



Universidade de Brasília

Instituto de Psicologia

Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica e Cultura

Entre Moda e Sujeito: Trânsitos da Subjetivação

Ana Cândida Cardoso Cantarelli

Brasília, DF

2013.

Universidade de Brasília

Instituto de Psicologia

Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica e Cultura

Entre Moda e Sujeito: Trânsitos da Subjetivação

Ana Cândida Cardoso Cantarelli

Dissertação apresentada ao Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica e Cultura

Orientadora: Dra. Terezinha de Camargo Viana

Brasília, DF

Universidade de Brasília
Instituto de Psicologia
Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica e Cultura

Entre Moda e Sujeito: Trânsitos da Subjetivação

Ana Cândida Cardoso Cantarelli

Dissertação apresentada ao Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica e Cultura

Orientadora: Dra. Terezinha de Camargo Viana

Banca Examinadora:

Professora Dra. Anita Cristina Azevedo Resende (UFG – Membro externo)

Professora Dra. Veridiana Canezin Guimarães (IESB – Membro externo)

Professora Dra. Márcia Teresa Portela de Carvalho (UnB – Membro efetivo)

Professora Dra. Valeska Zanello (UnB – Suplente)

Brasília, DF

2013.

À Álvaro de Souza Filho,

Maria de Lourdes Cardoso Soares Cantarelli,

Vitor Hugo Cantarelli,

João Vitor Cardoso Soares Cantarelli,

meus portos de partida e chegada, com todo amor e deferência.

Agradecimentos

À Universidade de Brasília pela acolhida e sustentação institucionais tão importantes para a realização da empreitada do Mestrado.

À CAPES pelo apoio operacional imprescindível para que eu pudesse valorizar ainda mais o trabalho de pesquisa.

À Professora Terezinha de Camargo Viana pela oportunidade concedida a mim de discutir este tema com profusão intelectual e assim transformá-lo em material de trabalho e de descobrimento. Agradeço pelas experiências compartilhadas que, sem exceção, me propiciaram crescimento e desenvolvimento pessoal, bem como coragem e confiança no meu trabalho. Obrigada por dividir comigo o gosto pela moda e pelas possibilidades de entender melhor o mundo à nossa volta.

Às Professoras Anita Azevedo Resende, Márcia Teresa Portela de Carvalho, Veridiana Canezin Guimarães e Valeska Zanello pela honrosa participação compondo a banca de defesa, bem como pela generosidade em apreciarem este trabalho com suas leituras.

À Professora Anita por ter marcado minhas andanças ainda muito cedo na Psicologia e por ter me oferecido um belo caminho de tensões e distensões no qual as contradições são mais um convite à reflexão do que entraves e impossibilidades. Obrigada pela amizade, pelo suporte e por ter estado presente neste processo de produção de ideias e da minha vida com tanta sapiência, entusiasmo, incentivo e afeto.

Ao grupo de colegas do Laboratório de Psicanálise dos Processos de Subjetivação da UnB pelos momentos de discussão e leitura dos trabalhos, tanto pelas contribuições dadas quanto pela abertura em escutar as minhas.

Aos meus alunos do estágio em docência que reacenderam a paixão pela sala de aula e pela experiência da formação.

À Marcela por ter caminhado comigo nos caminhos sinuosos das escolhas acadêmicas e da vida e pelo suporte às minhas interrogações.

À doce, terna e carinhosa acolhida das colegas Jamille, Paula, Priscilla, Renata e Jéssica e da Professora Eliana que, talvez nem saibam, mas fizeram florescer, nas agruras do Planalto Central, incentivos e alentos potentes.

À Florença pela companhia interestadual, pela amizade generosa, pela confiança em compartilhar comigo sua própria trajetória e de acolher a minha com disponibilidade e interesse. Obrigada pela escuta e por sempre ter estado por perto.

À Maysa por transitar comigo no frenesi das análises e elucubrações sobre a vida, pelo senso de humor sintonizado e pela companhia verdadeira diante das contingências dos nossos momentos e possibilidades. Muito obrigada pela fé no meu trabalho e por tantas coisas que já me ensinou.

À Fádua pela incrível amizade recheada de hospitalidade, generosidade e disposição. Obrigada por colorir Brasília, por povoar afetivamente a cidade, dividir a experiência do Mestrado e também por permanecer. Por preencher espaços antes tomados pela solidão, por me apresentar novos panoramas, novas histórias, novas alternativas sempre com ternura e interesse genuínos, meu muito obrigada.

À Lívia, pelas discussões, opiniões, pelas fantasias literárias e lúdicas, pelas contribuições como leitora, como conselheira, como amiga, pela generosidade em me receber. Obrigada por ter me oferecido serenidade, mas também pela avidez e inconformismo que foram motivação do meu trabalho e são motivações para o caminho que ainda vem.

À Carol, querida amiga, por ter ousado percorrer ao meu lado os primeiros passos que me trouxeram até aqui. Pela coragem, determinação e suavidade que nunca deixam de inspirar minhas andanças.

Às amigas Ana Carolina, Isabel, Mila e Cinthya e às minhas tias Tidel, Glaura, Marli, Nina, Marlene e primas Nina e Ivana pela constante presença e cumplicidade fundamentais no processo deste trabalho.

Às minhas avós Delzuita e Irene, exemplos de mulheres de fibra que abriram caminho para que outras mulheres pudessem galgar lugares inesperados.

Ao meu irmão João Vitor, por ter sido meu companheiro fiel nesta trajetória, pela paciência em dividir seu espaço comigo, pelos exemplos de amor, autonomia, liberdade e pelo carinho e bondade que circundaram nossa convivência.

À Lourdes e Vitor Hugo, pelas sempre sólidas pontes amorosas construídas para que esta empreitada, assim como tantas outras, fosse possível. Obrigada pelos exemplos de persistência e pela confiança abundante e incondicional.

Ao Álvaro, meu grande companheiro, pelo amor sempre oferecido mesmo diante das ausências e impossibilidades. Obrigada pela permanente vigília afetuosa, encorajadora e incentivadora no decorrer deste trabalho, assim como em toda a nossa vida juntos.

Resumo

Esta dissertação tem na relação da moda com a subjetividade seu fio condutor. Seu objetivo principal é verificar quais são as possíveis relações da moda como fenômeno cultural com a formação da subjetividade, especialmente na Modernidade e na Contemporaneidade. Neste trabalho teórico, o levantamento de fatores fundamentais do desenvolvimento da subjetividade humana e da cultura são abordados na medida em que caracterizam a moda como uma produção cultural perpassada pela subjetividade. Assim, a dissertação divide-se em três partes. Na primeira, a questão da formação do sujeito é contextualizada historicamente e trabalhada a partir da perspectiva moderna, na qual surgem prerrogativas humanas relacionadas à individualidade, à liberdade e à autonomia fundamentais para o surgimento das formas culturais do capital e da moda. Esta análise do sujeito é tributária das novas maneiras de viver a sociabilidade em um mundo em que cada vez mais se atribui ao próprio sujeito a responsabilidade pelo sucesso da empreitada moderna. O outro lado da descoberta desta autonomia também é discutido considerando o legado da Psicanálise Freudiana que, ao atribuir à dinâmica psíquica e seus determinantes culturais a chave da subjetividade, questiona as possibilidades de satisfação do homem na civilização. Na segunda parte, a temática da moda é revisitada a partir das nuances da história, de seu estatuto moderno, de seus componentes lúdicos e de sua estruturação capitalista. Ao analisar a moda como um fenômeno múltiplo, busca-se refletir como seu dispositivo de funcionamento atua nos níveis individual e social, alcançando o status de modelo universal e de objeto vendável da indústria cultural. Na terceira parte propõe-se compreender, a partir dos fenômenos do consumismo e do culto ao corpo, como tais modalidades representam caminhos possíveis dos (des)encontros da subjetividade com a moda. Abordando o consumismo como o mecanismo compulsivo da moda e a corpolatria como sua massa de modelar, acredita-se aproximar da atuação da moda na construção da subjetividade, qual seja, a de prestar ao mundo simbólico dos signos e objetos a validade de transformações objetivas e de investimentos psicológicos obstacularizados na realidade.

Palavras-chave: *Moda; subjetividade; cultura; consumismo; corpo.*

Abstract

This dissertation has its way in the relation of fashion with subjectivity. Its major objective is to verify which are the possible relations of fashion as a cultural phenomenon with the formation of subjectivity, especially at Modernity and Contemporaneity. In this theoretical paper, the survey of culture and subjectivity fundamental factors developments are approached in the measure in they characterize fashion as a cultural production full off subjectivity. Thus, the dissertation divides itself in three parts. In the first one, the point of subject's constitution is historically contextualized and worked through by the modern perspective, in which appear human prerogatives related to individuality, freedom and autonomy fundamental to the emergency of capital and fashion cultural forms. This subject's analysis is a tribute to the new manners of living sociability in a world which the responsibility for the success of modern endeavor is more and more given to the subject himself. The other side of the discover of this autonomy is also discussed considering the legacy of Freudian Psychoanalysis that, by giving the key of subjectivity to psychic dynamic and its cultural determinants, questions the satisfaction possibilities of man in the civilization. In the second part, the theme of fashion is revisited from its history nuances, its modern statute, its fantasists components and its capitalist structure. By analyzing fashion as a multiple phenomenon, is intended to reflect upon how its operation acts on individual and social levels, reaching the status of universal model and of saleable cultural industry object. In the third part, is aimed to understand, from the consumerism and body cult phenomenons, how these modalities represent possible ways of the hits and misses of subjectivity with fashion. Approaching consumerism as the compulsive mechanism of fashion and the body worship as its modeling clay, it is believed that fashion's act is neared to subjectivity's construction, which is, the giving service to the symbolic signs and objects world the validity of objective transformations and of psychological investments hindered at reality.

Keywords: *Fashion; subjectivity; culture; consumerism; body.*

Sumário

Introdução _____	1
Capítulo 1 – Tecelagens da Subjetivação _____	10
1. O Sujeito e sua história _____	13
2. Do múltiplo ao singular _____	15
3. Um berço para o Sujeito do Representável _____	19
4. O Sujeito da Modernidade nas Tramas da Liberdade _____	23
5. Liberdade: Uma Pena Capital _____	26
6. Um Sujeito Psíquico _____	31
Capítulo 2 – Moda Antropomórfica _____	60
1. Moda: conceito e história _____	62
2. Um berço para a moda _____	67
3. A Moda e a Modernidade: o tempo do parecer _____	70
4. Ser é parecer _____	76
5. Moda e Capitalismo: nada vem do nada _____	81
6. A Moda é sempre moda de classes _____	84
7. Moda e Indústria Cultural _____	88
Capítulo 3 – Entre Moda e Sujeito: Travessia, Perigo, Devassidão _____	94
1. Consumismo, Comensalismo: apetite voraz _____	97
2. Pela liturgia do objeto que carrega o sujeito _____	102
3. Pelo sujeito que não se deixa carregar _____	105
4. Vinde a mim as personalidades _____	107
5. Consumismo e mal estar _____	111
6. Corpolatria e mal-estar _____	115
Considerações Finais _____	129
Referências bibliográficas _____	134

Introdução

Este mundo cheio de contrastes chama a atenção com as infinitas possibilidades de temáticas a ser discutidas e olhadas mais de perto. A moda é uma delas. Passível de ser abordada por muitas áreas do conhecimento, suas entranhas parecem apresentar à Psicologia uma interessante porta para aproximar-se da constituição da subjetividade e, em especial, do homem moderno e contemporâneo. Pensar o sujeito, para além de sua constituição biológica e psicológica, nos remete imediatamente à cultura e à necessária interação humanizante que possibilita a existência de ambos em uma complexa rede. Compreender a cultura é uma forma de abordar a universalidade, mesmo ali onde se pensa ver somente um sujeito individual e vice-versa. Assim, entre homem e cultura a ponte é constante, fértil e o trânsito entre ambos os lados é absolutamente necessário para a compreensão tanto do indivíduo como da cultura.

Nesta perspectiva, parece que é necessário permanecer na tensão que existe entre sujeito e sociedade para a aproximação da questão da subjetividade e as implicações disto para os rumos culturais. Por isso, pensa-se ser essencial, ao tentar aproximar-se de um fenômeno que é, ao mesmo tempo, cultural e individual, penetrar pelas esferas do coletivo e do idiossincrático trazendo à tona os pesos que cada um contém, sem necessariamente abolir a um ou a outro. Sabendo disto, julga-se que ao abordar a moda está-se direta ou indiretamente tocando na subjetividade, bem como ao abordar o indivíduo, está-se aproximando dos desígnios da sociedade e da cultura. Diante destas inquietações, indica-se o caminho percorrido neste trabalho para a aproximação da noção de subjetividade e da relação que se propõe a fazer entre esta última e um produto da cultura: a moda.

A ideia para este trabalho surgiu inicialmente por um interesse da autora pela moda e pelas perspectivas estéticas e morais promovidas por ela. Beleza, artifício, feiura, simulação, desigualdade e alienação – aspectos inerentes à moda que podem ser percebidos por aqueles mais atentos à sua dinâmica tanto quanto à sua forma. No lugar de consumidor de moda se está mais confortável para interagir com ela, mas no lugar da produção de conhecimento o quadro muda de figura e exige um posicionamento que, de acordo com preferências ideológicas, filiações teóricas, definições metodológicas, levam a moda a um outro status. Este posicionamento é incômodo, pois exige a assunção de uma postura diante do tema trabalhado para que ele não resulte na mera imitação ou na reprodução do que já se há dito ou do que simplesmente se repete na vida real, especialmente porque a

moda demanda seu correlato de imitação. Sim, ela demanda de quem se debruça sobre ela. Decifra-me ou te devoro. Adira ou adie. Mimetize-me, escolha por mim, não me deixe penetrar onde não tenho forças para frutificar. O resultado então – *pasmem* ou não – é de um afastamento singular entre a moda como *acting-out* e uma bruta aproximação com o que ela tem de sedutor e irresistível. É neste embate entre o mundo objetivo da vida – aquele em que moda nada mais é do que uma revista ou uma tendência manifesta nas vitrines – e o mundo subjetivo das ideias – onde a moda agora cerebrada ganha um espaço lúdico de conhecimento - que o esforço da compreensão da moda pode se efetuar.

De dentro da Psicologia, as aparências que circundam os objetos de estudo – quais sejam os sujeitos e a cultura – podem ser desveladas e tomadas como fonte de verdades passíveis de descoberta pelo labor teórico. Sendo assim, por que não despir o próprio indivíduo das vestes de sua aparência? O que poderia haver por trás da obsessão da moda pelos corpos e pelos bolsos? E na obsessão dos indivíduos pelos ideais da moda?

Apostar neste tema foi apostar na certeza de que sempre há componentes da subjetividade nas manifestações da cultura, assim como sempre há componentes da cultura na construção da subjetividade. Mais ainda, a aposta é de que mesmo que se consiga exaurir da aparência (dos homens e das coisas) boa parte das explicações sobre o mundo e dos prazeres que ele proporciona, há um dado a ver que se manifesta sorrateiramente nos limites, nos vazios, nos solavancos e nas impossibilidades deste mesmo mundo. Por isso, é impossível tratar deste tema sem que a contradição que ele sugere não se coloque a todo o tempo, inclusive, na própria linguagem escrita do trabalho. Afinal, este trabalho gostaria de questionar certezas e apontar para novas interrogações a partir da teoria.

Uma dificuldade da confecção da dissertação, que também pode ser vista como uma escolha, é a não associação das palavras com as imagens visuais. Grande parte das obras consultadas possui uma infinidade de imagens, fotos e retratos da moda. É difícil resistir às fotografias de moda e também a algumas palavras que se corporificam também como imagens e extrair, com a mesma profundidade, um cerne teórico com o tratamento adequado. Aqui, o reino da imagem ganha lugar na discussão teórica, o que se crê que dá a ele um lugar subsumido ao conhecimento e não de ilustração, processo que a moda assume com o sujeito.

Nos estudos apresentados nesta dissertação, as diferentes nuances da moda surgem como horizontes teóricos. Ao considerá-la como uma produção humana operacionalizada pelo instrumental do sistema econômico, percebemos que seu *locus* de atuação é generalizado e atinge a todas as sociedades em maior ou menor medida. Seu modo de

funcionar é abrangente e está relacionado a um pano de fundo que atua a todo o tempo e em diversos níveis nas determinações individuais e sociais. É difícil determinar, especialmente hoje, um lugar em que ela não esteja presente com suas insígnias e símbolos de identidade, poder e determinações de lugares sociais. Ainda que se pense que a ela não há adesão em certos domínios, é necessário olhar novamente e desvelar, com apurada observação, que seus mecanismos de abrangência são, muitas vezes, silenciosos e invasores e estão presentes marcando uma anterioridade ao próprio sujeito que se crê imune. A moda chega a determinar, assim, quem será esse sujeito que, impossibilitado de perceber e questionar esta presença, incorre na possibilidade de perda de sua alteridade.

É preciso notar que a relação entre sujeito e moda é ruidosa, visto que os produtos desta interação particular estão acessíveis a olho nu. Seus desvelamentos, entretanto, dependem da aproximação do esforço científico debruçado sobre os objetos para descortinar-lhes a verdade. Para tanto, é preciso atribuir à moda e seu (des)encontro com o sujeito o status de uma investigação com potencial heurístico. Coisa que, definitivamente, os autores com os quais se trabalha nesta dissertação não se furtam de fazer.

Um seleto rol de autores têm trabalhado com a temática na perspectiva da análise entre a relação do sujeito com a cultura e, embora tenham filiações históricas e teóricas diferentes, têm ideias no tocante à abrangência da moda como produto civilizatório que interessam na formulação dos caminhos desta dissertação. Há também autores contemporâneos que se debruçam sobre a perscrutação da formação das novas subjetividades em suas relações inevitáveis com a indústria da moda, da beleza e do consumo, aspectos que não podem ficar de fora da discussão. Portanto, os trabalhos dos autores foram escolhidos com base nas contribuições dadas por suas teorias ao terreno da moda como integrada à cultura e à subjetividade.

O objetivo traçado aqui é o de verificar, através de um exame teórico, quais são as possíveis relações da moda como fenômeno cultural com a formação da subjetividade. No trajeto do trabalho, demonstrou-se fundamental conhecer melhor o fenômeno da moda em suas dimensões históricas, sociais e econômicas, bem como delimitar quem é o sujeito. No caminho pôde-se elencar, a partir das leituras, a questão do consumo e da apropriação do corpo como categorias representativas do encontro da moda com a subjetividade.

Este trabalho fala do lugar da Psicologia Clínica e trabalha com a Psicanálise como categoria teórico-prática de diálogo com a realidade que, sabe-se, é externa e interna ao homem. Portanto, para caracterizar e discutir a subjetividade, se considera o legado da obra freudiana como orientação e encaminhamento.

Portanto, pensando o sujeito e seus processos que fazem dele um ser cultural, psíquico e social, único e ao mesmo tempo semelhante aos outros; e pensando a moda como um fenômeno que extrapola os limites do social, ou seja, refere-se também a questões psíquicas e à necessidade de individualização, pretende-se elaborar uma análise de conjunções entre moda e sujeito da Modernidade à contemporaneidade.

Para isto, esta dissertação está dividida principalmente em três partes. No primeiro capítulo, a temática da constituição do sujeito será abordada acompanhando principalmente três perspectivas, que não se separam: histórica, crítica e psíquica. Histórica porque, afinal, o advento do surgimento do sujeito como categoria epistemológica é localizado historicamente com a chegada do Renascimento: o contexto de crise social e declínio da tradição com o fim do mundo medieval. Até que este novo sujeito esteja dotado de individualidade e liberdade há uma certa caminhada. Sabe-se que os teóricos que têm se debruçado sobre o tema, e aqui citados e discutidos, são nada tácitos no apontamento de que cada tempo tem o sujeito merecido, ou melhor, o sujeito é marcado pelo tempo que o produz. Não se podia falar dele desde sempre, deste ser atomizado, serializado, único e indivisível, visto que o surgimento do mesmo é algo moderno. Tendo em vista que a sociedade, até a Modernidade, caminhou por sentidos mais coletivos e difusos, aliados a ideais tradicionais e comungados com uma ordem superior, a aparição do ser como uma unidade era improvável e sem lugar diante dos contextos todos preenchidos por estas ordens, até então, inabaláveis. O surgimento do sujeito e as consequências econômicas, sociais e culturais que são contemporâneas e sucedâneas a isto parecem, no imediato da descoberta, libertar e desenclausurar as prerrogativas do homem como ser individual, único e dotado de idiosincrasias. Livre, portanto, da dominação das apregoações religiosas e das tutelas da sociedade com seus estamentos consuetudinários. Livre para ser, conquistar, construir identidades, preencher os espaços da vida social com a sua – tão nova – subjetividade. Para tal, é necessária a arte de uma nova dominação, metódica, que não seria verticalizada, mas técnica e dotada de procedimentos certos para dominar e se estender no domínio da natureza, o caminho de perscrutação para a liberdade e para o conhecimento.

(...) nos primórdios da nossa história eram poucos os elementos de uma sociedade que podiam gozar de liberdade para se reconhecerem como seres moralmente autônomos, capazes de iniciativas, dotados de sentimentos e desejos próprios. Hoje, ao contrário, esta se tornou a imagem generalizada que temos de nós mesmos. (Figueiredo e Santi, 2006, p. 22).

Se o sujeito moderno se questiona acerca da liberdade recém-conquistada, o sujeito de hoje tem certeza dela. De lá para cá vemos que o homem contemporâneo se afirma,

como nunca, como livre, autônomo e disposto a exercitar a todo o tempo a escolha e o arbítrio, a dispor sobre sua personalidade, sobre os relacionamentos e gostos pessoais e grupais. O grau de desenvolvimento das disciplinas que provêm à humanidade saber, segurança e direitos é elevadíssimo, especializado e muitíssimo equipado, dando ao sujeito contemporâneo a sensação de certeza e garantia da sua subsistência como autônomo e legítimo indivíduo livre. Autônomo ou autômato? Ao mesmo tempo, com a possibilidade da vivência da subjetividade, esta conquista logo alcança a crise, fazendo com que as bases “libertárias” sobre as quais o sujeito se desenvolveu sejam questionadas. O capitalismo, a urbanidade e as novas formas de sociabilidade que se instalam transformam em escalas estrondosas as possibilidades de constituição do indivíduo e estas mudanças se intensificam até os tempos de hoje.

A propagação da liberdade tem relação com a percepção hodierna de que o indivíduo está emancipado e o papel deste trabalho, ligado a uma perspectiva crítica de ciência, é o de desvelar cuidadosamente a realidade que se apresenta como imediaticidade, sem reflexão. Será que o sujeito é livre ou iludido? Para Luís Claudio Figueiredo, psicólogo e pesquisador brasileiro, o papel da Psicologia não é senão o de revelador de ilusões, sabendo que os ideais de liberdade estão incrustados na democracia e na sociedade de consumo, sustentando-os como pedra, ousa-se dizer aqui, em terreno movediço. A areia movediça pode ser percebida, compreendida e transformada via experiência, aspecto pobre do *modus vivendi* do nosso mundo, em detrimento do domínio da vivência, da passagem pelos acontecimentos sem que haja afetação, sem ser tocado por eles, sem que se tenha suscitado reflexão ou mal estar (Benjamin, 1969/1983c).

Perceber a liberdade hoje como a possibilidade deste engajamento individual que acontece via escolha nos permite voltar o olhar para o reino do consumo, onde esta “liberdade” individual é exercida a todo vapor e sob os auspícios da formação de identidade, da distinção social e da construção de uma imagem de si. Aliás, o consumo e o consumismo só são possíveis graças ao surgimento deste indivíduo “livre” cujas escolhas não são mais sitiadas por uma ordem de Estado, mas por forças que se encontram ocultas e ensimesmadas, tanto no sujeito quanto na cultura, como veremos ao longo deste trabalho. Considera-se que a contemporaneidade oferece elementos que permitem analisá-la como uma continuidade acelerada da Modernidade e, outrossim, com algumas substantivas rupturas. Assim, os caminhos traçados no Capítulo 1, com a perspectiva de realizar um levantamento bibliográfico acerca do sujeito e do tempo, têm como objetivo fornecer subsídios para problematizar a questão do sujeito e da sua autonomia, da liberdade de ser e

produzir para que, mais a frente, possa-se questionar este panorama com o que se encontra disponível na cultura, mais especificamente no formato da moda, assim como contribuir para a episteme da Psicologia Clínica.

Não menos histórica, mas mais situada no registro do psíquico, a presença do sujeito que também é psíquico se faz pertinente neste capítulo, bem como o questionamento crítico se há, de fato, individualidade capaz de ser livre em função do comprometimento real das impossibilidades do homem com os ideais de liberdade e autonomia pelos impasses da Civilização. A exposição do funcionamento do aparelho psíquico, com particular ênfase na segunda tópica freudiana nos desdobramentos do superego e do ideal do ego para a formação do sujeito é essencial. Suspeita-se de que os ideais da moda podem estar relacionados a esta peculiar questão, preenchendo os espaços internos com questões próprias ao tempo da cultura.

Nesta trajetória há um apego especial e talvez sintomático do próprio tema e do processo de criação da dissertação à problematização da liberdade e da autonomia sustentadas no projeto moderno. Os avanços civilizatórios fazem inúmeras promessas aos recém-empossados de si próprios de que o investimento em suas prerrogativas individuais leve a uma libertação sem limites. No entanto, os limites aparecem de diversas formas, especialmente nos entraves impostos pelo capitalismo. Foi feita uma escolha de abordar a temática da mercadoria neste primeiro capítulo por considerar que o desenvolvimento do sujeito não está sequer por um momento apartado do seio capitalista. Por mais que a moda seja encarnada na lógica da mercadoria, é na constituição da subjetividade que este dispositivo alcança um status universal. Ver-se-á mais adiante que na toada fantasmagórica da mercadoria, ou seja, das coisas que agregam valores outros que não os da sua utilidade objetiva e material, é também a subjetividade que se constrói na dinâmica fetichista. Sendo a mercadoria mais significativa dos tempos contemporâneos o próprio sujeito.

No segundo capítulo, tratar-se-á da moda tentando abarcá-la em seus alcances econômicos e culturais ao longo do tempo. Pode-se pensar a moda como um fenômeno econômico, como um produto da indústria cultural, talvez como um ramo das produções artísticas sob suas condições específicas, como um fenômeno de distinção social e de classes. Circunscrever a moda como um fenômeno moderno leva suas paragens ao inevitável lugar da relação entre a descoberta de uma subjetividade individual que precisa ser demonstrada na vida real, no mundo externo, especialmente no das aparências. Na contemporaneidade, a moda assume contornos ainda mais precisos na direção do consumo e do ideal de liberdade, autonomia e construção de identidade; ela se apresenta aos

indivíduos como um caminho de investimento na própria diferenciação e, ao mesmo tempo, incorre na homogeneização dos mesmos: união de contradições.

Moda e costume não são a mesma coisa, muito embora a moda seja um fenômeno de costumes (Calanca, 2008), o que nos faz remontar a sua origem a um tempo em que uma certa mudança cíclica de costumes passa a operar. Portanto, definir o que é “moda” se faz fundamental. Calanca (2008) define a moda como “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório” (Volli, 1988, apud Calanca, 2008, p. 11). Para esta autora, o fenômeno “moda” pode ser sempre comparado metaforicamente a um caleidoscópio em virtude das inúmeras possibilidades de abordagens do mesmo e também devido à multiplicidade de caminhos abarcados por ele, visuais, semânticos etc. Segundo Croci e Vitale (2000):

A lógica da moda – considerada como produção de signos distintivos que quando deixam de sê-los devem ser trocados no reino do efêmero – é requerida por uma sociedade de consumo que demanda a criação de novas necessidades para seguir existindo (Croci e Vitale, 2000, p. 6, tradução nossa).

Nesta lógica, embora o vestuário seja tomado teoricamente como um domínio arquetípico da moda, a discussão não se aterá somente a ele, mas fará também uso dele quando sua representatividade do fenômeno for significativa dos pontos trabalhados. No capítulo 2, trabalha-se com a ideia de autores que tem certa consonância ao afirmar que o que está em jogo na moda é um complexo combinatório de sentidos e signos que fazem referência à cultura, mas de forma indireta. Se é difícil de, na realidade, se constituir e de participar das instâncias sociais de maneiras mais democráticas, efetivas, libertárias etc., na moda isto se dá de maneira mais fácil. Aquiescer à decoração externa de si parece abarcar parte das tensões no enfrentamento da cultura, mas também parece enfraquecer mecanismos de enfrentamento do cotidiano das diferenças e das anomias encontradas no social. Com o avanço industrial e tecnológico em especial, a moda adquire a onipresença – orquestrada pela mídia de massa – na formação da personalidade e da definição dos indivíduos em seus lugares sociais. Sua atuação é tão intensa que mudam-se os dispositivos de tempo e de definição do que “se deve ser” e de como a vida deve funcionar. A dissertação segue um fluxo próprio que parece explicitar como a moda é apropriada pelo sujeito de forma a furtar dele mesmo outras possibilidades de construção da sua subjetividade, engendrando caminhos que resultam em alienação e conformismo. No entanto, nem todos os autores pensam assim.

Para Lipovetsky (2009), a moda apresentou aos indivíduos uma oportunidade única de libertação, pois nunca o advento de uma iniciativa estética pôde se apresentar com tanta potência de inovação formal. A gratuidade estética erigida pelo amor ao novo da moda é uma forma de libertação sem igual que demonstra as novas inspirações humanas por novas finalidades e as novas aspirações sócio-históricas da sociedade moderna. Por isso, o autor é crítico com os trabalhos que tratam com obscurantismo e pessimismo a moda como um fenômeno fútil ou como uma perdição da distinção de classes.

Não é verdade, portanto, que a moda corresponde a essa nova dominação “tirânica” do coletivo, denunciada de todos os lados; muito mais exatamente, ela traduz a emergência da autonomia dos homens no mundo das aparências; é um signo inaugural da emancipação da individualidade estética, a abertura do direito à personalização, ainda que ele esteja evidentemente submetido aos decretos cambiantes do conjunto coletivo. (...) A moda começou a exprimir, no luxo e na ambiguidade, essa invenção própria ao Ocidente: o indivíduo livre, solto, criador, e seu correlato, o êxtase frívolo do Eu (Lipovetsky, 2009, p. 54).

Assim, por mais que o autor ressalte que a moda resulta no empobrecimento da subjetividade em frivolidade e superficialidade, também credita à moda um movimento de libertação: abertura das correntes da tradição que encarceravam o homem. Com isso, Lipovetsky (2009) exalta a potência de autonomia de uma sociedade orquestrada pela moda, aponta-a como uma forma do progresso democrático atual que auxilia a moldar um espaço público aberto e uma humanidade mais madura e cética. Desta forma a moda seria também um caminho para lidar com as contradições e antinomias que o mundo moderno proporciona aos seus habitantes. A ideia de Lipovetsky (2009) é controversa e com isso ele angaria um séquito de argumentos e ideias em contraposição. Apesar das possíveis divergências, está-se de acordo com o autor de que a moda, com suas ambiguidades, promove um encontro do indivíduo consigo mesmo que toma proporções significativas, as quais se gostaria de compreender melhor:

Ganhando a esfera do ser-para-outrem, a moda revela a dimensão oculta de seu império: o drama da intimidade no próprio coração do arrebatamento das novidades. (...) O reino consumado da moda pacifica o conflito social, mas aprofunda o conflito subjetivo e intersubjetivo; permite mais liberdade individual, mas engendra mais dificuldade de viver. A lição é severa. O progresso das Luzes e o da felicidade não andam no mesmo passo; a euforia da moda tem como complemento o abandono, a depressão, a perturbação existencial. Há mais estimulações de todo gênero, mas mais inquietude de viver; há mais autonomia privada, mas mais crises íntimas. Tal é a grandeza da moda, que remete sempre mais o indivíduo para si mesmo; tal é a miséria da moda, que nos torna cada vez mais problemáticos para nós mesmos e para os outros (Lipovetsky, 2009, pp. 334-335).

É neste ponto supracitado que Lipovetsky (2009) cruza o caminho teórico do capítulo 2 compondo o diálogo com os autores que questionaram, afinal, quais são as consequências da lógica da moda para o homem e para a cultura.

E é no terceiro capítulo que os entrelaçamentos entre moda e sujeito com suas transversalidades psíquicas e sociais são abordados por algumas questões determinantes neste (des)encontro. Como já foi afirmado, os encontros entre sujeito e moda deixam ruídos e a captação deles pode ser melhor escutada. Trata-se no capítulo 3 do consumismo como uma forma da moda de captar os sujeitos e de estes serem captados por ela. O consumismo é mais do que uma prática, é uma maneira de circular no mundo nos âmbitos da realidade e da fantasia, dimensões nas quais se dá a constituição do sujeito. A moda é motor do consumismo e seu caráter compulsivo fica evidenciado na maneira como se adere ao consumo como forma de personalização de si. É nesta parte do trabalho que as tecelagens acerca do sujeito encontrarão um delineamento bem próximo com as tramas da moda, mais especificamente articuladas por fenômenos patentes na sociedade contemporânea, como a corpolatria, o sentimento de inadequação, o risco de perda da alteridade, a construção de identidades fluidas e os usos do corpo como transcrição da própria história. O consumismo é como uma patologia normativa que parece abarcar bem mais do que os reservatórios do capital, como também alvos pulsionais (os possíveis na civilização). Nesta realidade, o corpo se constitui como tributário do grande conjunto de técnicas que desejam transformá-lo em corpo produtivo, consumidor, diferenciado etc., o mais belo e desejado objeto de consumo. Inevitavelmente, tais conjunturas não deixariam ilesos nem o indivíduo nem a cultura e, portanto, algumas manifestações de uma nova cultura corporal e somática chegam com veemência invadindo a subjetividade.

Com o fim do Capítulo 3, seguem as considerações finais com uma articulação sobre as temáticas e possíveis desdobramentos e encaminhamentos deste trabalho para a Psicologia Clínica e Cultura e para projetos futuros.

Com esta dissertação almeja-se alcançar um caminho de compreensão da subjetividade humana no tocante às manifestações da sociedade e da cultura através da moda, especialmente no sentido de renovar e reinventar as interrogações, desdobrar conceitos e apresentar possibilidades de intervenção no mundo através das ideias. Sabe-se que esta é uma empreitada desafiadora, mas também muito prazerosa.

Capítulo Um

Tecelagens da Subjetivação

*“Eu não sou cristão
Eu não sou ateu
Não sou japa não sou chicano não sou europeu
Eu não sou negão eu não sou judeu
Não sou do samba nem sou do rock
Minha tribo sou eu*

*Eu não sou playboy eu não sou plebeu
Não sou hippie hype skinhead nazi fariseu
A terra se move falou Galileu
Não sou maluco nem sou careta
Minha tribo sou eu
(...)”
Zeca Baleiro*

O que é um sujeito? Sabe-se que não existe um sujeito *a priori*, ou um sujeito universal formado por processos a-históricos ou descontextualizados. Ao nascer, o homem ainda não está inserido completamente em sua humanidade e precisa ser investido pelo outro e investir no relacionamento com o outro, construir sua sociabilidade e também se incluir em todo um esquema social que já existia antes dele. Neste caminho de seu desenvolvimento, aquele que vai tornando-se sujeito: único, unitário, exclusivo, também vai ao mesmo tempo construindo a si de acordo com os outros, com modelos externos sociais e simbólicos.

Questão diversa, uma diferenciação entre as categorias de indivíduo e sujeito costuma assumir um critério baseado na autonomia e na inserção na sociedade. Para Elias (1987/1998), o indivíduo é o agente da construção social e da própria autonomia. O autor aponta que o indivíduo quando nasce é diferente dos outros, mas que é só na sociedade que a criança se transforma em um ser mais complexo: “Somente na relação com outros seres humanos é que a criatura impulsiva e desamparada que vem ao mundo se transforma na pessoa psicologicamente desenvolvida que tem o caráter de um indivíduo e merece o nome de ser humano adulto” (Elias, 1987/1998, p. 27). Assim, o processo de individualização não está posto unicamente por um ser humano vir ao mundo, mas depende de uma rede de relações a ser estabelecidas em sociedade. Elias (1987/1998) salienta que este processo de formação individual de cada pessoa em muito depende da evolução histórica dos padrões sociais e da estrutura das relações humanas e que o indivíduo precisa da sociedade para tornar-se uma pessoa individual. No relacionamento do homem com a sociedade, o indivíduo tanto incorpora aspectos externos quanto molda a si a partir de aspectos individuais e é assim que a subjetividade se estabelece. Elias (1987/1998) destaca a importância da rede de relações quando se indaga como e por que as estruturas da rede humana em geral e a estrutura do indivíduo se modificam ao mesmo tempo na transição das sociedades, nas quais percebem-se mudanças nos desejos, nas estruturas instintivas e de pensamento e no tipo de individualidades. Ao fazê-lo

(...) se constata – ao se adotar um ponto de vista dinâmico mais amplo, em vez de uma concepção estática – que a visão de um muro intransponível entre um ser humano e todos os demais, entre o mundo interno e externo, evapora-se e é substituída pela visão de um entrelaçamento incessante e irredutível de seres individuais, na qual tudo o que confere a sua substância animal a qualidade de seres humanos, principalmente seu autocontrole psíquico e seu caráter individual, assume a forma que lhe é específica dentro e através de relações com os outros (Elias, 1987/1998, pp. 34-35).

Neste sentido, o autor compara esta rede de inter-relações com uma rede de tecido, no qual muitos fios isolados estão ligados aos outros. Contudo, nem a totalidade do tecido nem a forma individual de cada fio podem ser compreendidas considerando um único fio ou todos os fios isoladamente, mas sim na forma como se ligam reciprocamente. A rede, então, é um “tecer e destecer ininterrupto das ligações” (Elias, 1987/1998, p. 35) e serve como modelo de reflexão para entender que é assim que o indivíduo cresce, “(...) partindo de uma rede de pessoas que existiam antes dele para uma rede que ele ajuda a formar” (p. 35). A vivência de uma dicotomia entre o mundo interno do indivíduo, de seu núcleo individual natural, e o mundo externo, a sociedade, as outras pessoas, segundo Elias (1987/1998), colocou o indivíduo no lugar de “sujeito”, daquele que é um observador externo da natureza, cujos acontecimentos estranhos à sua própria interioridade são vistos como paisagem, os “objetos”. Como sujeito, o indivíduo está em oposição ao objeto, ou seja, ao resto do mundo como separado dele mesmo, instaurando uma divisão entre dentro e fora, vida íntima e vida pública – aspectos que serão melhor discutidos no decorrer do trabalho.

Ser unitário biologicamente não é difícil, mas ser unitário psicologicamente é um processo que está além da impressão digital. O indivíduo pode ser tomado como apenas “um” diante de um conjunto de tantos outros envolvidos no meio social e, assim, considerado como apenas um átomo em uma série, enquanto o processo de tornar-se sujeito indicaria um salto, uma mudança de lugar subjetivo em que a autonomia de ser o agente e o ator sociais da própria história se destacasse. Esse salto – próprio da Modernidade – diz respeito a várias mudanças conjunturais de um tempo, como Elias (1987/1998) já assinalou. Ver-se-á mais adiante como as transformações históricas foram as operadoras do nascimento do sujeito moderno.

O sujeito, assim, é aquele que dotado de suas potencialidades de alteridade – portanto, de reconhecimento do outro – se constrói através da cultura enquanto reciprocamente constrói a ela. O critério de diferenciação é qualitativo e conceitual, pois ele não deixa de passar por processos de individualização, de ser único e pessoal, mas ocupa um lugar ativo na cultura e, ao mesmo tempo, passivo diante dela. No entanto, o sujeito que surge com a valorização do pensamento é aquele que é consciente de si, de sua magnitude, consciente de que seu pensamento é o veículo produtor de conhecimento e de verdades. Menos submetido à dogmática tradicional da religião, o sujeito é aquele do qual parte toda a interação com o mundo, o portador do seu destino e da sua história.

Para Enriquez (2006), o que deu ao indivíduo o estatuto de um sujeito histórico, autônomo e respeitado é ter se tornado um sujeito de direitos (políticos, civis, humanos e sociais) e de ser reconhecido como sujeito que tem direitos. Neste sentido, ter legalmente direitos garante que o indivíduo não esteja à mercê da tirania do déspota, da casta, da classe e que, assim, seja garantido o seu lugar como ator no cenário político, social e cultural. Próximo à ideia de cidadão, o sujeito que surge no reconhecimento dos direitos tem aí a sua legitimação, o que permitiria que o homem exercesse toda a potencialidade de sua constituição individual.

Ver-se-á que foi construído um ideário acerca da autonomia do sujeito racional, inaugurado com o *cogito* cartesiano, mas que as pretensões acumuladas pelo homem neste processo também sofreram seus efeitos deletérios. No entanto, com a Psicanálise pode-se afirmar que a categoria de sujeito migrou para outra perspectiva no balanceamento de si com a autonomia a partir do reconhecimento de que é bem no desconhecimento de si que emerge o sujeito freudiano.

O Sujeito e sua história

Há um apontamento histórico do aparecimento do sujeito, epistêmico e empírico, em um específico contexto: a passagem do Renascimento à Idade Moderna. Para Figueiredo e Santi (2006), o surgimento da experiência da subjetividade que eles chamam privatizada está diretamente relacionado a situações de crise social, questionamento de regras, normas, hábitos e tradições. Com a falência e desestruturação desses padrões erigidos via tradição, o homem é obrigado a buscar em si respostas e novos referenciais de pensamento, dando lugar à consciência humana como caminho de construção de verdades. Esta busca moderna, não por acaso, dá tempo e espaço ao surgimento do “psicológico”, visto que a produção interna do homem se expande e se concretiza (Figueiredo, 2002). Assim, tem-se que o surgimento da concepção de sujeito como um átomo diante da estrutura de conjunto da sociedade é uma criação moderna.

Para Crochík (2010), a noção de sujeito remete tanto à empiria quanto à epistemologia, estando ambas em relação, pois o conhecimento do mundo é integrante do sujeito psíquico e vice-versa. Assim, o sujeito se constitui na experiência, realizada via reflexão e sempre referenciada à experiência coletiva. “Se a experiência não reaviva a tradição, essa perde continuamente o sentido, se não serve de referência, não há como haver acúmulo de experiência individual” (Crochík, 2010, p. 388).

A emergência do sujeito psicológico irrompe com a chegada da Modernidade, mas já está sendo construída ao longo dos séculos por uma série de fatos e transformações que ocorreram do mundo medieval em diante. Acontecimentos que rumaram a novas formas de organização social, em que a pluralidade passa a ser um referente constante das formas de socialização, são os marcos históricos da construção paulatina do sujeito. O sujeito empírico se desenvolve à medida que se distingue entre si e o meio, quando conhece seu desejo e os obstáculos na realização dos mesmos (Crochík, 2010).

A relação entre o sujeito empírico e o epistemológico é similar à que existe entre o particular e o universal: o particular é nomeado pelo universal e esse só pode se expressar pelo particular. O indivíduo, como particular, não é somente um apêndice do todo, mas a possibilidade de sua reprodução; também por isso, a sua constituição depende das necessidades sociais: os indivíduos são formados em conformidade com essas necessidades. Os homens formam-se com qualidades necessárias à manutenção e reprodução social; o que entendemos como seus defeitos, dificuldades de se relacionar ou trabalhar também é devido àquelas necessidades sociais. O indivíduo como singular só é possível de ser pensado se não se restringir às funções que desempenha em seus diversos papéis, se for pensado para além de sua possibilidade de produzir (Crochík, 2010, p. 389).

Assim, é impossível pensar, em uma perspectiva crítica e histórica de ciência, sobre o sujeito desconectado da materialidade histórica que o constitui e acompanha. Portanto, faz-se necessária a apresentação de uma linha do tempo que mostre que o sujeito é construído de acordo com as transformações ocorridas no espaço social.

Então, o marco do qual parte-se aqui é o rompimento da historicidade do medievo, marcada pela estrutura feudal. Figueiredo (1991) diz que a identidade social desta sociedade agrária, medieval, em que

(...) as relações políticas cristalizadas em direitos e deveres, em obrigações e lealdades consuetudinárias suportavam o peso de toda a reprodução social era totalmente, ou quase, pré-definida pela cultura em função de eventos biográficos, como o nascimento, a filiação e a idade, independentes do próprio indivíduo” (p. 20).

Na transformação do mundo medieval a partir da sua abertura para o diferente, novas realidades são vivenciadas e permitem que o sujeito desponte.

Na apresentação do livro “A invenção do Psicológico: quatro séculos de subjetivação”, de Luis Cláudio Figueiredo (2002), Sueli Rolnik fala da tendência ao caos que o mundo passa a administrar. A transição que começa no fim do século XV e que na contemporaneidade se efetiva se dá nos próprios modos de subjetivação, além do plano da consciência. “(...) o caos passa a ser considerado como tendência a uma evolução contínua e irreversível, na qual vão se produzindo uma diferenciação e uma complexificação cada

vez maiores” (Rolnik, 2002, p. 13). O caos passa a ser vivido cotidianamente, desfazendo sua associação negativa e aterradora e possibilitando a abertura para o outro. Nesta travessia, “libertar a subjetividade da tutela do terror em relação ao outro e ao caos passa, necessariamente, pela conquista da possibilidade de experimentá-los” (Rolnik, 2002, pp. 13-14). Para Figueiredo (2002), é nos expurgos implicados na vivência do caos e através das formas humanas de organização que surgiram daí que emerge o psicológico. Estavam em causa identidades dissolvidas pela abertura do mundo e pelo dismantelamento dos limites da tradição, abalos sísmicos nas formas de relação humanas. Neste momento surge, na interação do homem com esta multiplicidade, uma possibilidade de, objetivamente, experienciar a produção de novas identidades.

Do múltiplo ao singular

“O homem é a medida de todas as coisas”
Protágoras

Segundo Figueiredo (2002), a “multiplicação das vozes” é uma das principais dimensões da vida da Europa quinhentista. Diante do crescimento das atividades comerciais e da expansão do mercantilismo com a abertura de fronteiras além-mar, o contato com outras partes do mundo antes obscurecidas pelos vácuos geográficos passa a influenciar fortemente hábitos e realidades europeias. As grandes navegações, o contato com Ásia, África e América, a grandiosidade dos projetos do cristianismo e o interesse pelos originais de textos sacros e filosóficos intensificam a necessidade de ampliar o conhecimento de línguas diferentes. Do projeto de conhecer o novo mundo faz parte também uma concomitante necessidade de tradução, especialmente em uma era em que guerras e massacres demonstram como os homens lidam com as divergências. Figueiredo (2002) aponta manifestações destas transformações. Na música, surgem composições polifônicas em que diversas vozes se misturam de forma não hierarquizada, em contraposição à música sacra e a músicas populares cujas marcas individuais podiam ser reconhecidas. A harmonia passa a estar não em um acordo de vozes e sons, mas nas variações sonoras. Na materialidade das coisas, de repente um grande rol de coleções de peças e objetos advindos de diferentes lugares do mundo e de diversas naturezas se aglomeram em um mesmo lugar: desprovidos de seus contextos e agora parte de um universo múltiplo.

Agora, destituídos de toda naturalidade, estão ali expostos à convivência uns dos outros sem que nada de orgânico os ligue, mas também sem que nada naturalmente

os possa separar; todos reduzidos à condição de mercadoria numa prateleira ou vitrine (Figueiredo, 2002, p. 33).

Emblematicamente, o autor define as grandes questões do século XVI: “como manter tantas várias coisas juntas e como impedir que se confundam e se misturem?” (Figueiredo, 2002, p. 33). Estas questões valem não somente para os objetos trazidos de diversos lugares do mundo, nem somente para as vozes dispersivas e não hegemônicas que habitam na nova música quinhentista, mas para o homem e as novas formas de se relacionar com o outro, o diferente. Encarar o diferente implica em investimento na observação exata e também na capacidade imaginativa, capazes de descrever minuciosamente estruturas anatômicas da botânica, por exemplo, e de retratar por desenhos seres quiméricos e monstros assustadores. Esta descoberta de novos seres abre espaço para, no imaginário social, combinações entre eles, tendo como figura representativa a alquimia, cuja concepção parte de um mundo como um vasto laboratório (Figueiredo, 2002).

Tal abertura abre espaço para a imaginação, mas também para a necessidade de proteção das fronteiras. O convívio com o diferente e a exploração de novos espaços geográficos e sociais implicaram na possibilidade generalizada de contágio, tanto de doenças como de desvios de conduta ou religiosos. O medo do contágio e a desconfiança dos possíveis hereges predominam, justificando a caça às bruxas como seres fronteiriços e contaminadores e aos cristãos conversos como potenciais transgressores da cristandade em suas intimidades. Figueiredo (2002) destaca ainda o esmaecimento entre o profano e o sagrado e a exploração dos limites entre lucidez e loucura abordados na literatura da época, como também a dedicação à construção de uma memória como tentativa de unificação no meio da dispersão.

O homem desta época parece buscar uma unidade ao se debater com a experiência da variação, como escreve Camões (1524 – 1580, citado por Figueiredo, 2002, p. 41) em seu Soneto 91:

Tanto de meu estado me acho incerto
 Que em vivo ardor tremendo estou de frio
 Sem causa, juntamente choro e rio
 O mundo todo abarco e nada aperto

É tudo quanto sinto um desconcerto
 Da alma um fogo me sai, da vista um rio
 Agora espero, agora desconfio
 Agora desvario, agora acerto

Estando em terra chego ao Céu voando;

Nu'a hora acho mil anos; e é de jeito
Que em mil anos não posso achar u'a hora

Se me pergunta alguém porque assim ando,
Respondo que não sei; porém suspeito
Que só porque vos vi, minha Senhora.

Esta busca por unidade é emblemática da vivência paulatina da experiência da cisão, aspecto dominante da construção da subjetividade daí em diante e da formação de um novo esquema de sociabilidade, menos hierárquico, caminhando para a culminante necessidade de se tratar da autonomia da pessoa, do ser. Este último sendo a unidade que pode organizar a invasão do múltiplo e a exigência do único. As transformações que se operam nas formas de relacionamento do homem e no funcionamento geral da sociedade rompem radicalmente com a ordem do estático e com o padrão de busca de referencial na ordem estamentária pré-condicionada à própria existência do homem. Aliás, o homem não existia como referencial a uma individualidade, mas sempre a uma ordem social maior. Birman (2006) afirma que antes da Modernidade o indivíduo estava inscrito em uma “concepção holística do mundo, subsumido à totalidade do cosmos, tanto nas tradições da Antiguidade grega e romana como no cristianismo” (Birman, 2006, p. 40).

Sobre as identidades já na transição para o século XVII, Figueiredo (2002) analisa a obra de Cervantes, sobre o cavaleiro Dom Quixote de La Mancha, em seus satíricos dilemas para encontrar a melhor forma de um cavaleiro proceder diante das situações que surgem. O cavaleiro adere irrestritamente a modelos de conduta de heróis pregressos e, para o autor, mantém assim sua identidade protegida diante dos percalços e variações. Sobre Dom Quixote: “nada ele se permite que não esteja autorizado por algum modelo exemplar;” (Figueiredo, 2002, p. 82), amaneirando-se a fim de garantir sua identidade. O bravo cavaleiro se utiliza de diversas artimanhas numa constante tentativa de esquiva da experiência real e das possíveis consequências ameaçadoras da mesma. “Ele é imune às experiências” (Figueiredo, 2002, p. 84) e se entrega a um jogo imaginativo constante, no qual a elaboração de imagens é permanente e incansável. No entanto, à medida que o indivíduo aparece e ocupa seu espaço social, a defesa contra os percalços passa a ser elaborada ao redor do próprio indivíduo e articulada à sua nova possibilidade de controle.

Diante do contexto de crise, em que o homem agora lançado e laçado ao/pelo mundo experimenta o desamparo, se faz preciso encontrar soluções. A perda da comunhão com uma ordem superior liberta, mas traz a insegurança acerca de novos processos de escolha e decisão (Figueiredo e Santi, 2006).

Não podendo esperar pelo conselho de uma figura de autoridade, o homem viu-se obrigado a escolher seus caminhos e arcar com as consequências de suas opções. Nesse contexto houve uma valorização cada vez maior do ‘Homem’, que passou a ser pensado como centro do mundo (Figueiredo e Santi, 2006, p. 24).

O Humanismo segue nesta tendência e valoriza o interesse pelo homem em si mesmo e tem como importante representante o escritor francês Michel de Montaigne (1533-1595), cujos *Ensaio*s trataram de digressões partidas do eu, do homem enquanto indivíduo dotado de singularidades e percepções do mundo (Figueiredo, 2002; Figueiredo e Santi, 2006; Marcondes, 2007).

É básico, então, negar a existência humana subjugada a Deus ou a uma ordem divina superior e, então, assumir o próprio lugar de superior e de controlador da natureza. O mundo agora está a serviço do Homem e de suas potencialidades, finalmente, descobertas e livres. A crença em Deus não desaparece, se desloca para o passado enquanto cabe ao homem o presente e o que dele virá. “Assim, o mundo passou a ser considerado cada vez menos como sagrado e mais como objeto de uso – movido por forças mecânicas – a serviço dos homens” (Figueiredo e Santi, 2006, p. 24). A Reforma Protestante, protagonizada por Martinho Lutero (1484 – 1531), promove uma ruptura substancial na forma com que os homens viviam a religiosidade, pois agora postula que cada indivíduo pode se relacionar com Deus, tanto pelo acesso aos livros sagrados (agora traduzidos), quanto pela fé individual, capaz de compreender a mensagem divina sem o intermédio dos teólogos e das doutrinas eclesiais. Além disso, a própria ética protestante modifica os estamentos socioeconômicos visto que, ao permitir a acumulação de capital e incentivar a livre iniciativa, faz brotar uma classe burguesa detentora de riqueza e poder político (Marcondes, 2007).

(...) de um ponto de vista filosófico, a Reforma aparece neste momento como representante da defesa da liberdade individual e da consciência como lugar da certeza, sendo o indivíduo capaz pela sua luz natural de chegar à verdade (em questões religiosas) e contestar a autoridade institucional e o saber tradicional, posições que se generalizarão além do campo religioso e serão fundamentais no desenvolvimento do pensamento moderno, encontrando-se expressas um século depois em seu mais importante representante, René Descartes. A ênfase dada por Lutero (...) à consciência, certamente prenuncia a filosofia de Descartes, bem como o espírito crítico característico da Modernidade (Marcondes, 2007, p. 148).

Eis que o advento da ciência aponta no horizonte como o melhor caminho para o encontro da verdade, da vocação humana de conhecer e representar o mundo. Nessa transição entre o mundo medieval e o moderno,

pensadores como Bacon (1561-1626) passaram a negar as concepções de que o homem e a natureza eram geridos por entidades imateriais e sobrenaturais e que deveriam manter-se submissos a elas. Em contraposição, preferiam considerar a natureza como submetida às suas próprias leis e supor que o desvendamento progressivo dessas leis possibilitaria ao Homem, cada vez mais, assumir o controle sobre as forças naturais e utilizá-las em seu próprio benefício. Com base nessas novas concepções, os seres humanos puderam deixar de ver-se como parte da natureza e colocar-se como potencialmente superiores a ela” (Tomanik, 2009, p. 40).

Ademais, segundo Marcondes (2007) pode-se elencar as principais questões que suscitaram o surgimento de um novo mundo e de um novo tempo – moderno -, marcadas por rompimentos e transformações substanciais, quais sejam: a descoberta do Novo Mundo (Américas) pelos europeus, surgimento de núcleos urbanos, desenvolvimento de atividade econômica, sobretudo mercantil e industrial; no Humanismo renascentista, a importância das artes plásticas, valorização do homem enquanto indivíduo livre e criativo, retomada do ideal clássico Greco-romano; o advento da Reforma Protestante (1517) enquanto crítica à autoridade institucional da Igreja e de valorização da fé como experiência individual a ser vivida diretamente com Deus; Revolução Científica com o modelo heliocêntrico em substituição ao geocêntrico e a visão de que a natureza possui uma linguagem matemática capaz de ser desvendada, propondo uma ciência ativa e menos contemplativa; Redescoberta do Ceticismo como oposição entre o antigo e o moderno, suscitando o conflito das teorias e a ausência de critérios definitivos de validação das mesmas.

Um berço para o Sujeito do Representável

“Tudo o que recebi, até presentemente, como o mais verdadeiro e seguro, aprendi-o dos sentidos ou pelos sentidos: ora, experimentei algumas vezes que esses sentidos eram enganosos, e é de prudência nunca se fiar inteiramente em quem já nos enganou uma vez”.

Descartes

Os sujeitos epistêmico e ético-passional, segundo Figueiredo (2002), são filhos da civilização do século XVII. O sujeito epistêmico é criado pelo método científico, tanto em Bacon (1561-1626) como em Descartes (1596-1650), e é construído sobre a cisão da subjetividade, a qual garantiria que as representações do mundo fossem legítimas. O método científico é o caminho para a purificação da instabilidade da mente e para a fuga das incertezas preconizadas pela vivência da subjetividade. Assim, a subjetividade assume o lugar da possível distorção, do erro, da imprevisibilidade. O método, formalista e

sacrificial do subjetivo, assume que o que não pode ser investigado objetivamente deve permanecer excluído ao procedimento. Destarte,

o que deveria ser excluído é o sujeito enquanto fonte de variação, fonte de opiniões, tendências, vieses, desejos, movimentos passionais e instintivos etc. Toda a confiança moderna nas crenças científicas, à falta de um vínculo com as tradições e de uma obediência às autoridades, viria, desde então, repousar na autonomia deste sujeito epistêmico e na eficácia dos procedimentos constitutivos (Figueiredo, 2002, p. 89).

Para Marcondes (2005), a revolução científica moderna resulta da conjugação de dois principais fatores: a virada copernicana que propõe a hipótese heliocêntrica, ou seja, de que a Terra, por girar em torno do sol, não é o centro do universo (posteriormente validada por Galileu); e a construção de uma ideia de ciência em que a valorização da observação e do método experimental toma o lugar da antiga ciência contemplativa. Assim, a ciência rompe com os limites que separavam o saber teórico e o saber aplicado, muito embora esta transformação venha, do século XV até Newton (1643-1727), de um longo processo de transição.

O renascimento do Ceticismo, do qual em determinados aspectos a produção cartesiana é uma defesa, é uma expressão do movimento do homem ao se debater com tantas mudanças, mas na defesa de que é impossível tecer caminhos objetivamente seguros e indubitáveis de conhecimento na busca pela verdade absoluta da ciência. O ceticismo é a demonstração do piso frouxo em que o homem passara a pisar, buscando com isso um refúgio no interno, na experiência individual sem, no entanto, considerá-la como uma certeza. Os céticos abrem mão das certezas por considerarem o eu como portador da dúvida por excelência e, onde a dúvida permanece, a certeza lá não estará. Para Kehl (2002), a Psicanálise guardará certa afinidade com o pensamento do cético Montaigne por não temer a dúvida, o não saber, como ver-se-á mais adiante. Ao comparar Descartes e Montaigne, Franklin Leopoldo e Silva (2006) escreve:

Resta então à subjetividade uma espécie de estado nômade: percorrer todas as certezas estabelecidas pelo homem mas sem se estabelecer, por sua vez, em nenhuma delas. Não há um ponto de apoio, não há um lugar de partida nem um objetivo a que se chegar. Esse percurso incessante caracteriza a supremacia da dúvida sobre a certeza. Isso significa que o Eu que constata a variação é muito mais um foco irradiador de dúvida do que de certeza. Embora o Eu tenha o privilégio de *refletir* sobre toda essa variação, nem por isso ele se conhece melhor do que conhece as outras coisas. (...) O Eu, portanto, tem o privilégio da reflexão, mas não tem a firmeza do fundamento (Silva, 2006, p. 40, grifos do autor).

Assim, enquanto os céticos se distanciam da unidade, Descartes – que deseja o fundamento - busca um ponto fixo em que possa se apoiar, processo no qual a dúvida será o veículo no alcance da certeza, para ele, perfeitamente possível de ser alcançada. O sujeito é aquele que, por duvidar, pode conhecer e, assim, atingir o ápice da faculdade que lhe faz humano e racional.

Percebe-se que em nome da ciência e do expurgo da subjetividade enquanto elemento estranho e perigoso que colocaria em risco a validade da ciência, elege-se um método capaz de ler a natureza e, ao mesmo tempo, segregar o ser humano e suas atividades subjetivas ao reino do obscuro. Para Figueiredo (2002) é neste momento que o método é convertido em fetiche e que apesar de reconhecer que o campo das experiências humanas é idiossincrático e variável, o desqualifica como possível objeto de atividade cognitiva. Que o campo do subjetivo permanecesse com os artistas, pintores, poetas e músicos. Portanto,

A ciência moderna, a que se inicia em Bacon e alcança sua formulação mais elaborada em Descartes, desconfia da experiência. E trata de convertê-la em um elemento do *método*, isto é, do caminho seguro da ciência. A experiência já não é o meio desse saber que forma e transforma a vida dos homens em sua singularidade, mas o método da ciência objetiva, da ciência que se dá como tarefa a apropriação e o domínio do mundo. Aparece assim a ideia de uma ciência experimental. Mas aí a experiência converteu-se em experimento, isto é, em uma etapa no caminho seguro e previsível da ciência. A experiência já não é o que nos acontece e o modo como lhe atribuímos ou não um sentido, mas o modo como o mundo nos mostra sua cara legível, a série de regularidades a partir das quais podemos conhecer a verdade do que são as coisas e dominá-las (Bondía, 2002, p. 28).

As paixões passam a ser, cada vez mais, rechaçadas e colonizadas pelos caminhos do método. Demonstrações da natureza volátil do homem são desvalorizadas e devem ser tampadas para que não apareçam. Segundo Figueiredo (2002) nem mesmo os artistas puderam dar conta da tormenta romântica das paixões, visto que a própria arte converteu-se em técnica experimental, racional e matemática. Instrumentos musicais passaram a ser matematicamente produzidos, bem como a codificação de técnicas vocais e instrumentais. As obras de Shakespeare e Cervantes tinham mau gosto e indecência e, portanto, não agradavam por lembrar o que deveria ser esquecido. Desenhos geométricos de jardins franceses são mais representativos da natureza do que uma floresta inteira.

Ora, as paixões que se prestam a este gênero de conhecimento e a este nível de imitação e de evocação já não se parecem em nada às paixões que perturbam e obstruem a marcha da razão ou que comprometem os sistemas representacionais. São paixões expurgadas de seu potencial mais ameaçador, são paixões essencialmente representáveis (Figueiredo, 2002, p. 90).

O reino da representação paira sobre o sujeito da ciência que, agora, é o mediador cognoscente da vida e que atua mediante rituais e esquemas metódicos de observação, descrição, organização e intervenção no mundo.

Paralelamente, o sistema social se transforma de poder conferido ao nascer em poder a ser conquistado. As possibilidades de acumulação de riquezas, de maior participação política, de trânsito social se apresentam como um grande teatro em que as atuações dos indivíduos, de acordo com a conjuntura, poderiam render mobilidades sociais e econômicas (Simmel, 1999/2006; Sennett, 1998). A vida na cômte se torna o próprio espetáculo em que identidades se constroem em torno da etiqueta e de regras de convivência. A aparência e suas efemérides conjugadas à necessidade de esconder o íntimo e dissimular o público assume um lugar fértil para que a subjetividade seja tecida nas tramas do olhar. A vida de relações se torna um jogo que exige a leitura correta do outro, captando sinais e mensagens ocultas e indiretas na prosaica e sistemática etiqueta. Entrementes a vida urbana toma contornos a perder de vista e as cidades se desenvolvem a luz do industrialismo e do comércio efervescentes.

Para Simmel (1999/2006), a cômte do Antigo Regime é a representação de uma sociabilidade pura em que pessoas ou instituições não adquirem a menor importância. As forças, determinações e relações eram puramente sociáveis e sua etiqueta fora convertida em um fim em si mesmo sem referência a qualquer conteúdo. Assim, o padrão de sociabilidade que antecede a consolidação da Modernidade pode ser caracterizado como distante de qualquer realidade externa a sua própria regra. O homem do Antigo Regime, segundo Simmel (1999/2006), não pôde colher os frutos de uma sociabilidade libertadora, muito pelo contrário, pois “o medo vago de uma realidade ameaçadora levou os homens àquela cegueira prosaica, àquele afastamento das forças da vida real” (Simmel, 1999/2006, p. 82). Mas já no século XVIII, segundo Sennett (1998), a cortesia toma outro sentido do que o outrora usado na cômte, este baseado em lisonjas e realizações pessoais agraciadas, pois o vínculo inicial é estabelecido com um acordo em que todos se reconhecem como parte da multidão, de uma massa de indivíduos e não de distinção imediata. Afinal, a intensa convivência com tantas pessoas, no trânsito da urbe, deixa qualquer um vulnerável. Agora, todavia, a elevação do sujeito a mediador absoluto da sociabilidade faz com que sua atuação seja carregada de sentidos e significados e expressa na tensão, sempre constante e ainda tão atual, entre sujeito e sociedade.

O Sujeito da Modernidade nas Tramas da Liberdade

“Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos”.

Marshall Berman

O sujeito moderno é aquele que está carregado, quando não soterrado, pelo seu eu em busca de autonomia, em busca de um brilho, ao mesmo tempo equivalente ao das instituições de dantes e também original.

A culminação do advento moderno, em definitivo, está na instauração da Revolução Francesa - levada pelas ideias Iluministas- , em 1789, que pôs fim ao Antigo Regime e ao Absolutismo. Ideais de liberdade, igualdade e fraternidade são as bandeiras europeias em riste. Explode um novo mundo em que a revolução e as possibilidades de transmutações borbulham, trazendo ao sujeito a esperança de que é chegado um novo tempo, um tempo de convulsão político, social, econômico, cultural e destinado a um novo público, a um conjunto de homens trazido à vida por estas circunstâncias. No entanto, pressente-se e constata-se que tamanho grau de acessibilidade não é tão grande quanto se postula e paira no ar uma constante dubiedade sobre a liberdade alcançada pela simultânea convivência com um mundo em que a ordem não é tão movimentada assim, por ainda estar tão próximo do passado.

Para Latour (1994), a Modernidade, independente da filiação de seus pensadores, aponta para a passagem do tempo, para um novo regime, aceleração, ruptura, revolução do tempo. A palavra, para o autor, está sempre em meio a uma polêmica entre Antigos e Modernos. “Moderno, portanto, é duas vezes assimétrico: assinala uma ruptura na passagem regular do tempo; assinala um combate no qual há vencedores e vencidos” (Latour, 1994, p. 15). Aqui a Modernidade flerta de frente com a moda, pois esta é a ordem que delega as medalhas. Para Berman (1988), ser moderno “é fazer parte de um universo no qual, como disse Marx, ‘tudo o que é sólido desmancha no ar’” (p. 15). Bauman (2008a) aponta a ambivalência como reinante na Modernidade, tanto na questão das necessidades quanto das capacidades humanas, tendo, como já afirmara Marx (1856)¹, “derretido tudo o que era sólido e profanado tudo que era sagrado” (p. 78), apresentando-se como a era da liberdade.

¹ Marx, K. Discurso no Aniversário do “The People’s Paper”, em 14 de abril de 1856.

Tratar da relação da Modernidade com o ideal e a ideia de liberdade é fundamental, pois há indicações de que é por este caminho que o sujeito pensa se desvencilhar de amarras fundantes e de peso para buscar em si ou na cultura elementos da construção de sua subjetividade.

Berman (1988) nos diz que o modernismo e a modernização em suas fases intermediárias (século XIX) se desdobram de uma profunda dicotomia, de “uma sensação de viver em dois mundos simultaneamente” (Berman, 1988, p. 16), pela lembrança de um mundo material e espiritual não inteiramente moderno.

Simmel (1999/2006) aponta para a materialização consciente da ideia de liberdade como tendo alcançado seu ápice no século XVIII por uma necessidade de desatar as amarras que travaram o indivíduo até então. Na abordagem econômica dos fisiocratas: a natural livre concorrência de interesses; na elaboração de Rousseau (1712-1778) sobre a corrupção que a civilização opera no homem; na Revolução Francesa que elevou a liberdade individual como máxima; na concepção de Kant (1724-1804) de que o eu era o portador do mundo cognoscível, segundo Simmel (1999/2006), percebe-se a exigência de que o indivíduo seja o agente da libertação. O autor afirma que o ideal de liberdade individual surgiu da repressão operada pelas instituições despóticas de controle que atuavam sobre grupos desfavorecidos, as quais perderam toda a sua legitimidade essencial. Este mesmo ideal acabará por criar uma antinomia entre liberdade e igualdade (Simmel, 1999/2006).

Bastava que caíssem aquelas amarras que obrigavam as forças da personalidade a trilhar caminhos antinaturais para que todos os valores internos e externos, todas as capacidades previamente existentes e até então refreadas política, religiosa e economicamente, se desenvolvessem e conduzissem a sociedade da irracionalidade histórica para a sociedade da racionalidade natural (Simmel, 1999/2006, p. 92).

Como dito por Figueiredo e Santi (2006), “a constituição do sujeito moderno é contemporânea ao início da crítica a este mesmo sujeito” (p. 26). Desta feita, não é incomum encontrar em autores da Modernidade uma crítica ferrenha da nova ordem perpendicular a um fascínio experimentado na vivência da mesma. Berman (1988) coloca que todos os grandes modernistas do século XIX atacam passionalmente este ambiente moderno, mas também sentem-se deveras à vontade em meio às novas possibilidades, positivos mesmo em suas críticas e usando tons jocosos e irônicos em momentos de seriedade e profundidade. O desconforto nasce do embate com uma paisagem perturbadora e, ao mesmo tempo, propulsora da produção de experiências possíveis, como, por exemplo, a do *flâneur* que se move através da multidão (Benjamin, 1962/1983b) ou a proposição

marxista de que a nova sociedade deveria ser governada por homens de vanguarda, quais sejam, os operários, verdadeiras produções modernas (Berman, 1988). A paisagem moderna se apresentava tal qual descreve Berman (1988):

Trata-se de uma paisagem de engenhos a vapor, fábricas automatizadas, ferrovias, amplas novas zonas industriais; prolíferas cidades que cresceram do dia para a noite, quase sempre com aterradoras consequências para o ser humano; jornais diários, telégrafos, telefones e outros instrumentos de *media*, que se comunicam em escala cada vez maior; Estados nacionais cada vez mais fortes e conglomerados multinacionais de capital; movimentos sociais de massa, que lutam contra essas modernizações de cima para baixo, contando só com seus próprios meios de modernização de baixo para cima; um mercado mundial que a tudo abarca, em crescente expansão, capaz de um estarrecedor desperdício e devastação, capaz de tudo exceto solidez e estabilidade (p. 18).

De imediato pode-se pensar que as ruínas do velho mundo abriram espaço para a construção de novas realidades, para a busca de um ideal de individualização a todo tempo paradoxalmente sendo confrontado com a emergência da multidão. Portanto, é importante destacar que a própria energia criadora da Modernidade é também a destruidora de suas próprias criações. Como num embate entre Criador e criatura, os homens modernos se engajam, muito às vezes sem perceber, em um movimento de tecer caminhos para a liberdade com restos triturados de grilhões. A forma final parece em nada relacionar-se com o passado, mas sua essência o recompõe veladamente. Berman (1988) compara Marx (1818-1883) e Nietzsche (1844 – 1900) e afirma que ambos similarmente tinham um mesmo sentimento em direção à Modernidade, provendo-se de um impulso dialético e irônico de que a vida moderna é impregnada de seus próprios avessos.

Para Nietzsche, assim como para Marx, as correntes da história moderna eram irônicas e dialéticas: os ideais cristãos da integridade da alma e a aspiração à verdade levaram a implodir o próprio Cristianismo. O resultado constituiu os eventos que Nietzsche chamou “a morte de Deus” e o “advento do niilismo”. A moderna humanidade se vê em meio a uma enorme ausência e vazio de valores, mas, ao mesmo tempo, em meio a uma desconcertante abundância de possibilidades (Berman, 1988, p. 21).

Para Nietzsche, viver no mundo moderno é um perigo. O indivíduo está perdido em meio à busca do infinito, pois nada mais lhe apetece como inteireza ou objetivo, o passado se torna uma paródia onde nada mais lhe serve, por isso não cessa de tentar achar o “figurino perfeito” não crendo que “jamais se mostrará bem trajado” pelos papéis sociais nos tempos modernos (Nietzsche, 1882, apud Berman, 1988).

Liberdade: Uma Pena Capital

*“Não faz sentido falar sobre libertação
a homens livres (...)”*
Marcuse

Em Marx, as ‘benesses’ do progresso capitalista não são apontadas como edificações de liberdade, muito pelo contrário, pois foram erguidas sobre imensas contradições. Não é possível pensar o homem moderno como divorciado deste contexto, pois o capitalismo fornece boa parte dos contornos para o desenvolvimento da subjetividade humana, especialmente para o fomento da individualização.

Nos nossos dias, tudo parece prenhe do seu contrário. Observamos que a maquinaria dotada do maravilhoso poder de encurtar e de fazer frutificar o trabalho humano o leva à fome e a um excesso de trabalho. As novas fontes de riqueza transformam-se, por estranho e misterioso encantamento, em fontes de carência. Os triunfos da arte parecem ser comprados à custa da perda do caráter. Ao mesmo ritmo que a humanidade domina a natureza, o homem parece tornar-se escravo de outros homens ou da sua própria infâmia. Mesmo a luz pura da ciência parece incapaz de brilhar a não ser sobre o fundo escuro da ignorância. Todo o nosso engenho e progresso parecem resultar na dotação das forças materiais com vida intelectual e na redução embrutecedora da vida humana a uma força material. Este antagonismo entre a indústria e a ciência modernas, por um lado, e a miséria e a dissolução modernas, por outro; este antagonismo entre os poderes produtivos (...) e as relações sociais da nossa época é um fato palpável, esmagador, e que não é para ser controvertido (Marx, 1856).

As consequências da economia capitalista foram radicais no sentido de delimitar e preencher as lacunas deixadas pelo destronamento do mundo hierárquico, porém agora com novas hierarquias, as quais, em sua aparência, promovem igualdade de participação a todos os homens. Hierarquias não só relativas aos sujeitos, mas aos objetos produzidos e vendidos por valores de troca e com agregados valores de uso, nos quais está contido e alienado um certo *quantum* de trabalho humano. A mercantilização e a posterior afirmação do Capitalismo combinaram com o ideal meritocrático de que cada um pudesse aceder, via produções subjetivas e objetivas individuais, a um lugar social mais confortável e seguro. Na luta entre burguesia e aristocracia, enquanto a primeira deseja desqualificar a segunda para obter o poderio político e financeiro desta, a última tenta não naufragar e manter seus privilégios às custas das minorias. O liberalismo garantiria a cada um que seu direito e seu lugar na engrenagem social fossem promulgados mediante os contratos tácitos entre cidadãos e Estado, bem como o papel deste último na salvaguarda dos direitos inalienáveis dos homens, quais sejam, liberdade e propriedade privada (Nicola, 2005).

Em certa medida, liberdade e igualdade eram valores perseguidos, mas na prática se mostravam dificilmente conjugados. Simmel (1999/2006) aborda a questão da antinomia entre igualdade e liberdade nos tempos modernos como uma questão paradoxal geradora de uma autocontradição. Parece que a queda das velhas formas de poder e dominação criaram uma crença de que, afinal, os indivíduos seriam livres e iguais, como se a liberdade fosse algo natural e finalmente resgatado pela ruína destas edificações. Contudo, o capitalismo introduz o escopo para a antinomia antes citada ao garantir a prevalência da propriedade privada como um índice econômico e como, nas relações sociais entre os homens, um privilégio.

(...) a propriedade privada se torna não somente expressão, mas até um multiplicador das diferentes forças individuais; ela aumenta de tal maneira essa diferença até que se tenha acumulado (...) um máximo de liberdade em um polo da sociedade, e um mínimo de liberdade em outro (Simmel, 1999/2006, p. 94).

E o autor completa afirmando que o pleno estabelecimento da liberdade só se pode dar em um plano de total igualdade com a liberdade do outro, o que é inatingível não só no “plano pessoal, como também no econômico, à medida que este permite o aproveitamento de superioridades pessoais” (Simmel, 1999/2006, p. 94). Para o autor, é justamente esta possibilidade de aproveitar-se de superioridades pessoais como demonstração da liberdade que constitui a antinomia entre esta última e a igualdade. Simmel (1999/2006) sugere que somente a renúncia dos homens a privilégios, em um tempo em que a liberdade já foi proclamada, é capaz de dissolver esta antinomia.

Com um Estado cada vez menos intransigente, a lógica do capital conjugada à ação do capitalista toma conta dos sistemas produtivos e sociais, nos quais a afirmação do indivíduo é condição *sine qua non*.

Ora, a importância histórica e a razão de ser do capitalista residem no fato de que ele pressiona impiedosamente a humanidade a produzir por produzir, e obriga assim a se desenvolverem as forças produtivas da sociedade e a criar condições materiais de produção tais que não poderia edificar-se sobre essa base senão uma forma social superior, cujo princípio é assegurar o livre e completo desenvolvimento do indivíduo (Marx, 1867/1982, p. 151).

Indivíduo pronto para produzir, indivíduo apto a consumir.

Ao falar de produção, salienta Marx (1859/2003), depende-se do seguimento do processo histórico e de seu desenvolvimento. “Assim, sempre que falamos de produção, é a produção num estágio determinado do desenvolvimento social que nos referimos – à produção de indivíduos vivendo em sociedade” (Marx, 1859/2003, p. 227). A produção burguesa moderna se apresenta para o indivíduo como um meio possível de realização de

suas necessidades, enquanto um recuo na história destaca cada vez mais a dependência dos indivíduos de vínculos coletivos e comunitários, como a família e a tribo para a realização do mesmo (Marx, 1859/2003).

Só no século XVIII, na ‘sociedade burguesa’, as diferentes formas do conjunto social passaram a apresentar-se ao indivíduo como um simples meio de realizar seus objetivos particulares, como uma necessidade exterior. Mas a época que dá origem a este ponto de vista, o do indivíduo isolado, é precisamente aquela em que as relações sociais (revestindo deste ponto de vista um caráter geral) atingiram o seu máximo desenvolvimento. O homem é (...) não só um animal sociável, mas um animal que só em sociedade pode isolar-se (Marx, 1859/2003, p. 226).

Temos assim que o pleno desenvolvimento do indivíduo se dá em uma época em que substancialmente se transformam as formas de sociabilidade e que diversas condições para a coroação deste como unidade de trânsito sociocultural e econômico são estabelecidas.

O homem vive uma luta constante para construir e confirmar a sua própria humanidade e, neste sentido, o trabalho será sempre uma determinação fundamental, bem como uma condição necessária para a produção e modificação de si e de sua consciência (Resende, 2009). A análise marxista concebe o homem como agente da atividade social, cuja mediação privilegiada é o trabalho, visto que através dele constrói, enquanto dele se apropria para constituir a si. Diferenciando-se de outros animais, através do trabalho o homem modifica o mundo, sua ação tem caráter universal e socializante. No entanto, na forma capitalista, o trabalho está desnudo de seu poder objetivamente transformador, subjetivo e autoral, pois desrealiza, na forma, o próprio trabalhador. Objetivamente, o trabalhador acaba por colocar toda a sua força na produção de objetos, mercadorias que não lhe pertencem.

Por ser determinada por valores de uso, a mercadoria assume, por suas propriedades materiais, a qualidade de suprir necessidades humanas. Por assumir valores de troca, a mercadoria pode ser vendida por outras mercadorias distintas de si própria. Ao ser vendida por um valor de troca, o valor de uso, ou seja, a necessidade humana abarcada nas propriedades materiais da mercadoria, está alienado, visto que a mercadoria se transforma somente em um valor equivalente. Na produção fabril em que a mão de obra trabalhadora transforma a matéria prima em uma mercadoria a ser vendida, se alienam não só o valor de uso da mercadoria como também o valor de uso do trabalho. O objeto passa a ser a positivação do trabalho que, por conseguinte, deixa de pertencer ao próprio artesão do mesmo.

O trabalhador tem o fruto de sua atividade transformado num objeto externo que existe independente dele e o confronta de maneira hostil. É como se a vida que constitui o objeto fosse proveniente dele mesmo e não do homem que ali a colocou (Resende, 2009, p. 53).

Neste momento, o trabalho como atividade transformadora do mundo se converte em um estranho, perdendo suas propriedades emancipatórias. Assim, o homem alienado em seu próprio trabalho, pensado aqui como mediação privilegiada da subjetividade, acaba por alienar-se em diversas outras esferas, inclusive em sua própria essência.

Berman (2001) problematiza a questão da liberdade e do fetichismo em Marx utilizando a classificação histórica do autor sobre dois estágios de vida do capitalismo, o clássico e o moderno. Segundo Berman (2001), tais estágios foram geradores de homens arquetípicos materializados em ideais de personalidade, ou seja, indivíduos que medianamente incorporavam em si valores e aspectos burgueses do próprio estágio de desenvolvimento da economia capitalista. O capitalista clássico é filho da época em que produção e acumulação de capital estão na ordem do dia. “Acumulai!”, esta é a regra do capitalista clássico, ascético. Sua busca pela acumulação se compara à do fanático religioso, seu discurso e ação são impermeáveis ao debate e à dúvida. Sua existência e ação no mundo estão a serviço da função do capital e, por isso, certas características humanas estão descoladas dele mesmo, como a paixão e a entrega ao desejo. Assim, o capitalista clássico não se entrega às odes do consumo particular, pois com isso se desviaria de sua função e de sua existência, podendo gerar uma culpa que o abalaria profundamente (Berman, 2001).

Essa perfeição sistemática e metodista é típica de um ideal cristão recorrente: libertar-se do fardo da espontaneidade, do impulso imprevisível e do desejo incontrolável. Um ser feito só de princípios e nenhuma paixão (...) (Berman, 2001, p. 66).

Já o capitalista pós-clássico, ou moderno, tendo atingido a riqueza e a acumulação um grau de pleno desenvolvimento, desencarna-se como capital. Para Berman (2001), o capitalista moderno nutriu grande solidariedade por seu próprio Adão e entregou-se ao Pecado Original do consumo.

(...) seus impulsos espontâneos e a influência irracional de seus desejos passam a ter importância para ele; sua função de acumular deixa de ser tudo o que importa na vida. Depois de seus prodígios de produção, ele começa a ver a busca do prazer, a vida do consumidor, como algo igualmente atraente (Berman, 2001, pp. 66-67).

Logo, o capitalista moderno passa a ver a acumulação de capital como algo que o afasta do prazer, enquanto o clássico estigmatizara o consumo individual como um pecado. O moderno enfrenta um conflito intenso entre a acumulação e a permissão de buscar o prazer na inversão desta última. Aqui, para Berman (2001), a liberdade retorna como uma questão de livre escolha veiculada pela afirmação do indivíduo como agente de suas próprias ações e não de forças que lhe são alheias.

Nesse período “consumidor”, o capitalista se torna igual aos outros homens: vê-se a si mesmo como um livre agente, capaz de sair por um momento de seu papel de produtor e acumulador e até mesmo de desistir dele por completo em favor do prazer ou da felicidade; pela primeira vez, vê sua vida como um livro aberto, como algo a ser moldado de acordo com sua escolha. (...) Os homens não se sentem mais forçados a satisfazer as infinitas exigências de uma Vontade que lhes é estranha; estão livres, enfim, para pensar em si mesmos (Berman, 2001, pp. 67-68).

Pode-se, porquanto, pensar que a liberação do homem para o consumo enquanto via de satisfação de prazer introduz o indivíduo em uma ordem baseada em diversas dimensões além da economia e da circulação de capital. O indivíduo parece ter, no advento do consumo, conquistado uma aurora no caminho da felicidade, da liberdade e da possibilidade de se constituir – na ação – por meio da mercadoria.

Tais condições levam a discussão da constituição do sujeito e de sua suposta liberdade a um outro nível, no qual ousa-se questionar se toda esta discussão se dá, de fato, em torno dos sujeitos ou das coisas; se o sujeito moderno chega a se fazer nas relações do capital ou se ele está, justamente por esta contaminação, alijado de si em essência. Sustenta-se aqui a amplitude antropomórfica da mercadoria e das artimanhas do capital que aparentam alimentar o homem de humanidade ao apresentar-lhe possibilidades de ações individuais no mundo, seja pelo trabalho, seja pelo consumo, ambos salvaguardados pelo poder do fetichismo e da alienação quando, na verdade, operam seu exato oposto. O que acontece é uma inversão entre sujeito e objeto, pois enquanto o homem se pensa livre, se torna “escravo de suas próprias objetivações” (Resende, 2009, p. 92). Sob a eterna aparência de indivíduos como agentes ativos na sociedade e que se relacionam entre si, “quem” de fato exerce o status de sujeito são os próprios objetos diante de indivíduos verdadeiramente indiferenciados.

A força social dos indivíduos, a objetivação de sua vida, ganha o significado de coisa. A relação social entre as pessoas, específica das sociedades pré-capitalistas, converte-se em relação social entre coisas; as coisas subordinam o comportamento humano a dimensões estranhas ao seu ser objetivado e parecem ganhar vida própria, existindo independentemente dos indivíduos indiferentes entre si. A relação do indivíduo com a sociedade, seu poder social, sua atividade vital, tudo

isso se transforma em coisa que ele passa a carregar no bolso (...) (Resende, 2009, pp. 94-95).

Conclui-se que a postulação do Capitalismo no ápice de sua engrenagem produtiva se baseia não só na produção de objetos, mas na produção de sujeitos para os objetos. É neste (des)encontro do indivíduo com a mercadoria, do sujeito com o objeto que encontra-se uma pista que pode guiar a discussão dos entrelaçamentos do sujeito social com a moda, pois esta se constitui como um avançado panorama de objetos de consumo que, muitas vezes, se confunde com a formação do próprio sujeito.

A análise da mercadoria é aquela que, mais de perto, interessa à análise da construção do indivíduo concreto, da vida espiritual, da subjetividade, porque revela os grilhões da escravidão individual e coletiva apontando as possibilidades de sua superação. Marx afirmará que a riqueza, na sociedade capitalista, que aparece como uma quantidade significativa de mercadorias, tem sua gênese na mercadoria individual (Resende, 2009, p. 97).

Um outro ponto acerca do sujeito se faz patente nesta dissertação considerando-se sua racionalidade outra que não a da lógica puramente social, mas que segue na linha de tecer o homem como um ser em constante contradição com a sua condição de liberdade e autonomia. Com um golpe definitivo nas certezas da humanidade, a moderna Psicanálise engendra a sua potência de negatividade ao conceber ao indivíduo o estatuto do inconsciente.

Um Sujeito Psíquico

Há uma outra fonte de observações e de conteúdo humano que se faz presente a todo o tempo na linha de constituição do homem enquanto tal, qual seja, o seu psiquismo. Embora se tenha visto que a ciência moderna abdica do estudo dos mecanismos internos dos sujeitos por relegá-los a um status de não cientificidade, as manifestações de questões subjetivas dos homens nunca cessaram de vir à tona, mesmo que disto eles não saibam. Sensível a estas manifestações e na tentativa de desvelar sujeito e cultura em suas eternas reciprocidades, a Psicanálise, com Freud (1856-1939) surge com um novo saber sobre o homem, um saber que exalta a ignorância e que se arrisca a adentrar nas searas desconhecidas e intocadas pela moral moderna para dizer, afinal, a que veio o sujeito.

Para Birman (2006), enquanto o discurso da ciência se cria na Modernidade, a Psicanálise é uma produção do modernismo, ou seja, da “consciência crítica da Modernidade e até mesmo a sua autoconsciência” (Birman, 2006, p. 44), baseada no

questionamento do eu e da razão erigidos no processo de primazia da consciência. Trata-se do sujeito civilizado. De acordo com Kehl (2002), civilização é o nome dado “a esse estado de separação entre os homens, e sobretudo entre cada homem e seus impulsos, suas necessidades fisiológicas, boa parte de seus afetos e de suas vontades” (Kehl, 2002, p. 52). Parece estar em questão, portanto, um sujeito apartado de si. A autora, ao analisar o desenrolar do processo civilizatório moderno, afirma que o resultado é a divisão do sujeito, da qual a Psicanálise se apropria:

(...) assistimos à emergência de um sujeito que passa a desconhecer tanto suas determinações íntimas como o caráter coletivo, social, das forças que o atravessam. Para se acreditar independente, “individual” entre seus semelhantes, ele tem que ignorar (recalcar?) todas as evidências de sua dependência, desde a educação que lhe garantiu um lugar na sociedade até a força de tradições e saberes implícitos no sistema de crenças e valores que ele acredita ter constituído sozinho, pelo poder da razão (Kehl, 2002, p. 64).

Este sujeito resultante tem uma forte consciência de si, responsável por concepções individuais de diferenciação dos outros e disposição a se auto-observar, prática geradora de sofrimento contínuo.

Ainda neste sentido, Roudinesco (2000) postula a derrota do sujeito, visto que a sociedade que proclama a emancipação e a igualdade acaba por acentuar as diferenças entre os homens e promover reivindicações dos sujeitos para a garantia de suas singularidades em detrimento da perda de relação com a universalidade. Para a autora, a era da subjetividade foi substituída pela da individualidade com aparências ilusórias de liberdade e independência sem restrição, mas também sem desejo. O sujeito, longe de se constituir a partir da consciência de processos que o subjazem à revelia, toma como destino uma “reivindicação normativa” (Roudinesco, 2000, p. 14) de individualidade, de diferenciação. Entretanto, o sujeito freudiano da Psicanálise é aquele que

é um sujeito livre, dotado de razão, porém cuja razão vacila dentro de si mesma. É de sua falha e de seus atos, e não de sua consciência alienada, que pode surgir o horizonte de sua própria cura. Esse sujeito não é nem um autômato dos psicólogos, nem um indivíduo cérebro-espinha dos fisiologistas, nem tampouco o sonâmbulo dos hipnotizadores, nem o animal étnico dos teóricos da raça e da hereditariedade. É um ser falante, capaz de analisar o significado de seus sonhos, em vez de encará-los como o vestígio de uma memória genética (Roudinesco, 2000, p. 69).

Para Cecarelli (2007), o termo sujeito não é suficiente ou adequado para abarcar a concepção freudiana da subjetividade. Sobre isto o autor afirma:

Uma das mais precoces descobertas freudianas é a pluralidade dos atores psíquicos, o que só pode ser conceituado de um ponto de vista dinâmico. Tal dinâmica,

entretanto, se opõe radicalmente à noção de *sujeito*, ainda que dividido. Esta noção parece ser insuficiente para abarcar o dinamismo pulsional e, conseqüentemente, a diversidade das funções psíquicas responsáveis pela interface mundo exterior, psíquico e corporal as quais, para Freud, são apreendidas pelos diversos aspectos do Eu (Ceccarelli, 2007, p. 46).

Assim, mesmo o ego ou o Eu não seria, em Freud, um equivalente à ideia de sujeito, pois em diversos momentos da escrita freudiana “o Eu engloba, ao mesmo tempo, sujeito e objeto, além de ser constituído em uma dinâmica de auto-referência, e mesmo de contrários, que a palavra *sujeito* não expressaria” (Ceccarelli, 2007, p. 45).

Certamente, há que se considerar que Freud em suas pesquisas tece caminhos opostos ao do sujeito do *cogito* cartesiano ou do sujeito que conta somente com sua racionalidade para se apropriar do mundo. No entanto, é possível falar de um sujeito específico em Freud, que é o sujeito do próprio desconhecimento de si, o sujeito psíquico. Um sujeito cujos mais altos desígnios morais e de pensamento devem sua existência também ao inconsciente, às forças que o amor desempenhou na vida anímica (Freud, 1923/2006). A busca por este sujeito, outrossim, se dá mediante a racionalidade. Freud (1923/2006) se manifesta a este respeito:

Para muitas pessoas que foram educadas na filosofia, a ideia de algo psíquico que não seja também consciente é tão inconcebível que lhes parece absurda e refutável simplesmente pela lógica. Acredito que isso se deve apenas a nunca terem estudado os fenômenos pertinentes da hipnose e dos sonhos, os quais – inteiramente à parte das manifestações patológicas – tornam necessária esta visão. A sua psicologia da consciência é incapaz de solucionar os problemas dos sonhos e da hipnose” (p. 27).

Para Resende (2008), os esforços racionais de Freud em busca da inteligibilidade do psiquismo são importantes para a superação das ilusões irracionistas, como as da religião. As contribuições psicanalíticas são tributárias da discussão da subjetividade e particularmente subversivas ao inverterem o status do saber ao que não se demonstra na imediaticidade:

Tomar como ponto de partida o programa científico e racional de Freud como contribuição fundamental da psicanálise para enfrentar o desafio lógico e histórico da subjetividade é postular de início que a “vida subjetiva” não é o reino do absurdo, do obscuro, da impossibilidade do saber. A “vida subjetiva” é objeto possível de compreensão racional. Se for possível supor que, em algum momento do desenvolvimento do conhecimento acerca do sujeito, esse tenha sido compreendido pela sua possibilidade e capacidade de dizer de si “eu sou”, ou em outro momento pela sua capacidade de pensar, “eu penso”, em Freud, o sujeito é o que sabe, mas não sabe que sabe – “eu sei, mas não sei que sei” (Resende, 2008, pp. 187-188).

Já para Birman (2006), a descoberta do inconsciente pela Psicanálise está relacionada ao sujeito no sentido de guiá-lo ao descentramento, à sua condição de possibilidade, constituindo assim uma típica crítica da Modernidade com seu eu apoteótico em contraste com o eu descentrado do inconsciente. Ao considerar que a Psicanálise é a terceira grande ferida narcísica na história da humanidade², para Birman (2006), Freud está só começando a sua marcação crítica da soberania do sujeito moderno, pois sua proposta de descentramento do sujeito adquire um lugar estratégico com a categoria do *desejo*³.

Na condição de movente do psiquismo, o desejo revela a direção insondável do sujeito em relação a algo que lhe ultrapassa e lhe transcende, algo que ele quer capturar mas que ao mesmo tempo lhe é inapreensível, ou seja, o objeto do desejo (Birman, 2006, p. 46).

A compreensão deste sujeito de Freud aponta a Psicanálise como uma teoria que contém elementos subsidiários para a elucidação da formação dos sujeitos, os que em determinadas condições de existência fazem (ou pensam que fazem) escolhas conscientes (ou não), produzem, constituem a si, ao outro, à realidade, à cultura através de ações no mundo, inclusive, ações psíquicas.

Para Laplanche e Pontalis (2001), ao falar das concepções tópicas⁴ em Psicanálise, está-se em busca do sujeito: “(...) a teoria científica do aparelho psíquico tende a aproximar-se da forma fantástica como o sujeito se concebe e até, talvez, se constrói” (p. 508). Explica-se melhor. Em sua busca por compreender o psiquismo, Freud formula a premissa fundamental da Psicanálise: “a divisão do psíquico em o que é consciente e o que é inconsciente” (Freud, 1923/2006). A esta divisão, Freud chama de primeira tópica, na qual o aparelho psíquico estaria dividido em *inconsciente*, *pré-consciente* e *consciente*⁵.

²No texto “*Uma dificuldade no caminho da Psicanálise*” (1917), Freud afirma que após a revolução copernicana e a teoria darwinista da evolução, a Psicanálise, pela descoberta do inconsciente, se torna a terceira ferida narcísica da humanidade por retirar do indivíduo a soberania sobre seu próprio eu e sobre suas ações.

³*Desejo* na teoria freudiana indica, ao mesmo tempo, uma “propensão e a realização da propensão de um anseio ou voto inconsciente” (Roudinesco e Plon, 1998, p. 146), delimitado na teoria do sonho. O *desejo* não é o mesmo que necessidade, nascida de uma tensão interna e que encontra em um objeto a satisfação necessária, mas sim uma ligação a traços mnésicos cuja satisfação ocorre na “reprodução alucinatória das percepções que se tornaram sinais dessa satisfação” (Laplanche e Pontalis, 2001, p. 114), sempre ligado a signos infantis. Sobre o sonho ver Freud, S. (1900) *A Interpretação dos Sonhos*.

⁴O termo “tópica” designa um lugar, uma determinação classificatória local, específica de um determinado assunto ou tema a ser tratado.

⁵Sob um ponto de vista topográfico, o sistema inconsciente é aquele que não vem à tona, é incognoscível a não ser pela neurose ou pelo sonho, dispensa pouca atenção à realidade externa, pois está imerso na realidade psíquica e movido pelo processo primário. O sistema pré-consciente

Para ele, estar consciente não é uma questão relativa a estados permanentes, mas sim a condições que podem levar este estado ao status de transitório. O aparelho psíquico humano de acordo com esta fragmentação seguiria uma certa ordem progressiva em que um conteúdo caminharia do inconsciente para o consciente ou só permaneceria inconsciente.

O inconsciente é uma fase inevitável que ocorre regularmente nos processos que constituem nossa atividade psíquica, e todo ato psíquico começa como um ato inconsciente e pode assim permanecer, ou pode desenvolver-se em direção à consciência, dependendo de encontrar ou não resistência (Freud, 1912/2004).

Assim, mesmo uma ideia que se apresenta como produto da consciência pode, em algum momento, ter estado sob um estado de *latência*, sob uma espera controlada por determinadas condições para chegar à consciência, em especial, as condições da censura como uma espécie de guardião das fronteiras entre consciente e inconsciente. Assim, esta divisão do psiquismo em consciente e inconsciente conta com um trânsito permanente, com uma perspectiva assaz dinâmica, mas dependente da qualidade dos conteúdos e também de mecanismos econômicos em que é necessário encontrar um equilíbrio interno de forças.

É no desenvolvimento da segunda tópica que o inconsciente encontra um lugar qualitativo das instâncias psíquicas responsáveis pelo funcionamento mental do indivíduo. Antes da elaboração desta segunda “concepção de personalidade” (Laplanche e Pontalis, 2001), Freud associava o inconsciente ao recalado, ou seja, com todo o material que, ao passar pela censura, havia sido reprimido e retirado da consciência e o *ego/eu*⁶ ao sistema pré-consciente – consciente. Agora, as formulações freudianas caminham num sentido mais amplo ao delimitar o *ego* como originariamente inconsciente e modificado a partir do contato de uma outra instância da qual ele se origina - o *id* - com o mundo externo. Assim, o *ego* seria uma diferenciação de superfície do *id* que, apesar de diferenciado, continua apresentando profundas relações com o *id* inconsciente.

indica potência para tornar-se consciente, tendências à descarga psíquica que, mediante os processos de repressão, assume uma forma transformada para poder aceder à consciência. O sistema consciente se acha ligado ao aparelho perceptivo, recebendo estímulos externos por meio dos sentidos humanos (Freud, 1915/2006; 1923/2006).

⁶Equívocos e diferenças de tradução assemelham *eu* e *ego* na obra freudiana. O original em alemão *Ich*, na tradução para o inglês, se transformou em *ego*, enquanto para o espanhol em *yo*. Assim também ocorreu com *id*, originalmente *Es*, *id* em inglês e *ello* em espanhol e traduzido por alguns autores como *Isso*. De qualquer forma, utilizar-se-á *ego* ou *eu* como equivalentes, de acordo com o uso de cada autor.

O id é o reservatório psíquico das pulsões, das paixões, a instância que detém o polo pulsional da personalidade (Laplanche&Pontalis, 2001). Dominado pelo *princípio de prazer*, o id funciona sob processo primário, ou seja, nos domínios do inconsciente. Não tem uma estrutura fixa, quando, pelo contrário, se organiza caoticamente e tem como premissa a satisfação imediata de sua tendência à descarga. Até a primeira tópica, o id seria o correspondente ao inconsciente, mas na segunda tópica este último assume o lugar do recalcado enquanto ao id caberão os desígnios do inconsciente. Um bebê ao nascer é todo id, tentado a satisfazer as imperiosas exigências da libido em seu próprio corpo e a exigir realização imediata de suas necessidades sem maiores impedimentos internos. Além de ser um credor do princípio de prazer, o bebê não se estabeleceu limites e não se percebe como diferenciado ou separado do resto do mundo de sensações e imagens. É o contato com o outro, especialmente com a mãe e o seio materno, que lhe darão a continência e a contingência necessárias ao desenvolvimento egóico, que implica em limite e construção de si como diferenciado e único.

O ego então seria aquela instância psíquica regida pelo princípio de realidade, que faz conciliações e mediações para que as exigências pulsionais do id possam ser satisfeitas de formas “socialmente aceitáveis”. Freud (1923/2006) define o ego como “uma organização coerente de processos mentais” (p. 30) de um indivíduo, estando ele ligado à consciência e, portanto, o responsável pelo que vem ou não à tona no mundo externo. É do ego que vêm as repressões por meio das quais se procura excluir certas ideias e tendências da mente da vida consciente. O ego é aquele que defende a personalidade das invasões pulsionais do id, fazendo uso de mecanismos de defesa quando percebe algum tipo de ameaça por afetos desagradáveis. Apesar da característica de realidade, o ego é boa parte inconsciente e suas ações, mesmo que destinadas a manter longe afetos reprimidos, são contaminadas pelo processo primário e acabam dominadas pela falta de controle: compulsão, repetição, desrealização.

O *ego*, para Freud (1923/2006), se origina a partir do contato com a realidade dita externa e está bastante associado ao corpo. Ele seria, antes de mais nada, um ego corporal, a “projeção de uma superfície” (p. 39), originando-se de sensações e percepções corporais. Desde já se ressalta a relação do ego com a incorporação da realidade externa para a formação da personalidade, do todo “coerente” do homem, mas não só esta diferenciação de superfície e de realidade o caracteriza, o ego também possui diferenciações dentro dele mesmo.

O ego é formado pelos rastros deixados pelos investimentos libidinais, seu caráter é “um precipitado de catexias objetais abandonadas” e é ele que “contém a história dessas escolhas de objeto” (Freud, 1923/2006, p. 42). A formação do ego, assim, não se dá somente pela diferenciação deste com o id no contato com a superfície, mas também pela qualidade deste contato estabelecido na relação com os objetos externos.

Com o Ego e seus contornos imaginários, o sujeito separa-se do outro sujeito (representado por outro Ego) assim como separa o dentro do fora e o antes do agora e do depois. A imagem egóica é a forma psiquicamente eficaz do aparelho psíquico ordenar o magma contínuo que é o fluxo do existente” (Costa, 1988, p. 163).

Na fase mais inicial da vida, pela indiferenciação já mencionada, o bebê não tem ao outro como objeto de amor, não investe no objeto como alvo, ou sequer tem a noção de objeto, mas toma a si num emaranhado como fonte de prazer. Nada lhe impede ou se coloca à frente da realização de suas necessidades de conforto, atenção, fome ou sede, a não ser quando sua saciedade se atrasa ou começa a ser frustrada em função de um outro que passa a não estar sempre lá ou a impor padrões e limites no acolhimento das demandas do bebê. Dependente do seio materno, o bebê forma uma relação de objeto anaclítica ou de apoio com este, incorporando-o como a fonte de satisfação imediata da fome, mas também de pulsões sexuais ao sentir um prazer que está para além da saciedade. Na instauração deste prazer, a sexualidade encontra um fim autônomo ao da nutrição, repetindo-se na atividade de sucção do seio, possibilitando que, no abandono do objeto exterior, o bebê volte para seu próprio corpo a pulsão sexual, tornando-se auto-erótica. No autoerotismo, o bebê já pode reconhecer o objeto de prazer – seio materno – como pertencente a um outro, por isso a pulsão passa a ser satisfeita diretamente no prazer de um órgão, numa zona erógena (Freud, 1905/2006; 1914/2004).

Até então, as pulsões estão circulando, porém ainda não encontraram um objeto comum de convergência. Esta fase autoerótica é a que precede a instalação de uma “nova ação psíquica” (Freud, 1914/2004), o narcisismo, que culminará com o desenvolvimento do ego, o novo objeto de amor do indivíduo. O narcisismo é o amor destinado ao próprio ego, ou o investimento libidinal em si mesmo. Na obra freudiana, com a segunda tópica, Freud (1917[1916]/2006) admite que o narcisismo está presente desde antes de a libido objetual se presentificar. Assim, o narcisismo

constitui a situação universal e original a partir da qual o amor objetual só se desenvolve posteriormente, sem que, necessariamente, por esse motivo o narcisismo desapareça. (...) O autoerotismo seria, pois, a atividade sexual do estágio narcísico da distribuição da libido” (Freud, 1916[1917]/2006, p. 417).

O narcisismo se divide, a partir daí, em primário e secundário. O primário seria este imbricado no autoerotismo e que tem como modelo a vida intrauterina (com o bebê cercado de cuidados e proteção absoluta), e o secundário aquele que, após a instauração do objeto na dinâmica psíquica, bem como da libido objetal, faz um movimento de retorno ao ego, retirando a energia que uma vez foi dos objetos. Logo, o narcisismo experimentado pela criança, totalmente voltado para ela, migra para os objetos, mas não é completamente removido de seu próprio aparelho psíquico. Este investimento libidinal nos objetos deixa rastros no ego quando este incorpora vestígios dos objetos investidos em si próprio, construindo nele o precipitado de catexias abandonadas que Freud (1923) falara em *O Ego e o Id* por processos de identificação. A identificação é, para Freud, a operação primordial pela qual o ser humano se constitui. Nela um sujeito incorpora características, atributos de outro, estabelecendo tais assimilações como modelos a ser seguidos. Portanto, na passagem da libido narcísica à libido objetal, a escolha dos objetos se dará com base em identificações pregressas do sujeito que, por sua vez, serão continuamente renovadas e introjetadas no próprio ego. Com o ego já desenvolvido, o amor por si mesmo desfrutado na infância dirige-se para a instância na qual ele se autoavalia a partir de um ideal. Assim diz Freud (1914/2004):

Como sempre no campo da libido, o ser humano mostra-se aqui incapaz de renunciar à satisfação já uma vez desfrutada. Ele não quer privar-se da perfeição e completude narcísicas de sua infância. Entretanto, não poderá manter-se sempre nesse estado, pois as admoestações próprias da educação, bem como o despertar de sua capacidade interna de ajuizar, irão perturbar tal intenção. Ele procurará recuperá-lo então na nova forma de um ideal-de-Eu. Assim, o que o ser humano projeta diante de si como seu ideal é o substituto do narcisismo perdido de sua infância, durante a qual ele mesmo era seu próprio ideal (p. 112).

Para zelar por este elevado ideal-do-ego, formado pela influência crítica dos pais, à influência dos educadores, professores, da opinião pública (Freud, 1914/2004), uma outra instância existe para garantir que nada sairá do script da censura: o superego. Estas identificações realizadas na primeira infância, a mais primitiva, serão duradouras e gerais, remontando a elas a origem do superego, qual seja, a identificação primária com os pais.

É no Complexo de Édipo, vivido entre os três e cinco anos da criança, que a identificação assume um contorno exato, bem como a noção de superego. O Complexo de Édipo foi descrito por Freud (1923/2006) como o complexo de desejos de amor e hostilidade destinado aos pais pela criança, tendo o seu desfecho se tornado herança do superego. O Complexo de Édipo reúne o processo pelo qual a criança forma identificações com o pai e com a mãe de acordo com a sua escolha objetal. No menino, a título de

exemplo, há uma grande afeição inicial para com a mãe, especialmente baseada pela relação anaclítica com o seio materno. À mãe o menino dedica uma catexia de objeto, enquanto com o pai se identifica. Em um certo momento, os desejos sexuais do garoto em direção à mãe sofrem um grande aumento, por isso a presença do pai é percebida como um entrave à realização deste desejo. O pai, então, passa a ser o rival do menino e a identificação com ele assume uma “coloração hostil e transforma-se num desejo de livrar-se dele” (Freud, 1923/2006, p. 44) para estar plenamente com a mãe. Neste momento se instaura o Complexo de Édipo. A ambivalência passa a marcar a relação com o pai, pois o menino precisa lidar com o amor e o ódio que sente por ele. Na dissolução do Édipo, diante da impossibilidade de realizar o desejo incestuoso, da castração, a catexia objetal investida na mãe precisa ser abandonada e substituída ou por uma intensificação da identificação com ela ou com o pai. No primeiro caso, tratar-se-ia de uma escolha de objeto homossexual, enquanto na identificação com o pai, uma escolha de objeto heterossexual (Freud, 1923/2006). Na menina, o Édipo ocorreria mais ou menos segundo os mesmos moldes, mas com algumas especificidades, como por exemplo a mudança de objeto de amor da mãe para o pai devido ao apego pré-edipiano com esta e também a determinação fálica da castração. Estas especificidades, no entanto, não vêm ao caso para o objetivo da introdução do Édipo na questão que se deseja tratar.

De qualquer forma, a despeito das questões relativas a escolha de objeto heterossexual ou homossexual, o Édipo é um organizador da vida psíquica do sujeito, pois estabelece, a partir de seu acontecimento e desfecho, um efeito de estruturação da personalidade. Os “vértices do triângulo” (Laplanche&Pontalis, 2001) pai, mãe e filho(a) passam a ser interiorizados e admitidos na estrutura da personalidade como modelos, protótipos de relacionamentos que sobreviverão ao longo do tempo. Assim,

O amplo resultado geral da fase sexual dominada pelo complexo de Édipo pode, portanto, ser tomada como sendo a formação de um precipitado no ego, consistente dessas duas identificações unidas uma com a outra de alguma maneira. Esta modificação do ego retém a sua posição especial; ela se confronta com os outros conteúdos do ego como um ideal do ego ou superego (Freud, 1923/2006, pp. 46-47, itálicos do autor).

O superego se torna o herdeiro do Édipo e assume uma dupla função: determinar o modelo a ser seguido de acordo com as identificações, “você deveria ser assim”, mas também o seu oposto: “você não poder ser assim (como o seu pai)”, pois é necessário construir um outro lugar para si que não o do desejo incestuoso pela mãe e da competição com o pai. Freud afirma (1923/2006) que quanto maior a severidade com que o Édipo for

reprimido pela educação, pela autoridade, mais severo será o superego com suas exigências sobre o ego. Mais do que uma identificação com os pais, o superego da criança é formado como imagem ao superego dos próprios pais, tornando-se o arcabouço da tradição transmitida através das gerações (Freud, 1933/2006). Esta herança pulsional, relativa à libido empregada nos objetos primordiais, estabelece com o superego uma íntima relação com o id, ou seja, com aquilo que há de incontrolável e desconhecido no homem. Freud (1923/2006) aponta esta intimidade como algo inesperado por aqueles que imaginam que os maiores desígnios morais da humanidade tenham origem em uma “natureza mais alta” (p. 48), superior; mas não, o ideal que se desenvolve na personalidade é calcado sobre a grande admiração que a pequena criança nutre por seus pais e que, posteriormente, dá cabo de colocá-la em si própria. A relação do superego com o id é uma aliança do mundo interno versus o mundo externo, representado pelo ego. O poder desta aliança é tão grande que se o ego não obtém sucesso em recalca-la, o id se esforçará por efetuar exigências instintuais contra o ideal do ego, bem como o ideal do ego se esforçará para exigir tudo o que é contra o id – via formação reativa⁷. O ego torna-se um escravo conciliatório das exigências do id em descarregar a libido e do superego de repressão e censura dos desejos, precisando servir aos dois senhores a todo o tempo, adaptando à realidade ambas as determinações. No narcisismo secundário, o ego se oferece ao id como objeto de amor como forma de trazer libido para si, de dominar as tensões existentes entre as exigências do id e de se fazer como objeto de amor do superego: o ego deseja ser amado (Freud, 1923/2006).

Vê-se que o superego adquire uma importância central na obra freudiana, tanto na determinação da personalidade quanto na inserção desta na sociedade. O superego se apresenta como um caminho para pensar a moralidade e as escolhas sociais, pois faz com que na “(...) noção de um superego, radicalmente inconsciente, a moralidade possa ser concebida como um conteúdo inconsciente – mas ela sempre pressuporá a dimensão da alteridade, já que o superego será concebido como o ‘herdeiro do Complexo de Édipo’” (Mezan, 2006, p. 198). Nesta perspectiva, a moralidade será vista como formação reativa e o superego como um agente civilizatório, a instância que permite que o homem – diante da interdição – possa conviver com o outro.

⁷“Atitude ou hábito psicológico de sentido oposto a um desejo recalçado e constituído em reação contra ele (...). Em termos econômicos, a formação reativa é um contra-investimento de um elemento consciente, de força igual e de direção oposta ao investimento inconsciente” (Laplanche&Pontalis, 2001, p. 200).

Após se ter esboçado tais aspectos da subjetividade, permite-se isolar, diante dos conceitos apresentados, eixos fundamentais para a discussão sobre o sujeito e a moda a que este trabalho se destina. Com a inserção do sujeito em uma sociedade de consumo, este pode desenvolver sua personalidade às expensas dos objetos que adquire, incorporando-os como partes de sua própria pessoa. Ao atuar como um modelo, a moda se apresenta como objeto, objeto este que, ao ser investido, retorna imediatamente ao sujeito. O investimento nos objetos é mandatário do investimento pessoal e está relacionado a uma sociedade em que o narcisismo prospera. Olhar para si é cada vez mais imperativo à medida que se avança na história.

Sobre os desígnios da civilização e da cultura, Freud (1921/2006; 1928/2006; 1930[1929]/2006) pôde contemplar com a Psicanálise desenvolvimentos teóricos que se aproximaram consideravelmente do embate indivíduo e sociedade. Em seus esforços de pensamento, afirmou que toda Psicologia Individual é, ao mesmo tempo, Psicologia Social, pois os fenômenos sociais estão sempre envolvidos nos processos individuais. Assim,

Algo mais está invariavelmente envolvido na vida mental do indivíduo, como um modelo, um objeto, um auxiliar, um oponente, de maneira que, desde o começo, a psicologia individual, nesse sentido ampliado mas inteiramente justificável das palavras é, ao mesmo tempo, também psicologia social (Freud, 1921/2006, p. 81).

Ao tratar desta questão, Freud (1928/2006) caracteriza cultura e civilização como “tudo aquilo em que a vida humana se elevou acima de sua condição animal e difere da vida dos animais” (p. 16). Mezan (2006) explica que Freud não opunha cultura e civilização porque para ele o ser humano figura entre os bens naturais e que qualquer organização social da produção se relaciona à organização das relações entre os indivíduos. Por isso Freud (1928/2006) prossegue com dois pontos de observação, o da cultura como manipulação da natureza e como relação entre os homens:

Por um lado, inclui todo o conhecimento e capacidade que o homem adquiriu com o fim de controlar as forças da natureza e extrair a riqueza desta para a satisfação das necessidades humanas; por outro, inclui todos os regulamentos necessários para ajustar as relações dos homens uns com os outros e, especialmente, a distribuição da riqueza disponível” (Freud, 1928/2006, p. 16).

Estas duas tendências são contínuas e dependentes uma da outra, pois da mesma forma que as relações entre os homens dependem da satisfação instintual promovida pela riqueza, pelos bens materiais e suas garantias, um homem pode vir a ser a riqueza de outro por meio do amor ou do trabalho (Freud, 1928/2006).

O desencontro entre sujeito e civilização, para Freud, está calcado na imposição pulsional sacrificial que esta impõe àquele. Esta é a grande chaga que o homem precisa carregar para conviver em sociedade. Para Freud (1908/2006, p. 173):

Nossa civilização repousa, falando de modo geral, sobre a supressão dos instintos. Cada indivíduo renuncia a uma parte dos seus atributos: a uma parcela do seu sentimento de onipotência ou ainda das inclinações vingativas ou agressivas de sua personalidade. Dessas contribuições resulta o acervo cultural comum de bens materiais e ideais. Além das exigências da vida, foram sem dúvida os sentimentos familiares derivados do erotismo que levaram o homem a fazer essa renúncia, que tem progressivamente aumentado com a evolução da civilização.

Fica patente na obra freudiana que a cultura é interpretada como uma mediação entre a pulsão e o objeto (Mezan, 2006), na qual a comparação entre prazer e desprazer dá o tom da relação entre sujeito e cultura. O desprazer surge continuamente do impedimento de realização pulsional imposto pela cultura, fazendo com que o Princípio de Realidade se destine a garantir um nível limitado e adiado, mas viável de obtenção de prazer. Esta condição inerente da cultura faz com que ela tenha que ser constantemente defendida do indivíduo, pois ele sente que carrega um fardo pesado para possibilitar a vida em comunidade, o que faz com que todos os regulamentos sociais e a organização institucional da sociedade sejam também defesas contra os impulsos hostis do homem (Freud, 1928/2006). Estes impulsos empregados na construção da cultura são aqueles que não têm fins diretamente sexuais, que estão afastados do erotismo fundamental próprio das pulsões, pois sofreram uma *dessexualização* ou, dito de outra forma, foram empregados em outros objetivos que não os sexuais, apesar de manterem sua fonte propulsora na força da pulsão sexual. Este processo, a *sublimação*, indica a capacidade de um instinto de deslocar seus objetivos sem diminuir a intensidade, sendo que a todo tempo é requisitado do indivíduo que sublima os fins sexuais da pulsão que não foram investidos na genitalidade – ou seja, para a finalidade sexual em si - para aplicá-los em realizações da civilização (Freud, 1908/2006). Mezan (2006) resume o procedimento pelo qual a sublimação é sempre convocada sem que, no entanto, a renúncia instintual deixe de ser:

Em suma, dado que a cultura necessita, para suas finalidades, de um enorme investimento a ser realizado por cada indivíduo em representações e atividades afastadas do erotismo fundamental, e que ao mesmo tempo tal investimento só pode provir da sublimação das pulsões sexuais (pré-genitais [...]), ela impõe a cada qual uma renúncia mais e mais intensa às demandas eróticas. Isso começa já com a proibição do incesto na época totêmica (...) e continua com inúmeros obstáculos opostos à satisfação erótica, restringindo sucessivamente o campo da escolha de objeto (...). A cultura se constrói com a energia desviada da libido, e esta termina por protestar; mas, embora a intensidade da renúncia libidinal possa ser diminuída

(...), a necessidade dessa renúncia continua integral, sob pena de desmoronamento do edifício da civilização (Mezan, 2006, p. 541).

O indivíduo se complica nesta equação em que, para reconhecer o outro e a riqueza cultural, precisa a cada dia privar-se da satisfação libidinal. Freud (1930[1929]/2006) então determina que a grande razão da vida humana é buscar prazer. É o princípio de prazer que domina o aparelho psíquico desde sempre e, por mais que “todas as normas do universo” (p. 84) lhe sejam contrárias, a ideia de felicidade permanece. Aqui o autor relaciona a felicidade com a experiência de sentimentos intensos de prazer, mas preferencialmente de forma repentina e episódica, satisfazendo aquelas necessidades represadas em alto grau. Assim, se uma situação desejada se prolonga, o prazer tão almejado é substituído por um tênue contentamento. É possível encontrar, nos capítulos seguintes, uma correlação desta qualidade da “felicidade” no consumo de objetos da moda, no qual a compulsão parece estar a serviço do alcance de um prazer nunca alcançado, mas que sucessivamente é buscado através dos objetos.

Mas a vida não é de todo insuportável diante da renúncia. Freud (1930[1929]/2006) aponta como a “técnica da arte de viver” (p. 89), o amor, é um dos principais caminhos para encontrar a felicidade com a deslocabilidade da libido. O amor é o responsável por tornar o indivíduo livre do puro destino ao prover, por mecanismos internos e psíquicos, a satisfação. A libido, assim, ao invés de desconsiderar o mundo externo, ao contrário, obtém felicidade de um relacionamento emocional com os objetos do exterior. Outra característica do amor é que ele não se contenta em somente evitar o desprazer, mas de buscar apaixonadamente a felicidade completa. O amor seria, na busca da satisfação em amar e ser amado, o modelo da procura pela consecução da felicidade. Há o amor sexual, destacado por Freud como transbordante, mas também há outros tipos de amor implicados na perseguição da felicidade, como o amor à beleza.

O amor à beleza é para Freud (1930[1929]/2006) um perfeito exemplo de impulso sexual sublimado, tendo assumido um lugar significativo de busca de felicidade na compensação do sofrimento. O autor considera

(...) o interessante caso em que a felicidade na vida é predominantemente buscada na fruição da beleza, onde quer que esta se apresente a nossos sentidos e a nosso julgamento – a beleza das formas e dos gestos humanos, a dos objetos naturais e das paisagens e a das criações artísticas e mesmo científicas. A atitude estética em relação ao objetivo da vida (...). A fruição da beleza dispõe de uma qualidade peculiar de sentimento, tenuemente intoxicante (p. 90).

Freud (1929[1930]/2006) também associa a beleza àquelas realizações que independem de suas utilidades funcionais, aquisições culturais que, ao mesmo tempo que negam a utilidade das coisas no processo de domesticação da Terra e proteção contra a natureza, também, como estas coisas, indicam um alto nível civilizatório. Tais objetos dignos de beleza são produções do homem civilizado, reconhecendo-os como

(...) um sinal de civilização, verificar que as pessoas também orientam suas preocupações para aquilo que não possui qualquer valor prático, para o que não é lucrativo: por exemplo, os espaços verdes necessários a uma cidade, como *playgrounds* e reservatórios de ar fresco, são também ornados de jardins e as janelas das casas, decoradas com vasos de flores. De imediato, constatamos que essa coisa não lucrativa que esperamos que a civilização valorize, é a beleza. Exigimos que o homem civilizado reverencie a beleza, sempre que a perceba na natureza ou sempre que a crie nos objetos de seu trabalho manual, na medida em que é capaz disso (Freud, 1929[1930]/2006, p. 99).

Freud confere aos objetos produzidos pelo homem um processo oriundo da sublimação, no qual o amor e a beleza estão imiscuídos um no outro, combinando formas de sobreviver às imposições da sociedade. No mesmo texto, Freud também atribui grande importância às conquistas tecnológicas, consideradas – na concretude dos próprios objetos – como órgãos apensos do próprio homem, ampliando os limites de sua existência. Alguns objetos como a câmera fotográfica ou o gramofone representam materializações da memória humana, tanto quanto o telefone uma forma de atingir o que, diante da distância, seria inatingível. “A escrita foi, em sua origem, a voz de uma pessoa ausente, e a casa para moradia constituiu um substituto do útero materno (...)” (Freud, 1929[1930]/2006, p. 97). As produções humanas como um todo reverberam na sociedade e no psiquismo do homem, dando aos objetos fruto da atividade humana o lugar de esforço para ser úteis e para darem prazer, manifestações mais facilmente visíveis, para Freud, nas atividades científicas e estéticas. Destarte, para Freud, considerando a generalidade de sua obra, a cultura e a vida psíquica dos indivíduos provêm de uma mesma fonte, por isso o interesse da Psicanálise na Civilização. Esta conexão

(...) parte da ideia básica de que a principal função do mecanismo mental é aliviar o indivíduo das tensões nele criadas por suas necessidades. Uma parte desta tarefa pode ser realizada extraindo-se satisfação do mundo externo e, para esse fim, é essencial possuir controle sobre o mundo real. Mas a satisfação de outra parte dessas necessidades – entre elas, certos impulsos afetivos – é regularmente frustrada pela realidade. Isto conduz a uma nova tarefa de encontrar algum outro meio de manejar os impulsos satisfeitos. Todo o curso da história da civilização nada mais é que um relato dos diversos métodos adotados pela humanidade para ‘sujeitar’ seus desejos insatisfeitos, que, de acordo com as condições cambiantes (modificadas, ademais, pelos progressos tecnológicos) defrontaram-se com a

realidade, às vezes favoravelmente e outras com frustração (Freud, 1913/2006, pp. 187-188).

Contudo, sabe-se que estas possibilidades de satisfação mediada pelos objetos ou pela beleza esbarram mais uma vez nas barreiras culturais da renúncia, como também na própria barreira interna estabelecida pelo superego. A coerção mais potente, visto que sucede no nível mais individual, é a interna, operada pela instância supermoral (Freud, 1923/2006) que impõe ao indivíduo um exponencial sentimento de culpa:

O sacrifício imposto ao homem (...) é para Freud mais poderoso do que as possibilidades de satisfação pulsional oferecidas pela cultura, e isso não apenas devido às limitações crescentes impostas à sexualidade, analisadas anteriormente, mas também e sobretudo por causa da coerção, muito violenta, das tendências agressivas. É por meio do superego e do sentimento de culpabilidade que se dá essa coerção; (...) (Mezan, 2006, p. 562).

O mal também é interno e o é principalmente para Freud. O ato de desejar algo, posteriormente censurado e proibido, resta inevitavelmente como ferida aberta, mesmo com a interdição social. É o mecanismo individual de interdição que atua sob os auspícios da culpa, moção cada vez mais presente na civilização segundo a teoria freudiana.

A dedicação freudiana pela compleição psíquica da cultura fez com que se lançasse luz sob um aspecto relativamente obscuro da tessitura social, nas vicissitudes da relação entre o indivíduo e a coletividade, considerando a interação com os grupos. Freud (1921/2006) indica que na vida coletiva, a verdade e a verificabilidade dos pressupostos seguidos não importam, pois as ilusões comparecem intensamente como guias, tal como na neurose. A disposição de um indivíduo para se refugiar na fantasia é a impossibilidade da realização dos desejos. Na fantasia, não há barreira para tal. “(...) tal como nos sonhos e na hipnose, nas operações mentais de um grupo a função de verificação da realidade das coisas cai para o segundo plano, em comparação com a força dos impulsos plenos de desejo com sua catexia afetiva” (Freud, 1921/2006, p. 91). Diversas características dos grupos podem testemunhar tal relação, tal como a completa sujeição dos integrantes aos ideais propagados pela união grupal. Aqui a moda se aproxima, pois a ilusão que nela cintila abre os caminhos em direção às massas.

Freud (1921/2006) postula que na relação dos indivíduos com o grupo, estes abrem mão de seus próprios narcisismos para estabelecerem o amor ao grupo. De modo que é natural que, na proteção de si, o ódio e a aversão ao outro se manifeste, no grupo estes sentimentos hostis parecem não tomar lugar devido ao laço libidinal que as pessoas

estabelecem umas com as outras. Como “o amor por si mesmo só conhece uma barreira: o amor pelos outros, o amor por objetos” (Freud, 1921/2006, p. 113), nos grupos esta máxima se concretiza. A identificação é o processo pelo qual tal laço libidinal é expresso, sendo que ela “esforça-se por moldar o próprio ego de uma pessoa segundo o aspecto daquele que foi tomado como modelo” (p. 116). Então, mesmo após o abandono do objeto, este é erigido dentro do ego que modifica a si próprio de acordo com o modelo do objeto perdido, erigindo o modelo de “o que se quer ser”.

Já o amor promove um estado de coisas no qual a importância do ego diminui à medida que a grandiosidade do objeto amado só aumenta. Diz-se que o ego é consumido pelo objeto, mas que o primeiro não sai de todo prejudicado. Na verdade, o objeto amado está sendo tratado como o próprio ego, derivando para si uma boa parte de libido narcisista. Enquanto o ego se devota ao objeto, a crítica do ideal do ego queda silenciosa, não opondo-se a nada que se relaciona à natureza do objeto de amor e tudo o que é feito pelo amor ao objeto não é do âmbito da consciência. Freud (1921/2006) conclui que, no enamoramento, o objeto é colocado no lugar do ideal do ego, e aponta que a escolha amorosa de objetos é relativa a nós mesmos no seguinte sentido:

Em muitas formas de escolha amorosa, é fato evidente que o objeto serve de sucedâneo para algum inatingido ideal do ego de nós mesmos. Nós o amamos por causa das perfeições que nos esforçamos por conseguir para nosso próprio ego e que agora gostaríamos de adquirir, dessa maneira indireta, como meio de satisfazer nosso narcisismo (Freud, 1921/2006, p. 122).

Assim, na identificação o objeto é colocado no lugar do ego, enquanto no desenvolvimento de ‘estar amando’, no lugar do ideal do ego. A partir daí Freud (1921/2006) explica as características da organização de um grupo, quais sejam: os indivíduos a ele pertencentes colocaram o mesmo objeto no lugar de seus ideais de ego e, por conseguinte, identificaram-se uns com os outros em seus próprios egos. O grupo como manifestação de ideais coletivos, portanto, demonstra como padrões de comportamento, normas, regras e sugestões, questões de gosto compartilhado ou ideias comuns se articulam no nível psíquico, dando corpo ao que Freud (1921/2006) chama de “sentimentos sociais”. São estes os sentimentos incorporados pela dinâmica da moda, encontrando pela frente condições histórico-materiais para a sua consecução, bem como a disposição dos indivíduos de, ao investir em objetos externos de amor – mesmo os materiais – efetuarem uma transformação no que constituem como pessoal, da própria personalidade. No entanto, o amor pelos objetos da moda – efêmeros, fugidios, místicos e ao mesmo tempo tão

concretos – não é o mesmo amor do romance, do amor sexual, mas o amor que, com a inibição do seu erotismo, é potente e duradouro: renova seus investimentos. Segundo Freud (1921/2006), esses instintos sexuais inibidos não são capazes de uma satisfação realmente completa, por isso são tão profícuos na criação de vínculos permanentes, aliando-se quando necessário com os desinibidos para melhor desenvoltura. Crê-se que são estes sentimentos sociais – os instintos inibidos – os maiores colaboradores psíquicos na dinâmica da moda quando ela consegue capturar a subjetividade, como se verá logo em seguida.

Capítulo Dois

Moda Antropomórfica

A moda. Em todas as suas esferas seu substrato é o homem. Nas coisas que produz, nos ideais que propaga, nas ordens simbólicas que estabelece, é a superfície humana que está em jogo, tanto quanto as suas entranhas.

Conceitualmente, a moda conta com um arsenal teórico de autores da virada dos séculos XIX e XX. Seu legado se encontra na História, no Design e nas Artes, na Sociologia, na Filosofia, Economia e na Psicologia. Historicamente, ela encontra desenrolares múltiplos e arqueológicos, com cartografias direcionadas por relatos, documentos e provas acerca dos modos, usos e costumes da nobreza e da aristocracia. Ainda hoje, muito da historiografia, por exemplo do vestuário, considerado o corolário da moda, é construída com base em relatos da imprensa e documentos históricos que se tem de costumes dos membros da nobreza, muitos deles desconectados das condições sociais e históricas que se relacionam com o fenômeno (Calanca, 2008). De qualquer forma, a moda é apontada como um fenômeno que só se tornou possível devido à estratificação social em classes, como ver-se-á neste capítulo. Assim, é possível pensar em dois momentos basilares da constituição da moda enquanto objeto de estudo das ciências, especialmente as humanas, quais sejam: um momento de referências historiográficas e descritivas à mimética dos costumes e do *habitus* das pessoas com particular ênfase nas aparências e em seu conteúdo e um outro momento, em que a moda é vista como uma lógica sistemática complexa de mudança cíclica, rápida e frenética dos costumes, hábitos, gostos etc., conjugada a aspectos do novo tempo da Modernidade e que extrapola as questões somente relativas ao conteúdo, mas se estende aos processos subjacentes, como a economia e a cultura. É fundamental captar os enlaces da moda moderna com seus determinantes historiográficos descritivos, como por exemplo algumas transformações estéticas na transição do Renascimento para a Modernidade, na medida em que têm a potência de revelar a história que cerca e constitui a moda.

O que hoje se encontra nos dicionários ao procurar o verbete “moda” não foge nem do senso comum nem dos preceitos científicos sobre o tema e pode ser definido assim: “1. Uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável com a época, e resultante de determinado gosto, meio social, região etc. 2. Uso passageiro que regula a forma de vestir etc. 3. Arte e técnica do vestuário. 4. Maneira, modo. 5. *Bras.* Modinha” (Ferreira, 2005). Percebe-se que os termos “variável” e “passageiro” aparecem na definição, assim como também na maior parte dos estudos sobre o tema. A temática da moda é vista sob o olhar de uma constante transformação e denota como este fenômeno sempre esteve relacionado, nas

sociedades que a experienciaram ao longo do tempo, com uma forma de influenciar e determinar aproximações e rupturas com o velho e com o novo, com o individual e o coletivo, com o nobre e o pobre, com o sagrado e o pagão, com a vida e com a morte, com a estabilidade e a mudança, a moralidade e a subversão, e ainda, a permanência e a transitoriedade. Nada tão consonante com o desenvolvimento do sujeito moderno com as promessas contraditoriamente efêmeras e perenes que a civilização lhe oferece.

Moda: conceito e história

Em um recente trabalho, cuja primeira edição é datada de 2002, a filósofa e historiadora contemporânea italiana Daniela Calanca, professora de história da indumentária na Universidade de Bolonha, realizou uma trajetória teórica a fim de traçar caminhos para a “história social da moda”, não por acaso o título do livro. Mais do que descrever uma exaustiva historiografia das transformações do vestuário ou dos costumes relacionados à aparência, a autora se vale das concepções da “nova história⁸” para tecer uma trama da complexa rede semântica em que a moda se engendra. Segundo Calanca (2008), a moda é um termo que desperta múltiplas interpretações e diversas redes de referência e reflexão, como um caleidoscópio que, mesmo com as mudanças de forma, permanece colorido. No entanto, apesar desta multiplicidade, seu significado está sempre relacionado a paradoxos e a um explícito jogo de contrários. A radicalidade do tempo também está envolvida na conceituação da moda, visto que ela passa a ser estudada como um sistema diante do advento de um tempo em que a valorização do novo se torna um exercício constante e habitual, uma exigência cultural (Barthes, 1998, apud Calanca, 2008). Assim, mesmo com a experiência da variação, a moda conta também com o constante amor ao novo, a apreciação da novidade.

Calanca (2008) mostra que “moda” não é uma palavra antiga. A palavra tem etimologia latina e vem de *modus*, que significa modo, maneira e é em meados do século XVII que entra mais amplamente na literatura europeia. Nas produções seiscentistas, o

⁸Linha temática definida na França (anos 1970) fundamentada na concepção pós-segunda guerra surgida na Inglaterra, na Alemanha e depois na Itália de uma nova forma de conceber o documento histórico e as implicações sociais dos acontecimentos, configurando-se como uma “abertura para uma história problemática” (Calanca, 2008, p. 28). Esta abertura considera o impacto dos documentos históricos para a vida dos indivíduos, especialmente no que tange seus sentimentos, subjetividades, vida cotidiana, coletividade etc., tendo como frente a noção de cultura material, que dá a qualquer objeto o status de conteúdo de uma cultura e, portanto, portador de sentidos. Na história específica da indumentária e dos costumes, seus dois maiores representantes são o filósofo Roland Barthes (1915-1980) e o historiador Fernand Braudel (1902-1985).

termo moda designa mais generalizadamente a busca por elegância das classes privilegiadas em relação a roupas, convenções sociais, objetos de decoração, formas de pensar, escrever e agir (Calanca, 2008). Por meio da sátira, a literatura do século XVII retrata a moda como uma questão moral e antropológica que diz em alegoria dos homens de seu tempo. Na França do século XVII, moda diz respeito a um conjunto de atividades humanas que se comunicam e se conectam entre si, mas sempre articuladas e representadas pelo “ser proteiforme” (Calanca, 2008, p. 14), ou seja, aquele que muda sua forma constantemente. “Moda” no tempo de Luís XIII e Luís XIV é usada para designar duas coisas: “de um lado, os estilos de vida, os hábitos, os usos consolidados, as técnicas; do outro, tudo o que se transforma no espaço e no tempo” (Calanca, 2008, p. 14). Os escritores seiscentistas nutrem interesse na moda por três temas particulares:

Em primeiro lugar, os fenômenos da moda são concebidos em termos de associações miméticas elaboradas no âmbito das aparências, associações que mostram os diferentes *habitus* sociais da corte, da cidade, do povo. Em segundo lugar, pelo jogo da mudança, do artifício e do amor, a moda é considerada como um dispositivo capaz de revelar os lados escondidos da natureza humana. Enfim, os feitos das roupas são relacionados com os ditames contidos nos manuais de boas maneiras, os instrumentos essenciais da pedagogia das *honnêtes gens*⁹ (Calanca, 2008, p. 15).

Percebe-se que as ideias vinculadas ao uso do termo “moda” no século XVII fazem referência tanto à sua natureza lúdica e fantasiosa como ao seu caráter de disciplinadora e distintiva da vida coletiva, o que consagra a temática como manifestação da subjetividade humana. Um autor desconhecido publica em 1613 os *Discours nouveau sur la mode*¹⁰, destacando o caráter tirano da moda, especialmente na França:

Os Franceses, cujo nome é temido e reverenciado
em todas as partes do mundo habitado,
estão submetidos a meu império,
porque eu ordeno os homens segundo meu critério
(Autor desconhecido citado por Roche, 1991 apud Calanca, 2008, p. 15).

Há uma infinidade de obras que retratam variações iconográficas dos costumes, especialmente destinadas ao vestuário. As fontes utilizadas para estes trabalhos constam de pinturas, esculturas, textos, poesias, manuscritos, arquivos, cartas, fotografias etc. de artistas ou pessoas comuns que deixaram registros da época em que viviam. Lipovetsky (2009) afirma que “não nos faltam monografias precisas sobre os ofícios e os criadores de

⁹“Pessoas de bem”, “Pessoas honestas”, “Gente de bem”.

¹⁰“Discurso novo sobre a moda”

moda, nem dados estatísticos sobre a produção e o consumo ou estudos históricos e sociológicos sobre as variações de gostos e de estilos” (p. 9), mas esta riqueza, por sua vez, acaba por esconder a crise que está na realidade da compreensão deste fenômeno. Barthes (1967) constata que os estudos sobre a história do costume seguiram, até a primeira metade do século XIX, uma linha inventariante, focada na qualidade estética do vestuário e da indumentária, menos científica e menos capaz de problematizar historicamente as dimensões ideológicas, econômicas e sociais dos fenômenos. Segundo Calanca (2008), a história do costume promoveu, tanto no campo analítico quanto da síntese, insuficiência de respostas. Nesta arqueologia da aparência, a transformação decorativa das formas, dos usos e desusos dos objetos, das cores, dos tecidos, do manuseio e da técnica despontam no primeiro plano, deixando pouco espaço para a problematização das questões sociais e psicológicas envolvidas. Simmel (1905/2008) também constata a maior prevalência da evolução dos conteúdos na história da moda. Além disso, a história da moda conta com um acervo documental bastante específico e descritivo da moda aristocrática com os costumes dos nobres e, segundo Barthes, tendo reduzido a classe social a uma imagem, destituiu-a de seu conteúdo ideológico (Calanca, 2008). O filósofo ainda aponta os problemas de que os pesquisadores não empreenderam os esforços necessários ao estudo do folclore que considera sistemas regionais, nacionais ou internacionais, pois a história da moda virou história universal da liderança aristocrática. Tal história contou, para Barthes, com um sistema de periodização arbitrário e muito cronológico que não combina com a própria lógica do costume em sua dimensão temporal, dificilmente podendo ser rigorosamente datada pelos influxos do surgimento e adoção de vogas (Calanca, 2008).

No entanto, tais questões não parecem figurar fora da órbita da própria moda com suas arbitrariedades, sejam de tempo, de espaço ou de conteúdo que muitas vezes parecem em nada se relacionar com as configurações da vida real e das necessidades humanas.

Talvez Oscar Wilde (1854-1900), quando declarou que “a moda é uma variação tão intolerável do horror que tem de ser mudada de seis em seis meses” estivesse se referindo a isto, às barbaridades estéticas sugeridas pela moda e as suas peremptórias permanências com data para acabar. Sobre isto escreveu Simmel (1905/2008):

Embora em geral o nosso vestuário, por ex., se ajuste objetivamente às nossas necessidades, não impera qualquer vestígio de conveniência nas decisões com que a moda as forma: se hão-de-usar-se saias compridas ou curtas, penteados pontiagudos ou largos, gravatas coloridas ou pretas. Coisas tão odiosas e adversas são, por vezes, modernas, como se a moda quisesse mostrar o seu poder justamente porque tomamos sobre nós, por causa dela, o mais horroroso; a casualidade com que ela, umas vezes, ordena o conveniente, outras o abstruso, e uma terceira vez o

totalmente indiferente do ponto de vista objetivo e estético, mostra precisamente a sua plena indiferença em face das normas objetivas da vida (...) (Simmel, 1905/2008, p. 26).

Portanto, o estudo sobre a moda precisa considerar que sua abrangência real vai além das transformações em termos materiais. Seus domínios contemplam uma promessa de que a adesão ou não a si promova algum tipo de sentimento social que perpassa a construção da subjetividade, cheio de antíteses e paradoxos e que cuja história deve ser material de reflexão crítica.

É quase imediato, ao tratar-se de moda, embrenhar-se na seara das roupas, das revistas e dos desfiles de moda, especialmente no contemporâneo. A qualquer leigo que se diga a palavra moda, imediatamente surge em seu pensamento algo relacionado ao vestir. Tal associação não é ingênua ou menos científica, pois dificilmente se lê qualquer trabalho, acadêmico ou não, sobre moda que não trate direta ou indiretamente como ponto de partida ou como exemplo a questão do vestuário. Esta também não é uma questão somente atual, pois nos primórdios do surgimento da moda também está nas manifestações das roupas o seu corolário.

Em primeiro lugar, pode-se considerar que a moda se localiza com bastante propriedade no terreno do costume, do vestuário e da indumentária. Na história da moda, costume, vestimenta e indumentária são palavras que se correspondem, embora apontem para manejos específicos. Enquanto o vestuário diz respeito ao domínio mais exclusivo das roupas, a indumentária representa um conjunto de vestuário típico de uma época; já o costume inclui hábitos, gestos, gostos e regras que imperam em um determinado tempo. Para Barthes (1967), costume e roupa têm diferenças fundamentais: o primeiro representa uma realidade institucional, social e não individual e a segunda, ao contrário, uma realidade individual, que representa o ato de vestir do indivíduo, no qual este se apossa do costume. Souza (2009) aponta que todos os sociólogos concordam que moda e costumes estão em direções opostas, pois enquanto os costumes se ligam ao passado, à tradição, a moda cultua a evanescência, o presente, a novidade. Para ela, “os costumes são tipos de comportamento social relativamente mais permanentes e, posto que mudem, acarretam uma participação menos ativa e consciente do indivíduo” (Souza, 2009, p. 20), enquanto a moda é uma apropriação individual que se propaga de forma organizada, disciplinada e sancionada.

Calanca (2008) indica que moda e vestuário atuam até hoje como antonomásia, um tipo de metonímia que faz com que os dois termos sejam identificados um pelo outro. Segundo

a autora, o modo de proceder da moda está mais claramente expresso nas roupas e no modo de vestir, o que corrobora a ideia de Lipovetsky (2009) que diz que o vestuário é o “domínio arquetípico da moda” (p. 12). Há neste apontamento a indicação de que o estudo destes fenômenos traz significativas aproximações sobre o conhecimento do sujeito e da cultura. A “nova história” resgata da história do costume e da indumentária seu potencial revelador de significados sociais:

Como objeto de pesquisa, de fato, a indumentária é um fenômeno completo porque, além de propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele. Nessa perspectiva, pode-se afirmar que o vestir funciona como uma “sintaxe”, ou seja, como um sistema de regras mais ou menos constante. (...) São as regras que permitem à roupa e, de modo mais geral, ao revestimento do corpo assumir um significado social codificado no tempo pelo costume, pela tradição, ou um significado social estabelecido pelo sistema da moda (Calanca, 2008, p. 16).

Para Calanca (2008), a roupa acaba por estruturar em signos a transformação paulatina a qual o corpo é constantemente exposto na vida social e que, na vida natural, vive apenas potencialmente. A roupa é, então, a forma do corpo revestido. Os estudos de autores da nova história retomados por Calanca (2008) são tributários da consideração da história do vestuário não somente como um inventário imagético, mas um espelho do entrelaçamento dos fenômenos socioculturais e de costume de uma determinada época, encontrando entre eles um lugar para a moda:

(...) A moda situa-se no cruzamento entre roupa e vestuário, entre aquilo que o indivíduo pode introduzir no sistema até torná-lo patrimônio comum, e aquilo que é introduzido e reproduzido em escala coletiva, por exemplo a *haute couture*¹¹. Nessa relação está talvez escrita a lei das transformações que atuam no setor: o significado daquilo que se veste cresce à medida que se passa do ato pessoal ao gesto comum. (...) Estudar a moda equivale, nessa perspectiva, a estudar as relações sociais e as características de sua evolução. (Roche, 1983, citado por Calanca, 2008, p. 27).

Apesar da proximidade entre moda e vestuário, é necessário destacar que ao longo do tempo o domínio da moda se estende a outros elementos, não permanecendo dedicada ao vestuário somente. Objetos decorativos, mobiliários, linguagem, maneiras, gostos, ideias, artistas, obras culturais, técnicas, áreas científicas e tantas outras questões foram afetadas pela moda com seus tentáculos encantados e oscilantes. Alphonse Karr (1808-1890), jornalista francês e crítico da moda disse: “nada está inteiramente em seu lugar, mas

¹¹Alta costura – A alta costura é feita de modelos de roupas luxuosos e exclusivos, sob medida, com matéria-prima de luxo.

é a moda que fixa o lugar de tudo” (Karr, 1877, citado por Benjamin, 1982/2000, p. 26, tradução nossa). A moda então parece vir antes e de forma difusa. Para Lipovetsky (2009):

é verdade que a moda, desde que está instalada no Ocidente, não tem conteúdo próprio; forma específica da mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado, mas é, em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva (Lipovetsky, 2009, p. 25, grifos nossos).

Assim, a moda como fenômeno é difusa, promove sentidos vários e espalhados socialmente que permeiam individualidades e espaços coletivos. Por mais que se possam perceber suas manifestações em objetos específicos da cultura, como no vestuário, no comércio de bens e serviços, na ação da *mass media* e até na “arte”, a moda é como uma fumaça invisível que penetra frestas e vácuos sociais aliando-se com a fantasia e com as artimanhas do capitalismo e do tempo. Inclusive, é difícil pensar que a moda teria tido condições de ter sucesso estrondoso em um mundo mais lento, menos fugidio, mais tradicional que não operasse sob a lógica do capital, a qual se utiliza das demandas individuais e sociais para criar o vazio e simular um preenchimento. Onde há vazio é possível que haja moda.

Mesmo que tentemos encontrar nexos causais e consecutivos para a moda, ela se apropria de conteúdos que não estão postos racionalmente ou às claras, aproximando-se, como disse Benjamin (1982/2000), do surrealismo:

(...) compreende-se assim que precisamente neste desértico século, o mais carente de fantasia, toda a energia dos sonhos de uma sociedade se refugiou com redobrada veemência no impenetrável movimento da névoa da moda, onde a razão não pode segui-la. A moda é a antecessora, não, mais ainda, é o eterno refúgio do surrealismo (Benjamin, 1982/2000, p. 28, tradução nossa).

É em busca destes sentidos ocultos, oscilantes entre razão e desrazão, que dá-se prosseguimento à empreitada de alcançar a moda em seus determinantes históricos.

Um berço para a moda

Para Souza (2009), a moda não é um fenômeno universal, mas próprio de algumas épocas e de algumas sociedades. “De maneira geral, podemos dizer que os povos primitivos a desconhecem (...), que entre os gregos e romanos ela se limita a alguns setores, como a variação dos estilos e penteado, e que na Idade Média praticamente não existe” (Souza, 2009, p. 20). Já Lipovetsky (2009) estabelece que na Antiguidade as

transformações do traje permaneceram praticamente as mesmas. No Egito antigo, o mesmo tipo de toga-túnica, usada por ambos os sexos, se manteve por quase quinze séculos. Na Grécia, o *peplo*, traje feminino, imperou desde as origens até a metade do século VI a.C.. Em Roma, a toga e a túnica, trajes masculinos, permaneceram até o Império com pequenas alterações. Isto não significa que estas civilizações não tenham se dedicado à arte da ornamentação: os homens do Império Romano tinham hábitos de tingir e alisar os cabelos e de “aplicar moscas para realçar a tez e parecer jovens” (Lipovetsky, 2009, p. 37); as mulheres usavam maquiagem e perfumaria, tranças e perucas tingidas de loiro e preto. Com o contato com o Oriente, as joias foram valorizadas e quebraram a seriedade da aparência dos trajes alvos e longos. As transformações que aconteciam nas formas do vestuário, nos acessórios e nos hábitos se davam em função da conquista da região por outros povos, estes que, por sua vez, obrigavam os conquistados a aderirem a seus costumes e normas estéticas, as quais, posteriormente, tornar-se-iam estáveis. Se havia transformação ou imitação do estrangeiro, esta era impulsionada ou pelo próprio soberano que imita – como Alexandre que determina que os gregos cortem a barba – ou pela exigência dos conquistadores (Braudel, 1996; Lipovetsky, 2009)

De qualquer forma, não impera nenhuma norma estética autônoma ou uma lógica sucessiva, pois as mudanças de traje se relacionam a fatores ocasionais, de adaptação a condições, por exemplo, climáticas ou de dominação.

Também no Oriente a questão da moda é diferente. Para Braudel (1996), as poucas transformações de vestuário e adorno ocorridas na China são devidas à conquista da terra por outros povos. A roupa dos mandarins, no século XV, é a mesma na capital ou nas províncias do interior, bem como os calçados de seda que, com o passar do tempo, são os mesmos. Os quimonos são um exemplo de uma peça de vestuário que mantém a sua forma e seu uso ao longo do tempo no Japão. Braudel (1996) cita a observação de um viajante na China em 1793:

A forma de vestir-se é raramente mudada pela moda ou pelo capricho. A roupa que convém à condição de um homem e à estação do ano em que é usada é sempre feita do mesmo modo. Mesmo as mulheres quase não têm novas modas, exceto na disposição das flores ou outros ornamentos que colocam na cabeça (Braudel, 1996, p. 284)

E mais relatos:

Vejo um traje japonês do século XV, encontro um semelhante no século XVIII, e um espanhol conta sua conversa com um dignatário nipônico, admirado e até chocado de ver os europeus, com apenas alguns anos de intervalo, usando roupas

tão diferentes. A loucura da moda é estritamente europeia. Será fútil? (Braudel, 1996, p. 17).

Veblen (1899/1983), Braudel (1996), Calanca (2008), Lipovetsky (2009) afirmam que as sociedades orientais não se enquadravam em uma lógica da moda, pois não deixaram de valorizar seus antepassados e o seu passado memorável. A norma é estática e os modelos do passado são enaltecidos e repetidos consecutivamente e sempre paralelos a todo e qualquer esforço para a conservação dos costumes. “Para que haja o reino da moda, é necessária uma concepção do homem que lhe reconheça a capacidade de modificar as estruturas sociais e a autonomia em matéria de estética das aparências” (Calanca, 2008, p. 25), o que nas sociedades orientais não acontecia.

Calanca (2008) chama atenção para o fato de que a produção têxtil funcionava de acordo com uma geografia bem diversa. Enquanto na Europa faltava lã e seda, na China faltava algodão, matéria-prima básica para a produção de roupas. O tecido era uma moeda barata usada por vários países para trocar por escravos e ouro. Apesar de ter tido uma difusão muito ampla, o algodão produzido pela Índia só alcançou a China no século XII, enquanto o reino do imperador romano Trajano (52 – 117 d.C.) já comprava seda.

À medida que as leis suntuárias¹² – que visavam conter o consumo e o esbanjamento e, mais ainda, manter estáticas as hierarquias - tiveram efeito na Idade Antiga, os hábitos e costumes puderam continuar os mesmos. O profícuo sistema de entrelaçamento da política, economia, teologia e moralidade, sem limites específicos sobre cada um era eficiente para garantir que o novo fosse rejeitado e que o sistema de valores que regulava a ação humana permanecesse rígido e imóvel. Segundo Calanca (2008), era interesse das Igrejas Cristãs que as pessoas assumissem despesas de acordo com suas classes, sendo aconselhadas a não fazer extravagâncias, pois Deus se ofenderia com as despesas proibidas nos éditos suntuários. Desde então, a mudança nunca foi vista com bons olhos. Lipovetsky (2009) cita um trecho de poema do século XII: “tudo aquilo que muda perde seu valor” (p. 69), expressão da mentalidade tradicional da época.

A despeito desses valores tradicionais, a Europa experimenta, no século XI, um crescimento enorme: revolução agrícola, técnica e comercial, crescimento econômico e populacional. A instauração do feudalismo movimentou as bases hierárquicas de uma agora virtuosíssima sociedade de cômte. A nobreza monárquica e a suserania empoderada

¹²Leis que visavam conter exageros de consumo e de despesas, bem como hábitos dispendiosos de luxo e ostentação.

movimentam o mercado de tentações em forma de objetos: roupas, ornamentos, banquetes e funerais suntuosos. “(...) aumenta o número de pessoas que adquirem a possibilidade de usar roupas requintadas e ornamentos preciosos” (Calanca, 2008, p. 47). As leis suntuárias não se enfraquecem, mas além do seu ideal religioso de abnegação, também têm como intuito coibir que a nobreza ou que derrotados politicamente possam ter acesso a emblemas de poder. E, no século XIV, os legisladores já não se referem “apenas a caudas e guirlandas, mas arrolam modelos e objetos preciosos muito requintados, como bordados, cintos, botões, pérolas, corais, madrepérolas e esmaltes” (Calanca, 2008, p. 47) e apresentam uma diferença em relação às normas editadas anteriormente, pois agora determinam o séquito de quem se incluía ou não nas restrições de uso. As normas suntuárias na Idade Média “não eram concebidas somente com o escopo de conter luxos e de limitar importações e despesas, mas também, (eu diria, sobretudo) para fixar um código detalhado das aparências” (Muzzarelli, 1999, citado por Calanca, 2008, p. 47). Para quem não conseguisse renunciar à vileza das atividades econômicas e comerciais, uma multa corresponderia a cada transgressão, tranquilizando a consciência e equilibrando-se a balança econômica (mercantil e pulsional) da cidade. Mas sabe-se que a prática não era rígida como a regra e que ninguém se abstinha dos gastos de luxo. Nestes códigos, obviamente, a determinação intrínseca era a exclusão total das classes inferiores da utilização de itens atribuídos à nobreza. O rei Henrique IV (1553-1610) não consentia que as mulheres e crianças da burguesia de Paris usassem seda, muito menos os seus nobres; e sabe-se que Luis XIV (1638 - 1715) destinou somente à mais alta nobreza da cômte o uso do vermelho nos solados dos sapatos (a que a famosa, caríssima e contemporânea marca francesa de sapatos de Christian Louboutin alude, inaugurada em 1991). “O vermelho que adorna os saltos e as borlas dos sapatos do rei é simbólico e serve para sublinhar a nobreza de sangue de quem se enfeita com essa cor e, portanto, a sua origem aristocrática” (Calanca, 2008, p. 32).

Vê-se que as transformações de costumes e vestuários não deixam dúvida da sua íntima conexão com a distinção social, e enquanto o mundo muda, tais competições e demarcações de poder se intensificam até que se possa chamar o mundo de moderno.

A Moda e a Modernidade: o tempo do parecer

A moda é moderna. Sim, é necessário afirmar e reafirmar que o jogo simbólico da moda assume novas nuances muito distintas a partir da Modernidade, tempo que lhe

confere outra temporalidade e outro mecanismo intrínseco de procedimento, quais sejam, a rapidez e a efemeridade e o mundo mercantil e capitalista.

Estudiosos da moda e sociedade estabelecem que a relação da primeira com o tempo precisa ser marcada e bem delimitada para que seus contornos sociais, culturais e ideológicos não sejam perdidos em uma massa da história. Aliás, é hábito da cultura contemporânea manter a história perdida no tempo como algo que ficou no passado, perdido e amassado no rol dos séculos, deixando como resto e rastro a mera informação periodista sobre o passado ou até mesmo seu esquecimento (Bondía, 2002). No entanto, dizem estes autores, no estudo da moda não há dúvida: seu dispositivo é moderno (Benjamin, 1982/2000; Simmel, 1905/2008; Calanca, 2008; Braudel, 1996; Barthes, 1967; Lipovetsky, 2009; Souza, 2009; Baudrillard, 2000; 2010; Adorno, 1970; Adorno & Horkheimer, 1947/2002).

O que isto quer dizer? Em primeiro lugar, afirmar que a moda é moderna é atribuir-lhe o estatuto de uma lógica que é apropriada e também se apropria das transformações ocorridas neste tempo para obter a forma que hoje pode-se ter como universal, que atinge praticamente a todas as sociedades. Imediatamente, a moda se beneficia da mudança de mentalidade, já iniciada anteriormente na Idade Média, em destacar o lugar do indivíduo diante da coletividade, em que a personalidade assume um lugar de importância que valoriza a singularidade individual. A abrangência da moda também passa a ser maior em termo de classes sociais e divisões hierárquicas, aumentando seu raio de atuação das classes nobres e burguesas a outras camadas da sociedade. O mecanismo do efêmero e da substituição do velho pelo novo pode, na Modernidade, encarnar seu ápice e atingir um ponto suficientemente alto para que a moda seja reconhecida – até hoje – por este *modus operandi* e por uma categoria de inteligibilidade própria que reivindicou um status de disciplina para si: um corpo de conhecimento e cultura próprio que, apesar de se entrelaçar com diversos outros campos do conhecimento, como a economia ou a arte, estabelece-se mais autonomamente, surgindo, inclusive, tecnologias, cursos, estudos, livros unicamente sobre a moda. É neste tempo que surge a propagação da informação em massa, a mídia, a imprensa, a publicidade, meios pelos quais a moda enlaça os incautos. Por último, mas não menos importante, é na Modernidade que o capital toma conta, se infiltra e se alimenta das relações sociais e pessoais, domina as formas de existir e determina o *modus vivendi* das pessoas. Obviamente, na Baixa Idade Média as relações financeiras e monetárias tomavam lugar, especialmente considerando que as posses já tinham como predicado a possibilidade

de independência e de autonomia diante da família. Esta é uma das constatações mais caras, a de que o domínio da moda é, ou tornou a ser, domínio da ideologia capitalista.

Diz-se que o nascimento oficial da moda se deu quando, radicalmente pela primeira vez, surge um novo tipo de roupa que diferenciava o sexo de quem a vestia, destinando ambos os sexos “igualmente ao culto das novidades e das preciosidades” (Lipovetsky, 2009, p. 39). Data do século XIV o que é considerado como a base da indumentária moderna: diferentes trajes para homens e mulheres. Nesta ocasião, homens passam a vestir um jaleco, um gibão estreito e meias-calças que vão até a cintura e as mulheres, um vestido longo apertado e decotado; para os dois gêneros a mudança substitui uma espécie de “camisolão” utilizado, até então, por ambos (Calanca, 2008; Lipovetsky, 2009). Daí pode-se considerar que a moda cumpre um de seus principais objetivos: separar (Simmel, 1905/2008). A partir daí a nova indumentária se alastra rapidamente por toda a Europa ocidental e, a cada vez mais, conta com mais e mais variações a partir de um ritmo frequente. Relatos de literatos e cronistas da época demonstram como uma nova ordem de mudança na indumentária se instaura, trazendo estranhamento e suspeição por parte dos mais velhos. A mudança é vista pelos moralistas como “falta de firmeza” de “todo mundo” ao comparar com tempos dantes (Calanca, 2008) e percebe-se que há uma espécie de convicção por detrás das novas escolhas estéticas, tanto de quem as adota quanto de quem as detesta. Os jovens são particularmente o alvo da ridicularização e da dúvida sobre seu caráter devido a suas vestes, seus novos cortes de cabelo e formatos de barba, pelos sapatos com pontas finas longuíssimas, pelos casacos coloridos e jalecos justos, aspectos aos quais é imediatamente atribuído um conteúdo sexual:

São criticados, os rapazes, porque seguem modas estrangeiras, francesas e alemãs; porque caminham com os espelhos na bolsa e com frequência à mão; porque competem com as mulheres e não têm escrúpulo em maquiar o rosto; mas o são, sobretudo, por mostrarem a forma das nádegas e da genitália (De Mussis, 1965, citado por Calanca, 2008, p. 55).

Aqui a sociedade, através da moda, experimenta violentamente a sensação da quebra do velho mundo arraigado de tradição e esoterismo em que tudo tinha um sentido anterior. A ruptura que a moda faz aqui é a ruptura com a lógica imutável da tradição, sobre a qual, sabe-se, a própria Modernidade se estrutura:

A radicalidade histórica da moda sustenta-se no fato de que ela institui um sistema social de essência moderna, emancipado do domínio do passado; o antigo já não é considerado venerável e ‘só o presente deve inspirar respeito’. O espaço social da ordem tradicional se desfez em benefício de um elo inter-humano de um novo gênero, fundado nos decretos versáteis do presente (Lipovetsky, 2009, p. 35).

Pensar a moda como um produto da Modernidade abre veredas teóricas. Baudrillard (2000/1980) trabalha a moda como algo que está no coração da Modernidade. Da ciência à revolução, do sexo à mídia, da arte à política, a moda com seus sistemas de oposições distintas e modelos de difração serial e combinatória se legitima como uma introdução da maior estrutura histórica e de crise depois do Iluminismo e da Revolução Industrial: a Modernidade. “A modernidade não é a transmutação de todos os valores; é a comutação dos mesmos, é a sua combinatória e sua ambiguidade. A modernidade é um código, e a moda é seu emblema” (Baudrillard, 2000, p. 21, tradução nossa).

Os séculos XVII e XVIII assistem a uma ampla difusão dos almanaques ilustrados, dos catálogos, manuais de penteados, Enciclopédias do vestuário, publicações de magazines sobre moda. Aumenta o interesse pela informação sobre a moda que faz surgir um tipo de jornalismo especializado, uma rede de informação sobre moda que tem como alvo principal o público feminino. Agora as gravuras das indumentárias antigas migram para colecionadores e museus e dão lugar às gravuras de moda: as imagens da roupa atual, que está em uso, da moda de agora. Estas novas imagens são, de fato, as antepassadas da publicidade (Calanca, 2008). O reino da imagem termina de baixar seu arsenal.

As publicações de moda e a moda em si passa aos poucos a ser destinada às mulheres, mas até o século XIX a moda masculina é a que exerce maior furor. Eram os homens os maiores usuários dos objetos da moda, investindo no domínio da aparência como que na própria masculinidade: laçarotes, rendas, babados, golas esfuziantes, sapatos arquitetônicos, perucas etc. A figura tão batida dos retratos pintados dos grandes monarcas europeus não escondem seus pesados investimentos na aparência e na luxuosidade dos tecidos e adornos. Não acantonada à côrte, os uniformes militares também foram agraciados por objetos distintivos da moda: medalhas, esporas douradas, rendas e rosas nas espadas, insígnias de virilidade. É somente no século XIX que a moda masculina faz uma renúncia significativa, relegando às mulheres a possibilidade de perder-se no rebuscar de tecidos e materiais (Lipovetsky, 2009). No entanto, como tudo no mundo do artifício, não por acaso. A atividade industrial rendeu aos homens novos afazeres e novas divisões de poder. A roupa de um homem não poderia ter demasiada atenção, pois gerenciar suas fábricas e fechar negócios ocupava muito tempo. A atenção para a roupa migrou para a barba, a bengala, a carteira, a cartola, novos símbolos de masculinidade que indicavam, de acordo com seus manuseios, a respeitabilidade de cada um. Ademais, o terno reto e geométrico era o modelo, com cores escuras e acinzentadas, pois peças largas ou

confortáveis indicariam que o sujeito faz algum trabalho braçal, o que não era desejável a um burguês ou nobre. Assim, resta às mulheres “reivindicar” para si o reino da moda e de suas variações fantasiosas e esdrúxulas que mal permitiam seus movimentos. Anquinhas, anáguas, crinolinas, babados, laçarotes imensos adornavam os corpos femininos investidos em um jogo sedutor de mostra-esconde que despertava a atenção dos homens. Inclusive, esta foi a invenção moderna da moda feminina do século XIX: ocupar as mulheres e dar a elas um instrumental estética e moralmente eficaz para conquistar um marido, sua mais importante função social à época (Souza, 2009).

O século XIX é o século da potência da moda. Se faltavam estruturas materiais para que ela se democratizasse e tomasse dimensões industriais, não faltam mais. Dois fenômenos históricos foram imprescindíveis para que a moda tomasse as proporções que tomou no século XIX: a ascensão econômica da burguesia, acompanhada do industrialismo, e o surgimento do Estado democrático, ou Estado moderno (Lipovetsky, 2009; Souza, 2009). Com a burguesia endinheirada, os novos ricos, uma enorme camada de consumidores tomou conta do mercado. Dispostos a conquistar os postos distintivos que a aristocracia, os velhos ricos, possuía, os burgueses também estão dispostos a gastar com moda. O industrialismo permite alastrar mais ainda a moda em proporções globais. Além de produzir em massa artefatos de vestuário, alimentação e objetos em geral, a indústria produz consumidores potenciais para seus produtos, os seus próprios trabalhadores. A roda da economia gira baseada nas possibilidades da democracia de que ricos e pobres pudessem participar mais igualmente dos espaços político-sociais e, é claro, do reino da moda, cada vez mais acessível.

Já no século XVIII os ateliês de costura, costureiros individuais, modelistas e alfaiates tinham muito serviço produzindo à mão peças artesanalmente construídas para nobres, burgueses e pobres. Claro, cada classe possuía o costureiro que merecia, bem como os valores correspondentes. Agora, com a máquina de costura, surgem as confecções que produzem peças em série mais baratas, contrastando com as *maisons* que permanecem produzindo peças exclusivas de alta costura aos poucos que podiam pagar. Com o tempo, assim como é hoje, a alta costura passou somente a monopolizar o processo de criação, ou seja, determinar o que seria usado e imitado; e a confecção industrial passou a produzir sob tais determinações produtos de diferentes qualidades e diferentes preços, de artigos baratos e ruins a objetos de semi-luxo (Lipovetsky, 2009).

Lipovetsky (2009) dá a este dispositivo temporal da moda o título: “Moda de Cem Anos”, no período da segunda metade do século XIX aos anos 1960. Pouco da organização

do fenômeno teria variado neste tempo, determinando uma base estável de funcionamento. Apesar de alguns solavancos, como a influência da guerra na produção (escassez de matéria-prima, ampliação de mão-de-obra, progressos da indústria química), a moda de cem anos caminhará sempre com base neste duplo: alta costura dita a tendência, inclusive com bastante antecipação, e a indústria *fashion* produz, em larga escala, o que a primeira estabeleceu. Deu certo, dá até hoje. Percebe-se que é impossível falar em alta costura que nada tenha a ver com um mercado global. Por mais que o objeto final da *high couture* seja um consumidor exclusivo, endinheirado e com “informação de moda”, sua existência é mutualística à da produção em massa. A exclusividade permanece mais no simbólico e menos, bem menos no reino material.

A primeira casa de alta costura é criada por Worth (1825 – 1895), o costureiro dos sonhos das parisienses. Ele montou em sua casa um ambiente luxuoso pelo qual mulheres jovens - as futuras modelos ou manequins - desfilavam suas criações inéditas que poderiam ser reproduzidas sob medida. Mulheres da alta sociedade frequentavam o local e, em pouco tempo, eram mais de 50 casas como esta em Paris. No princípio, não havia definição de grandes coleções sazonais com data fixa ou desfiles de moda como se tem hoje. O que determinou este dispositivo primavera-verão; outono-inverno foi a exigência dos compradores e exportadores de maior regularidade para equilibrarem seus negócios. A alta costura regularizou, institucionalizou e orquestrou a moda. (Lipovetsky, 2009; Calanca, 2008; Souza, 2009; Veillon, 2004).

A esta altura a moda já contava com muitos objetos de interesse. Calanca (2008) faz um inventário de algumas das novas modas modernas: açúcar: doces, geleias, gelatinas, sorvetes e *sorbets*, servidos na delicatessen ou em casa; café, chá e tabaco, que passam a ser símbolos de ostentação de nobreza, trazendo consigo a moda da louça adequada para servir e das piteiras e cigarreiras de prata; fumo e trabalho intelectual, acreditava-se que a combinação mantinha a mente desperta, portanto era própria de pessoas que desprezavam o corpo, mas valorizavam o pensamento; aspirar o tabaco em forma de rapé, trazendo uma necessidade de refinamento estético na forma de aspirar e também de manusear a tabaqueira, onde o rapé era guardado; além do cachimbo e charuto, símbolos de distinção.

Destarte, percebe-se como a Revolução Industrial foi cerne da instauração da moda como a lógica sistemática que tem se apresentado nos tempos modernos e mais recentes (Calanca, 2008; Lipovetsky, 2009; Souza, 2009; Braudel, 1996). Por isso, parte-se agora para a compreensão mais minuciosa de aspectos da vida em sociedade da Modernidade, buscando os lugares pelos quais as formas de sociabilidade e de emergência de

subjetividades deixaram marcas perante a moda, especialmente no que tange às fundações da contemporaneidade.

Ser é parecer

A todo tempo tem-se falado da imperiosa ideia de que a moda se relaciona com os costumes e com a delimitação da melhor forma de se portar na sociedade, que surge com a valorização do parecer, da inclusão da aparência no jogo social e individual empreendido pelos homens. Para Lipovetsky (2009), não há história ou teoria sobre a moda que não tome como ponto de partida e como centralidade o “parecer”. Segundo o autor, não há titubeio ao afirmar que a moda se vale de uma revolução fundamental na qual o “novo” como valor mundano brilha sobre todos os outros valores juntamente com o reconhecimento do direito dos particulares de “diferenciar-se, de singularizar sua aparência, portanto, de mudar” (Lipovetsky, 2009, p. 69) e de estabelecer que o “parecer” não se submete mais à legislação ancestral, mas à decisão e ao desejo humanos. “A esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura da organização do efêmero” (Lipovetsky, 2009, p. 25). Se a aparência é central, esta concepção reverbera ao longo do tempo, levando a história da moda para a seara da arqueologia das transformações estéticas dos homens, mas para não incorrer em tautologias, o problema da aparência pode ser mais bem destrinchado. A ascensão da aparência, segundo Sennett (1998), está problematizada nos domínios do público e do privado no processo de civilização. O autor afirma que em determinado tempo histórico há uma transformação corrente do que é privado e público, sendo que o espaço público vai gradativamente esvaziando-se enquanto o privado é enaltecido e engrandecido por todo um conjunto de crenças e técnicas de sociabilidade que perpassam a consciência individual. Os espaços e processos públicos enfraquecem em detrimento da ênfase na personalidade e nos sentimentos, indicadores necessários à autenticação dos atores públicos e individuais. O “público” perde o seu sentido, transformando-se, como nas arquiteturas modernas, em um campo de passagem, mas não de usufruto e permanência (Sennett, 1998). Assim, passa a ser preciso investir em si, na própria aparência, na visibilidade individual para assumir o lugar de um ator social. Investir na aparência, segundo Sennett (1998), era mais do que dar ao outro o conhecimento sobre com quem está tratando, mas muito mais a garantia da segurança de ser esta pessoa.

As primeiras ocorrências da palavra “público” em inglês fazem alusão ao bem comum na sociedade e datam do século XV. Já no século XVI, “privado” também é empregado para caracterizar funcionários de alto escalão do governo, mas é só no século XVII que a oposição entre público como algo aberto e privado como uma região protegida da vida aparecem, alcançando aí seus significados modernos. Na França do século XVII, o “público” também era o público do teatro, representado por membros da elite e da corte (Sennett, 1998). Com o início do século XVIII e o advento das urbanidades, as cidades ampliavam consideravelmente as possibilidades de contrastar o domínio do público e do privado.

Na época em que a palavra “público” já havia adquirido seu significado moderno, portanto, ela significava não apenas uma região da vida social localizada em separado do âmbito da família e dos amigos íntimos, mas também que esse domínio público dos conhecidos e dos estranhos incluía uma diversidade relativamente grande de pessoas (Sennett, 1998, p. 31).

É aí que a figura do “cosmopolita” aparece como sendo a encarnação perfeita, para Sennett (1998), do homem público. Devido ao crescimento dos espaços de sociabilidade e da convivência com grupos sociais e pessoas diferentes, o homem que transita livremente pela diversidade sem necessariamente se vincular a nada – e não se incomodar com isso – é o homem da moderna capital. “Sem riqueza herdada nem obrigação feudal herdada, o cosmopolita, seja qual for o seu gosto pela diversidade mundana, necessariamente tem que abrir caminho dentro dela” (Sennett, 1998, p. 32). A figura do homem cosmopolita é a do indivíduo do mundo moderno, também retratado por Edgar Allan Poe (1809-1849) e Charles Baudelaire (1821 – 1867), despertando o encantamento de Benjamin (1962/1983b). O conto de Poe, *O Homem da Multidão*, traz à tona a vida da multidão de Londres observada por um moribundo em recuperação:

A rua em questão é uma das principais artérias da cidade, e tinha estado apinhada de gente o dia inteiro. Mas à medida que escurecia, a massa ia aumentando; e, quando os lampiões já estavam todos acesos, dois fluxos densos e contínuos de gente corriam diante da porta. Eu nunca estivera antes em situação parecida naquele momento específico da noite, e o mar tumultuoso de cabeças humanas me enchia, portanto, com uma emoção deliciosamente nova. Renunciei, afinal, a todo interesse pelas coisas de dentro do hotel e fiquei absorto na contemplação da cena lá fora.

A princípio minhas observações tomaram um rumo abstrato e generalizante. Olhava para os transeuntes em massa, e considerava-os em suas relações coletivas. Logo, no entanto, passei para os detalhes, e examinava com minucioso interesse as inúmeras variedades de figura, vestuário, jeito, andar, rosto e expressões fisionômicas (Poe, s/d).

Poe descreve aqui a imagem do povo, da multidão metropolitana que, segundo Benjamin (1962/1983b), tornou-se decisiva para Baudelaire. O poeta francês escreve que “não é dado a todo mundo tomar um banho de multidão: gozar da presença das massas populares é uma arte¹³” e só o poeta possui a capacidade de fazer o trânsito entre a experiência da multidão e da solidão. “Multidão e solidão: termos iguais e conversíveis pelo poeta ativo e fecundo. Quem não sabe povoar sua solidão também não sabe estar só no meio de uma multidão ocupadíssima”¹⁴. Daí vem a ideia baudelaireana do *flanêur*, o homem que em meio à caminhada pela cidade, no passeio urbano, experimenta o que a cidade lhe oferece, observa atentamente a todas as nuances e pequenas modificações, capaz de registrar o que se passa na cidade com disponibilidade e leveza, sem julgamentos morais.

Este homem que desperta para a efervescência cidadina está, certamente, vivendo na pele a reestruturação dos limites entre público e privado e em seus passeios urbanos pode observar, na superfície da humanidade, seus efeitos, em especial no trajar dos transeuntes. É a própria multidão a responsável por um tipo de fascínio, ao mesmo tempo que também desperta hostilidade. Mas o cidadão da cidade, como o parisiense, tomava a esta antítese como algo natural.

Benjamin (1962/1983b) é certamente intrigado com os efeitos que a multidão urbana causaram sobre vários escritores da época, apontando como a massa das metrópoles aparece em Baudelaire (1821-1867), Poe (1809-1849), Engels (1820-1895), entre outros. Cita Engels com sua reação à indiferença cosmopolita:

(...) passam pelos outros com pressa, como se nada tivessem em comum, nada que ver uns com os outros; no entanto, o único entendimento que os une é esse, tácito, de cada um se conservar do seu lado da calçada, à direita, para que as duas correntes de multidão que avançam em direções opostas não se estorvem reciprocamente; no entanto, não passa pela cabeça de ninguém honrar os demais nem sequer com um olhar. A indiferença brutal, o fechamento insensível de cada um nos seus próprios interesses privados, manifesta-se tanto mais repugnante e ofensivo quanto mais alto é o número de indivíduos condensados em espaços apertados (Engels, 1887, citado por Benjamin, 1962/1983b, p. 36).

Para Benjamin (1962/1983b), Engels não tem a desenvoltura do *flanêur*, pois a multidão lhe causa angústia; o ritmo dos transeuntes o afeta de maneira desagradável e não experienciara a tentação de “perder-se numa maré de homens” (Benjamin, 1962/1983b, p.

¹³Ver Baudelaire, As Multidões.

¹⁴Idem

37). Benjamin (1962/1983b) também cita Hegel (1770 – 1831) em uma carta escrita para sua esposa ao chegar a primeira vez em Paris: “Se ando pelas ruas, o povo tem o mesmo aspecto que em Berlim – veste-se da mesma maneira, mais ou menos as mesmas caras; a mesma cena, porém numa massa populosa” (Hegel, s/d, citado por Benjamin, 1962/1983b, p. 37).

O crescimento e desenvolvimento das cidades fez com que novos espaços públicos urbanos começassem a surgir, como parques, jardins, cafés e bares; ingressos de teatro e ópera passam a ser vendidos ao invés de distribuídos por grandes patrocinadores ricos, ampliando o acesso das classes trabalhadoras. O mercado e as formas de comércio exigiam, no entanto, pela expansão da economia e das formas de crédito, escritórios particulares e lojas onde o negócio era realizado de forma cada vez mais impessoal, com novas modalidades de interação. Portar-se com um estranho de maneira satisfatória e ao mesmo tempo não invasiva foi considerado como um meio do homem efetivamente transformar-se em ser social (Sennett, 1998). Para isso, “procurava-se ansiosamente criar modalidades de discurso, e até mesmo de vestuário, que ordenassem a nova situação urbana e que também demarcassem essa vida, separando-a do domínio da família e dos amigos” (Sennett, 1998, p. 33). Novas necessidades e consequentes adaptações. Todas essas transformações são impulsionadas fortemente pelo capitalismo industrial, no fim do século XVIII.

Sennett (1998) é categórico ao expor que a importância da vida pública foi transformada do Antigo Regime (para o autor corresponde ao século XVII) até o século XIX. Enquanto no século XVII e na maioria do XVIII viver o espaço público era parte da formação da sociedade, no século XIX a experiência pública relaciona-se à formação da personalidade. A ideologia burguesa previa que a compensação pelo trabalho cada vez mais impessoal fosse conquistada no âmbito íntimo, privado, como na família. A vida pública passa a representar um colapso moral contra o qual é necessário defesa e proteção, pois nela todo o esforço para permanecer superior ou ilibado – como o que passou a ser feito dentro das famílias – poderia se dissolver, despertando pouco a pouco menos interesse pelo seu controle. A cultura da urbe relacionava-se ao capitalismo sob duas óticas: a pressão à privatização efetuada pelo capitalismo e a mistificação da vida material em público, “especialmente em matéria de roupas, causada pela produção e distribuição em massa” (Sennett, 2008, p. 34). A produção em massa de peças de vestuário e a padronização da produção significava que o público da cidade passava a ter aparência semelhante.

Contudo, virtualmente, ninguém acreditava que com isso a sociedade estivesse ficando homogeneizada; a máquina significava que as diferenças sociais – diferenças importantes, necessárias para se saber da própria sobrevivência, num meio de estranhos e em rápida expansão – tornavam-se ocultas, e o estranho, cada vez mais intratável, como um mistério (Sennett, 1998, p. 35).

É aí que surgem as lojas de departamento com uma infinidade de produtos dispostos juntos e com preço atrativo, abrigando qualidades nos produtos similares às dos seres humanos e associando a eles características de personalidade. Esta possibilidade de construir a própria personalidade através do consumo de produtos que teriam certos atributos é geradora de lucro e definitivamente conquista a geografia pública, como Marx (1818-1883) bem tencionou. Sennett (1998), todavia, não crê que o fetichismo da mercadoria enquanto um mecanismo sórdido do capitalismo industrial tenha sido o único responsável por prover vitória ao hábito de conferir significação psicológica a meras coisas. Para ele, os séculos XVIII e XIX apresentam uma transição na própria forma com que “as coisas e as pessoas” são tratadas. Enquanto no século XVIII para tudo poder-se-ia encontrar um lugar na ordem da natureza, no XIX os esquemas anteriores não precisavam mais ser consultados ao experienciar sensações, fatos e sentimentos imediatos, levando a um ideal de não-desprezo de qualquer atributo de uma coisa que pudesse significar algo.

Um novo secularismo, baseado no código do imanente ao invés do transcendente, pôde conferir aos fatos uma lógica sucessória própria, matéria para a crença de que “num mundo onde a imanência é o princípio do conhecimento secular, tudo tem importância, porque tudo poderia ter importância” (Sennett, 1998, p. 37). As consequências são diversas e particularmente fortuitas para o desenvolvimento da moda, visto que mesmo que a visão pública do outro seja mistificadora, sua aparência é a chave para a resolução de um mistério, apresentando condições de decifrar as pistas ocultas por detrás das máscaras. “Qualquer aspecto visível da pessoa era de algum modo verdadeiro, porque tangível; de fato, se essa aparência era um mistério, essa era uma razão a mais para que fosse levada a sério” (Sennett, 1998, p. 37) e, assim, “fantasiar que objetos físicos tinham dimensões psicológicas tornou-se lógico dentro dessa nova ordem secular” (Sennett, 1998, p. 37). Tudo o que existe se torna potencialmente revelador, importante e considerado, de um objeto a uma característica física, por isso definir limites estanque entre público e privado poderia atrapalhar experiências significativas e enriquecedoras. Tanto é que Sennett (1998) aponta como, a partir deste tempo, os manuais de criação de filhos sustentam a importância de se aprender a ler os perigos mundanos e a experimentar situações de risco e exposição a estranhos como formas de ser forte para resistir às tentações ocultas e combater a

ingenuidade. Em tempos de outrora, tudo o que se precisava saber sobre o mundo estava entre a manutenção dos limites e a leitura correta do social. “A celebração da objetividade e de um obstinado compromisso com os fatos, tão proeminente um século antes, tudo em nome da Ciência, era na realidade uma inadvertida preparação para a atual era da subjetividade radical” (Sennett, 1998, p. 38). A questão agora não seria entre ser ou não ser, mas uma afirmação em ser! - mas, como ser, eis a questão. A moda se apresenta então como um caminho do “como ser” na construção da identidade e da personalidade, pois engendra tanto um mecanismo lúdico de personalização quanto um sistema acessível de aquisição de atributos através de objetos.

Moda e Capitalismo: nada vem do nada

É fato que se algo na história impulsionou a moda de dimensões regionais ou nacionais para o domínio do universal, este algo foi o capital. A Revolução Industrial como um processo que se inicia no século XVIII contribui para que novas feições sejam dadas a um mundo em que a lógica da mercadoria viaja, por camadas cada vez mais profundas, pelos mais diversos estratos da sociedade. Hobsbawn (1979) afirma que os fatores necessários para a instalação de uma revolução industrial são a constante inovação tecnológica e a concentração na produção em massa, que permite uma grande variedade de bens sendo produzidos em larga escala e com preços cada vez mais baixos. Desta feita, a economia encontra nela mesma um ritmo satisfatório de expansão econômica. O investimento para o sucesso de uma efetiva revolução industrial devia ser na possibilidade de se hiper-dimensionar a economia a tendências globais. Não era necessária uma enorme disposição para manter empregados, mas sim uma “demanda massiva” (Hobsbawn, 1979, p. 64) de mercados para a produção. Isto significa que o universo capitalista precisaria, para manter-se funcionando a todo vapor, criar formas e mecanismos de manter seu ritmo produtivo ativo. Assim, para além de possibilitar a indústria, precisaria criar a demanda, mas uma demanda virtual, pois se a demanda real fosse o parâmetro para aumentar o ritmo de produção, a revolução técnica jamais teria acontecido.

A produção capitalista, portanto, precisou encontrar **as formas de criar seus próprios mercados de expansão**. Exceto em casos raros e localizados, é precisamente isto o que ela não podia fazer dentro de uma estrutura feudal. De maneira muito ampla pode-se dizer que conseguiu seus fins mediante a transformação da estrutura social. (...) Em uma palavra, deu origem aos fregueses para os produtos (Hobsbawn, 1979, p. 60, grifos do autor).

Assim, a reorganização da divisão do trabalho, o aumento de trabalhadores não-agrícolas, a diferenciação entre camponeses e assalariados e o aumento de pessoas que necessitavam de produtos de imediato para pagamento à vista compôs a classe de fregueses, todas (re)modeladas pelo capitalismo (Hobsbawn, 1979).

Enquanto o acesso à moda - especialmente seus produtos de matéria-prima têxtil – era bastante privativo das classes altas, a produção industrial de algodão modificou o cenário. A indústria do algodão figurava como uma importante parcela da economia, responsável por movimentar o mercado internacional desde antes do século XVIII. Nos idos dos setecentos, a indústria têxtil colabora para que os produtos tenham alcançado a clientela popular (Braudel, 1996). E a moda nada tinha de ingênua em relação a isto, pelo contrário, pois se incorpora ou é incorporada pelo capitalismo com tudo o que este dá a ver, como mostra a ode à moda do economista britânico Nicholas Barbon (1690):

A moda, a alteração do traje, é um grande promotor do comércio, porque leva a gastar em roupas novas antes que as antigas estejam gastas: é a alma e a vida do comércio; (...) conserva o movimento do grande corpo comercial; é uma invenção que faz com que um homem se vista como se vivesse em perpétua primavera: nunca vê o outono de seu vestuário (Barbon, 1690, citado por Braudel, 1996, p. 272).

O trabalho de moda é o trabalho capitalista. A manufatura de tecidos ocupa uma minoria diante da crescente indústria têxtil, mas conta com a especialização da mão-de-obra e o emprego de milhares de operários, entre eles trabalhadores que realizavam o trabalho de beneficiamento, tratamento e acabamento dos tecidos. Fiandeiros, tecelões, tintureiros bem como trabalhadores “domésticos” trabalham juntos nas manufaturas, embora divididos *in situ*. O trabalho artesanal, especialmente daqueles que trabalhavam em domicílio, era como trabalho escravo que contava, além dos domésticos, com pessoas isoladas do convívio social: delinquentes, criminosos e órfãos, sem contar a mão-de-obra infantil que é depois acrescida também na indústria (Braudel, 1996). Acontecimentos similares, *mutatis mutandis*, têm sido noticiados no mundo contemporâneo: grandes marcas de moda se utilizam ainda hoje da mão-de-obra ilegal de imigrantes de países subdesenvolvidos ou de confecções que recebem valores mínimos por peça costurada. Ossos do ofício?

A especialização sobre um único tecido é gigante. Braudel (1996) relata que em certa manufatura francesa próxima ao Canal da Mancha, no século XVIII, a fabricação de um tecido fino passa por 52 trabalhadores diferentes. Ainda com o sucesso da manufatura, seus funcionários são na verdade semiempregados, pois em momentos de crise, para

garantir a margem de lucro, somente os mais graduados permanecem, o que não demora a lançar movimentos de greve e protesto. O subdelegado da província não poderia deixar de manifestar sua opinião sobre os grevistas: “essa gente que em tempos de abundância se entrega ao desregramento em vez de economizar para os tempos de fome” e que “não atentam que a manufatura não foi feita para eles, eles é que foram feitos para a manufatura” (Braudel, 1996, p. 296). Esta opinião expressa a máxima capitalista da produção da subjetividade diante de certas criações da realidade do capital.

O operário ainda está em busca de garantia e fixidez na indústria têxtil para conquistar seu lugar no mundo consumidor. O mercador, por sua vez, consegue ascensão social por desempenhar o tão novo e imprescindível papel de comerciante. Homens antes sujos e ignorantes agora usam casacos de pele e tecidos caros, objetos distintivos que denotam o poder não só financeiro que conquistaram. E os mercadores e donos de fábricas têxteis se unem a fim de garantir condições de preços e salários e eventualmente para decidir o procedimento em caso de greves dos trabalhadores, como num cartel. Há assembleias de operários, mas menos organizadas do que as dos patrões. A característica patente da organização têxtil na França é a ameaça constante dos meios de coerção: vigilância, repressão, prisões e execuções capitais. Os operários não eram resignados, mas pouco podiam fazer diante da vigilância patronal (Braudel, 1996).

De qualquer forma, muitas questões colaboram para que a efervescência do capital não seja a maior perseguida socialmente. A hierarquia do dinheiro, em substituição à hierarquia de nascimento, passa a ser algo louvável, pois dava um *corpus* social ao ódio da burguesia aos privilégios da nobreza, tão difundido no Iluminismo. À destruição do mito de superioridade da nobreza se soma a destruição do mito de uma sociedade de ordens, na qual a hierarquia do dinheiro cai muito melhor e permite a ascensão dos homens burgueses e a base proletária como um firme patamar. “À ociosidade e inutilidade dos grandes deste mundo opõe-se o trabalho, a utilidade social da classe ativa. É esta, sem dúvida, a fonte onde o capitalismo do século XIX, chegado à plenitude do poder, foi buscar a sua imperturbável boa consciência” (Braudel, 1996, p. 449).

A Revolução Industrial, assim, acaba por captar todas estas transformações sociais e econômicas para abrigá-las em sua estrutura e tirar o melhor proveito delas para a instalação geral da economia de grandes escalas. É fato que a partir daí a moda viaja a outras paragens.

A Moda é sempre moda de classes

A moda é um fenômeno de classes. Um dos poucos autores que considera que esta visão é ultrapassada e limitada é Gilles Lipovetsky (2009), como dito na Introdução. No entanto, é possível encontrar com frequência nos autores que escrevem sobre o tema a influência destacada da divisão de classes para a formação e recrudescência da moda. Simmel (1905/2008) é o autor que termina por estabelecer a moda como fruto da tendência à imitação, imitação especialmente de uma classe em direção à semelhança buscada com outra, como um fenômeno verdadeiramente de classe. “(...) já que as modas são sempre modas de classe, porque as modas da classe superior se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar” (Simmel, 1905/2008, p. 24). Tal tendência encontra fluência nos dispositivos da moda, visto que, para Simmel (1905/2008), a moda é a história das tentativas de adaptação dos indivíduos às tendências individual e social. “Por isso, a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário” (Simmel, 1905/2008, p. 24).

Portanto, tratar de moda é tratar de um movimento perpétuo de tendências contrárias: homogeneização e diferenciação. No entanto, a homogeneização parte de uma iniciativa das classes menos abastadas em direção às mais abastadas, nunca o contrário.

Simmel (1905/2008) trata a moda como uma questão de unir e diferenciar: unir um círculo social e fechá-lo diante dos que estão abaixo dele. Estes parâmetros são indissociáveis: a união deste círculo depende da negação dos que dele não fazem parte. A moda é uma forma particularmente eficiente de se realizar este movimento, pois pode se dar via imitação externa, onde a simples posse do dinheiro é o fator facilitador. Em outras áreas que o dinheiro não pode comprar, onde se exige uma prova individual, diz Simmel (1905/2008), a paridade com o estrato superior não é tão simples. A moda seria então o veículo propício para a malemolência das necessidades de adaptação e reivindicação de classes, sempre visando ascensão. Enquanto as classes inferiores desejam se assemelhar às superiores, estas últimas precisam sempre do “novo” para se diferenciar, visto que no instante em que suas escolhas tomam o gosto do todo, precisam ser abandonadas.

Benjamin (1982/2000) também aponta que as manifestações da moda permitem mostrá-la como um mascaramento de demandas muito típicas da classe dominante. É possível visualizar este quadro quando se retoma a questão de que não foi sempre que as pessoas em geral puderam se vestir, por exemplo, do jeito que gostariam. No entanto,

manifestações de “gosto” e escolha permanecem, na história, relegadas às classes dominantes. Quando outras classes surgiram e quando a democratização do mundo permitiu maior acesso de todos à estrutura da vida material e psicológica, os objetos buscados eram os mais similares aos da classe alta. Flügel (1964/2000) admite que os códigos de vestuário são mais ou menos fixos em relação a cada grau social, mas quando as barreiras entre um grau social e outro se tornam menos insuperáveis e, em termos psicológicos uma classe passa a aspirar a posição da que está superior a ela, os signos e símbolos exteriores de ambas correm perigo (Flügel, 2000). Às minorias sociais, a imitação.

Simmel (1905/2008) coloca que os códigos de vestuário, a cadência, o ritmo dos gestos, o modo de andar são importantes para unir justamente os grupos sociais cujas forças impulsionam à separação: “homens vestidos de modo semelhante comportam-se de modo relativamente semelhante” (Simmel, 1905/2008, p. 30), o que assume um valor especial na vida moderna individualista. Impossibilitados de conexões sociáveis e profundas, os homens modernos dispõem da aparência para aproximações e identificações.

A mudança da moda mostra a medida do embotamento da sensibilidade; quanto mais nervosa for uma época, tanto mais depressa se alteram as suas modas, porque a necessidade de estímulos diferenciadores, um dos sustentáculos essenciais de toda a moda, caminha de braço dado com o esgotamento das energias nervosas (Simmel, 1905/2008, p. 30).

A democracia favorece a lógica da moda, incorporando sempre a tensão da afirmação individual – que se expressa como diferenciação – e da obediência social. O maníaco da moda, compulsivo pela construção de si, aderido às modas e variações, caricatura do mundo moderno, mistura sentimentos de dominação e sujeição, pois julga estar sempre a frente dos outros, mas caminha pelos caminhos destes mesmos outros. Simmel (1905/2008) salienta que o maníaco da moda mostra o que define a relação entre indivíduos e grupos: “aquele que conduz é, no fundo, o conduzido” (p. 35), ou seja, é uma vítima da confusão entre individualizar-se em meio a massa e de ser governado por ela. Os mais diversos conflitos (classe, gênero, dominação, liberdade) estão implicados na moda, pois ela permite que estes conflitos tão mal enfrentados na realidade sejam diluídos através da sua órbita mundana. Assim, a moda seria um meio simbólico de lidar com as contradições da vida social, mas que, no entanto, não consegue fazer com que se produza algo efetivamente transformador que vá para além da imitação (Simmel, 1905/2008).

A postura da anti-moda ou da não-modernidade da moda também é uma postura que assume o mesmo conteúdo da moda. Simmel (1905/2008) afirma que quem

conscientemente se veste ou se comporta de formas não modernas adquire um sentimento de individualização não por autêntica qualificação individual, mas por negação do exemplo social. A moda se representa neste caso por uma categoria englobada na moda: a negação, enquanto no maníaco da moda é a da intensificação. De qualquer forma, ambos tratarão de encontrar força e apoio em um círculo restrito que seja igual. Além disso, colocar-se como inteiramente diferente da multidão não significa que dela se seja independente, mas sim que diante dela se esteja assumindo um lugar de soberania, superioridade, além do medo de, diante da generalidade, perder a própria individualidade.

Em uma cultura pecuniária, o crescimento da indústria com possibilidades ilimitadas e o paralelo aumento do poderio dos “homens de negócio” só poderia levar a uma “sabotagem capitalista”, segundo Veblen (1899/1983). Para o autor, o câncer do progresso social e econômico do capitalismo era causado pela classe ociosa - composta de membros da nobreza e das classes sacerdotais, ou seja, indivíduos que jamais tiveram ou teriam ocupações industriais, portanto, não proletários - e pelos proprietários absenteístas, que visavam somente o lucro. Estes últimos, os sabotadores, manipulam e controlam toda a economia de acordo com seus interesses, seja diminuindo ou aumentando a produção ou controlando o investimento tecnológico. A utilização dos meios tecnológicos por estes proprietários, para Veblen (1899/1983), se dá única e exclusivamente para fins pecuniários que iam de encontro ao aumento da produção de bens para toda a sociedade.

O capitalismo gerou uma classe particular de consumo, o consumo conspícuo, como uma onda na qual a aquisição de objetos “ilustres” promove uma honorificação do consumidor que, com isso, assinala certa posição social superior. Baseado no consumo da classe média americana, Veblen (1899/1983) afirma que tanto quanto a certos objetos são atribuídas funções de prodigalidade conspícua, ao trabalho produtivo é atribuída a indignidade e o desprezo. E na evolução, ao trabalho assalariado se atribui a construção de uma enorme massa de pobres, enquanto ao crescimento do consumo conspícuo se atribui o destaque de uma classe respeitosa. Veblen (1899/1983) está a falar não só de economia, mas de um potente imaginário social. A beleza também se inclui na emulação pecuniária, invertendo ou confundindo a relação entre beleza e utilidade. “A utilidade dos artigos valorizados pela sua beleza depende estreitamente da sua dispendiosidade” (Veblen, 1899/1983, p. 60). O autor exemplifica como uma colher de metal cinzelada à mão é mais honorífica e especial do que uma do mesmo material e feita à máquina. Enquanto a primeira “lisonjeia-nos o gosto e o sentido da beleza”, a feita a máquina “e em vil metal não tem outro ofício além de uma brutal eficiência” (Veblen, 1899/1983, p. 60). A beleza

se esvai, pois a comparação entre uma colher e outra não pode se dar em vias estéticas, já que elas são quase idênticas e se igualam em utilidade. Seus diferentes graus assumem o lugar de uma beleza pecuniária, determinada exclusivamente pelo seu valor financeiro; o resto é propaganda. Mesmo que haja beleza intrínseca em um objeto – como no ouro – seu valor pecuniário deve existir como “suplemento da beleza estética” (Veblen, 1899/1983, p. 64). Tal ordem conspícua atinge toda a sorte de objetos, de metais, flores a animais domésticos. No entanto, os artigos de vestuário e mobiliário doméstico são os que mais exemplificam esta relação da supremacia pecuniária, sabendo que o produto barato jamais chega aos pés do “dispendioso perdulário honorífico”, ou seja, do mais caro:

Esse uso indireto e secundário de bens de consumo empresta um caráter honorífico ao dito consumo, e, hoje em dia, também aos bens que melhor servem a esse fim emulativo de consumo. O consumo de bens dispendiosos é meritório, e são honoríficos os bens que possuem um apreciável elemento de custo em excesso daquilo que confere utilidade à sua finalidade mecânica ostensiva (Veblen, 1899/1983, p. 71).

O vestuário ainda soma mais um apêndice à sua categoria distintiva, que é a qualidade da elegância como insígnia do ócio: “não apenas demonstra que quem o usa é apto a consumir um valor relativamente grande, mas ao mesmo tempo atesta que ele consome sem produzir” (Veblen, 1899/1983, p. 79). Afinal, a roupa para o trabalho não pode ser pesada ou muito ornada e muitas vezes está rasgada ou suja devido ao esforço, atributos que as roupas típicas da classe ociosa do século XIX jamais possuiriam. No tocante à moda, seu dispositivo temporal do efêmero e da valorização do novo é um corolário que resulta da lei do dispêndio conspícuo. Se as roupas precisam ser trocadas de tempos em tempos em função de novas vogas, obviamente o dispêndio perdulário conspícuo será maior, mas Veblen (1899/1983) não acredita que seja este o motivo da necessidade da mudança cíclica preconizada pela moda, deixando a questão em aberto. Seja como for, o autor destaca a necessidade que a moda tem de tornar extremamente ostensiva uma parte da indumentária, em geral um adorno que assume uma “utilidade ostensiva”, não menos fútil ou dilapidada e que os países mais “contaminados” pela moda são também aqueles em que a competição de ócio conspícuo é acirrada. Veblen (1899/1983) afirma que a feiura essencial do vestuário compõe o sistema de renovação do dispêndio conspícuo e atentando a suas colocações, pode-se pensar na repulsa sentida ao analisar modas antigas:

A utilidade ostensiva dos pormenores elegantes do vestuário é entretanto um fingimento tão transparente e sua futilidade substancial em breve nos chama tão cruamente a atenção, que logo ele se nos afigura intolerável e, em consequência, buscamos refúgio em um novo estilo. Mas o novo estilo tem igualmente de se

conformar com a exigência do desperdício e da futilidade bem conceituados. Essa, porém, se torna em breve tão odiosa como a do seu antecessor; e o único remédio que a lei do desperdício nos permite é procurar alívio em uma nova criação igualmente fútil e igualmente insustentável. Daí a feiura essencial e a incessante mudança da moda em questões de vestuário (Veblen, 1899/1983, p. 81).

É certamente interessante observar, em Veblen e também em outros autores que tratam das transformações da cultura na Modernidade, como aspectos do modo de vida capitalista transformam feiura em beleza e vice-versa, bem como sujeito em objeto e vice-versa, questões com as quais a moda está implicada dos pés à cabeça.

Moda e Indústria Cultural

*(...) pois o ser humano tem
necessidade de um tirano efêmero, quando se
libertou de um déspota permanente e
absoluto. (Georg Simmel)*

O século XIX certamente preparava o terreno para as instalações modernas do século XX, quando as expansões industriais puderam ser de fato incorporadas à economia. A existência e remodelação das massas, a produção e o consumo de massas necessitavam de uma ampliação – no âmbito dos objetos da cultura – de uma voz que ressoasse no mesmo nível global do capitalismo. A cultura de massas encontra formas das mais especializadas de alcançar o enorme contingente de consumidores formado paulatinamente pela lógica do capital e sitiado pelo moderno e fruto da indústria: o tempo livre.

A publicidade, apesar de ter raízes medievais, surgiu após a Revolução Industrial, na Europa e nos Estados Unidos, como uma atividade “incontornável, sistemática e especializada”, definindo-se como uma “industrialização da arte de vender” (Grupo Marcuse, 2012, p. 63). Como a indústria da promoção da indústria, a publicidade vem atender especialmente a três demandas: a) controlar o amplo mercado nacional e garantir que as imensas quantidades de produtos produzidos sejam vendidas – em âmbito global – fidelizando os clientes que agora são indiferenciados indivíduos em meio à multidão; b) garantir que os mercados inventados – para absorver os produtos residuais das invenções industriais – sejam fixos e rentáveis; c) atribuir ao produto uma diferenciação de caráter psicológico, agregar valor imaginário visto que as mercadorias são praticamente idênticas em suas propriedades. A publicidade então se responsabiliza por uma boa parcela da colonização da vida social e individual (Grupo Marcuse, 2012), é ela quem cria os desejos subjacentes à escolha de produtos, portanto é uma técnica do capitalismo.

Além de ser subserviente à venda de mercadorias, a propaganda pode ser servil a todo tipo de ideologia, já que sua mobilidade depende de veículos que passam a ser acessados por uma enorme quantidade de pessoas, os veículos de massa. Exemplo cabal foi a utilização do rádio pela propaganda nazista quando a voz de Hitler assumia uma forma, afinal, despreziosa e onipresente (Adorno & Horkheimer, 1947/2002). Aliás, a propaganda era um recurso de guerra eficaz para manter a alienação servil necessária para a manutenção dos exércitos e do nacionalismo intocados. Até hoje ela é uma arma para a manutenção de um exército: de consumidores. Para Adorno e Horkheimer (1947/2002), é a publicidade o elixir da vida da indústria cultural e, respondendo à pressão do sistema, por “cada produto empregar a técnica publicitária, ela entrou triunfalmente na gíria, no ‘estilo’, da indústria cultural” (p. 40). Mas, afinal, de que se trata a indústria cultural e o que ela tem a ver com a moda?

Indústria cultural foi um termo cunhado pelos filósofos alemães Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895 – 1973) para designar o fenômeno moderno da apropriação da arte pela mercadoria e da produção em série de objetos culturais pela produção em massa. Objetos da cultura como a música, o cinema, o rádio etc. são vendidos como formas de diversão, *amusement*, prometendo aos seus consumidores a garantia de prazer e conforto, um torpor quase delirante de satisfação. Assim, o tempo do lazer, tão propagado pela cultura capitalista, queda sitiado à mesma lógica de funcionamento do próprio processo de trabalho, pré-definido, alienado, mecânico, retirando a possibilidade de que o trabalhador oriente seu tempo livre de acordo com a sua experiência. É como se o lazer, cujas possibilidades são absorvidas pelos objetos da indústria cultural, fosse eternamente um preparo para o enfrentamento do trabalho.

A indústria cultural também retira do sujeito o “esquematismo kantiano” (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, p. 8), a possibilidade de sensivelmente captar os sentidos da experiência e de adaptar-se a ele, de envolver-se com a construção do conhecimento com estranhamento, desconhecimento e apropriação do saber. Pelo contrário, os produtos da indústria cultural já oferecem prontos estes esquemas: “para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo da produção já não tenha antecipadamente classificado” (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, p. 9). Resta a adesão:

A atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural de hoje não tem necessidade de ser explicada em termos psicológicos. Os próprios produtos, desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam aquelas capacidades pela sua própria constituição objetiva. Eles são feitos de modo que a sua apreensão adequada exige,

por um lado, rapidez de percepção, capacidade de observação e competência específica, e por outro é feita de modo a vetar, de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que rapidamente se desenrolam à sua frente. É uma tensão tão automática que não há sequer necessidade de ser atualizado a cada caso para que reprima a imaginação (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, p. 10).

Os produtos da indústria cultural insinuam a todo tempo uma indução de verossimilhança, não dos objetos em direção à vida, mas da vida imitando os objetos. Sob o pretexto de dar um lugar para os sujeitos, a indústria deseja apartá-los de suas incursões sobre a subjetividade e de quaisquer impulsos críticos, conduzindo-os a uma pseudo-individualização e ao mundo da ilusão e da simulação. Não há formação de bases suficientes para que o juízo da ilusão e da realidade seja elaborado: fato e ilusão são a mesma coisa nesse mundo estandardizado. Mas como a indústria procede na qualificação e divisão de seus objetos: de primeira e segunda categoria, caros e baratos, assim se dá a separação no plano social, pois mesmo com uma cultura heterônoma e homogeneizada, permanece oculta na divisão social a mesma separação conveniente à manutenção da lógica do capital. Com o escudo opaco da subjetividade, da individualidade, da “ascensão do sujeito” dono de seu desejo e de seu caminho, que pode escolher seus investimentos culturais, esmorece a violência sobre a marginalizada minoria psicológica que ainda luta para, pelo menos, poder consumir o refugio cultural a que os *media* a ela destinaram.

Insistindo na pregnância da divisão de classes por debaixo dos panos da cultura, Chauí (2006) demonstra como a indústria cultural escolhe o grupo social que deseja atingir com cada um de seus produtos: em jornais e revistas, por exemplo, “a qualidade do papel, a qualidade gráfica de letras e imagens, o tipo de manchete e de matéria publicada definem o consumidor e determinam o conteúdo daquilo a que terá acesso e o tipo de informação que poderá receber” (Chauí, 2006, p. 29).

Adorno e Horkheimer (1947/2002) salientam que a indústria cultural faz um rompimento radical com o novo, o desconhecido; afasta de si o não experimentado em detrimento da reprodução do sempre igual. A sua lógica precisa sempre reconhecer em qualquer coisa algo que já lhe é constitutivo e familiar. Pode-se pensar aqui que a dinâmica do efêmero preconizada pela moda nada mais é do que a simulação de uma inovação de conteúdo, mas que mantém na sua forma de (re)produção as mesmas estruturas:

Os cineastas consideram com suspeita todo manuscrito atrás do qual não encontrem um tranquilizante *best-seller*. Mesmo por isso sempre se fala de ideia, novidade e surpresa, de alguma coisa que ao mesmo tempo seja plenamente familiar sem nunca ter existido. Para isso servem o ritmo e o dinamismo. Nada deve permanecer

como era, tudo deve continuamente fluir, estar em movimento. Pois só o triunfo universal do ritmo de produção e de reprodução mecânica garante que nada mude, que nada surja que não possa ser enquadrado. Acréscimos ao inventário cultural já comprovado são perigosos e arriscados (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, pp. 16-17).

Chauí (2006) destaca que alguns dos riscos que as obras de pensamento e de arte correm com a ação dos *mass media* são tornarem-se, ao invés de um lugar para a experimentação do novo, consagrações do consagrado pela moda e pelo consumo; parte do mercado da moda, do efêmero, do passageiro sem passado e sem futuro ao invés de duradouras; eventos para consumo ao invés de trabalho de criação; não expressivas, mas reprodutivas e repetitivas; formas de dissimulação, ilusão falsificadora, publicidade e propaganda ao invés de formas de conhecimento que desvendam a realidade. É com estas armas que a indústria cultural devora as obras culturais, nulifica-as em simulacro, as transforma em espetáculo e as reduz a uma mera questão de gosto e personalidade, esvanecendo a cultura ao mais do mesmo, ação da moda.

Sobre as configurações da vida e da arte sob os domínios da *mass media*, Benjamin (1936/1983a) afirma que, no século XX, as técnicas de reprodução permitiram modificar as obras de arte passadas, como também impuseram-se como obras originais de arte. Estas novas condições de reprodução desvalorizam o *hic et nunc* das obras, o seu aqui e agora, sua condição de autenticidade:

O que caracteriza a autenticidade de uma coisa é tudo aquilo que ela contém e é originalmente transmissível, desde sua duração material até seu poder de testemunho histórico. Como este próprio testemunho baseia-se naquela duração, na hipótese da reprodução, onde o primeiro elemento (duração) escapa aos homens, o segundo – o testemunho histórico da coisa – fica identicamente abalado (Benjamin, 1936/1983a, p. 8).

Para Freud (1916/2006), a transitoriedade é o que confere um aumento de valor a tudo o que é belo: “o valor da transitoriedade é o valor da escassez no tempo. A limitação da possibilidade de uma fruição eleva o valor dessa fruição” (p. 317), pois a beleza independe da duração absoluta, ela sobrevive aos homens pela significação que adquire para a vida emocional dos mesmos. É contra a elaboração deste luto – o do transitório – que a reprodução em massa caminha. A transitoriedade a que Freud (1916/2006) se refere não é a mesma da indústria cultural com seu dispositivo efêmero. Na verdade, é justamente o contrário, pois o tempo do transitório, este do *hic et nunc* é o que dá às coisas e à arte o seu lugar de único, irrepetível, de experiência marcante. No tempo da moda e da indústria cultural, o transitório é negado sucessivamente com a eterna reprodução dos objetos que independe de tempo, espaço e das próprias condições em que um fenômeno se dá. Não

importa se passou, o que importa é que se pode fazer com que nunca se passe, que seja eternamente reproduzido.

As técnicas de reprodução fazem perecer na arte o que Benjamin (1936/1983a) chamou de *aura*, dando ao objeto reproduzido uma atualidade permanente, descolando-o de seu valor de tradição. Tais objetos passam a ser livremente oferecidos à visão e à audição, a uma captação superficial no âmbito dos sentidos em que reinará a percepção, na qual é confiada a base para a vivência da realidade e da construção do pensamento, repetida constantemente. Nada que é estranho pode ocupar lugar nas técnicas de reprodução, pois o objeto passa a ter que ser verossímil, idêntico, próximo e passível de ser constantemente duradouro, reproduzível. A técnica vira uma forma de dominar o objeto, domesticá-lo através de sua imagem e de sua cópia e de prolongá-lo no despojamento de sua transitoriedade. “Despojar o objeto de seu véu, destruir a sua *aura*, eis o que assinala de imediato a presença de uma percepção, tão atenta àquilo que ‘se repete identicamente pelo mundo’, que, graças à reprodução, consegue até estandardizar aquilo que existe uma só vez” (Benjamin, 1936/1983a, p. 9). Para Adorno (1970), “a moda é uma das figuras pelas quais o movimento histórico do sensório afeta totalmente as obras de arte, mesmo nas suas características mínimas, quase sempre ocultas a si mesmas (p. 202).

Chauí (2006) aposta que Benjamin, apesar de tudo, era otimista. Acreditava que a reprodução das obras de arte através das novas técnicas (cinema, livro, fotografia, rádio, artes gráficas) poderia democratizar a arte, levá-la a um maior contingente de pessoas e também colocar-se na perspectiva da crítica revolucionária. Mas, aponta, Benjamin também sabia que enquanto tal democratização estivesse a serviço do capital, no qual a arte está a serviço da política, da guerra e da manipulação das massas, sua amplitude seria ainda de dominação, como ocorreu no nazismo. Mobilizar as massas através das técnicas de reprodução da arte era uma forma de organizá-las sem tocar no regime da propriedade privada, mantendo-as alijadas da mudança social sob o falso véu de poderem exprimir seus direitos (Benjamin, 1936/1983a; Chauí, 2006). Pode-se pensar, então, que as formas de reprodução em massa dos objetos culturais estão a serviço da dominação, levando para longe a possibilidade imediata da arte – a emancipação – em troca de uma renovada servidão ao capital disfarçada de entretenimento e satisfação.

Esta sociedade que assiste a dominação dos meios de reprodução técnica da arte – sob o domínio da indústria cultural – vive uma atrofia progressiva da experiência, aquela em que o desejo é articulado pelo tempo, entrelaçado pelas suas diversas dimensões, na qual o sujeito se abre para ela (Benjamin, 1962/1983b; Bondía, 2002). Esta atrofia deve-se

em muito pelo domínio da informação, material de trabalho da mídia, com o qual esta preenche os espaços que poderiam dar oportunidade aos sujeitos de produzir, no enfrentamento com a vida, conhecimento. Para Benjamin (1962/1983b), a informação jornalística segue princípios cujos objetivos são excluir da experiência do leitor os acontecimentos do contexto. Os dispositivos de novidade, brevidade, inteligibilidade, falta de conexão entre uma notícia e outra, a diagramação e os paroxismos linguísticos contribuem para a oposição entre informação e experiência. A informação deseja simplesmente comunicar o acontecimento em si e exige a “pronta verificabilidade”, é “inteligível por si mesma” (Benjamin, 1969/1983c, p. 61), independe de estranhamento, oscilação, oferece tudo pronto. A modernidade se vê diante da substituição gradativa da narração – na qual a descrição dos acontecimentos é precisa, mas é discriminativa da interpretação – pela informação em que a plausibilidade deve ser fundamental. Com um bombardeio de opinião, a informação converteu-se, segundo Bondía (2002), em imperativo, anulando as possibilidades de experiência e também instaurando os sujeitos como meros suportes informados da opinião individual, bem como reduzindo a coletividade como o suporte da opinião pública. Aliás, Chauí (2006) aponta como se é escravo das constantes irrupções de opinião dos “formadores de opinião”, geralmente jornalistas ou personalidades da *mass media* que inserem aos fatos ou notícias seus sentimentos, pensamentos e opiniões. O que tradicionalmente cabia a grupos e classes sociais e homens da política, passa a figurar na mão de jornalistas investigativos e jornalistas que mergulham na personalidade dos entrevistados, criando cada vez mais um jornalismo impreciso, verdadeiro responsável pela “destruição da opinião pública” (Chauí, 2006, p. 14).

Não há como tampar os olhos para o serviço que as mídias prestam à moda. Aliás, a moda é inseparável da mídia, pois suas formas de contágio perpassam aos mecanismos de dominação da imagem e domesticação dos sentidos. Além do que, se não graças à publicidade, ao jornalismo, à mídia digital, televisão etc., a propagação das modas seria limitada, coisa que não acontece.

À guisa de finalização, para Ferrari (2007), Benjamin afirma que, mais do que integrada à produção capitalista, a moda “prescreve o rito segundo o qual o fetiche que é a mercadoria exige ser adorado” (Benjamin, 1982, citado por Ferrari, 2007, p. 179) e que o ritual de celebração da mercadoria está a serviço do surgimento do novo de acordo com as regras de produção desta, portanto a serviço da multiplicação das vendas. Esta constatação assina uma certidão de existência: a moda é filha do capital.

Torna-se inevitável, assim, depois do traçado da instauração da moda e da ascensão dos indivíduos, tratar-se dos encontros e desencontros destes dois em temas profícuos e atuais, causa do capítulo 3.

Capítulo Três

**Entre Moda e Sujeito: Travessia,
Perigo, Devassidão.**

A escolha por caminhar pelos traçados do capitalismo para entender a moda não é arbitrária, pois se a moda não foge do seu senhor, não se deve fazê-lo aqui também.

Viu-se que a forma da sociedade de lidar com suas questões, bem como dos sujeitos de lidar com suas querelas, quedou para o lado dos objetos, os quais – sem óbice – se apresentam como o ponto final de uma cadeia produtiva, de uma cadeia alimentar: os objetos devoram os sujeitos enquanto os sujeitos pensam domá-los. Numa fagocitose nervosa, homens e coisas se entrelaçam numa dança muito corpórea, física e fatigante, mas também deveras recompensadora e sensual. Há muitos sentidos, símbolos, sonhos, desejos, confusões, realidades, descobertas, mentiras e verdades na relação dos homens com a moda, inda que efêmera, inda que vaga, inda que servil, inda que mágica.

Para abordar mais de perto o (des)encontro do sujeito com a moda, considerou-se que sua lógica encontrou na efervescência do consumo um (des)caminho produtivo que permitiu que sua instalação fosse potente, global e transformadora, atingindo às sociedades com violência, mas conseguindo permanecer sutil, subjacente. Deseja-se aqui partir para o encontro com tais “sutilezas” a fim de desvendá-las e encontrar, no fim das contas, um lugar para o sujeito que não seja de sub-rogado ao objeto, mas de efetivo agente da confrontação entre sua existência e a lei imperativa do mercado, entre as trocas simbólicas que executa e as trocas materiais. Ademais, existe este lugar?

Para traçar este caminho, temas relativos à construção da subjetividade virão à tona em seus choques com a realidade dos sujeitos e a realidade da moda, todos com a questão do consumo em comum. Assim, diante de muitas manifestações, escolhe-se tratar do enlace do sujeito com a moda a partir de fenômenos que têm sido muito estudados e discutidos na contemporaneidade, quais sejam: consumismo e corporalidade. Tratar-se-á destes dois temas neste capítulo, trazendo à baila como emblema questões atuais e reincidentes da literatura. A esperança é de que se possa farejar bem de perto o buraco por onde a moda se enclausura nos sujeitos para, quem sabe, encontrar o ponto por onde ela pode ser elaborada, ali mesmo, onde o sujeito ou a sociedade abriam uma fenda.

Consumismo, comensalismo: apetite voraz.

*“Ao nível do bife (...), não existe proletário nem privilegiado”
(Jean Baudrillard).*

Consumismo: consumo exagerado de bens. Comensalismo: faz alusão a uma relação harmônica, na qual todos os envolvidos não sofrem prejuízos, como na relação entre homem e urubu. Com este último se alimentando dos dejetos e desperdícios do homem em decomposição (sim, o homem e os dejetos), por mais que inspire nojo, só presta um favor. Afinal, quem mais o faria? Ele é, portanto, um comensal, aquele que se alimenta junto com alguém, ou na casa de outrem.

Então, é disto que se trata, consumir é alimentar-se, não só de comida ou de objetos úteis ou não, mas é trazer um tipo de equilíbrio similar ao da cadeia alimentar, no qual o resto de um torna-se o alimento de outro, dinâmica necessária à manutenção da ordem que cada um continua a ocupar na cadeia. O consumismo se alastra via comensalismo. Seu apetite voraz gera muito resíduo, um resto que permanece à deriva para ser degustado pelos comensais que, assiduamente, ocupam seus lugares à mesa, mas à mesa de outrem. Ao contrário do que se possa pensar, o capitalismo não é a casa do homem, pelo contrário, é o homem que o hospeda. Mas, no consumismo há prejuízo. O comensal se alimenta dos produtos oferecidos, do refugo da oferta e está contribuindo com a manutenção do sistema produtivo e do mecanismo de circulação das mercadorias sem saber que a mercadoria que circula é a sua, de emoções a pensamento, da liberdade à servidão, o que se tem consumido – em excesso - é puro objeto pessoal.

Bauman (2008b) nos apresenta a sociedade de hoje como uma sociedade de consumidores na qual a promessa de uma “soberania do consumidor” culminou com uma “*revolução consumista*”, a passagem do consumo ao consumismo: quando querer, desejar e ansiar passaram a sustentar a economia do convívio humano. Consumo, para ele, é uma característica e uma ocupação humana individual. Já o consumismo ocupa, na sociedade dos consumidores, o que o trabalho ocupava na sociedade de produtores. Para que o consumismo se fixe como um atributo da sociedade,

(...) a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada (‘alienada’) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a ‘sociedade de consumidores’ em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano, enquanto ao mesmo tempo estabelece

parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e manipula as probabilidades de escolha e condutas individuais (Bauman, 2008b, p. 41).

Assim como afirmou-se no capítulo anterior que a moda se apropria de conflitos e tensões individuais e sociais, o consumismo também se vale de questões próprias ao sujeito para agir. Na ponta de uma cadeia, o consumismo determina ações, por isso Bauman (2008b) é tributário da ideia de que o consumismo

é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-os na *principal força propulsora e operativa* da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais (Bauman, 2008b, p. 41, grifos do autor).

Percebe-se que o consumismo adquiriu diversas funções na vida dos sujeitos. Ao passo que são os desejos, vontades e anseios dos homens que corporificam o consumismo, o consumismo também exerce modificações substanciais no que os homens desejam, anseiam e querem.

Baudrillard (1970/2010) identifica a referência absoluta da sociedade de consumo: a felicidade, que se transforma em um equivalente autêntico da salvação. Mais importante do que salvar-se é ser feliz. A felicidade abarcou como mito todos os processos relativos ao mito da igualdade que têm como bases a Revolução Industrial e as Revoluções burguesas do século XIX. Tudo isto foi transferido para a felicidade que encontrou no *bem estar* um construto. Tal felicidade, para ser o veículo do mito igualitário, precisa ser mensurável, mas quais são as medidas? Os objetos, provas da felicidade, que agora não prescindem da sua demonstração com critérios visíveis para serem efetivas. Em nenhuma outra sociedade que se tem registro, afirma Bauman (2008b), a avaliação da própria sociedade se dá pela felicidade dos seus membros e nem a promessa de felicidade se dá no aqui e agora da vida terrena. No tempo pontilhista¹⁵, a felicidade deve ser instantânea e perpétua e a infelicidade deve ser combatida e punida.

¹⁵Bauman se refere ao tempo pontilhista como o tempo da Modernidade-líquida, o tempo de hoje. “O tempo pontilhista é fragmentado, ou mesmo pulverizado, numa multiplicidade de instantes eternos – eventos, incidentes, acidentes, aventuras, episódios – mônadas contidas em si mesmas, parcelas distintas, cada qual reduzida a um ponto cada vez mais próximo de seu ideal geométrico de não-dimensionalidade” (Bauman, 2008b, p. 46).

No mesmo sentido, Arendt (1958/2007) ao tratar da condição humana aponta que a sociedade de consumidores tem como pontapé inicial a transformação do trabalho em labor. O trabalho, produtor de realidades e de materialidades concretas e duradouras, deu lugar ao labor, produtor de objetos prontos para serem consumidos e descartados, ou seja, abreviados no tempo e na utilidade. Enquanto o *homo faber* trabalhava sobre os materiais, o *animal laborans* se mistura com eles no consumo. Além disso, todo tempo que não fosse tempo de trabalho, seria tempo de lazer. O que certamente decepcionou Marx, segundo Arendt (1958/2007), é que o tempo livre não poderia mais ser emancipatório ou produtivo, pois todo seu contingente passa a ser destinado ao consumo. E de quanto mais tempo dispõem os homens, “mais ávidos e insaciáveis são os seus apetites” (Arendt, 1958/2007, p. 146). A somatória desta equação, entre tempo livre e transformação de trabalho em labor, é uma sentença adequada para suportar os novos ritmos de produção em que o ideal da sociedade de consumo está “contido na premissa incontestada da economia política clássica de que o objetivo final da *vida ativa* é a riqueza crescente, a abundância e a felicidade da maioria” (Arendt, 1958/2007, p. 145). Assim, a produção de objetos que fossem úteis à vida dá lugar à produção de objetos causadores de felicidade, conforto, bem estar. A transformação é impressionante, pois manipula a relação dos homens com o sofrimento, dá aos objetos o lugar de promotores de prazer e um caminho para a evitação/anestesia da dor. A mercadoria assume, assim, uma medida quantitativa de felicidade: “(...) o critério final de avaliação não é de forma alguma a utilidade e o uso, mas a ‘felicidade’, isto é, a quantidade de dor e prazer experimentada na produção ou no consumo das coisas” (Arendt, 1958/2007, p. 322).

Que o objeto ganha vida já se sabe, mas os precipitados psicológicos – que fazem grandes promessas – que nele se encontram não estão tão às claras. Costa (2005) tenta entender o que leva os homens a aderirem ao consumismo e neste caminho afirma que o texto de Arendt (1958/2007) deixa questões em aberto. Por um lado o mecanismo econômico da determinação do consumo parece estar resolvido, mas o engodo psicológico que o motiva não. Como o objeto recebeu o ideal frustrado de felicidade, como ele tornou-se o possível substituto da insatisfação? Os impasses do ideal de felicidade são independentes do consumo, diz Costa (2005), e são anteriores a este. Caso contrário, não teriam sido utilizados a favor do consumismo.

Ademais, a promessa permanece frustrada, é claro. Analisando objetivamente a questão, Bauman (2008b) explicita que consumo não é sinônimo de felicidade e que a

constatação dos resultados dessa equação não é nada lisonjeira. Incrementos de renda garantem a satisfação das necessidades de sobrevivência, mas não aumentam os “níveis de felicidade”. Apesar disso, a sociedade de consumidores repudia, marginaliza, trata como primitivo, imaturo ou nacionalista a satisfação das necessidades mais básicas, substituindo-as por desejos mais flexíveis, megalomaniacos, caprichosos e impulsivos que, obviamente, em nada se relacionam com o volume de felicidade. Bauman (2008b) destaca também que não há quaisquer evidências de que, com o crescimento do volume geral de consumo, aumenta o número de pessoas que se “sentem felizes”. Na verdade, parece que as evidências contrárias é que aumentam: estresse, depressão, jornadas de trabalho prolongadas e antissociais, relacionamentos deteriorados, falta de autoconfiança e “incertezas enervantes sobre estar estabelecido de maneira segura e ‘ter razão, tendem a crescer em frequência, volume e intensidade” (Bauman, 2008b, p. 62). E continua:

(...) uma economia orientada para o consumo promove ativamente a deslealdade, solapa a confiança e aprofunda o sentimento de insegurança, tornando-se ela própria uma fonte do medo que promete curar ou dispersar – o medo que satura a vida líquido-moderna e é a causa principal da variedade líquido-moderna de infelicidade (p. 63).

Baudrillard (1970/2010) aponta que a ideia da abundância, frequente na sociedade de consumo, é guardada para uma desigualdade sistemática que permanece oculta pela própria estrutura social. O crescimento é em si função da desigualdade, como isso poderia ser causa de felicidade e abundância? Baudrillard (1970/2010) é claro ao entender os sintomas da democratização como os álibis necessários ao sistema:

A sociedade de consumo, no seu conjunto, resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários, que conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar, e o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégio e domínio (p. 56).

A lógica sistemática que está por trás do consumo apresenta suas místicas e uma delas é a estatística, com dados sobre o PIB dos países, sobre a taxa de inflação, os números do consumo e da produção. Tais instrumentos dotam a mágica do crescimento de uma máscara generalizada de mais ou menos equilíbrio que, estruturalmente, jamais poderia ser concebido. O consumismo é dominado pela lógica formal, pois enquanto as pessoas têm ou um dia terão os mesmíssimos produtos, acesso aos mesmos lugares, lerão os mesmos livros, esta igualdade só se encontra na forma e, embora seja relativa a coisas concretas, é bastante abstrata. A televisão é um exemplo dado por Baudrillard (1970/2010)

desta democratização abstrata. No entanto, a mentira é dupla: nem todos têm ou sequer terão acesso aos mesmos objetos. “O consumo é instituição de classe” (Baudrillard, 1970/2010, p. 64) e é a lógica de classe que impõe a salvação por meio dos objetos. A desigualdade permanece perante os objetos e perante a ascensão à lógica racional e autônoma dos mesmos. O que quer dizer que o consumo de objetos de acordo com suas propriedades: uso funcional, organização estética, realização cultural etc. é de uma classe específica, geralmente instruída, restando aos outros voltar-se a uma “economia mágica” (p. 64) em que tanto os verdadeiros objetos são hipervalorizados quanto tudo o que existe também se transforma em objeto: ideias, lazer, saber e cultura, “esta lógica fetichista constitui a ideologia do consumo” (Baudrillard, 1970/2010, p. 64).

O fato de a lógica consumista ser fundada sobre o império do desperdício também merece atenção. Arendt (1958/2007), Bauman (2008b) e Baudrillard (1970/2010) concordam que a economia que sustenta o consumismo é a economia do desperdício. O princípio que postula uma sociedade da abundância depende necessariamente de uma produção em demasido, mesmo que não seja absorvida, mas Baudrillard (1970/2010) defende que há algo mais. O desperdício tem sido sempre considerado como loucura, disfunção do instinto, demência do homem que coloca em risco suas reservas sem temer o fim das mesmas. Esta visão moralizante do desperdício impede que se enxergue a verdadeira razão sociológica de suas funções. Na função do desperdício, o consumo se converte em “consumação”, determinando-se como função essencial do “aumento da despesa, o supérfluo, a inutilidade ritual do gasto para nada, o lugar de produção de valores, das diferenças e do sentido – tanto no plano individual como no plano social” (Baudrillard, 1970/2010, p. 40). Nesta perspectiva, o supérfluo precede o necessário, orienta todo o sistema incluindo a diferenciação significativa e manifesta entre o necessário e o supérfluo:

Toda a produção e despesa que vá além da estrita sobrevivência pode ser rotulada de desperdício (e não apenas a moda do vestuário e o ‘caixote de lixo’ de detritos alimentares, mas ainda os astronômicos orçamentos militares, a ‘Bomba’, o super equipamento agrícola de determinados camponeses americanos e os industriais que renovam a sua panóplia de máquinas de dois em dois anos, em vez de as amortizarem: não é só o consumo, mas também a produção que obedece em grande parte aos processos de ostentação – não contando já a política) (Baudrillard, 1970/2010, p. 43).

É o esbanjamento, seguido do desperdício, o princípio constituinte do esquema psicológico, sociológico e econômico diretor da abundância. Por isso, Baudrillard

(1970/2010) afirma que tudo o que se produz é fabricado em função de sua morte. Não por acaso Benjamin (1982/2000) escreveu que a “moda nunca foi outra coisa que a paródia de um cadáver colorido” (p. 26, tradução nossa), por isso tantas mudanças e tão rápidas, pois ela está sempre em conflito com o orgânico, com a vida, flertando com o *sex appeal* do inorgânico, sugando dos objetos e dos sujeitos o tempo e as ligações destes com o mundo real, de mãos dadas com a morte. Esta renovação acelerada, diz Baudrillard (1970/2010), tem na publicidade a arma de retirar dos objetos seus valores de uso e de diminuir seus valores/tempo para sujeitá-los ao valor/moda.

A cultura do desperdício cria, inclusive, novas modalidades financeiras, como as indústrias e empresas especializadas na remoção de lixo e de quinquilharias, bem como de resíduos biológicos retirados do corpo: gorduras, pele, fluidos e secreções (Bauman, 2008b). Tudo o que pesa deve ser eliminado, e quase tudo pesa. Os próprios produtos estão carregados de uma “obsolescência embutida” (Bauman, 2008b, p. 45) que faz com que seus prazos de validade, inclusive, sejam a metáfora da cultura pontilhistas atual. Para Bauman (2008b) o consumismo atual é mais notável por sua renegociação do significado do tempo, reduzido a uma sequência de rupturas e continuidades embebidas pela pressa, com a vida resumida a uma sucessão infinita de presentes. O excesso é o emblema da impossibilidade travestida de tentativa de contenção do desmedido novo contingente de impulsos, compulsões, vícios e “necessidades”.

Em toda essa tessitura cotidiana – o lugar do consumismo – os benefícios do consumo, quais sejam seus produtos ou suas promessas – não são mais fruto do trabalho ou da produção, mas sim *milagres*, determinando que o que rege o consumo é o pensamento mágico, baseado na onipotência dos pensamentos (Baudrillard, 1970/2010). Neste sentido, o desperdício introduz uma segunda dobra na importância simbólica do consumo, pois ele combina com o ambiente líquido-moderno em que o objeto que não atende plenamente à satisfação deve ser abandonado. Todavia, sabe-se que a manipulação destes objetos está bastante fundada em questões psicológicas da natureza da relação do homem com os objetos do mundo, mas como suspeitaram alguns autores, estas relações levam a outros horizontes.

Pela liturgia do objeto que carrega o sujeito

O consumismo instala mais do que uma prática massificadora da economia, ele se constrói antes como uma mentalidade relativamente generalizada, com dispositivos de

simulacro da felicidade. A ideia de Baudrillard (1970/2010) é de que o consumo assume um estatuto miraculoso e que há, em uma liturgia formal dos objetos, um ritual de consumo que dota estes últimos de vida, um ritual metonímico e repetitivo em que a mercadoria transforma-se na imagem do dom, da prodigalidade eterna e espetacular, uma verdadeira festa. Os objetos representam uma imagem de adoração, da qual se esperam os mais diversos milagres. A via até eles não é mais a oração ou a dispendiosidade dos rituais primitivos, mas sim o ritual de obtê-los por meio do consumo. Assim, a nossa sociedade se encontra sob uma *ordem do consumo*, manifesta pela manipulação dos signos, tal qual o pensamento mágico, que também se manifesta pelos signos (Baudrillard, 1970/2010).

Desta forma, os objetos assumem um lugar fora do campo de suas funções materiais e objetivas, onde não pode ser substituído, para assumir um lugar substituível no campo das conotações, onde tem um valor de signo:

Tanto na lógica dos signos como na dos símbolos, os objetos deixam de estar ligados a uma função ou necessidade *definida*, precisamente porque correspondem a outra coisa, quer ela seja a lógica social quer a lógica do desejo, às quais servem de campo móvel e inconsciente de significação (Baudrillard, 1970/2010, p. 89).

O autor afirma que os objetos e as necessidades são substituíveis no próprio objeto, assemelhando-se aos sintomas da conversão histérica ou psicossomática¹⁶, tendo o signo/sintoma uma relação arbitrária com o próprio objeto, instituindo-o na ordem do desejo. Sem dúvida, buscar a necessidade que se satisfaz no objeto é tão inútil quanto estabelecer uma terapêutica ao órgão doente na conversão histérica, não é lá que a necessidade está. Por isso Baudrillard (1970/2010) diz que o mundo dos objetos e das necessidades consiste em um mundo de *histeria generalizada*. Os objetos e as necessidades seriam, assim, infinitos significantes em cadeia de um desejo insolúvel, insaciável e carente. Portanto, o sistema de consumo se estabelece como um código de signos e diferenças no qual, apesar de o prazer ser exclusividade, este não existe como finalidade, mas sim como racionalização individual, sem que assuma valor de fruição. O usufruto do objeto não é o final, pois o consumidor ao fazê-lo entra num sistema generalizado de troca e produção de valores codificados que se perpetua e compromete a todos os outros consumidores.

¹⁶A conversão diz respeito a uma transposição de um conflito psíquico, na tentativa de deste dar cabo, em um sintoma somático, motor, corporal, sensitivo. A conversão, para Freud, é um mecanismo típico da histeria, em que o corpo seria a expressão de representações recalçadas. Há atualmente uma tendência a associar a conversão à somatização, mas ambas possuem distinções clínicas importantes (Laplanche&Pontalis, 2001).

A atratividade do objeto, na lógica do desejo, é aumentada a cada vez que o desejo se renova pela permanência da insatisfação, ou pela impossibilidade de se ser plenamente satisfeito – condição humana. Bauman (2008b) é categórico ao afirmar que a promessa de satisfação continua sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito, e também enquanto o cliente não se encontra plenamente satisfeito, ou seja, “enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados” (Bauman, 2008b, p. 63). O consumismo e seus determinantes fetichistas são um exemplo de relacionamento fundado na traição e na não-reciprocidade, no engano, pois para que este se estabeleça, as promessas que o fizeram vingar precisam ser constantemente quebradas, não cumpridas, mas ao mesmo tempo renovadas. O consumismo toma o consumidor como irracional, estimula emoções que levam ao consumo, mas não a razão. Cegueira (in)voluntária?

A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar *perpétua a não-satisfação* de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles). O método explícito de atingir tal efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo do desejo dos consumidores. Mas outra forma de fazer o mesmo, e com maior eficácia, permanece quase à sombra e dificilmente é trazida às luzes da ribalta, a não ser por jornalistas investigativos perspicazes: satisfazendo cada necessidade/desejo/vontade de tal maneira que eles só podem dar origem a necessidades/desejos/vontades ainda mais novos. O que começa como um esforço para satisfazer uma necessidade deve se transformar em compulsão ou vício. E assim ocorre, desde que o impulso para buscar soluções de problemas e alívio para dores e ansiedades nas lojas, e apenas nelas, continue sendo um aspecto do comportamento não apenas destinado, mas encorajado com avidez, a se condensar num hábito ou estratégia sem alternativa aparente (Bauman, 2008b, p. 64).

O consumo coloniza o que faz do homem um ser cultural. Sabe-se que na passagem da natureza à cultura, o que nos garante e provém material para tal são os conteúdos primários, aqueles mais primitivos nos quais as instâncias culturais e da sociedade atuam. O consumo age no nível primário, reorganizando-o em signos (Baudrillard, 1970/2010), dando à esfera dos prazeres o contingente das necessidades, da mesma forma que a ordem social e cultural de valores se impõe à biológica e natural. Esta multiplicação de signos atua na maximização da existência, na qual o homem-ser consumidor se vê obrigado a gozar, o que insere o prazer e a fruição no lugar de dever. O homem então para lidar com o imperativo *seja feliz!*, se empenha na mobilização de suas capacidades e virtualidades de consumir e abarcar a multiplicidade de signos, bem como de desenvolver uma *curiosidade*

universal sobre tudo, a *fun morality*: culinária, cultura, ciência, religião, sexualidade, moda, sabendo que de uma experiência inesperada pode surgir uma sensação ou emoção nova que o possa gratificar. Todo o tempo que o homem contemporâneo tem o dedica à produção e inovação contínua das próprias necessidades e de bem-estar (Baudrillard, 1970/2010).

Pelo sujeito que não se deixa carregar

Parece que a crítica da relação dos homens com os objetos é algo deveras complexo, com nuances que não podem ser desprezadas ou que devem ser bem explicitadas para não resultar em confusão. Costa (2005) analisa a produção de Baudrillard (1970/2010) e critica a concepção do autor de que o consumismo está diluído em uma teoria da insatisfação emocional. Baudrillard (1970/2010), como visto, postula que o imperativo da sociedade consumista é o imperativo do gozo¹⁷ e que o consumismo funciona como um acordo entre homens e objetos na tentativa de equilibrar, conciliar as desigualdades dentro de uma realidade coletiva tida como democrática e igualitária. Na busca por distinção através do consumo, a insatisfação é a parede no fim do beco com a qual os consumidores dão de cara. Diante disto, Costa (2005) pergunta porque o desejo de diferenciação social produziria, ao invés de satisfação, o seu exato oposto, e ainda, se todas as culturas se fundam na lógica da diferenciação social, porque este mecanismo não seria satisfatório? Para Costa (2005), Baudrillard (1970/2010) fala da ideia da insatisfação partindo de um decreto intelectual e não da prática da vida, deixando em aberto e sem explicação a questão da não - satisfação.

Partindo da discussão que Costa (2005) propõe para um novo modelo sobre o consumismo, é mister expor as principais ideias que o psicanalista julgou imprescindíveis de fazer contrapontos do que ele chama de um auto-engodo das teorias. O autor retoma o trabalho de Sennett (1998) sobre a transformação da intimidade, no sentido em que foi abordado no capítulo 2, no que tange à valorização da personalidade burguesa e suas novas formas de construção a partir do século XIX. Para Costa (2005), Sennett (1998) resgata a

¹⁷O termo ‘gozo’ significa usufruto, fazer uso de um bem para retirar dele as satisfações que ele mesmo proporciona; bem como sinônimo de prazer, bem-estar, alegria, volúpia. No trabalho freudiano, gozo adquiriu o sentido de um prazer sustentado por uma identificação e que está ligado à ideia de repetição, portanto, de certa forma, como um substituto. Para Lacan, o gozo está nas tentativas permanentes de ultrapassar o princípio de prazer, na busca de algo perdido no lugar do Outro (mãe ou substituto) e que, apesar de causar sofrimento, nunca cessa de buscar a si.

questão da cultura da intimidade ter sido construída não somente com efusões sentimentais, mas também com “a dureza, o volume e a massa dos objetos necessários a sua visibilidade e difusão culturais” (p. 154). O que Sennett (1998) chamou de “prática psicomórfica do mundo” (p. 146) foi o núcleo da personalidade estar tanto no interior dos sentimentos quanto nos objetos comprados e exibidos, de modo que o sujeito projetava emoções nos objetos e então elas passavam a fazer parte de seu próprio caráter interior. Há aí o procedimento pelo qual o comprismo burguês denotou o modo de produção material das crenças emocionais. Para Costa (2005), o homem sempre construiu a si através de objetos e esta é uma marca da civilização; pensar que a vida emocional do homem pode se expressar sem suportes materiais é fato totalmente contestável. Daí que o sujeito conte com o objeto para dar conta de si próprio, traduzindo no ato de adquirir coisas um momento de trânsito entre sua existência sentimental e interna à materialidade da vida. As observações de Sennett fazem com que Costa (2005) acredite que a raiz psicológica do consumo não seja uma eterna insatisfação, como também não seja uma entrega estúpida a objetos que não se conhece. O tal auto-engodo está em atribuir ao consumismo ou a devastadora dominação da produção de mercadorias que, em si, coloca o sujeito na esfera dos objetos; ou em dar ao consumo um estatuto meramente psicológico, que parece funcionar exclusivamente com a real apropriação dos objetos para dar cabo de uma cadeia fantasiosa de desejos.

Ao fim e ao cabo, buscando se aproximar da construção da subjetividade e sua relação com os objetos, Costa (2005) defende que a demonização do prazer obtido com o consumo advém de um julgamento moral de boa parte dos autores. A realização do homem por meio do consumo é sempre interpretada como insatisfação porque denota um tipo de realização emocional espúria, pois outras formas de satisfação emocional – que prescindissem dos artefatos – seriam mais nobres. Também para os autores marxistas qualquer tipo de insatisfação é inevitável diante da alienação do trabalho e da coação diante dos objetos produzidos pelo capital. O autor aposta que os objetos não são extrínsecos à conversão afetiva e possuem, em parte de sua concretude física, participação na imaginação e intencionalidade emocionais. Os objetos seriam, assim, uma forma de dar duração à intencionalidade emocional. Pois então, comprar mercadorias ou ambicionar a felicidade não são questões que impedem a realização emocional ou a manutenção de propósitos éticos e que o que precisa-se saber, de fato, é como os objetos participam na “gestação, manutenção e reprodução dos nossos ideais de eu” (p. 163). Finalmente, Costa

(2005) é tributário da ideia de que, sim, o advento da privacidade sentimental e da possibilidade de se individualizar a partir dos objetos empobreceu a esfera pública e a cidadania, mas tais questões não são equivalentes à perturbação do desenvolvimento emocional ou na perda do interesse pelo outro. A origem de tais distúrbios no “paroxismo consumista” (Costa, 2005, p. 161) de hoje estaria não na propriedade alienante das mercadorias, mas na redefinição dos ideais de felicidade do homem.

Vinde a mim as personalidades

Já imaginou ter suas iniciais gravadas na bolsa *Speedy*, da Louis Vuitton, ou em um carré da Hermès? Ou ter milhões (sim, milhões!) de possibilidades de transformar seu *trench coat* da Burberry? Espalhadas pelos quatro cantos do mundo, as grandes *maisons* parecem ter encontrado na customização uma forma de agradar clientes exigentes e manter seus produtos – pelo menos os mais tradicionais – mais exclusivos ainda. ‘A globalização deixou o mercado de luxo acessível a um número maior de pessoas. O serviço personalizado é uma saída para criar peças únicas para consumidores que querem ser diferentes’, aponta (...) consultora de moda, imagem e luxo do Shopping (...) (Júnior, 2012, Revista ELLE Brasil, p. 312, grifos nossos).

É claro que os consumidores querem ser diferentes e não resta dúvida que o consumo pode lhes propiciar, além de diferença, uma verdadeira personalidade. Hoje, cada vez mais performáticas, as estratégias comerciais como as da reportagem da revista de moda se apresentam como possibilidades reais de investimentos simbólicos. Diante de um mercado global, o próprio luxo já não é suficiente para conferir distinção, sendo necessário implantar um mercado de luxo dentro do mercado de luxo. Customizar os objetos da moda é uma forma de os consumidores que “querem ser diferentes” objetivarem tal desejo a partir de uma operação de resgate de si. Baudrillard (1970/2010) pergunta: “Quando se é alguém, poderá encontrar-se a própria personalidade? E onde se encontra você, enquanto tal personalidade o assedia?” (p. 104). Esta pessoa ausente é o sujeito organizado e mitificado pela tradição ocidental, o das paixões, que tem caráter próprio, livre, autônomo: o sujeito que, morto e varrido do nosso universo funcional, tem de personalizar-se para criar uma individualidade, afirmar a diferença e depois desaparecer no anonimato total. Se a economia e sua ideologia não explicam e os desejos também não, é inevitável saudar a ambas as questões para que elas permaneçam no esforço de encontrar o sujeito onde o objeto com ele se cruza. Mais inevitável ainda – e negar isto seria ainda mais alienante – é perceber, a partir do que já está escancarado, a construção que o homem precisa fazer de si

através dos objetos do consumo e, em especial, dos objetos da moda. A afirmação de si, bem como a individualidade – conquistada socialmente a partir da afirmatividade da diferença – é duplamente encenada pelos sujeitos, pois há algo de suas próprias histórias que os constituem, enquanto há outras coisas que são incorporadas. No sistema de produção industrial das diferenças, no entanto, as diferenças reais entre as pessoas desaparecem e modelos simulatórios ocupam seus lugares, hierarquizando-os. Baudrillard (1970/2010) afirma que ao se assimilar ou se qualificar por um modelo abstrato, a diferença real é renunciada, jogando a *singularidade* – que só se conquista na relação concreta e conflituosa com o outro e com o mundo – pra fora da lógica consumista. Se não há singularidade original e se as diferenças podem ser utilizadas em prol da manutenção de uma hierarquia, a diferença passa a assinalar a obediência a um código e a integração do mesmo em uma escala de valores. A simulação da natureza e da naturalização é um exemplo da restituição de algo como um signo quando este não mais existe na realidade: o desmatamento de uma área para depois nela implantar um cinturão verde, a maquiagem que promete um brilho “natural”, são exemplos comuns da recriação cíclica de funções de objetos de acordo com seus valores ou signos. E não só os objetos são produzidos, como também as relações públicas e humanas, visto que o sistema está instituído na base dos laços pessoais e das relações sociais concretas (Baudrillard, 1970/2010). “Tudo isto, que outrora era distinto, produz-se atualmente de modo idêntico e, por consequência, acha-se de igual modo votado a ser consumido” (Baudrillard, 1970/2010, p. 107).

Em suma, a lógica do consumismo opera no nível fantasmagórico, pois lida com um sistema de diferenciação que não está na realidade, não considera as diferenças reais entre os sujeitos, mas sim em formas eliminadas de conteúdo humano, atribuindo a elas uma forma industrializável e comercializável. É por isso que Baudrillard (1970/2010) afirma que o consumismo ultrapassa a satisfação da necessidade de prestígio ou de ostentação, como Veblen (1899/1983) sustentava. As diferenças produzidas obedecem a um esquema distintivo que é, por si só, o que impera, fazendo com que as diferenças não sejam exclusivas de uns e de outros, mas que impliquem na combinatória da moda que, codificadas, transformam os sujeitos em material de troca. A diferença, então, surge como troca socializada de signos, pondo fim à tensão e à contradição sustentadas entre as diferenças reais, instaurando a homogeneização e a abstração lúdica da diferença. Logo, o sistema se apoia em um dispositivo inconsciente de integração e regulação, implicando os sujeitos num sistema de diferença e de signos em que, na presença da contradição, a

diferença é dominada, pura heteronomia. Diante deste cenário, a única revolução possível só se dá no plano dos códigos, ou seja, nas revoluções da moda, abortando as outras possíveis revoluções (Baudrillard, 1970/2010). A moda seria, então, na sociedade consumista, um jogo de manipulação simbólica no qual as revoluções e as mudanças podem ser sustentadas.

Estas são as regras do jogo e as condições que tornam os homens membros autênticos desta sociedade em que fazer-se a si mesmo é o imperativo fortuito sobre o tornar-se o que se é:

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores (mesmo que raras vezes declarado com tantas palavras e ainda com menos frequência debatido em público) não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas a comodificação ou a remodelação do consumidor: *eleva a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis*. É, em última instância, por essa razão que passar no teste do consumidor é condição inegociável para a admissão na sociedade que foi remodelada à semelhança do mercado (Bauman, 2008b, p. 76, grifos do autor).

Diante do exposto, pode-se pensar que a subjetividade da sociedade de consumo está calcada por sobredeterminações imputadas pela lógica do consumo como um todo. Assim o consumismo parece ser uma consequência natural deste processo de produção de si, atuando como mediador de elementos constitutivos da personalidade ou de uma identidade, daquilo que faz com que o sujeito se reconheça e se estabeleça no mundo. A moda se aplica nesta lógica combinatória como um sistema de mudanças maleável, oferecendo contornos diversos e múltiplos aos sujeitos que podem escolher a si como manequins. No entanto, aparentemente não há liberdade nesta escolha, assim como também as arbitrariedades não são aquelas da vida comum, na qual o lugar, o tempo ou a forma de vida encaminham as pessoas a destinos equivalentes. O destino do sujeito parece já estar determinado, mas a impregnação do consumismo sob os desígnios da moda oferece a ele um véu de opções, prateleiras, araras e catálogos de escolhas para a própria vida travestidas de autonomia e libertação. Tudo isto colabora para que a construção da subjetividade através dos objetos de consumo (e em compulsão) pareça ser a única opção e, ainda por cima, a melhor, quando, na verdade, trata-se de uma forma de fechar a moldura do sujeito a cadeado, impedindo que ele faça uso de sua própria história para construir seu caminho no mundo, a sua identidade.

A questão da identidade no mundo contemporâneo é uma questão a parte. Sob intensa fragmentação, a identidade passa a ser vista como um aspecto fluido, fugaz e

momentâneo da vida do sujeito, definida por ações imediatas e seus registros públicos. A identidade como algo relacionado a personalidade, que é duradoura e contínua, se esvai, sendo englobada pelos papéis sociais, não a um todo coerente (Lasch, 1986). Pode-se pensar que estas identidades flutuantes levam a uma “crise” que, segundo Lasch (1986), é fruto da confusão entre identidade e papéis sociais de uma sociedade que delega ao indivíduo a “livre escolha” do modo de vida como se fosse uma simples questão de gosto ou de estilo e, como dizia o artista Jean Cocteau (1889-1963), “o estilo é uma maneira muito simples de dizer coisas complicadas”. Ao simplificar as escolhas, obviamente, o indivíduo transforma em intoleráveis quaisquer exposições a diferentes pontos de vista e opiniões diversas, colocando em xeque sua própria identidade. As possibilidades de escolha se apresentam através de um sistema combinatório de opções, no qual pode-se escolher de tudo um pouco e permanecer fora do círculo de consequências possivelmente desencadeado por uma escolha real. Ao invés de escolher uma coisa, a sociedade de consumidores escolhe a todas as coisas simultaneamente (Lasch, 1986).

A ideia de que ‘você pode ser tudo o que quiser’ (...) passou a significar a possibilidade de as identidades serem adotadas ou descartadas como se troca de roupa. Do ponto de vista ideal, as escolhas de amigos, amantes e carreiras deviam todas estar sujeitas ao cancelamento (...). Mas se a escolha não mais implica compromissos e consequências (...) a liberdade de escolha resulta, na prática, numa abstenção da escolha. A menos que a ideia de escolha traga com ela a possibilidade de fazer diferença, de mudar o curso dos acontecimentos, de desencadear uma cadeia de eventos que pode provar-se irreversível, ela nega a liberdade que pretende sustentar. A liberdade passa a ser a liberdade de escolher entre a marca “x” ou a marca “y”, entre amantes intercambiáveis, entre trabalhos intercambiáveis, entre vizinhos intercambiáveis (Lasch, 1986, p. 29).

A identidade resta como uma resultante das escolhas de objeto-mercadoria e apesar de isto parecer possível no mundo fantasmagórico do consumo, na vida real – que apesar de tudo existe – tudo se torna mais difícil. Os sujeitos pensam escolher um destino e uma garantia ao optarem por isto ou aquilo no mundo das mercadorias, mas não percebem que acabam fazendo escolhas que tem consequências morais e culturais no mundo real. No entanto, diz Lasch (1986), o mundo dominado pelas imagens e pela ideologia dissolve a cada vez mais a diferença entre realidade e fantasia. Assim,

quando as pessoas reclamam por se sentirem inautênticas ou se rebelam contra o ‘desempenho de papéis’, dão testemunho da pressão dominante no sentido de que se vejam com os olhos dos outros e moldem o eu como mais uma mercadoria disponível para o consumo no mercado aberto (Lasch, 1986, pp. 21-22).

Tais observações transportam à análise da mercadoria individual sob leilão na dinâmica consumista para, quem sabe, aproximar-se daquilo que mais parece se expropriar do sujeito no consumismo: a relação de seu destino com a sua história, coisa que a Psicanálise nunca cessa de resgatar.

Consumismo e mal estar

A leitura destes autores que tratam do consumismo parece deixar a todo o tempo uma ideia circundante, um vulto constante que paira sobre as determinações da sociedade e que, dotado de poder simbólico e também material, arrebanha os sujeitos em uma onda comovente de entrega. Sim, sem muitas firulas a lógica do social desnuda o empenho do inconsciente em perdurar por todos os lugares por onde o homem tenha passado com seu toque de Midas, mas os tempos têm mudado e, já diziam por aí, nem tudo que reluz é ouro.

Para Rouanet (1998), a liberdade atribuída ao sujeito atual não é mais proveniente dos arranjos do ego em sua miserável luta com id e superego, mas da libertação total do id desde que obedeça às cegas a sociedade global. O poderio napoleônico interno do superego migrou para o social, que utiliza a própria propagação da liberdade (aparente) para conquistar os cativos.

Na etapa atual do capitalismo, não há mais impulsos proibidos. Pois todos são, de saída, funcionais para o sistema, que os modela, antes mesmo que aflorem. A libido, por exemplo, cuidadosamente administrada pela indústria cultural, deixou de ser aquela força demoníaca, essencialmente associal, em que Freud via a inimiga da cultura. Esta – sob a forma da cultura de massas – alimenta, à sua moda, a libido, em vez de recalá-la (Rouanet, 1998, p. 126).

Nessa situação de imensa liberdade ou de fragmentações identitárias, a cultura atual é caracterizada pela maximização da experiência de impotência/desamparo e da angústia (Costa, 1988), bem como da busca pela perfeição perdida e da alta autoestima (Lasch, 1986). Lasch (1986) cita o filósofo Cioran (1911-1995) que diz que se o homem pudesse revelar o seu mais íntimo desejo, este seria:

‘Eu quero ser elogiado’. Todavia, nada o levará a confessar tal coisa, pois é menos desonroso cometer um crime que anunciar uma fraqueza tão humilhante e deplorável, originária de uma sensação de solidão e insegurança, um sentimento que aflige tanto os afortunados como os desafortunados, com igual intensidade (Lasch, 1986, p. 166).

Este sentimento de insegurança e solidão, medo e desamparo encontra-se ancorado na cultura do narcisismo, na qual a confiança em um mundo que sobrevive a seus

habitantes tem se perdido. A relação entre a sobrevivência e a realidade externa se constrói sobre o declínio da memória coletiva e de um mundo que seja durável, público e comum a todos. Este processo aumenta o medo do sujeito de separar-se, como também enfraquece os recursos psicológicos dele que possibilitariam enfrentar tal medo de maneira realista. Nesta fratura sobra lugar para a compulsividade e para a intensificação das angústias, tanto quanto o encontro quase exclusivo consigo mesmo. O medo da separação e da morte, assim, só se torna suportável devido ao “mundo tranquilizador dos objetos fabricados pelo homem e da cultura humana” (Lasch, 1986, p. 178). O fato de o mundo dos objetos se apresentar com uma lógica do esmaecimento entre ilusão e realidade encontra confluência no medo dos sujeitos de efetivamente se perderem, se separarem, serem abandonados. Logo, a negação da dureza da linha divisória entre elas se torna necessária para que tanto os objetos façam um elo com as fantasias internas dos sujeitos, quanto os sujeitos precisem dessa atenuação para lidar com o próprio medo (Lasch, 1986). Este mundo circundante das mercadorias não comporta mais o estado de um mundo elaborado pelos homens, mas sim uma atitude confrontadora, sedutora e aterrorizante dos mesmos. Ao invés de servirem, os objetos, como trânsito – para o sujeito – de questões puramente individuais e internas para abstrações mais gerais e sociais -, estes o esmagam.

Despido de qualquer característica “transicional”, o mundo das mercadorias situa-se como algo completamente separado do eu; não obstante, ele assume simultaneamente a aparência de um espelho do eu, um cortejo estonteante de imagens, onde podemos ver tudo o que desejamos. Em lugar de estender uma ponte sobre o vazio entre o eu e o seu meio circundante, ele apaga a diferença entre estes (Lasch, 1986, p. 180).

Está em questão no consumismo, portanto, uma lógica que configura a todo o tempo o encontro do sujeito com sua própria imagem, retórica e continuamente, sem possibilidades imediatas de conciliação com a cultura e com os outros homens.

Costa (2005) é defensor da ideia de que o perfil moral dos objetos se alterou. Com isso, o autor afirma que o objeto não mais comporta uma matriz imaginária sentimental como havia antigamente. Em tempos de outrora, o museu era a matriz imaginária do sujeito sentimental, conservando nos objetos a memória, o passado, a lembrança. Já hoje, os objetos devem ser leves a ponto de não fazerem menção à história pregressa do sujeito, nem deixar rastros a ser seguidos. Apreciado é o que é útil e que agregue, ao seu portador, valor social semelhante a um crachá, um passaporte que identifique o sujeito em qualquer lugar que ele vá, em qualquer tempo ou situação de vida. Mais do que um objeto leve, o

sujeito deve ser leve. Costa (2005) retoma aqui o conceito formulado por Bauman (1998), da identidade de palimpsesto. Palimpsesto é aquele material, como o pergaminho, reutilizado várias vezes para se escrever sobre ele. Com isto Bauman (1998) quis tornar emblema a frágil identidade pós-moderna, na qual não se pretende preservar a memória, mas sim reescrever sobre ela. O sujeito do mundo pós-moderno é então aquele desatado, identificado com um turista, que “renuncia a se fixar em identidades passadas, que vê o mundo como um espaço sem fronteiras e, sobretudo, jamais desenha o futuro em função do presente” (Costa, 2005, p. 164). Não só os objetos tiveram seus “perfis morais” modificados e dotados de obsolescência precoce, mas também não há mais sujeitos que pudessem herdar os sentidos morais e emocionais que, um dia, os objetos materializaram. Em um mundo em que moralidade e sociabilidade se tornaram adversárias, o consumismo se torna “uma defesa afetiva e intelectual de quem não suporta ver o que não consegue entender” (Costa, 2005, p. 178).

Aproximando-se mais da questão já mencionada anteriormente de os objetos participarem da manutenção dos ideais do ego, Costa (2005) aponta que a apropriação emocional dos objetos tem sido condicionada por três eventos: a mudança na natureza do trabalho, as transformações das imagens do corpo e o enfraquecimento moral da autoridade. A primeira diz respeito à necessidade de resfriamento das manifestações psicológicas em função das regras do mercado: competitividade, disponibilidade para projetos profissionais, flexibilidade total. Nesta toada, relacionamentos e projetos pessoais devem ser indiferentes e desapegados, pois o bom e requisitado profissional deve estar preparado para morar onde for necessário e se adaptar às condições adversas da realidade. Para conquistar este objetivo, o apego a qualquer credo, crença, lugar e pessoas só pode ser um sério entrave. O apego aos objetos parece, ao contrário, livre de riscos, como na identidade do turista (Costa, 2005).

É importante notar como a própria lógica do trabalho incute no sujeito uma necessidade de enfrentamento da realidade que, ao mesmo tempo, foi retirada dele mesmo enquanto possibilidade criativa. Para lidar com a clausura do eu, o sujeito não tem mais recursos do que a própria imagem ou a própria solidão. Já que o outro deve ser desprezado ou existir somente enquanto espectro, a sociabilidade não é o lugar para se enfrentar a realidade, mas um lugar de onde se deve fugir.

O enfraquecimento moral da autoridade, terceiro ponto destacado por Costa (2005), retrata como as vozes da autoridade: pais, adultos, políticos, intelectuais, professores,

artistas etc. foram abafadas pelo “estardalhaço da moda e dos mitos científicos” (p. 169). Tanto ciência quanto moda se alimentam da irrelevância do que passou, sendo que a segunda considera o que passou como uma etapa ultrapassada da dinâmica do lucro. Ambas projetam no futuro o envelhecimento do presente, estando a autoridade minguada e perdida entre elas. “Autoridade é sabedoria fundada na história” (Costa, 2005, p. 169), por isso a impossibilidade de que esta se instaure sobre o que irá acontecer ou sobre o que não resiste ao tempo. É neste sentido que Costa (2005) afirma que a autoridade, no mundo de hoje, foi tomada pela *celebridade*.

Todos querem copiá-las, imitá-las, fazer as coisas que fazem, comer onde comem, vestir-se como se vestem. Definindo-as como as autoridades do provisório, Costa (2005) coloca as celebridades como as verdadeiras possuidoras do “dom” de aliar moda e tecnologia a serviço da moral do entretenimento, idolatrando o momentâneo e também desaparecendo com ele. A posição simbólica da celebridade na cultura é a de um nome que tem orbitando ao seu redor seguidores, imitadores, fãs e conspiradores. Diferente da figura de autoridade que possui dons incomuns, a celebridade não tem originalidade, mas um dom de entreter, ressaltando nelas mesmas o que há de mais insignificante e falso. A chave para o sucesso, o caminho da felicidade são as receitas que as celebridades veiculam em suas aparições, que têm como foco o “sucesso” da *mass media*, não a vida comum. A conquista da notoriedade faz valer tudo quanto pode servir aos seus fins, desde que seja propagado sob um véu de beleza, leveza, suavidade, espontaneidade. Enquanto o mundo do entretenimento comporta uma boa dose de fealdade, competição e condutas desprezíveis e arriscadas, o resultado final composto pela imagem da celebridade oculta a face negra do processo para ressaltar o glamour, o brilho da fama: receita da felicidade.

O “cada um vive como quer” da celebridade não é o coroamento de vidas autônomas; são as crenças que transitam nos salões da moda. Onde a desenvoltura e a presteza com que os notáveis vestem e despem a camisa de qualquer conduta anticonvencional. Do uso de drogas ilegais até os ascetismos espirituais, tudo é aceito do dia para a noite e tudo é dispensado com um estalar de dedos. O importante não é pensar no que se faz ou se acredita, mas a leveza, o alto astral (Costa, 2005, p. 171).

Não se trata de defender condutas heróicas de pessoas comuns, diz Costa (2005), mas de ressaltar como a ética da autoridade está distante da estatura moral dos atuais modelos de hábitos e opiniões sociais. As celebridades promovem um efeito cultural desagregador, pois mesmo que os sujeitos reconheçam que suas notoriedades não são

moralmente gloriosas, continuam a aspirar a elas. O reconhecimento social é dado àqueles que aparecem, submetidos aos holofotes, enquanto que aos seres não citados resta o ostracismo, o desconhecimento. Aparecer, mesmo que de forma vazia, é sinal de ascensão social, outrossim, a reverência moral perde qualquer relação com o status. Prestigioso é aquele que, à despeito de quaisquer pretensões morais, alcança o sucesso, tem estilo, dita a moda.

Portanto, este estilo de vida em que a oposição entre a sociabilidade e a moralidade são patentes, somado à miséria material, é afluente de várias manifestações de anomia social: na criminalidade, questiona o autor, “se tudo é espetáculo, se tudo é entretenimento, por que a honra e a vida mereceriam consideração especial?” (Costa, 2005, p. 175). A delinquência representa a presentificação real do que grande parte dos “bons cidadãos” fazem na fantasia. Não disponíveis para aspirar imaginariamente aos objetos da moda, alguns se apropriam violentamente dos bens materiais daqueles julgados como privilegiados. Enquanto isso, os pacatos cidadãos se apropriam das imagens celebrizadas e consomem de modo a assemelhar-se a elas (Costa, 2005).

É claro que o problema da violência urbana não se resume a isto, mas fica uma indicação de que a “gelatinosa moral do entretenimento” (Costa, 2005, p. 180) tomou o lugar da autoridade em escalas astronômicas, para muito mais do que o consumismo e a economia. Esta nova moral se estabelece para coartar o vínculo do sujeito com a moralidade social, contribuindo para que os objetos possam ser, cada vez mais, auto-absorvidos individualmente. Ver-se-á agora como tal auto-absorção jaz no corpo como santuário da personificação consumista.

Corpolatria e mal estar

Já foi visto no primeiro capítulo que Freud (1923/2006) afirma que o ego é, antes de tudo, um ego corporal, formado através de projeções da superfície do corpo, contingenciado pelo toque e pelos sentidos que o corpo do bebê experimenta. O corpo assume uma função psíquica fundamental de fornecimento de limites e de experiência que, no geral, pouco a pouco deixa de ser o único referente para tornar-se um entre eles. Isso significa que o domínio puro do corpo vai perdendo sua primazia à medida que o sujeito consegue dirigir para o nível simbólico as suas questões mais pessoais. Tornar-se alguém, então, deixa de ter a unicidade que a construção corporal tem, por exemplo, para o bebê, e passa a assumir o lugar de investimentos psíquicos na vida interna, dando uma vazão

psicológica aos conflitos que não seja somente a descarga corporal. Assim, corpo e vida psíquica são pontos de confluência da subjetividade, alcançando domínios significativos da construção de si.

Entretanto, na cultura atual, o corpo parece assumir um lugar privilegiado de investimento. Na verdade, este lugar é mesmo exagerado, tendo o corpo ganhado o status de roleta – a qual, comandada pelo sujeito, é capaz de trazer a sorte grande – e também de único meio mediador das aspirações individuais em seu (des)encontro com o social. Diante dos deletérios cenários da cultura contemporânea, o corpo tem sido o corolário da construção de si e esta lógica da *corpolatria* se coaduna com as máximas consumistas e ganha um contorno especialmente generalizado com as exigências da moda.

O corpo nem sempre foi considerado como uma unidade importante da constituição da subjetividade. Com o *cogito* cartesiano, “o corpo” como entidade passou a ser visto como um entrave, uma redução do homem à carne que, por isso, o afastava do verdadeiro saber, provido pelo pensamento. Corpo e alma estavam, enfim, separados. Essa separação se iniciou com os anatomistas e suas dissecações de cadáver, seguida pelos mecanicistas que atribuíram ao corpo o status de uma máquina perfeita que deveria ser investigada, devassada, virada do avesso. É fundado então um dualismo fundamental entre homem e corpo que resiste por longos períodos. No século XIX, uma onda de medicalização se alastra e a qualidade de vida, a saúde se tornam os níveis de riqueza de uma nação, levando à domesticação do corpo na busca deste ideal (Birman, 2012). Todo um caminho leva o corpo a, no extremo contemporâneo, adquirir o papel de membro supranumerário, de *corpo-rascunho*, *corpo-bricolagem* (Le Breton, 2009), portanto um corpo manipulável e domesticado sobre o qual se desenha, costura e rasga a subjetividade.

Le Breton (2009) aponta que o corpo é hoje uma entidade autônoma, separada, cujo status de laboratório experimental permite ao sujeito viver, através de seus desígnios, a sua subjetividade. O corpo é encarado como o indicador do perecimento, do caminho para a morte, da velhice, o declínio da beleza valorizada esteticamente e, por isso, a tecnologia corporal nunca esteve tão avançada a fim de conter seu avanço natural.

Não é mais o caso de contentar-se com o corpo que se tem, mas de modificar suas bases para completá-lo ou torná-lo conforme à ideia que dele se faz. Sem o complemento introduzido pelo indivíduo em seu estilo de vida ou suas ações deliberadas de metamorfoses físicas, o corpo seria uma forma decepcionante, insuficiente para acolher suas aspirações (Le Breton, 2003, p. 22).

O corpo se transforma, assim, como um elemento material da vida, um acessório consumível que adquire o status modelador do próprio eu. Portanto, a anatomia deixa de ser um destino para se transformar em material modulável da existência humana (Le Breton, 2003). Baudrillard (1970/2010) afirma que o corpo se tornou objeto de salvação, substituto literal da alma diante da nova função moral e ideológica do consumo, sendo que hoje se tenta, incessantemente, convencer as pessoas do próprio corpo. Este despertar para o corpo é modelo não de um profundo conhecimento deste, mas das estruturas de produção e consumo que induzem no sujeito as práticas de investir o corpo como capital e como fetiche. O corpo retém um narcisismo dirigido, construindo-se como um território virgem e colonizado capaz de extrair de si – ao ser explorado – signos visíveis de felicidade, saúde, beleza e triunfo da moda (Baudrillard, 1970/2010).

Desta maneira, o corpo, depois de se ter tornado o mais belo objeto de solicitude, monopoliza em seu proveito toda a afetividade que se diz normal (para com outras pessoas reais), sem no entanto assumir valor próprio, já que qualquer outro objeto é capaz, neste processo de desvio afetivo e de acordo com a mesma lógica fetichista, de desempenhar idêntica função. O corpo limita-se a ser o mais belo dos objetos que possuem, manipulam e consomem psiquicamente (Baudrillard, 1970/2010, p. 171).

Tal reapropriação do corpo não se dá mediante as finalidades autônomas do sujeito ou como caminho de libertação e autoconhecimento, mas como orquestra do princípio normativo do prazer e do rendimento. O corpo é administrado como um patrimônio que requer *trabalho de investimento* sobre ele, solicitude e obsessão esculturais, tornando-se fruto de trabalho ainda mais profundamente alienado do que o da exploração do corpo na força de trabalho. Nesta toada, o corpo se sacraliza como o mais belo objeto de consumo (Baudrillard, 1970/2010).

A nova ética da relação ao corpo tem como motivos condutores a beleza e o erotismo, sendo este último o orientador do consumo do corpo. A beleza, obviamente, não se relaciona à natureza ou à moralidade, mas à qualidade imperativa dos cuidados externos.

(...) a ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos valores de uso do corpo (energético, gestual e sexual), ao único valor de permuta funcional que, na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado, a ideia do desejo e do prazer – negando-os e esquecendo-os precisamente na sua realidade para se esgotar na permuta de signos. A beleza reduz-se então a simples material de signos que se intercambiam. Funciona como valor/signo (Baudrillard, 1970/2010, p. 174).

O erotismo é visto por Baudrillard (1970/2010) como o suporte dos signos cambiados do desejo, enquanto a sexualidade habita o desejo. A consumação do corpo-objeto é o reino do erotismo funcional, de onde brota a sensualidade não pela experiência do desejo e da intimidade, mas pela fonte de sensualidade calculada pelos objetos. Assim, o conteúdo erótico que se apresenta através dos objetos e dos corpos das/dos manequins não se apresenta como objeto sexual de desejo, mas como uma abstração do erótico nos signos. As cores do mobiliário, as luzes do cenário, a brancura das roupas, o brilho do inox, as estampas exóticas e as transparências ousadas, são elas os signos do erótico, mas nunca como expressão da sexualidade, mas como abstrações que, por mais espalhafatasas, não cessam de ser transparentes (Baudrillard, 1970/2010). Não é por acaso que se vê com frequência em anúncios de revista, outdoors de grandes marcas e fotografias de editoriais de moda a simulação de ambientes sadomasoquistas, com roupas de couro pretas e justíssimas, modelos “suados” (com água borrifada) e em transe, máscaras, algemas, tachas etc. Neste caso o requinte fetichista sequer faz cócegas à intimidade do fetichismo sexual, aquele em que o sujeito se satisfaz com a dor infligida ou sentida no corpo, pois faz alusão ao próprio fetiche da mercadoria em que até mesmo o sadomasoquismo pode se tornar. Como uma mera linha de signos, o outdoor provocante pode ser “lido” da mesma forma assexuada que se lê um aviso na porta de um elevador, com a diferença de que no primeiro a exposição do corpo é o que ajuda a vender. Baudrillard (1970/2010) ressalta que por trás de uma aparente emancipação do corpo, o que existe de fato é uma libertação deste como objeto/signo, enquanto na verdade subversiva do desejo ele permanece censurado. Nesta lógica, qualquer objeto investido no modelo corpo/objeto se transforma em fetiche, constituindo a lógica própria da moda, importando que o sujeito tome a si como objeto e que no nível de seu corpo – e da desconstrução da sexualidade – faça o processo ser lucrativo:

(...) a erótica e a estética moderna do corpo mergulham em abundante envolvimento de produtos, de *gadgets* e de acessórios, sob o signo da total desmistificação. Da higiene à maquiagem, passando pelo bronzamento, pelo desporto e múltiplas “libertações” da moda, a redescoberta do corpo passa antes de mais pelos objetos. Parece que a única pulsão verdadeiramente libertada é a pulsão de compra (Baudrillard, 1970/2010, p. 177).

As transformações da imagem do corpo são aspectos analisados por Costa (2005) no caminho de determinar a atual “personalidade somática”. Convergindo para o corpo, a vida física e sensorial desviou a atenção da vivência dos sentimentos para a emergência de

uma vida determinada pela *felicidade sensorial* que encontra na devoção ao corpo o lugar da ascensão imaginária. A mídia reforçou o corpo físico na constituição da subjetividade pela propaganda de cosméticos, fármacos e instrumentos de aperfeiçoamento corporal e pela identificação do sucesso social a certos predicados corporais. Diante da massa desejosa de imitar o estilo de vida das celebridades, a imagem do corpo se torna o único item exclusivo à disposição do sujeito comum. “Possuir um corpo como o dos bem-sucedidos é a maneira que a maioria encontrou de aceder imaginariamente a uma condição social da qual está definitivamente excluída, salvo raríssimas exceções” (Costa, 2005, p. 166). O cultivo das sensações é mister para ingressar na órbita do corpo, visto que a felicidade sentimental (aquela que dura mesmo na ausência física do outro, que pode ser rememorada ou antecipada imaginariamente, que se estrutura afetivamente via narrativas, diálogos, solilóquios que se enlaçam em cadeias simbólicas) tem sido substituída pela felicidade sensorial. Nesta, o prazer depende da presença física absoluta do outro – objeto de estímulo – e torna-se obsoleta fora do instante do gozo. “Sua evocação raramente proporciona o nível de prazer que a evocação dos sentimentos pode proporcionar. Por esta razão, a felicidade sensorial necessita avidamente de objetos que estejam à mão e que possam ser rapidamente instrumentalizados” (Costa, 2005, pp. 167-168). Destarte, os objetos entram na moral do espetáculo:

Por se concentrar no corpo físico como fonte de gozo, o sujeito passa a superestimar tudo que faça o prazer sensível durar. A tendência a se satisfazer com a pluralidade das imagens e palavras é substituída pela tendência a *presentificar* e a *diversificar* as fontes reais de estimulação sensorial. O sujeito sentimental contorna a fluidez da felicidade interior materializando as narrativas afetivas em *objetos duráveis*; o sujeito sensorial, para reter o prazer físico, devora os *objetos doces*, os que estão sempre à mão, ou melhor, “sempre ao corpo” (Costa, 2005, p. 168, grifos do autor).

Vários objetos doces são consumíveis, comportando-se como semblantes de nutrientes, fundidos ao corpo na somatose das sensações: drogas, medicamentos, estimulantes, próteses, os chamados aliméticos (alimentos saudáveis + cosméticos). Longevidade, saúde, beleza, boa forma, referentes da cultura contemporânea que encontram imediatamente no corpo o seu alvo. Os efeitos da cultura somática, para Costa (2005), são vários. De início, o autor assinala o declínio dos investimentos afetivos em relações duradouras e que demandem tempo de investimento; qualquer adiamento é indesejável, portanto o corpo é o fulcro de obtenção de prazer imediato. Nesta perspectiva, o outro figura como uma promessa de sensação, enquanto o outro real, próximo,

continente, é desprezado em seu papel de “avalista do que somos” (p. 197), jamais se aproximando deste outro ideal da publicidade. Com a mesma potência que o sujeito romântico – e civilizado - abriu mão de uma boa parcela de sua sexualidade livre para a sublimação necessária aos desígnios da cultura, o sujeito somático se desobrigou da moralidade. A formação destas identidades calcadas no corpo gera mais antinomias psicológicas: é o sujeito que manda no corpo, mas quando este perece é devido a causas orgânicas não intencionais. Então, se se esforçar, o sujeito conseguirá obter sucesso, mas se fracassar é porque está doente, disfuncional, sendo que em nenhum momento o sujeito perdedor ousa questionar os ideais corporais dominantes. O sucesso da corpo-normatividade é reforçado pelas esferas de seu fracasso e de sua norma.

O sujeito vê-se, simultaneamente, como *onipotente* – ao acreditar que pode criar o eu moral e psicológico a partir da pura experiência sensual do corpo – e como *impotente* – ao ser forçado a crer que o sentido do sofrimento humano está inscrito nos genes ou nos circuitos neuro-hormonais (Costa, 2005, p. 196, grifos do autor).

A culpa é uma eterna companheira de, diante das múltiplas possibilidades oferecidas pela indústria da docilização corporal, não se estar melhorando a performance corpórea, sem se ter acesso a uma real possibilidade de discriminar entre o que é queixa do corpo de estratégia publicitária (Birman, 2012).

Costa (2005) salienta que a publicidade não se dirige a cada indivíduo utilizando particularidades de suas histórias na provocação do desejo de imitação, bem como a moda, em sua neutralidade moral e constante mudança, não acusa ou elogia seus seguidores. Ambos só apresentam o ideal a ser perseguido e os possíveis tropeços de quem se engaja não são considerados. Tudo o que resta é perseguir o ideal, “sempre em atraso e de forma angustiante, do corpo da moda. Até, é claro, chegar a velhice e sermos convencidos a assumir uma outra bioidentidade, a da *terceira idade*, última tentativa bioascética de permanecer jovem, vital, por dentro da moda” (Costa, 2005, p. 197).

Ainda na exposição das contradições geradas na virada sobre si do corpo, Costa (2005) se refere à relação da felicidade com o prazer. Por incrível que pareça, quanto mais se busca a otimização do prazer e a diminuição do sofrimento, mas distante se está do prazer e mais atormentadores se tornam os sofrimentos que não se consegue evitar. Ao invés de contemplar a vida, os sujeitos vivem na ansiedade predecessora de insucessos e frustrações, interpretando os episódios de sofrimento como golpes mortais causados pela falha na conduta de dedicação a si. O limiar de tolerância à frustração é cada vez menor e o

superego punitivo, migrado para o social, não cessa de se erigir sobre o ego, brutalmente exigindo reparação. É uma característica das subjetividades contemporâneas a hipersensibilidade a qualquer referência ao corpo e à afetividade, gerando uma onda de competição de quem faz mais e melhor as dietas, quem faz mais exercícios etc. Costa (2005) define que a contradição que toca a obra freudiana posta pela cultura somática é a definição da personalidade e da identidade por aquilo que é aparente, visível, da vontade superficial. Neste sentido, o que é obscuro, íntimo, da profundidade emocional, do desejo, aspectos de base da personalidade que poderiam conferir a esta certa estabilidade, não têm lugar privilegiado, são privadas do sujeito. É diminuta a possibilidade de manter os recônditos da intimidade a salvo da devassidão do olhar do outro e da exposição, o que também faz com que esta mesma intimidade esteja constantemente sob avaliação e julgamento, daí a eterna impressão de incapacidade, fracasso e culpa. Daí que o sujeito atual seja caracterizado pelo que Costa (2005) chama *desconfiança persecutória* de estar sempre exposto e ter o outro como observador incômodo, jamais como parceiro de ideais comuns. O outro é aquele que, quando a forma física é agradável, é invejoso; ou, quando sente-se mal pela forma física não estar de acordo com os padrões, aquele que encarna a norma somática a qual se luta para aderir. A vitrine na qual se expõem os vícios e virtudes de cada um é o próprio corpo, cercado dos olhares do outro.

Hoje, somos o que aparentamos ser, pois a identidade pessoal e o semblante corporal tendem a ser uma só e mesma coisa. Quanto mais a personalidade somática se impõe como norma do ideal do eu, mais revelamos a nossa alma ao outro, sem chances da defesa pela ocultação (Costa, 2005, pp. 198-199).

A aparência herda, neste trajeto, os caminhos pelos quais a identidade de alguém é formada. O que antes poderia ser herdado pelos referenciais dos pais, das figuras de autoridade e de experiências individuais com o outro, está bem mais circunscrito ao corpo que não consegue elaborar a mesma relação de alteridade:

A personalidade somática se tornou uma espécie de antipersonalidade pelos próprios mecanismos que a constituem. De um lado, só dispõe das aparências corpóreas para singularizá-la e individualizá-la como identidade irrepetível; de outro, pelo fato de só dispor da aparência como meio de individualização, procura anulá-la para escapar ao sentimento persecutório da vulnerabilidade ao olhar do outro. (...) Todas as privações sofridas em nome da boa forma, em última instância, redundam na experiência de irrelevância e futilidade do eu. O sujeito *superficial e uniforme* vive em luta para sobreviver e se afirmar como bioidentidade singular. Mas a única tática bem-sucedida é o *desaparecimento do campo do olhar do outro*. (Costa, 2005, p. 200, grifos do autor).

Neste caminho do corpo dominado como registro psíquico do mal-estar contemporâneo, as manifestações da atualidade têm sido descritas por psicanalistas e psicólogos, pois boa parte delas toca a clínica sobremaneira. Há algumas formas específicas de mal-estar atual que encontram no corpo um jazigo fértil, caminhos por vezes patológicos que já não se separam mais da construção da subjetividade do homem contemporâneo. Birman (2012) aponta como o estresse permanente aparece nos discursos médicos sobre os estados de perturbação da saúde, estando por trás de qualquer manifestação de mal-estar, da elevação da pressão arterial à dispnéia, tudo pode ser associado ao estresse, responsável por diversos distúrbios psicossomáticos. A síndrome de fadiga crônica também é indicada pelo autor, sendo a presença de cansaço absoluto e ausência de impulso vital e de mobilidade corporal, outra variante do estresse como base causadora. Mas, certamente, é a síndrome do pânico uma modalidade destacada de mal-estar atual. No pânico, as queixas são de uma angústia paralisadora que indica a proximidade da morte, fato que impede os sujeitos de agir, acompanhada de sensações corpóreas desagradáveis: sudorese, taquicardia, aumento de pressão arterial. O fantasma da morte se impõe diante do sujeito, que vive tal situação com absoluta certeza. Sobre a associação do pânico com a cultura da imagem, Birman (2012) diz:

A síndrome do pânico é desencadeada frequentemente em situações sociais nas quais o sujeito supõe que será avaliado. O *olhar* do outro ocupa então toda a cena psíquica do sujeito, como um intruso que o invade e perfura com suas exigências, diante das quais ele se sente impotente e sem os instrumentos capazes de responder àquelas demandas (p. 73).

No pânico o espaço domina inteiramente a experiência da subjetividade, o que leva a um curto-circuito na temporalização da experiência, e então o sujeito é conduzido ao colapso psíquico e à certeza da morte. Um excesso de excitação se instala no psiquismo do sujeito que não dispõe de mecanismos de simbolização para contingenciá-lo, instaurando como contrapartida o trauma que, por fim, paralisa o psiquismo. Birman (2012) aponta que no pânico, assim como na cultura da pregnância do corpo, a angústia como um sinal que prepara o sujeito para o perigo, apresenta uma falha crucial. A angústia-sinal, que emite ao psiquismo um alerta que o protege do imprevisível, parece não se apresentar, fazendo com que a angústia despertada seja real e descarregada no corpo. Então, se estes sintomas são predominantes na experiência contemporânea do mal-estar, Birman (2012) crê que “algo de fundamental se produziu na subjetividade, que a tornou incapaz de antecipar o perigo e regular assim suas relações com o mundo” (p. 75). E diz de outra maneira: “(...) parece

que tal ruptura indica que os feitiços do mundo ficaram tão insinuantes e ganharam tanta maledicência em decorrência da perda de eficácia dos mecanismos de proteção simbólica culturalmente instituídos” (Birman, 2012, p. 75) que o corpo como registro pregnante do mal-estar pôde se instituir. É neste caminho que os tratamentos corporais assumem lugares muito importantes, os *spas*, as massagens, técnicas, danças e ginásticas orientais, bem como as substâncias antioxidantes e rejuvenescedoras, todas concomitantes à medicalização.

No mesmo ritmo, Costa (2005) classifica o que ele chama os tipos de “tolices”, estupidezes geradas pela contrapartida desviante do hiperinvestimento corporal, mas somente naqueles incompetentes no exercício da vontade no corpo: a) dependentes ou adictos, cujas necessidades de drogas, sexo, amor, consumo, *fitness*, jogos etc. são incontrolláveis; b) desregulados, aqueles que não conseguem moderar o ritmo das carências físicas ou mentais: anoréxicos, bulímicos, portadores de síndrome do pânico, fobias sociais etc.; c) inibidos, indivíduos intimidados com o mundo, tímidos, apáticos; d) estressados, desperdiçadores de energia, pois não sabem priorizar os investimentos afetivos; e) deformados: os que não alcançam a linha de chegada da maratona do corpo belo: obesos, sedentários, velhos precoces, fumantes, com a pele manchada, sem silicone e sem plástica.

Manchas de uma luta brutal e diária, a perseguição do corpo da moda marca os trajetos dos sujeitos que contam com as tecnologias corporais para alcançarem o objetivo. As academias de ginástica são os santuários nos quais os sujeitos, esculpindo seus corpos ou lutando para livrarem-se deles, moldam o corpo como centro de sua subjetividade. E o corpo, é claro, é o corpo da moda (Castro, 2009; Goldenberg, 2006, 2007). Segundo Castro (2009) o crescimento da indústria da moda é um indicador da obsessão contemporânea pelos cuidados com a apresentação corporal e com a beleza. Figuram também como aspectos importantes, além das academias, os segmentos de cosméticos e perfumaria, higiene pessoal, alimentos dietéticos e a cirurgia plástica. Todos estes segmentos requintados do mundo das mercadorias.

Bom, mas afinal, qual é o corpo da moda?

Baudrillard (1970/2010) analisa o modelo do corpo da moda, o corpo das manequins e a obsessão da magreza, o que ele chama de imperativo categórico da linha. A beleza universal e democrática é aquela fundada na magreza, não na harmonia das formas, mas na única definição por ser “magra e esbelta” (p. 186). O autor destaca que mesmo que a moda tenha como lógica jogar com opostos: belo e feio, antigo e novo, o comprido e o

curto, esta jamais o fez com o gordo e o magro. A magreza toma um limite absoluto na moda. Mas, neste limite, o jogo de opostos que se institui é o da solicitude: tanto se solicita do corpo por ele ser agora liberto, mas também se exige a sua ascese, uma solicitude repressiva. A magreza dos corpos projeta um objeto político, assexuado, polido, limpo, sem falhas, tão protegido do mundo externo quanto de si mesmo. No entanto, o corpo não deixa de ser receptor do que há de incontável, pois a ascese dos regimes alimentares descortina a pulsão agressiva que é dirigida ao corpo.

Toda a pulsão agressiva também então libertada e não canalizada pelas instituições sociais, refluí atualmente no próprio seio da solicitude universal pelo corpo. (...) Para lá das determinações da moda (mais uma vez incontestáveis), é esta pulsão que alimenta o irreprimível encarniçamento autodestrutivo, irracional, em que a beleza e a elegância, visadas na origem, se reduziram a simples álibi para o exercício disciplinar cotidiano, obsessivo (Baudrillard, 1970/2010, pp. 188-189).

Este caminho leva o corpo ao status de ameaça que precisa ser contida, vigiada, reduzida, mortificada esteticamente *fac simile* aos modelos da passarela, lugar que desnuda toda a agressividade inversa da sociedade de abundância na recusa de seus próprios princípios convergente no corpo. Na magreza, escreve Baudrillard (1970/2010), todos os imperativos das contradições sociais estão escancarados e compendiados ao nível do corpo:

A conjunção da beleza e da repressão no culto da linha – em que o corpo, na sua materialidade e sexualidade, já nada tem a ver, limitando-se a servir de suporte a duas lógicas inteiramente diferentes da lógica da satisfação: o *imperativo da moda*, princípio de organização social, e o *imperativo de morte*, princípio de organização psíquica – esta conjunção constitui um dos grandes paradoxos da nossa civilização. A mística da linha, a fascinação da magreza exercem grande influência unicamente porque são formas de *violência* e fonte de *sacrifício* para o corpo, ao mesmo tempo entorpecido na sua perfeição e violentamente vivificado como acontece nos ritos de imolação¹⁸ (Baudrillard, 1970/2010, p. 189).

Diante disto surgem modalidades grotescas de relação com a comida, nas quais não se evita o exagero voraz de consumo, mas antes que a digestão seja feita, os acessos de vômitos e purgação garantem a magreza¹⁹. Birman (2012) enxerga este culto à magreza como uma forma de sensorialidade sem corporeidade que tem as sensações desenraizadas do registro do corpo, uma originalidade “antropológica da contemporaneidade” (p. 93). O

¹⁸Rituais sacrificiais antigos de sociedades primitivas que exerciam práticas de jejum associados a celebrações de festas. O jejum tinha como objetivo drenar e reabsorver a pulsão agressiva espalhada no corpo durante as festas em uma espécie de purificação (Baudrillard, 1970/2010).

¹⁹As anorexias e bulimias figuram como transtornos psicológicos de manifestações graves relacionadas ao corpo magro, mas apresentam caracteres psíquicos específicos que exercem função primordial no acometimento aos sujeitos. Sobre isto, ver Lazzarini E. R. (2001) *Em cena a anorexia: articulações na teoria e na clínica*. Dissertação de Mestrado. UnB. Brasília-DF.

corpo é mesmo o cabide, a travessia superficial com que o sujeito suporta seu próprio peso de existir.

A forma cabide dos corpos macérrimos das modelos internacionais assume um valor mercadológico importante, pois precisam carregar os objetos sem lhes fazerem objeção. O corpo-linha das modelos é aquele em que a fluidez dos tecidos, a liberdade dos cortes, a ornamentação e as cores das peças alcançam um brilho visível, só não mais do que o da juventude exalada por elas. Claramente moldado segundo o imperativo da linha, o corpo das *top models* não chama a atenção para atributos sexuais nem para curvas sensuais; nele, os caracteres sexuais devem aparentar atrofiados. O visual da modelo deve ser andrógino, servir à qualquer tendência, à qualquer imagem estética que o desfile ou a publicidade queiram passar e os caracteres sexuais, de feminilidade nas mulheres e de masculinidade nos homens, às vezes podem ser entraves. Neste sentido, a magreza constitui um caminho purificado contra o extravasamento de qualquer dose de natureza. Se há a feminilidade, é o vestido, o perfume, o objeto vinculado ao corpo que dá este tom. O corpo arquetípico da moda como sistema é, então, o corpo que dá visibilidade à mercadoria e que avilta a si próprio como mercadoria privilegiada. Navarri (2010) expõe como o corpo magro – beirando a anorexia, quando não de fato a alcançando, é o código de barras identitário da moda, prolongando o que já discutiu-se anteriormente sobre a lógica do consumo/da moda nega a sexualidade:

Assim, a *top model* seria a representação de uma menina que se tornou mulher, mas que transmite a ilusão de não ter atravessado a puberdade. Sua grande estatura dá a impressão de que se trata de uma adulta, mas de uma adulta que teria conseguido a proeza admirável de ter se tornado adulta sem adquirir a menor forma feminina. Uma híbrida “grande-pequena” “mulher-homem”, “objeto cabide-mulher viva” (p. 78).

Nas modelos, especialmente, o conceito de corpo como capital definitivamente ganha vida. Martinez (2003) descreve como as modelos recém-chegadas, ainda pré-adolescentes, devem proceder para alcançar o ideal esperado nas passarelas:

Ainda que possam ser meninas altas na maior parte dos casos sempre se trata de um “devir corpo” que será manipulado através de uma série de conhecimentos e especificado dentro de padrões e limites. Grande parte desta manipulação é um trabalho dos agentes. Eles encaminham as novatas a lugares como academias, salões de beleza, dentistas e clínicas cirúrgicas, onde geralmente mantêm algum tipo de convênio. Além disso, ela é “ensinada” a seguir uma série de regras e condutas atinentes ao corpo, tão logo se agencie. Todas recebem um manual chamado “guia da *new face*”, em que são determinadas regras de manutenção corporal, atitudes, conduta e práticas de embelezamento e higiene. Nele, há um

tópico chamado “DICAS: cuide de sua aparência; ela é seu capital”, que em uma escrita aparentemente pedagógica aconselha a modelo a levar uma vida saudável (pp. 49-50).

Tudo está determinantemente escrito e dito: o corpo como capital não é nenhuma descoberta destruidora, mas um ponto pacífico, a massa de modelar da moda. Se as modelos, como o próprio nome já alude, são moldadas e modeladas corporalmente sob a tutela de seus empresários, imagine se o processo de modelagem não se repetiria na imitação a estas.

A moda modelagem, no entanto, também se apresenta com seus opostos. As antimodas são descritas como tentativas de se afirmar a própria individualidade de forma diferente, única, original. Entretanto, já foi visto que as lógicas do consumo e da moda transformam tudo o que existe, pela possibilidade de reprodução, em mercadoria de massa. Algumas manifestações corporais têm assumido este sentido de adquirir uma singularidade especial que confira uma individualidade selada para os sujeitos sem, no entanto, retirá-los do meio de grupos da moda. A *body decoration*²⁰ é uma forma de submeter o corpo a rituais físicos que levam, acreditam seus adeptos, à uma diferente experiência expressiva da criatividade do corpo (Calanca, 2008; Pires, 2003). Pires (2003) afirma que a tatuagem foi a primeira forma de modificação corporal incorporada pela moda e assimilada pela sociedade, seguida pelo *piercing*, o que denota que “transpassar o corpo envolve mais do que interferir com a pele – envolve interferir com a carne, com o sangue e, em alguns casos, com a cartilagem” (pp. 79-80). Com a moda, especialmente a partir dos anos 60, os adeptos das modificações corporais mais “radicais” que antes chocavam os incrédulos começam a se integrar nos produtos da mídia: cinema, televisão, propaganda, arte. As próteses de silicone também começam a figurar na categoria de modificação corporal, bem como as lipoaspirações diversas que promovem mudanças permanentes no corpo. Hoje há ainda próteses de cartilagem aplicadas por debaixo da pele em locais diversos do corpo (como a da cantora Lady Gaga que simula ombreiras) e cirurgias para a remoção de ossos (como ossos da costela) para a remodelação da cintura, prática esta remanescente dos *corselets* apertados das damas da corte europeia. Esta estética do grotesco tem lugar cativo

²⁰O precursor da *body decoration* é Fakir Musafar, americano nascido em 1930, formado em engenharia, fundador do Primitivismo Moderno (*Modern Primitive*), uma comunidade expandida ao redor do mundo que propõe novas alternativas de viver o corpo na submissão deste a procedimentos diversos: tatuagem, escarificação (cicatrizes em alto relevo na pele), suspensões (suspender o corpo por correntes e ganchos através de perfurações na pele), *branding* (queimaduras), piercings etc.

nas manifestações da moda, tão docilizadas quanto as estampas florais na primavera. Mas, para os adeptos da modificação corporal, bordar, cortar e colar sobre o corpo são formas de tencionar a existência de forma descompromissada com a cultura dominante. A tatuagem é emblemática deste movimento, dá ao corpo a busca pela identidade de maneira profunda e objetiva:

É somente o desejo que dá forma à tatuagem. Gravar um sinal é encarnar um desejo. (...) A tatuagem é erotismo e violência. Combina dor, amor e prazer. (...) Para quem o faz, é a decisão de construir para si uma armadura psíquica. (...) Tatuarse deixa forte e livre. Define o amor por si mesmo (...). É uma barreira contra o assalto de forças hostis (...). Está sempre presente a procura espasmódica, às vezes obsessiva, de uma dimensão na qual podemos nos ver diferentes de como nascemos, viajando para a frente no tempo e, ao mesmo tempo, para trás. (...) A tatuagem torna-se uma religião pagã pessoal, de conexão espiritual com os antepassados e de elevação do próprio espírito. É a experiência mística da viagem para dentro de si, à procura daquela parte adormecida que não pode ser ignorada (Marenko, 1997, citada por Calanca, 2008, p. 199).

Diluindo os tempos e entrelaçando-os, abrindo caminhos de descarga e constituindo uma proteção, individualizando-se e compulsivamente buscando insígnias coletivas, a dinâmica da tatuagem exposta acima se coaduna com as facetas da moda e do consumo. Para os sujeitos tatuados há a clara referência às possibilidades de, através das marcas corporais, alcançar um saber sobre si mesmo impossível de outra forma, saber que é incorporado pelo sujeito que adere como saber emancipador.

(...) sem fidelidade política partidária, sem gestão de liderança ou hierarquia, sem compromisso com a imprensa, a religião ou a arte institucionalizada – seus trabalhos não vão para as galerias, museus ou bienais -, essa interferência estética no corpo é totalmente descompromissada com a cultura dominante. Pode-se tatuar tudo e todas as partes do corpo, mesmo as mais íntimas e de pele mais sensível, como a língua, a vulva ou o pênis. Sem compromisso com grupos ou sociedades, cada pessoa é o gestor de si mesmo (Ramos, 2007, p. 101).

Até aqui há o acordo de que o corpo é usado na tatuagem como forma de aplicação da liberdade individual. No entanto, Ramos (2007) prossegue com a afirmação de que neste processo não há compromissos capitalistas, pois as trocas são unicamente culturais e comunicativas, comprometidas com a única tradição histórica de tatuar-se, mas não com uma identidade tradicional. Bom, pode-se pensar que o caminho traçado até aqui mostra que a mais simples reivindicação da identidade individual está passiva de domesticação capitalista, bem como do feitio consumista de se oferecer como possibilidade de formar a própria personalidade.

Calanca (2008) termina por pôr fim às dúvidas que negariam a relação da tatuagem (como de quaisquer outros processos de intervenção corporal na cultura contemporânea) como sucedâneos da moda:

A marca ou desenho tatuado na pele, mesmo sendo algo que não se pode mudar, paradoxalmente responde à lógica da moda, à tensão voltada à realização de si, ao desejo de gozar o aqui e agora da existência, ao prazer de mudar pelo gosto da transformação, da metamorfose do eu, do novo, para exprimir-se até o fim de maneira diferente dos outros (Calanca, 2008, p. 201).

O registro do corpo não foge a esta lógica quando, pelo contrário, termina por se sacramentar como o lugar ideal da construção de uma subjetividade fluida, fugidia que conta com métodos objetivos e materiais para sua consecução que são dispostos pelo mundo da mercância. Não há desejo que não seja o cativo, conteúdo próprio dos objetos, absorvido e rerepresentado a cada estação. No corpo ou na prateleira, a mercadoria continua sendo a própria subjetividade e o que garante a sua concupiscência eterna é a combinação de fatores culturais com os individuais, tanto quanto a experiência propiciada de encontro com si mesmo vivida através dos objetos. Finalmente, o corpo, na linha sucessória dos objetos de consumo, é um caminho para a moldagem dos ideais do ego, ressonante nos níveis individual e social e se apresenta, na sociedade atual, como instância “pacificadora” de conflitos pulsionais e sociais. Muitas das tensões sujeito x sociedade, natureza e civilização, liberdade e escravidão estão postuladas nas máximas de consumo da moda com seus precipitados que reúnem desde ideais de classe e distinção social a questões psicológicas e individuais. Pensa-se ter alcançado até aqui significativas contribuições para pensar a moda como central na produção das subjetividades humanas e ter despertado questões que tenham reverberações produtivas no mundo das ideias e das práticas que envolvem a escuta dos sujeitos. Com este capítulo, escreveu-se a travessia do sujeito no mundo dos objetos, correndo todos os perigos de ter a sua subjetividade entregue à devassidão de um mundo de infinitas possibilidades, mas de indefinidas formas de se (des)adaptar.

Considerações Finais

A subjetividade humana se revela sob diversas facetas, como também se encobre com muitos artificios provindos das produções humanas na cultura. Ao tratar da moda como o olhar voltado para a subjetividade, penetrou-se por entre uma manifestação humana particular, mas que definitivamente revela sua potência universal. Considera-se que o mergulho teórico nos mecanismos da moda como uma produção humana localizada no tempo e na história possibilitou explicitar processos sociais e culturais que circundam a construção da subjetividade do sujeito moderno e contemporâneo.

Assim, buscou-se entender como foi possível, no andar das transformações do contexto social, cultural e econômico, o surgimento deste sujeito unitário e soberano, ponto de partida da sociedade moderna na busca por produzir conhecimento e transformação sobre o mundo que o cercava. Este mesmo sujeito, ao tomar consciência do poder de sua existência, apodera-se de seu saber na criação de instituições sociais, formas de controle da natureza e formas de lidar com a recente descoberta de sua própria subjetividade. Emoções, descontroles, paixões poderiam talvez ser domadas pela racionalidade técnica da ciência, mas dificilmente estancadas totalmente. Até porque este sujeito também se mostra, mediante a Psicanálise, como um desconhecedor de si próprio, um ser de carne, osso e sonho que é muito mais determinado pela própria história do que imagina. A autonomia do sujeito racional migra para uma autonomia que tem que ser conquistada a termo no encontro entre individualidade e cultura. Com a subjetividade tomando formas diferentes ao longo do tempo, o sujeito precisa encontrar meios de contornar as intempéries e esculpir a matéria-prima de sua individualidade para conviver socialmente. Neste caminho, o corpo dado ao sistema produtivo é cada vez maior. Nos braços-tentáculos do capital a subjetividade pode se construir sob formas determinadas pelas macroestruturas da economia, da estratificação social, da divisão do trabalho, da produção e do consumo. O corpo do sistema é muito maior do que se imagina e a sua abrangência domina as alternativas de constituição individual e coletiva.

O desafio do homem moderno com todas as suas crises de identidade, de pertença, de desamparo, é fluir a própria autonomia em meio às condições aprisionadoras da sociedade capitalista. Até que se tenha chegado a este ponto, a subjetividade caminhou para o status de exibição externa, alcançou a particularidade – a partir de então eterna – de vitrine, de transparência. No início, a aparência é algo duvidoso, auspício de conspiração, máscara social servida apenas para dissimular o que há por dentro, um figurino adequado

para a exposição ao novo e borbulhante mundo da multidão sem se deixar invadir. O convívio com pessoas diferentes no espaço da sociabilidade pública ganha o lugar de um palco em que os personagens são os homens comuns, trajados e investidos como objetos a ser admirados. Não por acaso, os objetos produzidos e consumidos, aspectos da cultura material, adquirem consistência bruta, mas muito mais lúdica, quase anedótica, pois veiculam imagens fantasmáticas daquilo que é, ao mesmo tempo, de dentro e de fora do sujeito. Destarte, na dureza e na ilusão dos objetos, a cultura capitalista também se revela pela sua capacidade de imprimir características humanas em artefatos produzidos pelos homens, mas deles alienados, até para que possam ser livremente consumidos.

Na associação homem-objeto várias consequências comparecem para os modos de subjetivação: os objetos ganham importância e se erigem sobre o homem; o homem cresce à medida que se constrói de acordo com os objetos; homem e objeto se confundem, até que homem e objeto tenham se fundido sobremaneira. A moda, enquanto sistema complexo de determinações sociais, políticas, culturais e econômicas, que determina práticas e emoções, surge desta fusão. Sem ela, por mais que seus componentes estéticos de culto à beleza, ao adorno e à distinção já existissem em tempos mais antigos, a lógica cíclica de produção de necessidades da moda não vingaria, como destacou-se nas afirmações da moda moderna. Bem mais do que culto à imagem, a moda se vale da reordenação pessoal promovida pelos desígnios da cultura capitalista e das transformações da subjetividade que daí advém. Embebida na cultura da produção da imagem – que passa a ser cada vez mais reveladora do eu – e da fetichização dos objetos, a moda encontra morada fértil para promover seus ditames com clamor tirânico. Ela encontra também aliados determinados: mídia de massa, publicidade e propaganda, jornalismo, reprodução técnica, dispositivos magníficos de atuação global e implacável. Em um tempo em que o esvaziamento do interior é permeado pelo investimento no exterior, os objetos da moda se encaixam perfeitamente na série produtora da aparência, a qual parece ter se tornado o equivalente à personalidade. Aquilo que seria uma organização interna mais ou menos coerente e duradoura do sujeito passa a ser mais fluida, moldável, respondendo a ideais de uma novíssima subjetividade que reivindica para si toda a potência e possibilidade da felicidade.

Longe de ser uma invenção da vida moderna, pois desde o surgimento da Filosofia é causa de trabalho teórico, a felicidade toma no estatuto moderno um lugar soberano de pódio, condição almejada e desejada pela sociedade de consumo. Ser feliz é a meta humana determinada na consubstanciação do sujeito com o objeto, portanto, na forma

como o sujeito, ao apropriar-se de mercadorias, tanto constrói a própria felicidade quanto alimenta o ideário da mesma. O panorama social é o de construções de vidro, transparentes e límpidas nas quais a felicidade e o bem estar são sinais do sucesso. Os indícios do sucesso são os artefatos carregados e desperdiçados, cacarecos e *gadgets* que retiram de vez a associação entre utilidade e futilidade. Atingir um lugar social distinto, reconhecido, dignificado deixa de ser questão moral e espiritual para ser mera questão de coisa.

Nada disto significa que as tão valorizadas coisas, alvo do consumismo, são simplesmente pedaços de plástico. As coisas são revestidas simbolicamente por conteúdos que fazem sentido nas ordens coletiva e individual. Como mostra Baudrillard (1970/2010), o consumo de mercadorias está implicado no consumo simbólico de signos, localizado não no campo das condições materiais e objetivas, mas no campo da fantasia, das conotações. As associações que partem disso dão a noção do tamanho da inteligência consumista em atribuir aos objetos funções materializadoras de conteúdos psicológicos. Comprar, consumir não só alimenta a máquina capitalista, mas alimenta a dinâmica do sujeito de se auto-personalizar e também de legitimar sua constituição com base nesta relação.

O homem sempre necessitou de coisas para se traduzir. Costa (2005) diz que “emoções são feitas de carne, osso e artefatos mundanos” (p. 163) e, portanto, tais artefatos devem ser considerados na compreensão da subjetividade e da cultura. Seguindo este caminho, viu-se que os objetos têm tanta visibilidade porque se coadunam com os ideais propagados pelo *zeitgeist* cultural de seu tempo, no qual os vínculos com o duradouro perderam o sentido. A moda, sim, faz todo o sentido. Interpretada como campo onde qualquer manipulação simbólica pode se dar mediante o consumo de objetos – a realidade, que não pode ser mudada tão facilmente, passa para segundo plano. Diante de uma realidade excruciante e que retira do sujeito suas possibilidades de satisfação, o mundo dos objetos parece um profícuo caminho para transformar, inclusive, a si mesmo. E a satisfação não é mais aquela da vida cotidiana, de uma realização pessoal, descoberta no enfrentamento da vida, mas um ideal megalomaniaco de perfeição, sucesso e destaque. Enquanto na vida comum não há caminho simplificado ou atalho pré-estabelecido, na moda as alternativas são muitas e ainda vêm com possibilidades de cores, tamanhos e materiais. E já se sabe que a moda sem consumo – ou sem as suas determinações capitalistas e dominadas pela *mass media* – perece sobre poucas possibilidades de movimento artístico ou emancipador. Logo, a moda é tributária da lógica consumista.

No mundo-vitrine, o risco de invasão e julgamento está sempre à espreita, o que leva a subjetividade contemporânea a buscar proteção. Engajado na compulsão consumista, o sujeito se depara com a aridez de um psiquismo sugado pelo modelo narcisista da sociedade e por um ambiente cultural pobre que acaba por dar a rasteira final em suas forças defensivas. O recrudescimento de uma base psíquica forte que conferiria estabilidade ao sujeito em meio ao caos não acontece e o mundo dos objetos dá ao sujeito mais um espelho para se entreolhar e, é claro, se (re)encontrar com o que não se completa. O ensimesmamento produzido pela cultura contribui para cortar os vínculos do sujeito com a moralidade social e introduzir nele mesmo a auto-absorção dos objetos que encarna no corpo seu substrato.

A devoção ao corpo, tão presente na cultura moderna e exagerada na contemporânea, dá a este o lugar de massa de modelar, escultura da moda, agente simbólico da personalização de si. O corpo transforma-se no mais adorado objeto de consumo, capaz de ser instrumentalizado para a ascensão do sujeito ao lugar desejado. A cultura sensorial, a personalidade somática (Costa, 2005) são os efeitos de uma subjetividade que alcança seu prazer fugidio e imediato na sensação corporal. O corpo é o que resta. E como resto, cortá-lo, esculpi-lo, dotá-lo de energia e substâncias estimulantes é torná-lo produtivo e, simultaneamente, domesticado, controlado, previsível. No entanto, os sinais do psiquismo sempre comparecem e, na impossibilidade de serem ouvidos, se traduzem em curtos-circuitos pulsionais sintomáticos e patológicos. E é só assim, nesta *via crúcis*, que se tem o corpo da moda. Aliás, corpo este que nas passarelas representa o contraste mais nítido entre uma sociedade que prega a abundância e a compulsão e a sua mínima efetiva possibilidade de recursos simbólicos. A magreza das modelos assinala a vitória das antinomias da moda sobre a subjetividade.

Abrangente, a moda acolhe também seus opostos. Surgidas de protestos contra a dominação corporal, as modificações corporais são hoje incorporadas pela moda e propagadas como formas de intervenção cultural e individual. As tatuagens, tanto quanto as outras práticas de *body decoration*, reforçam em seus princípios como a atuação da moda de cultuar o presente e fenecer o estável é acolhida no corpo próprio. Diferenciar-se no nível do corpo demonstra como as verdadeiras diferenciações entre os sujeitos, que são reais, duras, fatídicas, precisam ser negadas e disfarçadas. Produzir diferenças arbitrárias abarca, no nível fantasmático, vazios intransponíveis que não contam com o auxílio da

elaboração psíquica ou da sublimação cultural. É desta ausência que a moda se apropria e que o sujeito se deixa ser expropriado. Tudo está perdido?

Tanto conhecimento está ao redor destes temas e há tanta subjetividade real na produção dos trabalhos teóricos que basearam este trabalho que não é possível sustentar que a moda seja um caminho totalmente ameaçador. Sua atuação, é indubitável, é generalizada e potente, pois pega carona no capital e em seus desserviços. Todavia, há resistência. O lugar da Psicologia Clínica é, sem dúvida, lugar de resistência. Promover a discussão e a integração dos sujeitos no lugar de escritores e questionadores da própria história e da história da sociedade é, sem dúvida, artefato simbólico muito mais potente do que qualquer objeto. Metaforizar os abismos do social e do sujeito promete formas melhores de promover autonomia do que a promessa insatisfeita do consumo que, mesmo que encontre um correlato físico de gozo, transforma-se em vulto diante do saber de experiência. Por isso, cabe sempre à ciência psicológica, como qualquer outra ciência humana, a reflexão crítica sobre os rumos que toma junto aos sujeitos reais, aqueles com os quais a teoria se depara quando é extrapolada, quando é “aplicada” ou quando é experienciada no cotidiano. Persistir no lugar psicanalítico do desvendamento do oculto, do suporte à interrogação, da negativa em fornecer soluções abjetas é conferir à moda o lugar de iniciativa estética defendido por Lipovetsky (2009), portanto, como uma forma de trânsito cultural, mas menos de portadora de ideais. Resistir aos modismos reivindicativos que se espraiam para a ciência, para a academia e para a clínica, promovendo reflexão, é forma de construir espaços mais autônomos de formação da subjetividade e de contextos de trabalho. Resgatar o tempo, tão caro à clínica, como momento histórico e produtivo é jeito de conferir à moda a limitação de sua superficialidade de tratar ao tempo da perspectiva da morte. É certo que muitos destes caminhos encontram na experiência da educação fruição disponível, mas estes, com certeza, não devem estar na moda, o que não significa que não estão ao alcance dos sujeitos.

Referências Bibliográficas

- Adorno, T. W. (1970) *Teoria Estética*. Lisboa: Edições 70.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2002) O Iluminismo como Mistificador das Massas. Em *Indústria Cultural e Sociedade* (pp. 5-44). São Paulo: Editora Paz e Terra. Trabalho original publicado em 1947.
- Arendt, H. (2007) *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. Trabalho original publicado em 1958.
- Barthes, R. (1967) *Sistema da Moda*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, J. (2000) Modelos y estéticas. Em Croci, P. & Vitale, A. (orgs) *Los cuerpos dóciles – hacia un tratado sobre la moda* (pp. 21-24). Buenos Aires: La Marca.
- Baudrillard, J. (2010) *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70. Trabalho original publicado em 1970.
- Bauman, Z. (1998) *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2008a) *A Sociedade Individualizada – Vidas Contadas e Histórias Vividas*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2008b) *Vida para Consumo – A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Benjamin, W. (1983a) A Obra de Arte na época de suas técnicas de reprodução. Em Adorno, T. W., Benjamin, W., Habermas, J., Horkheimer, M. *Textos escolhidos – Coleção Os Pensadores* (pp. 04-28). São Paulo: Abril Cultural. Trabalho original publicado em 1936.
- Benjamin, W. (1983b) Sobre alguns temas em Baudelaire. Em Adorno, T. W., Benjamin, W., Habermas, J., Horkheimer, M. *Textos escolhidos – Coleção Os Pensadores* (pp. 29-56). São Paulo: Abril Cultural. Trabalho original publicado em 1962.
- Benjamin, W. (1983c) O Narrador. Em Adorno, T. W., Benjamin, W., Habermas, J., Horkheimer, M. *Textos escolhidos – Coleção Os Pensadores* (pp. 57-74). São Paulo: Abril Cultural. Trabalho original publicado em 1969.
- Benjamin, W. (2000) Parodia de um cadaver colorido. Em Croci, P. & Vitale, A. (orgs) *Los cuerpos dóciles – hacia un tratado sobre la moda* (pp. 24-47). Buenos Aires: La Marca. Trabalho original publicado em 1982.

- Berman, M. (1988) *Tudo que é sólido desmancha no ar – A aventura da Modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Berman, M. (2001) *Aventuras no Marxismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Birman, J. (2006) *Arquivos do Mal-estar e da Resistência*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Birman, J. (2012) *O sujeito na contemporaneidade: espaço, dor e desalento na atualidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Bondía, J. L. (2002) Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, Jan/Fev/Mar/Abr, pp. 20-28.
- Braudel, F. (1996) *Civilização Material, Economia e Capitalismo – Séculos XV-XVIII*. 3 vol. São Paulo: Martins Fontes.
- Calanca, D. (2008) *História Social da Moda*. São Paulo: Editora Senac.
- Castro, A. L. (2009) O Mercado da Beleza e da Boa Forma: A Materialidade do Culto ao Corpo. Em *Culto ao Corpo e Sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo*. São Paulo: Annablume; Fapesp.
- Ceccarelli, P. R. (2007) Freud traído. *Reverso*, setembro, n. 54, pp. 43-54.
- Chauí, M. (2006) *Simulacro e poder: Uma análise da mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Costa, J. F. (1988) Narcisismo em Tempos Sombrios. Em Birman, J. (coord.) *Percursos na História da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Taurus.
- Costa, J. F. (2005) *O Vestígio e a Aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Crochik, J. L. (2010) A Constituição do Sujeito na Contemporaneidade. *Inter-Ação*, Goiânia, jul/dez, v. 35, n. 2, pp. 387-403.
- Croci, P. e Vitale, A. (2000) *Los cuerpos dóciles – Hacia un tratado sobre la moda* (pp. 5-9). Buenos Aires: La Marca.
- Elias, N. (1998) *A Sociedade dos Indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. Trabalho original publicado em 1987.
- Enriquez, E. (2006) O Homem do Século XXI: Sujeito Autônomo ou Indivíduo Descartável. Em *RAE Eletrônica*, v. 5, n. 1, Art. 10, Jan/Jun 2006.

- Ferrari, S. C. M. (2007) Mercadoria e Moda: O Fetiche e seu Ritual de Adoração. Em Seligmann-Silva, M. (org) *Leituras de Walter Benjamin* (pp. 173-184). São Paulo: Annablume.
- Ferreira, A. B. H. (2005) *Miniaurélio: o dicionário da língua portuguesa*. 6 ed. Curitiba: Positivo.
- Figueiredo, L. C. (1991) *Matrizes do Pensamento Psicológico*. Petrópolis: Vozes.
- Figueiredo, L. C. (2002) *A Invenção do Psicológico – quatro séculos de subjetivação*. São Paulo: Escuta.
- Figueiredo, L. C. & Santi, P. L. (2006) *Psicologia: Uma (Nova) Introdução*. São Paulo: EDUC.
- Flügel, J. C. (2000) Las fuerzas de la moda. Em Croci, P. & Vitale, A. (orgs) *Los cuerpos dóciles – hacia un tratado sobre la moda* (pp. 51-55). Buenos Aires: La Marca. Trabalho original publicado em 1964.
- Freud, S. (2006) Três Ensaio sobre a Teoria da Sexualidade. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. VII, pp. 117-218). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1905.
- Freud, S. (2006) Moral Sexual Civilizada e Doença Nervosa Moderna. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. IX, pp. 165-185). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1908.
- Freud, S. (2004) Alguns comentários sobre o conceito de Inconsciente na Psicanálise. Em *Escritos sobre a Psicologia do Inconsciente*. (Vol I, pp. 79-94). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1912.
- Freud, S. (2006) O Interesse Científico da Psicanálise. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XII, pp. 165-192). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1913.
- Freud, S. (2004) À Guisa de Introdução ao Narcisismo. Em *Escritos sobre a Psicologia do Inconsciente*. (Vol I, pp. 94-132). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1914.
- Freud, S. (2006) O Inconsciente. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XIV, pp. 165-217). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1915.
- Freud, S. (2006) Sobre a Transitoriedade. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XIV, pp. 313-319). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1916.

- Freud, S. (2006) Conferências Introdutórias sobre Psicanálise: Conferência XXVI – A teoria da Libido e o Narcisismo. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XVI, pp. 413-432). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1916[1917].
- Freud, S. (2006) Psicologia de Grupo e Análise do Ego. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XVIII, pp. 78-154). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1921.
- Freud, S. (2006) O ego e o Id. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XIX, pp. 25-80). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1923.
- Freud, S. (2006) O Futuro de uma Ilusão. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XXI, pp. 12-63). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1928.
- Freud, S. (2006) O Mal-estar na Civilização. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XXI, pp. 65-148). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1930[1929].
- Freud, S. (2006) Conferências Introdutórias sobre Psicanálise: Conferência XXXI – A Dissecção da Personalidade Psíquica. Em *Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. XXII, pp. 63-84). Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1933.
- Goldenberg, M. (2006) O Corpo como Capital: para compreender a cultura brasileira. Em *Arquivos em Movimento*, Jul/Dez, Vol. 2, N. 2. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Goldenberg, M. (2007) (org) *Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record.
- Grupo Marcuse (2012) *Sobre a miséria humana no meio publicitário – por que o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida*. São Paulo: Martins Fontes.
- Hobsbawn, E. (1979) *As Origens da Revolução Industrial*. São Paulo: Global Editora.
- Júnior, G. (2012, maio) Fora de série. *Revista ELLE Brasil*, 288, p. 312.
- Kehl, M. R. (2002) *Sobre ética e Psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Laplanche, J. & Pontalis, J. B. (2001) *Vocabulário da Psicanálise*. São Paulo: Martins Fontes.
- Lasch, C. (1986) *O Mínimo Eu – Sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. São Paulo: Brasiliense.

- Latour, B. (1994) *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro: Ed. 34
- Le Breton, D. (2009) *Adeus ao Corpo: Antropologia e Sociedade*. Campinas – SP: Papirus.
- Lipovetsky, G. (2009) *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Marcondes, D. (2007) *Iniciação à História da Filosofia: dos pré-socráticos a Wittgenstein*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Martinez, F. J. (2003) *O espelho de Narciso: corpos e textos do consumo*. Dissertação de mestrado. UNICAMP. São Paulo – Campinas.
- Marx, K. (1856) *Discurso no Aniversário de “The People’s Paper”*. Acesso em março de 2013, recuperado de “Marxists”: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1856/04/14.htm>.
- Marx, K. (1982) *O Capital*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. Trabalho original publicado em 1867.
- Marx, K. (2003) *Contribuição à Crítica da Economia Política*. São Paulo: Martins Fontes. Trabalho original publicado em 1859.
- Mezan, R. (2006) *Freud, pensador da cultura*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Navarri, P. (2010) *Moda & Inconsciente: olhar de uma psicanalista*. São Paulo: Editora Senac.
- Nicola, U. (2005) *Antologia Ilustrada de Filosofia: Das origens à Idade Moderna*. São Paulo: Globo.
- Pires, B. H. F. (2003) *O corpo como suporte da arte: Piercing, Implante, Escarificação, Tatuagem*. São Paulo: Editora Senac.
- Poe, E. A. (s.d.) *O Homem da Multidão*. Dorothée de Bruchard Trad. São Paulo: Paraula.
- Ramos, C. M. A. (2009) Tatuagem e Globalização: Uma Incorporação Dialógica em Tempos de Globalização. Em Bueno, M. L. e Castro, A. L. (orgs) *Corpo território da cultura*. 2 ed. São Paulo: Annablume.
- Resende, A. C. (2008) Subjetividade: A Contribuição da Psicanálise ao Debate. Em Resende, A. C. & Miranda, M. G. (orgs) *Escritos de Psicologia, Educação e Cultura* (pp. 181-199). Goiânia: Editora da UCG.
- Resende, A. C. (2009) *Para a Crítica da Subjetividade Reificada*. Goiânia: Editora da UFG.
- Rolnik, S. (2002) Prefácio. Em Figueiredo, L. C. *A Invenção do Psicológico – quatro séculos de subjetivação*. São Paulo: Escuta.
- Rouanet, S. P. (1998) *Teoria Crítica e Psicanálise*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Roudinesco, E. (2000) *Por que a Psicanálise?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

- Roudinesco, E. & Plon, M. (1998) *Dicionário de Psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Sennett, R. (1998) *O Declínio do Homem Público – As Tirantias da Intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Silva, F. L. (2006) *Descartes: a Metafísica da Modernidade*. São Paulo: Moderna.
- Simmel, G. (2006) *Questões Fundamentais da Sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Trabalho original publicado em 1999.
- Simmel, G. (2008) *Filosofia da Moda e outros escritos*. Lisboa: Texto&Grafia. Trabalho original publicado em 1905.
- Souza, G. M. (2009) *O Espírito das Roupas: A Moda no Século Dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Tomaník, E. A. (2009) O Sujeito Humano e o Conhecimento. Em Tomaník, E. A.; Caniato, A. M.; Facci, M. G. *A Construção do Sujeito e a Historicidade* (pp. 33-61). Campinas: Alínea.
- Veblen, T. (1983) *A Teoria da Classe Ociosa – Um Estudo Econômico das Instituições*. São Paulo: Abril Cultural. Trabalho original publicado em 1899.
- Veillon, D. (2004) *Moda & Guerra: Um retrato da França ocupada*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.