



III EBE | III ENCONTRO BAIANO DE CULT | ESTUDOS EM CULTURA



Entre o belo e o feio

Renata Pitombo Cidreira*

Resumo: Na visão de Georg Simmel, em sua tragédia da cultura (texto original de 1911), o homem vive num jogo entre a sua pulsão criativa e a objetivação dessa ação criadora. Além disso, o homem é, por vezes, suplantado por um espírito objetivo que ele mesmo criou. Para o autor, mesmo que certos motivos sejam criados da forma mais espontânea e interior, ao serem criados, já não há mais controle sobre o seu modo de desenvolvimento. De fato, verificamos tal tragédia na cultura contemporânea e nas experiências criativas no universo da moda, que abusam de certas formas, texturas e modelagens, escorregando entre o feio, o bizarro e, na grande maioria das vezes, o desconfortável. Diante de tal cenário, gostaríamos de compreender como se estabelecem os mecanismos de identificação do belo e do feio no universo da moda, bem como se desenvolvem os mecanismos do gosto na cena fashion. Vestimos realmente o que gostamos? Ou vestimos o que pensamos que os outros gostariam que nós vestíssemos?

Palavras-chaves: Gosto, Moda, Cultura, Arte, Beleza.

Introdução

Será que a maneira como nos vestimos corresponde aos nossos gostos? Ao me colocar esta questão, movida por um ensaio do historiador francês medievalista Michel Pastoureau (2010), percebi o quanto o tema do gosto é determinante no mundo da moda e nas nossas escolhas.

* Jornalista, Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (FACOM/UFBA), professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), líder do grupo de pesquisa Corpo e Cultura (cadastrado no CNPq) e autora de **Os sentidos da moda** (Annablume, 2005).
E-mail: pitomboc@yahoo.com.br

No ensaio, Pastoureau nos chama atenção para o fato de que nossas escolhas, nossos gostos, nossos comportamentos passam pelo olhar do outro e que este olhar é frequentemente constrangedor e, por vezes, chega mesmo a ser tirânico. Assim, para o autor, sobretudo no que diz respeito as cores, nem sempre as que amamos, as que são as nossas preferidas, são as que realmente escolhemos e vestimos. Ao menos nas grandes cidades europeias, a impressão de uniformidade cromática é impressionante: tudo é preto, cinza e marrom no inverno; e bege, azul e branco no verão, embora pesquisas revelem que as cores preferidas são, em primeiro lugar o azul e em segundo o verde.

Diante desse paradoxo, qual seja, de que não vestimos as roupas nas cores que mais amamos, nos questiona Pastoureau: Nós somos vítimas do mal gosto dos fabricantes de tecidos e de vestimentas? Ou as belas cores são tão preciosas que não devemos abusar delas? Questões as quais eu acrescentaria: Como se desenvolvem os mecanismos do gosto na moda? Vestimos realmente o que gostamos? Ou vestimos o que pensamos que os outros gostariam que nós vestíssemos?

A tragédia na moda

Na visão de Simmel, em sua tragédia da cultura (texto original de 1911), o homem vive num jogo entre a sua pulsão criativa e a objetivação dessa ação criadora. “Contraposto a vida vibrante e infatigável da alma criadora, que se desenvolve sem limites, está seu produto fixo, (...) que retroativamente fixa, (...) aquela vivacidade e a imobiliza” (2005, p. 83). Além disso, o homem é, por vezes, suplantado por um espírito objetivo que ele mesmo criou. O que é criado por sujeitos e para sujeitos transforma-se em objetos que se dissociam de sua origem e passam a seguir uma lógica própria.

Para o autor, mesmo que certos motivos sejam criados da forma mais espontânea e interior, ao serem criados, já não há mais controle sobre o seu modo de desenvolvimento. “Ao cria-los ou recebe-los, percorremos antes o fio condutor de uma necessidade ideal, que é completamente objetiva e não menos preocupada com as exigências de nossa individualidade (...) do que as forças físicas e suas leis” (2005, p.93). Nesse sentido, quando as criações e esferas impessoais adquirem uma dinâmica e lógica próprias, surgem entre estas e as normas e pulsões da personalidade fricções rigorosas, alerta o autor.

Nesse contexto, Simmel se refere especificamente às relações entre as modas no vestuário e aqueles que as usa: “As roupas deveriam ser adaptadas aos sujeitos, já que foram originalmente criadas por estes para serem usadas por eles mesmos, mas em vez disso são os sujeitos que têm de se adaptar aos objetos (as roupas)” (Simmel apud Svendsen, p.137).

De fato, verificamos tal tragédia na cultura contemporânea e nas experiências criativas no universo da moda, que abusam de certas formas, texturas e modelagens, escorregando entre o feio, o bizarro e, na grande maioria das vezes, o desconfortável. Uma atitude de desrespeito ao corpo, para alguns, mas também uma atitude de exploração da capacidade de absorção de interferências que este corpo é capaz de acolher e exibir.

Outra explicação possível para a observação de procedimentos desta natureza é o fato de constatarmos que existe, na contemporaneidade, um sentimento de esgotamento formal. É como se nos déssemos conta de que quase tudo já foi experimentado em termos formais. No caso da moda, em particular, sabemos que as estruturas das peças de roupas se articulam dentro de um certo repertório de moldes já estabelecido e, que as inovações se estabelecem nos pequenos detalhes. Verificamos, ainda, que o que denominamos de revival no universo da moda também é um sintoma deste esgotamento, uma vez que é necessário, de tempos em tempos, recuperar uma forma, um modismo de anos atrás. Assim, diante de um esgotamento formal, há um apelo para a deformidade.

Talvez este seja mais um dos sintomas da contemporaneidade que, na verdade, já tinha sido detectado desde a modernidade através da fecunda percepção antecipatória de Simmel (2007). Em seus escritos sobre a época moderna, o autor argumenta que existe uma oscilação entre hipersensibilidade e insensibilidade: “só a forma mais etérea e a proximidade a mais brutal, as estimulações as mais delicadas e as mais grosseiras de todas, poderão trazer excitações novas aos nervos esgotados e oscilantes entre hipersensibilidade e insensibilidade” (p.38). Diante de tal cenário, é compreensível que as buscas expressivas, também no campo da moda, oscilem entre o agradável e o belo, e o bizarro e o feio.

Poderíamos também argumentar que no próprio universo da moda este não é um fato exatamente novo; o espartilho, o salto alto, a crinolina, a barriga falsa, entre tantas outras invencionices já mobilizaram intensos debates sobre a ditadura da moda, os malefícios que certas peças podem provocar ao corpo, além da simples incorporação de artefatos e formas consideradas feias ou esquisitas, só porque estavam ou faziam, sobretudo as mulheres, ficarem na moda.

A graça do belo

De todo modo, o que sabemos é que de um jeito ou de outro elas se incorporaram ao universo da moda e, portanto, ao corpo das mulheres e “caíram no gosto” dos indivíduos em geral. Se suas formas eram belas ou não essa já é outra questão que aponta para a própria

noção de beleza. Falamos de belo, bonito ou mesmo gracioso, entre outras expressões, para designar aquilo que nos agrada, mas não é fácil conceituar o belo ou a beleza.

Em a *História da Beleza* (2004), Umberto Eco nos ajuda a reencontrar algumas das atribuições associadas a noção do belo ou da beleza e é numa expressão da Grécia antiga que a relação entre o belo e o que é agradável aparece pela primeira vez, através da palavra *Kalón*. *Kalón* é aquilo que agrada, que suscita admiração, que atrai o olhar. “O objeto belo é um objeto que, em virtude de sua forma, deleita os sentidos, e entre este em particular o olhar e a audição”, complementa Eco (p.41).

Outros autores preferiram falar da graciosidade ao invés da beleza, como é o caso de Montesquieu, por exemplo. Num ensaio sobre o gosto, de 1755, Montesquieu fala do gosto como *um não sei quê*, um encanto invisível, uma graça natural que somos capazes de reconhecer em coisas, paisagens e pessoas:

Em algumas pessoas ou coisas há por vezes um encanto invisível, uma graça natural indefinida que somos forçados a designar com a expressão *um não sei quê*. Parece-me que esse é um efeito baseado principalmente na surpresa. Sentimo-nos tocados pelo fato de uma pessoa nos agradar mais do que de início parecia poder fazê-lo; e nos surpreendemos agradavelmente com o fato de ela ter sabido superar as falhas que nossos olhos nela viam, coisa que o coração não achava possível: é por isso que muitas mulheres feias são graciosas, enquanto muitas mulheres belas não o são em nada (p. 51);

Ao expandir esse seu argumento para o universo do vestuário, o autor nos revela que existe uma relação muito próxima entre graça e ingenuidade.

Nada nos agrada tanto numa roupa do que seu aspecto levemente negligente ou mesmo essa desordem que nos oculta todos esses cuidados que o senso de adequação não exige e que se explicam apenas pela vaidade; e no espírito a graça só existe quando o que é dito parece um achado e não algo que se buscou (...). Isso significa que a graça não é algo que se adquire; para tê-la, é preciso ser ingênuo (MONTESQUIEU, 2005, p.54).

Outra noção relacionada a ideia de beleza é a simetria. O próprio Montesquieu reconhece neste mesmo texto que “uma das principais causas dos prazeres da alma, quando ela vê as coisas, é a facilidade de percebê-las; e a razão pela qual a simetria agrada à alma é que a simetria poupa-lhe esforços, alivia sua tarefa (...)” (p.31). A grande questão em torno da simetria, ainda segundo o autor, é que ela tanto pode ser agradável e proporcionar o ato perceptivo, quanto pode ser monótona, ao eliminar a variedade.

Outros autores também já mencionaram a simetria, a proporção e a harmonia das formas como elementos que constituem a beleza. Aliás, como reforça Eco (2004) o senso

comum costuma considerar algo belo quando reconhece proporcionalidade. Esta noção remonta à Grécia antiga, desde os tempos em que Pitágoras sustentava uma visão estético-matemática do universo, argumentando que as coisas existem porque refletem uma ordem e são ordenadas por que nelas se realizam leis matemáticas, que, por sua vez, são condição de existência e de beleza.

De acordo com as observações de Eco, para os pitagóricos que sucederam ao próprio Pitágoras, a harmonia estava relacionada à exigência de simetria: equilíbrio entre duas entidades opostas que se neutralizam uma à outra. Eles explicariam, por exemplo, “que a donzela era bela porque um justo equilíbrio de humores emprestava-lhe um colorido amável, e porque seus membros entretinham uma relação justa e harmônica, dado que eram regulados pela mesma lei que rege as distâncias entre as esferas planetárias” (ECO, 2004, p.73).

Sabemos, entretanto, que a própria noção de proporcionalidade vai variar ao longo dos séculos. Afirmar que é interessante haver uma justa relação entre as coisas não significa estabelecer qual seria a medida desta justa relação. Como nos relata Edmund Burke, no seu texto de 1776 sobre a *Pesquisa filosófica sobre a origem das ideias do sublime e do belo*, “Dizem que o pescoço deveria comparar-se em medida à polpa da perna e deveria ter a dupla circunferência do pulso; (...) Sim, estas proporções podem ser encontradas nos corpos graciosos, mas também nos feios, como a experiência pode a todos demonstrar” (BURKE apud ECO, 2004, p. 97). Aqui nos deparamos com a dimensão perceptiva do homem que se altera e se constitui historicamente. Assim, poderíamos também pensar que a noção de beleza é também ela histórica e cultural. Daí, talvez, a imensa dificuldade em defini-la, em estabelecer critérios rígidos de reconhecimento e legitimidade da mesma.

Talvez continuemos a buscar a proporcionalidade, a simetria e a harmonia, mas o que nos move em direção a esse encontro se modifica continuamente ou talvez a questão seja outra: não poderia a beleza nascer de uma espécie de torção, de tensão inquieta em direção a algo? Essa era a defesa de Edmund Burke, uma vez que este rejeitava a ideia de proporção, até mesmo porque quando se entende a proporção como uma regra rigorosa (como supõe a matemática), se percebe que ela não existe na natureza, no mundo da vida, em última instância.

De todo modo, sabemos que muitos estilistas já experimentaram a busca do belo através da proporção, da harmonia, ou seja, daquilo que é agradável aos sentidos; e também no horizonte da torção, da qual fala Burke, utilizando a desproporção, elementos em dissonância etc., provocando, em algumas circunstâncias, reações incômodas. Neste último caso, muitas vezes, as criações foram consideradas exitosas e tiveram uma excelente aceitação do público e da crítica. Como então compreender o gosto entre o belo e o feio?

Gosto pasteurizado?

No momento de democratização da moda, e portanto, das escolhas, fica ainda mais difícil debater o gosto, sobretudo numa cultura de consumo exacerbado? De fato, não sabemos. O que temos que reconhecer é que a partir do momento em que nos deparamos com a emergência da reprodutibilidade técnica, como já observava Walter Benjamin (2008), nos são apontados novos caminhos para a produção e apreciação da arte, e, poderíamos estender, as demais expressões e produções do homem. Com uma certa dessacralização da arte e o reconhecimento de que vários empenhos produtivos podem ser consumidos e contemplados ao mesmo tempo, a própria expressão do gosto torna-se ainda mais difusa.

O que podemos constatar é que, sobretudo na era da indústria cultural, produtores e distribuidores se deram conta rapidamente de que os gostos são variáveis e que os desejos nascem de forma vaga, o que lhes permite, em certa medida, dominar determinadas técnicas que podem influenciar os gostos e agir sobre as preferências dos consumidores. No entanto, como já astutamente apontava Pierre Bourdieu (2007) o consumidor cultural contribui na produção daquilo que ele consome.

Além de colaborar na produção do que consome, também podemos reconhecer que o consumidor, muitas vezes, impõe suas preferências ao mercado e que mesmo o consumo não é destituído de crítica e que, nas escolhas vestimentares, certas formas e apostas que os estilistas fazem precisam ser conquistadas e acolhidas pelos consumidores. Como comenta Svendsen em **Moda e filosofia** (2010),

Nas interpretações do consumo como conformismo ficamos muitas vezes com a impressão de que há pessoas poderosas instaladas na indústria da moda que decidem, de maneira ditatorial, que aparência devemos ter na próxima estação. Mas essa imagem não corresponde à realidade. Nunca foi verdade que os consumidores simplesmente se permitem ser comandados pela indústria da moda. (...) Se a massa dos consumidores não quiser um estilo, não adianta muito que a imprensa de moda o elogie em bloco – como quando Christian Lacroix foi elogiado pela imprensa por sua saia balonê curta de 1987. A venda de prêt-à-porter nas lojas foi um fracasso e a reputação de Lacroix foi afetada (Svendsen, p. 133).

Observamos, assim, que o gosto é indispensável ao consumo nas democracias industrializadas. No decorrer do século XX, a extensão dos gostos é acompanhada por um alargamento dos públicos e dos consumidores, bem como dos procedimentos de tentativa de controle das preferências. Como observa Olivier Assouly (2007), talvez seja necessário se

questionar: “como os gostos podem ser considerados subjetivos, passando pelos filtros do mercado, do marketing e do mimetismo dos comportamentos?”(p. 10). Pode ainda o gosto ser próprio? A peça de roupa que levamos para casa é fruto de um gosto particular e de uma escolha própria ou está submetida a uma rede de consumo que nos ultrapassa e direciona?

Retomando as questões iniciais formuladas neste texto, arriscamos dizer que não se trata de compreender se vestimos o que gostamos ou o que achamos que as pessoas gostariam que vestíssemos. O problema da formulação é o “ou”, pois, na verdade, deveríamos substituir o “ou” por “e”, uma vez que observamos que fazemos os dois movimentos ao mesmo tempo: Ainda que tenhamos uma preocupação em acompanhar uma tendência, em ter uma certa aprovação do olhar do outro, sempre encontramos uma forma de exercer as nossas preferências.

Logo, cada um tem seu gosto? Acreditamos que sim. No entanto, tal premissa não nos impede de proferir a seguinte: Gosto se discute. E se discute na medida em que é sua expressão que nos reenvia a um sentimento comum: de que todos nós temos a capacidade de sentir e de valorar diante de alguma coisa, seja ela bela, sublime e de outra ordem. Aqui retomamos uma distinção que aparece nas reflexões de Simmel (2007), à propósito da problemática estética, a diferença entre agradável e belo: “O agradável, com efeito, depende da realidade sensível, palpável, das coisas, que deve agir sobre nós diretamente afim de que nós reajamos a sua ação por sentimentos de prazer sensuais. (...) O belo nos traz prazer porque nós lhe atribuímos valor” (p.61).

Percebemos assim, nas palavras de Simmel uma forte inspiração kantiana, cuja contribuição significativa está em tentar reconhecer a importância da sensibilidade nos juízos da beleza. O autor tenta descrever o tipo de condição subjetiva precisa na qual nos encontramos quando julgamos algo belo ou sublime.

O belo, segundo Kant, supõe e mantém o espírito num estado de contemplação tranquila; enquanto o sentimento do sublime, como efeito, um movimento no estado de espírito, associado ao julgamento de apreciação do objeto. No parágrafo 25, o autor denomina sublime tudo que é absolutamente grande, sem possibilidade alguma de comparação; é uma espécie de grandeza que só é comparável a si mesma. Ou ainda: “É sublime o que, simplesmente pelo fato de que nós possamos pensá-lo, demonstra o poder de espírito que ultrapassa toda medida dos sentidos” (KANT, 1995, p. 232).

Percebemos, assim, que a tentativa kantiana é de compreender a situação de prazer na qual nos encontramos diante de algo belo ou sublime, uma vez que nestas situações não se trata de encontrar a resposta para o que sentimos na razão prática. Como argumenta Kant, nestas situações, nossas faculdades cognitivas (entendimento e imaginação) convergem

quando nós contemplamos a forma, porque estando esta finalizada, convém aos princípios da faculdade de julgar, que governa nossas tentativas perceptivas de encontrar as formas finalizadas. Nesta circunstância nós julgamos o objeto belo.

Referências Bibliográficas

- ASSOULY, Olivier (Org.). **Gouts à vendre Essais sur la captation esthétique**. Paris: Institut Français de la Mode, Editions du Regard, 2007.
- BENJAMIN, Walter. **L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique** (version de 1939). Traduction par Maurice de Gandillac. Paris: Editions Gallimard, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp, Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- ECO, Umberto. **História da beleza**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- KANT, Immanuel. **Critique de la faculté de juger**. Traduction de Alain Renaut. Paris: Aubier, GF Flammarion, 1995.
- MONTESQUIEU, Charles de Secondat, Baron de. **O gosto**. Trad. Teixeira Coelho. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- PASTOUREAU, Michel. Les gouts et les couleurs. In **Supplément au Monde**, n 16 (novembre) Paris, 2010.
- SIMMEL, Georg. O conceito e a tragédia da cultura In SOUZA, Jessé e BERTHOLD, Oelze. **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2 ed. 2005.
- SIMMEL, Georg. Filosofia da la Moda In: **Cultura Feminina y otros ensayos**, 4ª ed., Epasa-Calpe, Argentina S.A. Bueno Ayres, 1944.
- SIMMEL, Georg. Essai sur la sociologie des sens In **Sociologie et Epistémologie**. Traduction de L. Gasparini. Presses Universitaires de France, 1981.
- SVENDSEN, Lars. **Moda e filosofia**. Tradução de Maria Luiza X. De A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.