



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa

Catarina

Brasil

Zambon Tronca, Flávia

O ESTILO ENQUANTO LÓGICA DE IDENTIFICAÇÃO: ELO ENTRE AS
CARACTERÍSTICAS EXPRESSIVAS COMPLEXAS QUE SE COADUNAM NO
TRÂNSITO DO PROCESSO HISTÓRICO E A MANIFESTAÇÃO EXPRESSIVA
PARTICULAR E SINGULAR DE UM INDIVÍDUO

ModaPalavra e-periódico, núm. 2, agosto-diciembre, 2008, pp. 60-68

Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051713008>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc



Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

O ESTILO ENQUANTO LÓGICA DE IDENTIFICAÇÃO: ELO ENTRE AS CARACTERÍSTICAS EXPRESSIVAS COMPLEXAS QUE SE COADUNAM NO TRÂNSITO DO PROCESSO HISTÓRICO E A MANIFESTAÇÃO EXPRESSIVA PARTICULAR E SINGULAR DE UM INDIVÍDUO

Style as Identification logic: the link between the complex expressive characteristics that coexist in the historical process and the individual's singular private expressive demonstration.

Flávia Zambon Tronca¹

Resumo

O estilo é expressão da individualidade, personalíssimo, e tem a sua própria linguagem e ritmo, porém, é invisível ao primeiro olhar. É síntese da experiência de um sujeito tornando-se identidade pessoal. Porém, apesar de ser único, pessoal e intransferível o estilo estabelece inúmeras combinações com as expressões cristalizadas de muitos outros. Ao mesmo tempo que é marca de si, é, também, espírito do tempo em toda a sua complexidade.

Palavras-chave: Estilo, Ritmo e Complexidade

Abstract

Style is the very personal expression of individuality, and has its own language and pace, though, is invisible at first sight. It's the synthesis of an individual's experience, becoming personal identity. However, although being unique and personal, style establishes numerous combinations with many others' expressions. Style is at the same time a brand itself and also the spirit of time in all its complexity.

Keywords: *Style, Pace and Complexity.*

A evolução e as dimensões do significado

A palavra *estilo* provém da palavra latina *stilus*, que indica haste de ferro, osso ou madeira empregada na Antiguidade e na Idade Média para marcar caracteres sobre uma superfície. Com o passar do tempo, o termo passou a significar o modo pessoal com o qual cada um manifesta seus pensamentos e sentimentos, apontando diversos traços de

¹ Mestre em Educação Estética pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS

Modapalavra e-periódico

identificação particulares que têm a qualidade de assinatura ou algo que resulta em unicidade. A evolução do termo *estilo* como o entendemos em inglês e em francês, *style*, e, ainda, em alemão, *stil*, teve origem no Século XVIII, trazendo a idéia de ser a cristalização da forma expressiva própria de determinado sujeito.

A partir de 1960, a indústria da moda passou a dedicar-se a uma nova clientela, apresentando a nova geração de costureiros: os estilistas. Na época, o termo “estilista” foi criado para identificar os novos criadores de moda que começaram a se instalar em uma região de Paris chamada *Saint-Germain-des-Prés*, onde também viviam os estudantes, os intelectuais e os boêmios, transformando o local em um novo centro de moda. Catellani destaca que este é o profissional que “(...) faz algo com maneira peculiar de expressão, em qualquer arte. Na moda, chama-se de estilista o profissional que procura, estuda e adapta soluções criativas para as peças de vestuário e acessórios com um estilo próprio ou com o estilo da empresa para a qual trabalha” (Catellani, 2003, p. 325).

O filósofo Michel Onfray (1993) afirma que o estilo é a expressão de uma individualidade apresentada através de um gesto intransferível. Já Simmel (1989 e 1998) faz analogia entre estilo e linguagem dizendo que cada estilo é em si uma língua, que tem seus sons e sua sintaxe própria. Na medida em que é incorporado pelo indivíduo, apesar de ter suas próprias normas de funcionamento, passa a ter vida autônoma, isto é, está além do próprio sujeito, não mostrando a sua face de forma direta. O estilo apresenta, como acontece na arte, algo que está nas entrelinhas, por detrás, que é invisível ao primeiro olhar.

A noção de estilo é detalhada através das reflexões da teoria estética, entre elas a do filósofo Luigi Pareyson (1993), que o aproxima de um modo próprio de formar, personalíssimo, desenvolvido por alguém ao executar uma obra. Segundo o autor, o estilo é a síntese da espiritualidade, humanidade e experiência de um sujeito que criou ele próprio um modo particular, que só pode ser seu. Porém, apesar de ser único, o estilo estabelece, ao mesmo tempo, que é marca de identidade pessoal, ligação com as expressões cristalizadas de diversos outros autores, independente de épocas.

Ao comentar as elaborações de Simmel, Cidreira propõe a análise da relação complementar tempo/espaço para entender o significado e a abrangência do termo estilo. Referenciando a *dimensão espacial*, diz que:

Modapalavra e-periódico

“(...) a) o estilo de algo advém da relação de distância que se estabelece entre mim e as coisas, ‘a arte nos aproxima das coisas nos distanciando delas’; b) para exteriorizar algo se precisa criar um modo de ‘plasmar’ esse algo, para torná-lo, assim, apresentável (...); precisa-se mais da estilização hoje (época moderna) do que no tempo das mitologias, uma vez que a distância entre os homens e as coisas se tornou cada vez maior, logo, é preciso modelar para aproximar” (Cidreira, 2006, p.120).

Essas idéias trazem à tona o conceito de modelagem ou a necessidade de tornar materializada a forma de um corpo latente, emprestando-lhe espírito vital.

Na *dimensão temporal*, Cidreira traz, novamente, as idéias de Simmel, agora dando destaque ao ritmo para que façamos a compreensão de estilo. “Estilo é modo, modo é modulação e ritmo é a cadência temporal de uma modulação” (Cidreira, 2006, p.120). Segue afirmado que:

“(...) o ritmo satisfaz ao mesmo tempo as necessidades fundamentais de diversidade e de regularidade, de mudança e de estabilidade (...) as séries da vida, individuais e sociais, objetivas e históricas encontram seu esquema abstrato, ou seja, uma forma estrutural que se repete.” (Cidreira, 2006, p.121).

Se prestarmos atenção, o vestuário possui ritmo “(...) de cadenciar sua apresentação e atribuir-lhe, propriamente, sentido. O ritmo é o que dá primazia à ‘segunda pele’ em relação ao corpo e sobre o qual se funda e se organiza a estética do traje” (Sant’Anna, 2007, p.79). Lipovetsky (2004) lembra que a moda não é senão um complexo ininterrupto de variações, marcado a intervalos mais ou menos regulares, por inovações de maior ou menor alcance, que podemos chamar de estilo. Estes consideráveis pesquisadores trazem a idéia da capacidade do homem de harmonizar a natureza através da compreensão das partes e do todo que a compõe, organizando-as harmonicamente em um determinado momento. A organização proporcional torna o ritmo mais visível, mais comprehensível.

A complexidade e o processo de constituição do estilo

Para entendermos um fenômeno hoje, não é mais suficiente superespecializar as informações. Estamos deixando no passado a idéia de universo linear, eterno e separado em pequenas partes. Dogmas inquestionáveis da ciência clássica estão sendo derrubados em diversas áreas do conhecimento, inclusive na moda e no *design*. Aventuramo-nos, agora, pelo universo que dialoga com a ordem e com a linearidade, mas também com a descoberta

Modapalavra e-periódico

inusitada, com a desordem e com a incerteza. Talvez um conhecimento “surrealista” que não depende apenas do racionalismo clássico. O pensamento sistêmico pode proporcionar bons resultados no sentido mecânico-produtivista do termo, mas certamente deixa a desejar quando lida com a complexidade dos sistemas naturais, em especial os humanos e, consequentemente, a moda e o *design*.

A unidade estética contemporânea é claramente exposta nas obras de John Galliano, em suas complexas e diversificadas proposições de cenários. Desde que Galliano se ocupou da marca Dior, chamou a atenção de todos:

“Sob o brilho de pormenores espetaculares, com decotes em cascata, trabalhos de entrançados e esbanjamentos de folhos, escondem-se vestidos práticos e de muito bom corte. As coleções de Dior são apresentadas ora num castelo, ora num comboio a entrar numa estação, ora num jardim ao ar livre (...). (Seeling, 2000, p. 476).

No Brasil, Dener Pamplona de Abreu (1936-1978), mergulhado no otimismo dos anos 1960, propôs a invenção da “moda nacional”. Com apurada habilidade com os tecidos e modelagens criou a imagem da primeira-dama Maria Teresa Goulart. O barroco brasileiro e as linhas da arquitetura de Oscar Niemeyer se harmonizavam no traço da alta-costura de Dener, que “(...) aliava, de modo incomum, sofisticação, assimilação criteriosa de influências externas e o esforço utópico pela construção de uma ‘moda nacional’ (Dória, 1998, p.131). A unidade estética estava presente em sua obra sendo reconhecida a partir da construção de um estilo próprio:

“(...) Pode acontecer que um tal estilo próprio a um mestre particular seja resgatado por outros e torne-se a propriedade comum de numerosas personalidades artísticas; é nestes últimos que se exerce sua fatalidade enquanto estilo, tornando-se alguma coisa de paralela ou de superior à expressão pessoal (...)” (Simmel apud Cidreira: 2006, p. 121).

É justamente este elo entre as características expressivas complexas, que se repetem de tanto em tanto, e a manifestação expressiva particular e singular de um indivíduo, que o sentido de estilo se faz ritmado e compreensível.

O estilo é um princípio generalizante que, justaposto ao princípio de individualidade, ou se combina a ele, ou o desapossa de algum modo. Tal idéia diz respeito à capacidade formativa e modeladora que permite pensá-lo relacionado à moda. Vê-se o estilo ligado às

Modapalavra e-periódico

características essenciais de uma época, uma forma que atrai certas formas compatíveis de representação e de costumes.

Nos final do Século XIX surgiu na Inglaterra um movimento estético conhecido como *estilo liberty* que se tornou conhecido como *Art Nouveau*, que marcou a arquitetura, a decoração de interiores e o desenho de móveis, mas também influenciou a criação de jóias, tecidos, enfeites, objetos de vidro, entre tantos outros. O *Art Nouveau* aconteceu nas artes gráficas e, na moda, caracterizou-se por linhas curvas graciosas e espirais, lembrando a natureza. Apresentando influência da arte oriental, o *Art Nouveau* mostrou traços alongados e linhas que se entrelaçavam como ramagens e flores. Esse estilo foi muito utilizado pelo artesanato de vanguarda, chegando até a moda. “A linha em ‘S’ da silhueta feminina, seguindo a concepção do estilo que dava ênfase às curvas, consolidou-se, realçando o busto, os quadris arqueados e o ventre contraído” (Moutinho e Valença, 2000, p. 29). O corte era detalhadamente pensado, mas o que determinava o estilo era a maneira como a roupa era decorada.

No final da Segunda Guerra Mundial, e principalmente a partir de 1950, Edith Piaf e Yves Montand lotavam as salas de espetáculos recebendo grande número de estrangeiros. A sociedade estava ávida por divertimento e o estabelecimento das boutiques mostrava o esforço dos costureiros em apresentar as suas novas criações. Paris transformou-se, novamente, na “capital da moda”. Um novo estilo surgiu, alcançando repercussão internacional. Em 1947, Cristian Dior lançou a “Linha Corola”, denominada assim por causa da forma das saias godês, que abriam como a corola das flores, logo ganhando o apelido de *New Look*, ficando assim conhecido:

“Tinham saias amplas, que se abriam a partir de uma cintura justíssima, e corpetes armados com barbatanas. As saias eram bem mais compridas, chegavam até a canela; eram pregueadas, franzidas, drapeadas e enviesadas, com muitos panos embutidos em forma de triângulo” (Moutinho e Valença, 2000, p. 145).

No nível da existência pessoal, Bollon (1993) observa a importância do estilo como elemento agrupador dizendo que os indivíduos se expressam através de um estilo e que ao romperem com as normas sociais, de alguma forma, colocam-se contra as relações aceitas em sua época. Os sujeitos de estilo se “(...) imaginam estranhos e singulares, contestam a elegância, o bom

Modapalavra e-periódico

gosto, hábitos, comportamentos de uma época, através da aparência que ostentam como um genuíno estandarte guerreiro.” (Cidreira, 2006, p. 124). Os sujeitos que rompem com a lógica estética estabelecida, fazem quase que uma contra-comunicação. Ao se apossarem de um signo, passam a inverter o seu significado habitual e o feio tomava o lugar do belo.

Foi no Século XIX que o vestuário se apresentou como ferramenta de dissidência através da figura do *dândi*, estabelecendo padrões específicos de masculinidade. O novo vestuário, moderno e urbano indicava uma forma de revolta. O vestuário masculino do Século XIX era uma adaptação do traje de campo e esportivo do Século XVIII. Foi a figura do dândi que o transformou em estilo dominante, impondo uma estética que ia contra ao exagero de rendas, brocados e pó-de-arroz dos aristocratas pré-Revolução Francesa. O estilo *dândi* implicava em uma preocupação com o eu e a apresentação pessoal.

Em outro tempo, utilizou-se o termo *punk* como forma de afirmação pessoal, sendo reconhecido pela combinação de alguns elementos como: alfinetes, lenços no pescoço ou à mostra no bolso traseiro da calça, calças jeans rasgadas, calças pretas justas ou com vários zípers nas pernas, botons de protesto, jaquetas de couro com rebites, coturnos, correntes, corte de cabelo moicano, colorido ou espetado. Ainda hoje, nesse grupo, as combinações são aleatórias ou de acordo com os sub-gêneros *punk*. E estilo punk desprendido de um determinado movimento utiliza com liberdade tais elementos, combinando peças intuitivamente. Já os membros de grupos específicos punk consideram fundamental algumas combinações, uma vez que elas o identificam e, consequentemente, a ideologia específica pertencente ao indivíduo. Vivienne Westwood difundiu o estilo punk através de suas criações encontradas nas primeiras bandas punks da Inglaterra; suas roupas traziam slogans com símbolos políticos antagônicos e obscenidades. As peças de roupa eram obscuras, tornando-se marca registrada dos punks. Já não eram mais roupas, mas uma definição de estilo.

Tais inversões expressivas de um contra-estilo reforçam a dimensão imagética enquanto configuração de uma marca de identidade manifestada através da forma/aparência na composição do *look*. No processo de constituição do estilo, o sujeito molda a sua identidade particular, tornando-a cristalina aos olhos do outro. O investimento corporal só pode acontecer no social, permitindo a “(...) efetivação de práticas que tendem a se constituir em estratégias sociais, baseadas na sedução de si e dos outros.” (Sant’Anna, 2007, p. 78).

Modapalavra e-periódico

Cidreira complementa afirmando que “(...) o estilo molda o sujeito em sua identidade, ao mesmo tempo em que se exibe numa forma exterior.” (Cidreira, 2006, p. 126).

O consumidor também é um participante ativo da moda, de forma individual e ao mesmo tempo coletiva, quando organiza para si algumas peças do vestuário:

“O guarda-roupa de cada pessoa é um ambiente variado de oferta de signos do mundo moderno. Ao abri-lo, pode-se fazer uma seleção compondo uma série de signos que convergem para um determinado discurso. Nem todas as peças podem ser usadas entre si, há regras constituídas socialmente de combinação e o grau com que são acatadas, o que exige a competência de compreender e lidar com essas regras, corresponde ao grau de aceitabilidade social que o sujeito desfruta ou busca encontrar.” (Sant’Anna, 2006, p.77).

O consumidor atual exige que o produto cumpra mais que a simples função de vestir ou de ter um bom acabamento com modelagem e cores da moda: “(...) a função da moda é atribuir aos objetos um valor simbólico que, adequado com as referências culturais da sociedade, vai permitir ao consumidor a afirmação de sua personalidade” (Eric Sommier, apud Sant’ Anna: 2007, p. 91). Hoje, o ser humano é visto através da complexidade inerente ao seu tempo em um contínuo fazer-se, compondo “sínteses provisórias”, renovando-se constantemente a partir de muitos outros.

A moda e a formação do estilo

A moda entendida como ferramenta de composição possibilita a compreensão da lógica de identificação humana através da leitura dos agrupamentos vestimentários, isto é, através do reconhecimento entre os pares do mecanismo de mimetismo que lhe é próprio.

O início dos anos 70 até meados dos anos 80 é marcado por uma necessidade de reorganização das múltiplas e tumultuadas idéias lançadas nos anos 60. “A abundância de invenções e proposições novas, que emergia no decorrer do decênio anterior, racionalizava-se e transformava irreversivelmente a rua, as mentalidades, o chique e as aparências.” (Baudot, 2002, p. 234). As mulheres buscavam a afirmação em ambientes masculinos. Tornavam-se executivas e usavam saias e calças com *blasers*, procurando conferir, através do traje, uma aparência masculina. O corpo voltava a aparecer marcado por roupas de malha ou por trajes cortados de forma a definir os seus contornos.

A busca de um estilo traz a necessidade de imitação que aparece na intenção de estar em harmonia e próximo ao outro. Porém, no território da moda, faz-se, ao mesmo tempo, o

Modapalavra e-periódico

movimento inverso: o sujeito também deseja distinguir-se dos demais. Um movimento constante de ir e vir, à primeira vista antagônico, de diferenciação e de singularidade humanas.

Os grandes momentos, as macro estruturas, os pontos de inflexões organizacionais, estéticas e sociológicas ilustram o percurso da moda. Para pensar os estilos é necessário aproximar diversas informações de diversas ordens, em diversos momentos; analisar os ritmos e as cadências, capturando, assim, o espírito do tempo em toda a sua complexidade.

Referências Bibliográficas

- BAUDOT, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.
- BOLLON, Patrice. *A moral da máscara: merveilleux, zazous, dandis, punks, etc.* Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- CATELLANI, Regina Maria. *Moda ilustrada de A a Z*. São Paulo: Manole, 2003.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda: vestuário comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2006.
- DÓRIA, Carlos. *Bordados da fama: uma biografia de Dener*. São Paulo: SENAC São Paulo, 1998.
- LIPOVETSKY, Giles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- _____. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 2001 1b.
- _____. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2000 c.
- _____. *O método 1: a natureza da natureza*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- MOUTINHO, Maria Rita e VALENÇA, Máslova Teixeira. *A moda do século XX*. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.
- ONFRAY, Michel. *La sculpture de soi: La morale esthétique*. Paris: Grasset, 1993.
- PAREYSON, Luigi. *Estética: teoria da formatividade*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

Modapalavra e-periódico

- SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estações das Letras, 2007.
- SEELING, Charlotte. *Moda: século dos estilistas*. Portugal: Könemann, 2000.
- SIMMEL, George. *Philosophie de la modernité: la femme, la vie, l'individualisme*. Paris: Éditions Payot, 1989.
- _____, Georg. *La parure et autres essais*. Trad. Michel Collomb, Philippe Marty et Florence Vinas. Paris: Édition de la Maison des Sciences de l'homme, 1998.
- VEILLON, Dominique. *Moda e guerra*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.