restaurato)_Masolino.jpg). Acesso: 30/11/22

No século XII, durante o período chamado de humanismo cristão, o corpo passa a ser esteticamente louvado. Essa corrente filosófica torna o corpo passível de apreciação. Na Arte, sua materialização ensejou delicadas obras esculturais, como, por exemplo, o *Adão de Cluny*, c. 1260 (FIGURA 21).



Fonte: Commons Wikimedia Domínio público, disponível em

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adam_Cluny.JPG . Acesso: 03/12/2022

No Renascentismo o corpo começa a ser redefinido e desperta o interesse às ciências e à arte, em que o corpo nu ganha destaque nas obras de Leonardo da Vinci e Michelangelo. Mas ainda assim, não possuía traços de sensualidade, era apenas decorativa. Para Albuquerque Campos (2007), "a beleza do corpo passou a consistir na proporção exata de cada parte do mesmo. E aprimorando-se as técnicas das artes, o Maneirismo⁸ mostrou corpos perfeitos e inquietantes e o Barroco trouxe sinuosas ondas e adornos aos corpos."

Não por coincidência, essa época de libertação corporal – transição da Idade Média para a Idade Moderna na Europa, conhecida como o Renascimento – é também a época de criação da moda como um sistema. Pollini (2007) relata que a moda começou a se desenvolver no fim do século XIV e continua até hoje. Para a professora da UNICAMP, Ana

⁸Estilo de produção artística que se popularizou, especialmente, na Itália, entre os anos de 1520 e 1610. O termo deriva da palavra italiana *maniera*, que significa maneira ou modo.

Lúcia de Castro (Culto ao Corpo, Modernidade e Mídia), o corpo volta a ser valorizado e admirado em detalhes: “O século XX tem sido marcado pelo desnudamento e flexibilidade cada vez mais evidentes. A aparência física depende cada vez mais do corpo e cuidar dele torna-se uma necessidade, pois cuidar do corpo é prepará-lo para ser mostrado.”

Em outras palavras, o corpo serve como expressão ou representação do eu. No entanto, quanto mais se impõe a ideia de autonomia e individualidade, mais o corpo se torna objeto de questões psíquicas. "O corpo se emancipou de muitas de suas antigas prisões sexuais, procriadoras ou indumentárias, mas atualmente encontra-se submetido a coerções estéticas mais imperativas e geradoras de ansiedade do que antigamente" (CASTRO, 1998).

FIGURA 22: Representação do corpo por Robert Mapplethorpe, 1985.



Fonte: Fine Art Multiple, disponível em:

<https://fineartmultiple.com/blog/robert-mapplethorpe-photography-juergen-teller/>. Acesso: 04/12/22

A psicanálise deu novas conotações ao corpo, dividindo-os em duas categorias: o corpo sexual e o corpo falante. O corpo sexual, erogeineizado, se refere à percepção do indivíduo à sua imagem refletida no espelho e à imagem do que vem do externo, do olhar do

outro. Já o corpo chamado de falante existe do ponto de vista da comunicação, visto que a sua existência passou a ser elemento de expressão de elementos do inconsciente.

Os primeiros rumores a respeito da Psicanálise surgem entre 1896 e 1897 em uma série de artigos publicados por Sigmund Freud (1856-1939), considerado o “pai” do método de investigação teórico. É encarada como uma teoria que utiliza métodos investigativos práticos, assim como método de pesquisa, com o intuito de explicar o funcionamento da mente humana (BORGES, 2005). Neurologista, Freud definiu a psicanálise como um método de pesquisa, uma forma de tratamento e uma teoria (“Obras Completas”, 1996). Em suma, consiste na aplicação de métodos de livre associação e interpretação para descobrir motivos inconscientes de fenômenos psicológicos.

A partir das descobertas de Freud, durante os seus estudos sobre a histeria, o corpo perdeu seu caráter unicamente fisiológico e ganhou um olhar simbólico, subjetivo, e passou a ser visto como uma entidade viva. No interior da obra freudiana, os processos psíquicos inconscientes ganham uma saída no corporal. Ao dar relevância à narrativa dos sofrimentos pelos enfermos, Freud se distancia da Medicina positivista da época, que confere toda a atenção aos sintomas corporais e suas causas fisiológicas.

Os estudos freudianos subvertem a concepção do corpo estritamente biológico, comum à sua época e apresenta uma nova modalidade corporal: o corpo da representação, onde o sujeito se dá conta da sua própria existência. Do viés psicanalítico, afirmar a existência do eu, e da individualidade, também está ligada ao olhar do outro. Por essa razão, a relação do corpo com a moda e a criação de um estilo não se refere apenas a vestir uma roupa, mas ao nosso desejo inconsciente de sermos vistos, notados. Lipovetsky acredita que o que alimenta a moda é a vontade de olhar e ser olhado: característica forte do comportamento da modernidade e pós-modernidade. A moda apresenta mudança constante de gostos, hábitos e comportamentos atuando de forma imperativa e hegemônica (LIPOVETSKY, 1989).

Como cita J. Daolio em *Da Cultura do Corpo* (1994), é “no corpo estão inscritas todas as regras, todas as normas e todos os valores de uma sociedade específica, por ser ele o meio de contato primário do indivíduo com o ambiente que o cerca”. A história do corpo é um processo mutável assim como a História da Humanidade: “chegamos nus ao mundo, mas logo somos adornados não apenas com roupas, mas com a roupagem metafórica dos códigos morais, dos tabus, das proibições e dos sistemas de valores que unem a disciplina aos desejos, a polidez ao policiamento.” (PORTER, 1999, p. 325)

Dessa forma, pode-se entender a roupa que vestimos e a relação do corpo com a moda como deslocamentos da energia sexual e das pulsões no decorrer da vida humana, que

constituem a necessidade de ser olhado e de relacionar-se com outros indivíduos com a finalidade de formar a visão própria do corpo e, conseqüentemente, do próprio estilo. O indivíduo vive em uma busca incessante para seguir os modelos estipulados pela moda e utiliza o corpo como comunicador de tal realização.

CAPÍTULO 3

MODA E PSIQUE: A REPRESENTAÇÃO DO EU NA VIDA COTIDIANA POR MEIO DO VESTIR-SE

A frase que dá nome a este capítulo é também título de uma das obras mais importantes do antropólogo canadense, Erving Goffman: “A Representação do Eu na Vida Cotidiana” (1956). No livro, Goffman explora as interações sociais entre indivíduos e como as relações cotidianas moldam o seu “eu”. Para o autor, apesar de não ser capaz de definir totalmente, todo indivíduo é capaz de manipular a impressão que os outros terão a respeito dele, por meio de “apresentações do self, onde são veiculadas representações de identidade e de individualidade” (BRAGA, 2005, p.8). Dessa forma, o comportamento desse indivíduo no cotidiano é semelhante ao de um ator no palco, constantemente gerenciando sua imagem de acordo com a plateia para a qual se apresenta, e o modo como se veste faz parte desse teatro.

O reconhecimento da individualidade associado ao “eu”, tal qual conhecemos hoje, nem sempre foi socialmente aceito. Em A Gaia da Ciência (2001), Nietzsche reforça essa premissa ao afirmar que “durante o mais longo período da humanidade, (...) não havia nada mais aterrador do que sentir-se particular”. O conceito de individualidade acompanha o surgimento das sociedades modernas, e com a consolidação das práticas capitalistas – sob a influência do liberalismo econômico, que defendia a intervenção mínima do Estado na economia e as liberdades individuais nos campos político, religioso e intelectual. Para que o indivíduo contribuísse para a operação da máquina produtiva durante a Revolução Industrial, era preciso que ele fosse autônomo, acreditasse ser “livre”.

Para Gramsci (1986), o individual e o coletivo não podem se dividir ou existir independentemente, em decorrência do forte impacto que a sociedade de massas causa no indivíduo. O homem massificado não pode ser um indivíduo puro em essência, ele depende das dinâmicas socioeconômicas de políticas e classes, objetividade e subjetividade.

“O indivíduo, no pensamento de Gramsci, é um sujeito dotado de consciência e de responsabilidade, é capaz de autodeterminar-se, mas nunca é pensado fora de seu contexto socioeconômico com o qual interage constantemente” (SEMERARO, 1999, p.161).

O indivíduo marxiano também foi pensado em sua forma coletiva de representação, sendo ela mediada pelo trabalho, que para Marx seria a ação do homem sobre a natureza. Para Marx, “a forma de produtividade humana peculiar à ordem capitalista implica um tipo

especial de nexos sociais entre os indivíduos, e, portanto, de individualidade social". A individualidade de um sujeito se expressaria por meio das relações de produção:

“(…) na produção social da sua vida, os homens contraem determinadas relações necessárias e independentes de sua vontade, relações de produção que correspondem a uma determinada fase de desenvolvimento das suas forças produtivas materiais. O conjunto dessas relações de produção forma a estrutura econômica da sociedade, a base real sobre a qual se levanta a superestrutura jurídica e política e à qual correspondem determinadas formas de consciência social. O modo de produção da vida material condiciona o processo da vida social, política e espiritual em geral. Não é a consciência do homem que determina o seu ser, pelo contrário, o seu ser racional é que determina a sua consciência” (MARX, 1983, p.24).

A moda nesse contexto, seria portanto, aquilo que liga e reconcilia o individual e o coletivo, aquilo que permite que o indivíduo faça valer suas preferências dentro de um âmbito coletivamente determinado. (GODART, 2010, p 29). É a partir da filósofa húngara Agnes Heller, considerada um dos nomes mais significativos da Escola de Budapeste⁹, que o indivíduo vem essencialmente ao centro das reflexões. Chaves (1996, p. 424) afirma que Agnes Heller “apresenta uma teoria da socialização do indivíduo que tem como destinatário certamente o sujeito individual”. Uma particularidade da obra de Heller é que para ser entendido, o indivíduo é colocado dentro de um contexto: o da vida cotidiana. Diferente de Marx, a autora trata a vida cotidiana como algo que independe do sistema de produção vigente à sua época, apesar de reconhecer a importância dos determinantes socioeconômicos nos quais estamos inseridos.

É na cotidianidade que surge um conceito importante para entender o conceito de individualidade tal qual conhecemos hoje em dia: a subjetividade. Em "O Conceito de Cotidianidade em Agnes Heller e a Pesquisa em Educação", Patto¹⁰ (1993) entende a cotidianidade como elemento fundamental para a humanização que Heller resgata em seus estudos.

"Numa sociedade estratificada, o ser humano, ao nascer, encontra-se limitado em sua relação com a totalidade, pois necessita, antes de tudo, adquirir “competência” para orientar-se, aprender a usar as coisas e lidar com as instituições. Quanto mais complexa a sociedade, maiores os desafios e as provas de suas capacidades. Para a grande maioria dos humanos, a permanência na vida cotidiana abrange toda a vida, mas para

⁹A Escola de Budapeste foi uma escola de pensamento, originalmente do humanismo marxista, mas depois do pós-marxismo e do liberalismo dissidente que surgiu na Hungria no início dos anos 1960. Seus membros eram alunos ou colegas de Georg Lukács e originalmente orientados pela sua ontologia social e estética. No entanto, começou a desafiar o paradigma do marxismo lukacsiano, reconstruindo assim a teoria crítica contemporânea.

¹⁰PATTO, Maria Helena Souza. Conceito de cotidianidade em Agnes Heller e a Pesquisa em Educação. Perspectivas, v. 16, p. 119-41, 1993.

outros, significa um mediador do não-cotidiano, ou seja, a preparação para transcender a particularidade em busca do desenvolvimento máximo da essência humana." (PATTO, 1993)

3.1. INDIVIDUALIDADE E SUBJETIVIDADE, UMA CONCEPÇÃO PSICANALÍTICA DO EU

Como conceito geral, enquanto a identidade trata do pertencimento de um indivíduo dentro um contexto coletivo, a subjetividade liga o sujeito às suas próprias escolhas, encarrega-se dos princípios e da individualização. E a roupa não se limita a esconder, mas, sim, revelar a subjetividade do ser humano para o universo exterior, ao mesmo tempo em que favorece a interiorização do sujeito que dela faz uso. Ela tem uma função política, social, sociológica ao apresentar a identidade individual ao mundo externo (NUNES, 2008).

De acordo com a concepção helleriana, a individualização humana é caracterizada principalmente por demandas, as quais a autora chama de "necessidades". Em qualquer contexto histórico ou social, as pessoas terão suas necessidades: carências (necessidades sociopolíticas) e desejos (aspirações individuais). Entender os desejos é um dos pontos de interesse da Psicanálise. Para essa ciência, o desejo não é necessariamente um livre querer, mas é dimensionado pela dimensão do singular, e não do universal. Para o psicanalista Mauro Dias Mendes (2005), isso se dá porque "a questão que o universal coloca marca definitivamente o desejo, uma vez que ele aí comparece fazendo incidir os efeitos da castração, para constituição de laços sociais diferenciados."

Ao analisarmos as estruturas de organização da vida comum a todos – a vida cotidiana – o “eu” desempenha uma função decisiva na comunicação da linguagem da moda. E o vestir, apesar de espelho das dinâmicas sociais e das relações de poder, também reflete a imagem dos indivíduos no mundo de maneira mais subjetiva, como reflexo dos seus desejos e identidade. Em resumo, para o homem pós-moderno a vestimenta é um reflexo de si mesmo. Uma possibilidade de representação do seu papel social mas também a possibilidade de comunicação da sua identidade. Para Lipovetsky, a moda não permitiu unicamente exibir um vínculo de posição, de classe, de nação, mas foi um vetor de individualização narcísica, um instrumento de alargamento do culto estético, do Eu. (LIPOVETSKY, 2004, p.39).

A moda serve como um instrumento de comunicação o qual o homem se serve, ora lucidamente, ora sem o saber. Algo que acontece de maneira consciente, reflexo daquilo que se dá conta — o que diz e como quer se diferenciar ou pertencer a determinados grupos sociais —, mas principalmente como reflexo de desejos, medos e pulsões que muitos

indivíduos sequer sabem que existem, algo que habita um espaço psíquico que a teoria psicanalítica conhece como o "inconsciente".

A psicanálise, se relaciona com a moda a partir da concepção de identidade. De acordo com Freud (1917_1996), “o eu não é senhor em sua própria morada”. O indivíduo não é meramente reflexo da sociedade, uma vez que articula variáveis que se moldam ao seu redor, sendo ele próprio, um agente construtor da sua individualidade. Ainda que sujeitos a base social comum e a oportunidades idênticas, cada um, por seu papel de sujeito, construirá o seu modo de apresentar-se ao mundo distintamente. Segundo Pinheiro e Freire (2016), a identidade de cada um também é formada por processos inconscientes ao longo do tempo. Desse modo, sabemos que há sustentações do inconsciente para construção de identidade e, como referenciado no capítulo anterior, para construções de estilos.

3.1. O ENIGMA DO “EU IDEAL”: A MODA COMO MECANISMO DE EXPLORAÇÃO DE MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES DO SER

Antes de seguir adiante, é importante nos aprofundarmos no conceito de inconsciente. Para Sigmund Freud (1910), pai da teoria psicanalítica, a "inconsciência" seria um aparelho psíquico à parte que os seres humanos possuem e que guardaria desejos banidos da consciência, manifestando-se por meio de pensamentos, sonhos, lapsos de linguagem (chamados de atos falhos), e transtornos físicos.

Já para o psiquiatra Carl Jung, o inconsciente é formado por “uma profusão de pensamentos, imagens e impressões provisoriamente ocultos e que, apesar de terem sido perdidos, continuam a influenciar nossas mentes conscientes” (JUNG, 1977, p. 33). O psiquiatra acredita que o inconsciente não é apenas um depósito de eventos e memórias do passado, mas também uma fonte de novas ideias e pensamentos que nunca acessaram a consciência. Em resumo, o que nos é reprimido é um protótipo do que é inconsciente. Esse processo foi chamado pelo psicanalista Carl Jung de individuação. E nele somos levados a estabelecer contato com o inconsciente – local do desejo. Portanto, é o inconsciente que, marcado pela falta, alimenta o desejo. Como apontam Pinheiro e Freire (2016), “a moda seria uma maneira de estruturar o ego do sujeito, num eterno jogo de sedução, onde será sempre mantida a ativa esperança de encontrar aquilo que lhe falta”.

A concepção de ausência é fundamental para entender a relação da teoria psicanalítica com a moda. Para a teoria lacaniana¹¹, por exemplo, a própria arte se caracterizaria como

¹¹Referência a um dos tantos pensamentos teóricos do psicanalista francês Jacques-Marie Émile Lacan.

"uma organização em torno e a partir do vazio" (Lacan, 2002, p. 59). Na moda, o corpo apresentado no capítulo anterior, pode ser visto, metaforicamente, como tal vazio. Tanto a tela vazia quanto o corpo nu, se inseridos em certo contexto, podem auxiliar na significação do todo, mas por si só continuarão sendo vazios e prontos para receber tinta, tecido e adornos, a fim de revestirem-se de sentido e representação.

Basear-se nessa teoria também é uma maneira de entender que com o estilo nem sempre é possível para um indivíduo explicar ou expressar tudo aquilo que deseja. Dessa maneira, cada roupa comprada e vestida é vista como um ciclo infinito de pulsão para preencher uma ausência. O indivíduo usa a moda como um signo que o ajuda a preencher um vazio. Assim sendo, ao comprar algo, não há um desejo pelo objeto em si, mas pelo que há em torno dele que viria a preencher uma falta.

Isso nos ajuda a entender porque a psicanálise lida com o que é ausente aos sujeitos. Ela lida com os contornos do que falta, do que escapa ao ser humano. E tem como base a sua conexão com o mundo exterior, o objeto – seja uma coisa, uma pessoa, um acontecimento – que está diante do sujeito e como esse o instiga. A dimensão do desejo se definiria pela falta e não pela presença de um objeto.

A infância é o ponto de partida para entender como as roupas são usadas para suprimimento da ausência e para compreender as dinâmicas do vestir-se de maneira geral. Durante o início do século XX, a resposta padrão dada pelos pensadores europeus para a frase "com que roupa eu vou?", que abre esta monografia, propunha a existência de três motivos fundamentais de por que os seres humanos usam roupas: proteção corporal, modéstia e decoração.

Flügel (1932) concentra-se nos motivos de modéstia e decoração. Aqui, voltamos ao capítulo dois, em que as roupas serviam, simultaneamente, para esconder e chamar a atenção para o corpo.

"O instinto exibicionista relaciona-se originalmente com o corpo nu, mas no curso do desenvolvimento individual ele inevitavelmente (nas raças civilizadas) é deslocado, em maior ou menor grau, para as roupas. As roupas são, no entanto, primorosamente ambivalentes, na medida em que cobrem o corpo e, portanto, servem às tendências inibidoras que chamamos de "modéstia" e, ao mesmo tempo, fornecem um meio novo e altamente eficiente de gratificar o exibicionismo em um novo nível. (Flügel 1932, p. 120)

Com base nas teorias de Flügel, ao caminhar da infância para a idade adulta, metaforicamente, seres humanos saem de um estado de nudez e tornam-se "civilizados". A

jornada que um bebê percorre ao crescer é também a percorrida pela mente para chegar a sua estrutura final. Com base nos Três Ensaios sobre a Sexualidade (1905), de Freud, Flügel sugere que até se tornar um adulto socializado, a criança nasce em uma condição de amor próprio narcista, que se manifesta principalmente “ao admirar o próprio corpo e exibi-lo aos outros, para que outros possam compartilhar da admiração.”

Para Navarri (2014), a partir das primeiras trocas de olhares e dos primeiros prazeres visuais, são organizados os objetos e objetivos da pulsão, que contribuem para o aparecimento de satisfações psíquicas de ver e de se exibir. As experiências vividas na infância, no momento da constituição psíquica, levam a formação de uma identidade que, por conseguinte, influenciam nas escolhas de estilos. Nesse contexto, as figuras maternas e paternas tornam-se as primeiras referências de estilo de um indivíduo.

Para a Psicanálise, as funções materna e paterna são funções de ordem prática que possuem uma série de diferentes atributos de acordo com a fase de desenvolvimento da criança e são exercidas por adultos tutelares (mãe e pai, sejam eles biológicos ou adotivos). Vale ressaltar que tais funções (materna e paterna) não necessariamente estão vinculadas ao gênero de quem as exerce ou a modelo tradicional familiar (BORGES, 2005). Sabe-se que a criança estabelece conexões com as funções materna e paterna e suas relações de objeto futuras são derivadas dessas primeiras vivências e elas são necessárias para a sua estruturação e desenvolvimento psíquico.

Em um dos contornos da Psicanálise, a relação humana com os objetos pode ser explicada como a relação de um sujeito com o outro. Uma relação que começa ainda na infância, no relacionamento da criança com os pais. Particularmente, com a mãe. Freud (1910) afirma que a escolha de objeto de uma criança deriva de sua necessidade de amparo. O primeiro objeto de amor da criança é a mãe, ou alguém que desempenhou o papel materno, pois foi com esse olhar que a criança se sentiu amparada. O amor seria uma forma narcísica de sexualidade pois colocaria a mulher, que é condicionada a fazer do amor o centro da sua existência, como o centro do olhar alheio.

Para Freud, a criança nasce com uma condição própria narcísica: "ela encontra expressão natural na exibição do corpo nu e na demonstração de seus poderes, e pode ser observada em muitas crianças" (Flügel 1930, p. 86). Este estado de nudez infantil cessa com a chegada das proibições somáticas associadas às forças do pudor, explicadas no capítulo 2. Analogicamente a Adão e Eva e sua expulsão do paraíso, o corpo da criança é coberto e a vergonha é desencadeada quando muito dele é revelado de forma inadequada.

Nesse viés, pode-se citar Araújo (2010): quanto às realizações pessoais, essas têm por base o ideal de ego que foi forjado a partir das identificações parentais e que permitiu o surgimento do narcisismo secundário em substituição ao período do narcisismo primário, quando a criança era o seu próprio ideal. (ARAÚJO, 2010, p. 03). O narcisismo tem origem na Grécia e significa o amor do indivíduo por si mesmo. No entanto, apenas em 1914 é que Freud adiciona o termo no discurso psicanalítico, colocando-o como uma parte da constituição do amor-próprio, da autoestima e da autopreservação do sujeito. Diferente da associação negativa que se tem a respeito do narcisismo, esse é um fenômeno psíquico comum e indispensável a todos os indivíduos.

Uma formação importante do narcisismo se liga à autoestima. Araújo (2010) cita que a autoestima depende de três aspectos: do resíduo do narcisismo infantil, das realizações do ideal de ego e da satisfação das relações amorosas. Quando tais realizações não ocorrem, o indivíduo acaba por fazer grandes investimentos em algo “que possui a excelência que falta ao ego para torná-lo ideal” (FREUD, 1914/1974, p. 18).

Em “O Eu e o Id - autobiografia e outros textos” (1923), Freud sugere que a mente humana é dividida em três partes: o id, o superego e o ego. O id seria a dimensão do instinto primitivo e a força propulsora última do organismo. O superego seria um mecanismo igualmente primitivo que controla os desejos do id. E, finalmente, o ego teria a difícil missão de equilibrar as exigências do id, do superego, e do mundo exterior para que o indivíduo consiga sobreviver e funcionar em sociedade. Ele é, segundo a psicologia freudiana, uma personalidade consciente, com a qual raciocinamos de acordo com as leis da lógica e do ambiente em que vivemos.

O modelo de Flügel¹² da mente humana, no qual suas ideias sobre roupas são pautadas, é uma adaptação da divisão tripartida de Freud da mente em id, superego e ego. A roupa, para Flügel, surge para conciliar as demandas que essas forças mentais opostas impõem ao corpo e à psique humana.

A moda, analisada pelo viés psicanalítico, oferece ao indivíduo estilos a que ele possa imitar, regras a que ele tem de seguir, e uma autoridade refletida em padrões estéticos: cuida, protege e veste prazerosamente, sendo assim uma forma de estruturar o ego do sujeito, num jogo de sedução (PINHEIRO E FREIRE, 2016, p.11).

A partir da teorização do narcisismo e das funções paterna e materna traz-se a importância do “estádio do espelho” nesse processo de vestir-se. Sobre o estágio do espelho,

¹²FLÜGEL, John Carl. Polyphallic Symbolism and the Castration Complex. The International Journal of Psychoanalysis, 1924, p. 155-196.

o psicanalista francês, Jacques Lacan demonstra que entre os 6 e 18 meses, os bebês passam por uma etapa de reconhecimento da sua imagem no espelho, reconhecendo-se pela primeira vez como um ser único. Mas, ao reconhecer-se no espelho, transforma-se com base em uma identificação por meio de uma imagem que vem de fora. Nesse período, a criança também torna-se alvo do olhar desejante do outro, especialmente da mãe.

Apoiando-se na teoria do estágio do espelho, o desejo do indivíduo é mediado pelo seu desejo de ser olhado pelo outro. O indivíduo assume-se em sociedade como um ser, de acordo com o olhar que o outro lança sobre ele. Um olhar semelhante ao dado pela mãe durante a infância. Aqui a moda pode ser explicada como uma mãe "sedutora", que rememora a esse indivíduo a sensação de excitação e completude.

Daí em diante haverá uma tendência individual em buscar essa antiga completude narcísica, buscando alguém ou algo que evoque o olhar de admiração da mãe. Essa busca molda o sujeito como um ser que busca o olhar do outro, tornando-se “o desejo do desejo do outro” (LACAN, 1949, p.992). No estágio do espelho, a criança organiza uma visão sobre seu eu corporal apoiada no olhar exterior, com uma satisfação narcisista. Para Mauro Mendes Dias (1997):

Considera-se aqui, pela Psicanálise, que há um valor formativo da imagem, para que o ser falante se constitua como tal. Aliás, é o que o diferencia da espécie animal, em particular dos macacos, que, mesmo sendo despertados mais cedo que o bebê humano para o interesse pela imagem no espelho, interrompem tal interesse, sem qualquer tipo de retorno. No caso do bebê humano, o interesse pela imagem é o que lhe possibilitará realizar uma transmutação de uma condição da qual ele é o portador. Ao nascer, o trabalho de mielinização que lhe permite adquirir a postura ereta é precipitado por um fator psicológico. Tal precipitação é o que faz com que a cativação pela forma ereta de um Outro o impulsione para o júbilo por sua imagem, advinda na mesma condição, diante do espelho. Por isso mesmo, pode-se afirmar que a fase do espelho, ilustra uma antecipação do psicológico sobre o biológico, na constituição da criança. Ao mesmo tempo em que se pode observar nessa etapa a vigência de uma identificação formadora, qual seja, aquela que é realizada pelo sujeito ao se considerar como um Eu.

Do ponto de vista psicanalítico, essa teoria nos ajuda a compreender a necessidade – quase desesperada – de sermos notados, e como a moda assume protagonismo na concretização desse desejo de alcançar o “Eu Ideal”. O indivíduo assume-se em sociedade como um ser, de acordo com o olhar que o outro lança sobre ele. Um olhar semelhante ao dado pela mãe durante a infância. Na medida em que passa a ser visto, precisará cada vez mais de um outro que o deseje, para determinar o seu lugar na sociedade e alimentar o seu eu narcísico.

O enigma do “ver e ser visto” (processo iniciado na fase do espelho e que permanece ao longo da história social vivida por cada um) transforma-se em um mecanismo de pertencimento e de significação simbólica. Segundo a Psicanálise, as pessoas investem em si seguindo os padrões da moda na busca pelo investimento do olhar e desejo do outro. Desejamos, avidamente, através da nossa pulsão escópica (vontade, desejo de olhar e ser visto), um olhar desejante (olhar esse que certifica nossa existência) que funciona como um prolongamento do tato simulando o acolhimento materno.

Como na função materna, o papel da moda é de antecipar necessidades da criança. Dentro desse cenário, a busca por tendências pode ser vista para o sujeito como uma maneira que a mãe antecipa suas carências, aliviando suas necessidades e desejos. O que alimenta a moda é a vontade de olhar e ser olhado: característica forte do comportamento da modernidade e pós modernidade. A moda apresenta mudança constante de gostos, hábitos e comportamentos atuando de forma imperativa e hegemônica (LIPOVETSKY, 1989).

De acordo com Figueiredo e Miranda (2017), projetamos nas roupas desejos pulsionais com a finalidade de fazer do outro parte do eu. Portanto, mesmo sendo produto da individualidade, o estilo ainda é uma busca pela atenção dos olhares como uma maneira de reafirmação identitária.

Usando uma concepção psicanalítica do "eu", em vez de tratar a identidade como uma coisa finalizada, concreta, podemos tratá-la como um processo em andamento. Psicanaliticamente, "continuamos buscando a identidade e construindo biografias que tecem as diferentes partes de nossos eus divididos numa unidade porque procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude” (HALL, 2006, p. 39).

O desejo do homem de agradar seu meio social contém duas tendências contraditórias, em cujo jogo e contrajogo em geral, as relações entre os indivíduos seguem seu curso. Por um lado, contém bondade, um desejo do indivíduo de dar alegria ao outro; mas, por outro lado, há o desejo de que essa alegria e esses ‘favores’ refluam para ele, na forma de reconhecimento e estima. A natureza dessas forças é tal que a presença de cada uma se torna a condição para a realização de ambas. Os poderosos precisam dos fracos porque, para começar, sem o reconhecimento deles, o jogo da competição nunca teria existido. Agradar pode, assim, tornar-se um meio da vontade de poder: alguns indivíduos exibem a estranha contradição de que precisam daqueles acima dos quais se elevam pela vida e pela ação, para seu próprio sentimento de si mesmos quando os subordinados percebem que são subordinados. (Clássicos da Moda, de Carlyle a Barthes, 2003).

Esse paradoxo se exemplifica historicamente pela criação da moda como um sistema social, no período posterior à Revolução Francesa, em que a burguesia tentava buscar seu lugar em sociedade, diferenciando-se da nobreza, mas em essência tornando-se similar à ela. Voltando a Barthes (1972), uma das figuras retóricas que distinguem a mitologia burguesa é a incapacidade de imaginar a existência do outro, sendo ele um escândalo que ameaça a sua existência.

Para lidar com o outro, essa burguesia traça duas estratégias: primeiro, nega a sua diferença, o domestica, reduzindo a sua alteridade a uma mesmice. Aqui, podemos usar como exemplo a adoção de tendências e estilos de um determinado grupo social vindo de classes sociais as quais o mesmo considera inferiores. E por fim, o outro pode ser transformado em exotismo sem sentido, "um objeto puro, um espetáculo, um palhaço".

É importante salientar que o constante esforço empreendido no sentido de alcançar um estilo, pode mergulhar o sujeito em estados de angústia, pois quanto mais o sujeito se permite vulnerável à suprir o vazio de sua existência pelo olhar do outro, mais ele se depara com seu sofrimento, mais ele deseja desesperadamente consumir objetos (DANTAS & TLOBER, 2003, s/p). No caso desta monografia, os objetos da moda.

Mesmo que a noção do que conhecemos como estilo seja traçada com base na individualidade, e na identidade, buscamos dentro dessa identidade projetar nas roupas desejos pulsionais com a finalidade de fazer do outro parte do eu. Portanto, levamos para a roupa a busca pela atenção dos olhares como uma maneira de reafirmar o ser. (FIGUEIREDO e MIRANDA, 2017).

Para a Psicanálise, não existe uma identidade unificada, mas múltiplas identidades, as quais buscamos e exploramos, e com as quais podemos nos identificar apenas temporariamente. Desse modo, ter um estilo não significa de fato ser protagonista de todos os significados que nele estão, como seres coletivos, nossa individualidade é pautada por um sistema social, que preexiste a nós, e de processos do inconsciente, que se iniciam na infância, e que são pautados pelo mundo exterior, pelo Outro.

A moda pode servir para um indivíduo como um meio para buscar essas identidades, o que pode explicar a escolha de diversos estilos de um sujeito ao longo da vida. As roupas e o consumo tornaram acessível na pós-modernidade a exploração de múltiplas possibilidades do ser. Como exemplifica Strieder (2021), a metáfora do quebra-cabeça de Bauman (2005) nos ajuda a entender esse fenômeno de construção identitária:

"no caso do jogo é possível juntar as peças sabendo qual a imagem será formada, pois ela aparece impressa na capa, podendo assim ir examinando cada etapa

para saber se o processo está sendo feito de forma correta; no caso da identidade pessoal, como ele apresenta, é um quebra-cabeça incompleto, porque nunca se saberá quantas peças faltam para que se complete, as peças podem até ser reunidas de forma significativa, mas não há uma prévia da imagem que será formada e, portanto, diferente do jogo, que é orientado para um objetivo específico, a identidade apresenta um trabalho direcionado para os meios" (BAUMAN, 2005, apud MOURA, 2018, p.32).

Em geral, psicanaliticamente, os indivíduos utilizam as roupas como modo de supressão da falta existencial, da sensação de afago materno perdido na infância, para comunicar (ainda que não conscientemente) as pulsões e os desejos que os habitam. Em resumo, usam o vestir-se para representar os múltiplos eus que tecem a sua biografia. Alguns buscam libertar-se das roupas, pois trazem na imagem delas uma concepção de prisão e rigidez. Mas há aqueles que as utilizam para transformar as amarras da moda em uma demonstração de sua força interna (FIGUEIREDO e MIRANDA, 2017, p.22).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender o modo de vestir é uma forma de identificar alguns aspectos psicológicos de um sujeito, ferramenta de percepção da qual a psicanálise, como método investigatório, tem se apropriado. Reconhecer-se naquilo que se veste é uma tensão permanente que envolve individualidade, corpo, e o olhar do outro. A roupa aqui pode ser vista não apenas como objeto material que adorna o homem, mas como um mecanismo de representação identitária, sua visibilidade no mundo, a pele que veste. Já que por meio de palavras, nem sempre é totalmente possível a expressão daquilo que se deseja, seja pelo emissor ou pelo receptor.

Como relatado no primeiro capítulo, muito antes do reconhecimento da moda como um sistema, a formação de um estilo pessoal estava majoritariamente atrelada à coletividade, seja pela necessidade de pertencimento a uma tribo ou grupo social ou pela necessidade de diferenciação dos mesmos. É inegável que esses aspectos – aliados a modos de vida, biótipo, localização geográfica, padrão socioeconômico, entre diversos outros fatores – ainda ressoam sobre os indivíduos, mas encontrar um estilo hoje também é um mecanismo de reconhecimento identitário, de representação do Eu, em vez do Nós – um trabalho que envolve aspectos da psique dos quais sequer temos conhecimento, o nosso inconsciente, onde habitam as pulsões, os medos, os desejos, as ausências.

A moda, analisada por um viés psicanalítico, pode oferecer aos indivíduos os objetos que preencham e amenizem esses aspectos da mente humana. Ela pode ser o objeto de desejo das nossas pulsões somáticas (físico) e anímicas (relativas à alma, ao imaterial), uma forma de comunicação por meio de uma linguagem não-verbal, uma supressão da falta existencial, da sensação de afago materno perdido na infância, um elemento do enigma do ver e do ser visto pelo outro. Mas, acima de tudo, ela é uma representação de identidades na vida cotidiana, de expressão dos múltiplos eus que tecem a nossa biografia. Encontrar um estilo significa de alguma maneira um encontrar a si.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. **A Morte do Autor. In: O Rumor da Língua.** São Paulo: Brasiliense, 1967.

. _____. Inéditos vol.3 - **Imagem e Moda.** São Paulo, Martins Fontes, 2005.

. _____. **Sistema da Moda.** Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

. _____. *O Grau Zero da Escrita* (1953)

. _____. O Efeito de Real. In: BARTHES, Roland (et al). *Literatura e Semiologia: Pesquisas Semiológicas.* Petrópolis: Vozes, 1972.

BAUDELAIRE, Charles; BALZAC, Honoré de; AUREVILLY, Barbey D'. **O manual do dândi: A vida com estilo.** Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

BORGES, Maria Luiza Soares Ferreira. **Função materna e função paterna, suas vivências na atualidade.** 2005. 148 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) — Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005.

BRAGA, Adriana. **Sociabilidade no Livro de Visitas:** uma dimensão comunicacional da feminidade contemporânea. In: Braga, A. (org.). *CMC, Identidades e gênero: teoria e método.* Covilhã/Portugal: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 25-55.

CARTER, Michael. "J. C. Flügel and the Nude Future." *In Fashion Classics from Carlyle to Barthes.* Oxford and New York: Berg, 2003.

CHAVES, Antonio M. **Heller e Habermas: a questão do destinatário da teoria.** In: *Revista Brasileira de Filosofia.* Vol. XLIII, Fac.184. São Paulo, 1996. p. 419-435.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas.** 2º ed. São Paulo : Senac, 2013.

DAOLIO, Jocimar. **Da cultura do corpo.** 2 ed. Campinas: Papyrus

DE CAMPOS, Albuquerque. *A representação do corpo na Modernidade: especificidades na publicidade,* Brasília, 2007. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/185252737.pdf>

DIAS, Mauro Mendes. **Moda divina decadência: ensaio psicanalítico.** São Paulo: Hacker Editores, Cespuc, 1997

FIGUEIREDO, Luiz; MIRANDA, Carla. **Moda e sociedade: uma visão sobre o vestir.** *Revista Diálogos Acadêmicos,* Fortaleza, v. 6, jan./jun. 2017.

FLUGUEL, John C. Unpublished transcript of a talk given by Flügel on BBC Radio, 26 June 1928.

———. *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press, 1930.

———. *An Introduction to Psycho-Analysis*. London: Victor Gollancz, 1932.

FOUCAULT, M. *Dits et écrits* (1954-1988). Paris: Gallimard, 2001. 2 v

FREUD, S. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996. [Os volumes abaixo referem-se a esta edição]:

_____ (1915b). **O inconsciente**. Vol. XIV. p. 165-222.

_____ (1914b). **Sobre o Narcisismo: uma introdução**. Vol. XIV. p. 81-108.

_____ (1915a). **Pulsões e seus destinos**. Vol. XIV. p. 123-144.

FREUD, Sigmund. **O ego e o id**, 1923. In: _____. **O ego e o id**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p.

FREUD, Sigmund. **Obras completas, volume 9**: observações sobre um caso de neurose obsessiva, uma recordação de infância de Leonardo Da Vinci e outros textos (1909-1910).

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu e outros textos** (1920- 1923). Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011 [1921].

FREUD, Sigmund. **Três ensaios sobre a teoria da sexualidade**: as transformações da puberdade. In: FREUD, S. Um caso de histeria, três ensaios sobre a teoria da sexualidade e outros trabalhos. Rio de Janeiro: Imago, 1972. p. 213-237. (Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, volume VII).

GODART, Frédéric. **A sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. 20ª ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014 [1988].

GRAMSCI, A. **Concepção dialética da história**. 6. ed. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 1986.

HALL, S. (2006). **A identidade cultural na pós-modernidade (11ª. Edição)**. São Paulo.

HELLER, A. **The basic question of moral philosophy**. *Philosophy and Social Criticism*, 2(1): 35-63, Summer, 1985.

HELLER, A. Marxist ethics and the future of Eastern Europe: an interview with Agnes Heller. *Telos* (38): 153-59, 1978/79.

HELLER, A. ***Para mudar a vida***. Trad. ital. C. N. Coutinho. São Paulo, Brasiliense, 1982.

HELLER, A, La primeira y la segunda ética de Kant. In: ***Crítica de la ilustración***. Trad. G. Munõz e J. I, Lopes Soria. Barcelona, Península, 1984, p. 21-96.

HERBDIGE, Dick. ***Subculture: The Meaning of Style***. London: Methuen, 1979.

HOLLANDER, Anne. ***O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno***. São Paulo: Rocco, 1996.

JUNG, Carl Gustav. ***O homem e seus símbolos***. Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira, 1977

KEHL, M. R. ***Em defesa da família tentacular***. 2003, disponível no endereço eletrônico: [www.mariaritakehl.psc.br/PDF/em defesa da familiatentacular.pdf](http://www.mariaritakehl.psc.br/PDF/em%20defesa%20da%20familiatentacular.pdf).

KOPPE, Vanessa, M. ***Slow Fashion E A Teoria Das Cinco Peles De Hundertwasser No Desenvolvimento De Uma Plataforma Virtual De Tendências***, Florianópolis, 2019.

LACAN, J. (1964). O Seminário, Livro11. Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. São Paulo: Ed. Jorge Zahar, 1979.

LAVIER, James. ***A Roupas e Moda: uma história concisa***. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G. ***O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas***. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOBO, Suelem Costa. ***A moda na construção das 5 (cinco) peles do ser humano***. São José, 2012.

MARX, K. ***O Capital***. Crítica da economia política. Trad. Reginaldo Sant 'Ana. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1980.

NAVARRI, Pascale. ***Moda & Inconsciente - Olhar de uma Psicanalista***. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

NIEMEYER, Lucy. ***Elementos de semiótica aplicados ao design***. Rio de Janeiro: 2016.

NOBRIGA, Heloisa de Sá. O papel visionário da arte na expressividade do vestir cotidiano / Heloísa de Sá Nobriga; orientador Edson Leite. -- São Paulo, 2018.

NUNES, Katia. **Hundertwasser: Arte e Ecologia**. Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura e Artes Plásticas da Universidade do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Moda também é texto**. São Paulo: Edições Rosari, 2007, 134 p.

PINHEIRO, Ivo Rafael; FREIRE, Renata Santiago. **Psicanálise e moda: função materna e função paterna**. Fortaleza: UNIFOR, 2016.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. Editora claridade, São Paulo, 2007.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização** – do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

STRIEDER, P. Cristina. MODA NO ÂMBITO PSICANALÍTICO: Uma análise do inconsciente nas escolhas de estilo e construção de identidade. Rio Grande do Sul, 2021. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/7275/Cristina%20Paula%20Strieder.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

TARDE, G. *Les lois de l'imitation: étude sociologique*, 2 éd., trad. Alejo Garcia Górgora, Madrid, Daniel Jorro, 1907.

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 56 ed. Petrópolis: Vozes, 1986.