

MODA COMO MÁSCARA: AS PERSONAS DO COTIDIANO

Fashion as a Mask: The Persons of Everyday Life

Silva, Isabela Fada de Oliveira; Bacharel; Universidade do Estado de Minas Gerais, isabelafadda@gmail.com¹

Resumo: O presente trabalho reflete a criação imagética do sujeito e sua identidade como um fenômeno que age e fundamenta os novos modelos de vida. A moda com sua capacidade de transformação colabora para que ocorra diferentes mudanças na vida cotidiana e tire da invisibilidade modos não convencionais de pensar e agir a partir de novos modos de ser, a partir de novas “personas do cotidiano”.

Palavras chave: Moda; Máscara; Persona.

Abstract: The present work reflects the imagery creation of the subject and its identity as a phenomenon that acts and bases the new models of life. Fashion, with its ability to transform, collaborates to bring about different changes in everyday life and remove unconventional ways of thinking and acting from invisibility based on new ways of being, based on new “everyday personas”.

Keywords: Fashion; Mask; Persona.

Introdução

A máscara é comparada à moda por autores e estilistas a partir da sua relação com a criação de “personas” cotidianas, entendendo o vestir como um ato de “performance de si”. Essa criação de personagens se deve a dualidade da moda, que assim como a máscara, tem o poder de esconder e mostrar. Segundo Simmel (2008), ao mesmo tempo que se esconde parte de uma “personalidade/identidade” mais íntima e interior, cria-se outras de acordo com os seus desejos de “aparições sociais” ligadas ao externo.

Portanto, em busca de entender melhor o papel da moda na formação do indivíduo, foram feitas análises e leituras de autores que entendem a moda como uma forma ativa de se criar esteticamente. Essa análise é importante não só para entender a moda como um dispositivo criativo e comunicador, mas também como uma forma de se criar e consequentemente criar novos modos de

¹ Bacharel em Design de Produto na Universidade do Estado de Minas Gerais. Pesquisa relações entre moda, arte e design.



vida. Entender que a moda pode tirar da invisibilidade novas formas de pensar e viver o cotidiano através da manipulação da autoimagem.

Modelagem do si

Gilberto Freyre, no livro “Modos de Homem & Modas de Mulher” (1997), enfatiza as similaridades das palavras “modo” e “moda”. O modo é entendido como um articulador de normas estetizantes para as práticas cotidianas voltadas à expressão de diversas linguagens. É um método, estilo de fazer, atitude. Já a moda ele defende que diz a respeito de uma formação de identidade que abrange: a forma da aparência, a modelagem dos gestos e um método de autoconstrução. O uso corrente da palavra sugere, portanto, uma transformação das ações que asseguram a “unificação do corpo e espírito” (ADVERSE, 2016).

Stephen Greenblatt, em *Renaissance Self-Fashioning. From more to Shakespeare* (2005), observa que há no século XVI uma crescente autoconscientização da modelagem da identidade humana (design de si) como um processo artístico. Fashion então, designaria a prática da modelagem do Self por meio de artifícios estéticos. O autor investiga personagens em textos literários do Renascimento buscando entender como suas construções imagéticas se unem à produção de um discurso que afirma o “Si”. Em seu texto ele mostra que a atividade do automodelar-se redesenha o campo de possibilidades de auto constituição subjetiva. Ou seja, trata-se aqui da performatividade da aparência e sua relação com o discurso.

Talvez a observação mais simples que possamos fazer é a de que no século XVI parece haver um incremento da consciência da modelagem (fashioning) da identidade humana como um processo manipulável, artístico. Tal autoconsciência já tinha se espalhado pela elite do mundo clássico, mas o cristianismo havia trazido uma crescente suspeita sobre o poder do homem moldar a identidade: “Tire as mãos de si mesmo”, declarou Agostinho. “Tente construir a si mesmo e construirá uma ruína.” (Greenblatt, 2005, p. 2)

Sendo assim, podemos observar como as mudanças de costumes traçaram um novo sentido para os signos com os quais o sujeito, em seu modo de ser, construía o seu processo de comunicação, a sua expressão corporal e a sua maneira de se relacionar com o mundo externo.

Como um termo para a ação ou para o processo de fazer, para os traços ou aparências particulares, para um estilo distinto ou um padrão a palavra esteve muito tempo em uso, mas é no século XVI que modelar passa a ser bastante usada para designar a formação de um Si. Esta formação pode muito literalmente ser entendida como a imposição da forma física sobre alguém - Não fomos modelados no útero? - pergunta Jó na bíblia do Rei Jaime,

enquanto, seguindo as frequentes injunções de “modelar” as crianças, as parteiras tentavam moldar os crânios dos recém-nascidos de acordo com a forma apropriada. Mas mais significativo para nossos propósitos, a modelagem pode sugerir o acabamento de uma forma menos tangível: uma personalidade distinta, uma relação característica com o mundo, um modo consistente de perceber e de se comportar. Como era de se esperar o modelo recorrente desse último tipo de modelagem (fashioning) era o Cristo. Aqueles a quem Deus, em sua providência, chamou “ele os modelou na forma de seu filho” (8:29). E assim o verdadeiro cristão, escreve Tyndale na Obedience, “sente-se ... alterado e modelado como Cristo. (Greenblatt, 2005, p. 2)

Seguindo tal pensamento, há um modelo “ideal” de design de si a ser almejado, compreendendo a modelagem como um modo de constituir semelhanças. Portanto, tal reflexão nos mostra que a construção de si não deve ser compreendida como ação pura ou originária pois esta obedece uma estrutura vigente anterior. A moda é uma forma de experiência secular da individualidade no campo da construção social, ou seja, ela estimula a produção de individualidades a partir da reprodução dos modelos arquetípicos constituídos socialmente. A moda então, anuncia uma formação contínua do ser em relação a tudo que lhe é exterior. Passa a ser compreendida também como uma experiência do trânsito, da passagem e da formação. E com esse “deslocamento” ela dissolve fronteiras entre a origem e o original, entre a essência e a aparência, entre a criação e a cópia. Esse jogo de semelhanças desencadeado pela modelagem do si se manifesta com a identidade e cópia de forma indistinta e “emaranhada”.

Se a moda é um sistema moderno responsável pela formação do si é porque contribui com aparatos e juízo estéticos que inventam a identidade mundana. A moda passa a ser responsável pela criação imagética do sujeito e sua identidade passa a ser regulada pela sua presença e aparição num espaço social.

Romper com o uso comum do termo “moda” e explorar sua riqueza semântica, artística e existencial colabora para entender que, assim como a arte, a moda pode ser pensada como um dispositivo criativo e comunicador. Mas, nesse caso, ela vai além e também é apresentada como um fenômeno que age e fundamenta os novos modelos de vida. Sua capacidade de transformação pode ser fundamental para que ocorra diferentes mudanças na vida cotidiana, para tirar da invisibilidade modos não convencionais de pensar e agir e, com isso, criar novos modos de ser. Criar novas “personas do cotidiano”.

Moda como máscara

A partir de um trabalho de máscaras de papel que refletem sobre a criação de novas personas do cotidiano através da construção de uma imagem própria, o cartunista Saul Steinberg questiona: “Quem eu vou interpretar hoje?”, “Que cara prefiro mostrar ao mundo?”, “Debaixo de qual máscara quero me esconder?”

Figura 1: Máscaras de Saul Steinberg, 1962.



Fonte: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-artista-mascarado/>, 2007

O conceito de máscara pode colaborar simbolicamente para compreensão do papel da moda como performance cotidiana. Um exemplo é o sociólogo Georg Simmel (2008) que, para entender melhor o fenômeno da moda, comenta sobre o uso desta como máscara e pontua que as

peças utilizam das “normas sociais” ditadas pela moda como forma de proteção de um ser “interior”. Portanto é uma forma que o indivíduo tem de performance social para refugiar-se e não ter a sua personalidade à mostra.

Este significado da moda é o que a leva a ser adotada por homens refinados e originais: utilizam-na como máscara. A obediência cega às normas do geral em tudo o que é exterior é para eles o meio consciente e deliberado de reservar a sua sensibilidade e os seus gostos pessoais; querem a tal ponto guardar estes para si que se opõem a uma exibição que os tornaria acessíveis a todos. Por isso, um delicado pejo e pudor em não atraí-los pela estranheza do comportamento externo a peculiaridade do seu ser mais íntimo levam muitas naturezas a refugiar-se no nivelamento ocultador da moda. Obtém-se assim um triunfo sobre as circunstâncias da vida que, pelo menos quanto à forma, é um dos mais elevados e subtis, a saber: o inimigo transforma-se em auxiliar; o que justamente parecia violentar a personalidade é livremente cativado, porque a violência niveladora se pode aqui deslocar para as camadas mais exteriores da vida, servindo assim de véu e de protecção a toda a intimidade e, por isso, tanto mais libertadora. O conflito entre o social e o individual atenuase aqui, porque os estratos se separam para ambos. Isto corresponde exactamente à trivialidade da exteriorização e da conversação por trás da qual seres humanos muito sensíveis e cheios de pudor, sobretudo mulheres, ocultam muitas vezes a sua alma individual. (Simmel, 2008, p. 43)

Mesmo através de regras de comportamento social, a moda pode auxiliar a performatividade, fazendo com que haja maior liberdade de transitar entre grupos sociais e também em poder mostrar ou esconder certa personalidade, o seu “eu interior”, em determinada circunstância. Sendo assim, vale também ressaltar a dualidade da máscara pois, assim como a moda, ao mesmo tempo que ela esconde parte de uma “personalidade/identidade” mais íntima e interior ela cria outras de acordo com os seus desejos de “aparições sociais” mais ligadas ao “externo”. Renata Pitombo (2008) no seu artigo “A máscara da moda e as cenas contemporâneas” usa os pensamentos de Simmel como referência e assimila a máscara à relação entre o corpo e a indumentária. Ela interpreta a analogia do autor também como componente de falsificação e aparência enganosa que elas (máscara e moda) podem sugerir.

Palavra oriunda do árabe maskhara que significa farsante, a máscara pode ser interpretada como a) falso rosto de papel pintado, de tecido, etc. com que se encobre a face para disfarçar ou fantasiar; b) objeto de tecido, madeira ou papel que reproduz um rosto ou parte dele e é usado por atores e dançarinos em certas formas de representação; c) forma estilizada do rosto ou do corpo humano ou animal com função ritual; d) objeto utilizado para cobrir e proteger o rosto (máscara de gaze); ou ainda, e) creme, pasta ou gelo utilizados em aplicação para os cuidados estéticos com a face; e f) aparência enganosa, entre outras significações possíveis... (PITOMBO, 2008, p.1)



A autora salienta que desde os tempos mais remotos a máscara é um objeto muitas vezes presente em manifestações mágicas e religiosas associadas a um elemento de passagem entre dois mundos, um elo entre o passado e o presente, entre o visível e o invisível. Ela apresenta o autor Massimo Canevacci (1990) que vê a máscara como um segredo para além de quem as põe. Ele relata que:

A máscara é uma cortina de teatro que se abre sobre a caveira. Daí a sua natureza dupla e ambivalente que torna fascinante aquela visão barroca que mostra uma rosa florescendo e contemporaneamente murchando, o sol que, na mesma paisagem, ao mesmo tempo, surge e se põe”. Em cada máscara há essa contemporaneidade que, conjuntamente, mostra e esconde, mostra escondendo e esconde mostrando, que cala e fala, rígida e móvel, há essa síntese de natureza sincrética, espera enfeitada de uma ressurreição metafísica num caso e continuidade maravilhosa de uma presença animística no outro. (CANEVACCI, 1990, p. 65 apud PITOMBO, 2008, p.1)

No teatro esse entendimento semiótico da máscara permanece através da experiência interativa com o ator que a ‘encarna’ em cena. Isso acontece através do diálogo incessante entre a máscara e o próprio corpo do ator, bem como entre a máscara e o corpo do público que reage à cena. Ao disfarçar, transformar o corpo do ator, ela, paradoxalmente, o expõe e o amplia, na medida em que incorpora sua identidade, sua característica individual, seu nome. Justamente por isso, o uso de uma mesma máscara por vários atores, jamais revelará o mesmo personagem, tanto no âmbito cênico quanto na realidade cotidiana.

A apropriação do termo por Simmel pode estar relacionada ao elemento significativo do disfarce, da aparência enganosa, recuperando, desse modo, a raiz da palavra oriunda do árabe que significa farsante, como também o autor pode ter intuído essa característica mimese-vertigem, batizada por Canevacci. Por ora vejamos. Simmel associa o uso da roupa a um mecanismo de proteção, capaz de esconder, proteger a verdadeira essência por detrás da aparência. Para o autor, em várias situações, pessoas muito sensíveis se utilizam da indumentária para se investir de um personagem, tentando preservar, assim, o segredo de uma alma individual ou fingindo mesmo ser o que não é. Sobre este aspecto específico, gostaríamos de assinalar a nossa partilha às palavras de Simmel, no que se refere ao ato de incorporação de um personagem, acrescentando, no entanto, a crença e a expectativa de que a analogia entre a roupa e a máscara não se reserva apenas a um certo tipo específico de pessoa, mas sim, que todos nós estamos suscetíveis e receptivos à atuação de novos e outros personagens, na medida em que talvez precisemos buscar a nós mesmos em outros ‘seres’ virtuais, latentes. (PITOMBO, 2008, p.4)

Considerações Finais

Se a moda pode, através de pré-julgamento de imagem, indicar posicionamento social, profissional, cultural, faixa etária, entre outros, as imagens dos corpos esculpidos pelo vestuário nos permitem esboçar interpretações dessa experiência social e individual sobre o que é “ser”, “estar

em” e “pertencer a”. E por esse motivo, a vestimenta entendida enquanto máscara se oferece como um elemento privilegiado para a articulação das estratégias de mobilidade entre grupos, até mesmo porque exige gastos relativamente acessíveis, em comparação com outros elementos sinalizadores de status e distinção.

O efeito comunicante do estilo é o de atrair a atenção e a interrogação; expor-se como símbolo, como enigma a ser decifrado. Barthes em seu livro *Mitologias* (1957) argumenta que as mercadorias são signos culturais, e enquanto tais, realocadas num novo contexto, aparecem de modo diferenciado, e determinados detalhes, antes imperceptíveis, são enfatizados. Dessa forma, através da forma de se vestir e se comportar, esses grupos conseguem ir além da moda enquanto tal e com uma espécie de “anti-moda” impõem seus valores, crenças, comportamentos, etc. E isso é feito através do uso diferenciado, estranho, inusitado, um estilo próprio, singular. São assim criados novos personagens que se adaptam aos cenários das cenas contemporâneas. Conclui-se que através desses novos personagens são criadas formas de se mostrar existentes, de dar visibilidade a discursos e “formas de ser”.

Referências

ADVERSE, Angélica. **Devemos ser uma obra de arte ou vestir uma: o dandismo como medium-de-reflexão na arte**, 2016. Tese (Doutorado em Arte e Tecnologia da Imagem) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

BARTHES, Roland. **Mytologies**. Paris: Édition du Seuil, 1957. apud PITOMBO, Renata. A máscara da moda e as cenas contemporâneas. In: IV COLÓQUIO DE MODA , 2008, Novo Hamburgo. Anais do IV Colóquio de Moda. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. CD-ROM.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; São Paulo:ed. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual**. Trad. Júlia Polinésio e Vilma B. de Souza. SP: Editora Brasiliense, 1990. apud PITOMBO, Renata. A máscara da moda e as cenas contemporâneas. In: IV COLÓQUIO DE MODA , 2008, Novo Hamburgo. Anais do IV Colóquio de Moda. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. CD-ROM.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: SENAC, 2008.

FREYRE, Gilberto. **Modos de Homem & Modas de Mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GREENBLATT, Stephen. **Renaissance Self-Fashioning. From More to Shakespeare.** Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

PITOMBO, Renata. **A máscara da moda e as cenas contemporâneas.** In: IV COLÓQUIO DE MODA , 2008, Novo Hamburgo. Anais do IV Colóquio de Moda. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. CD-ROM.

SEELING, Charlotte. Moda: **O século dos Estilistas.** Lisboa: Könemann, 2000 apud ADVERSE, Angélica. Devemos ser uma obra de arte ou vestir uma: o dandismo como medium-de-reflexão na arte, 2016. Tese (Doutorado em Arte e Tecnologia da Imagem) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <https://www.capes.gov.br/images/stories/download/pct/2017/TesesPremiadas/Artes-Angelica-Oliveira-Adverse.PDF>. Acesso em: 13 jun. 2020.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos.** Prefácio e notas de Artur Morão. 1. ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, Lda, 2008

