

MUITO ALÉM DA MODA: UMA ABORDAGEM COM VIÉS EDUCACIONAL

Natalia Peric de Freitas

Resumo: Buscamos, neste trabalho, refletir sobre as relações entre o universo da moda e o da educação, a partir de uma experiência prática que a antecede. O projeto Moda na Escola propõe a reflexão e prática a respeito da moda e suas relações com o universo individual. Apontamos a ação criativa através da experiência do papel do estilista como caminho para proporcionar uma maior autonomia do sujeito, usuário das roupas, com relação aos ditames da moda. Para este fim, procuramos estabelecer relações entre a noção de “eu” e a imagem que esta atrelada a ela, a autoimagem. Em seguida, buscamos compreender as forças que estão em ação na construção do look, entendido aqui como lugar de reflexão e conscientização. Também observamos a moda como fenômeno que mantém grupos unidos através da substituição do ideal do eu individual por um coletivo. Apresentamos ao final um relato sobre a experiência, afim de ilustrar a prática ali desenvolvida e refletir sobre ela. Ao final podemos concluir que o lugar da moda também é na escola, abrindo vias para uma expressão que pode ser libertadora para o indivíduo.

Palavras-chave: moda; educação; expressão individual.

Educação e moda são dois assuntos que possuem pouco em comum e dificilmente transitam juntos na sociedade. Enquanto o primeiro evoca uma atmosfera de seriedade, conhecimento e desenvolvimento, o segundo suscita de imediato a imagem de um universo superficial preenchido pela vaidade e consumismo desmedido e alimentado por quem não tem preocupações verdadeiramente importantes. Esta é apenas a camada mais externa da compreensão de sua dinâmica e seu papel cultural. Ao dedicar um olhar mais acurado sobre ela e a extensão de sua influência na formação do indivíduo que com ela convive é possível perceber que ela atinge uma esfera mais profunda do que aparenta inicialmente.

O lugar da moda na cultura ocidental é expressivo superando o universo do vestuário e atuando sobre os próprios modos de vida. Os jovens são os alvos mais vulneráveis para seu discurso: em sua busca de sentido sobre sua identidade diante de sua nova corporalidade e autonomia recém-adquirida milhões de jovens reproduzem irrefletidamente os modelos promovidos pela moda todos os dias. Ela alcança todas as classes sociais e em cada caso são reproduzidos os valores correntes no grupo ao qual se pertence, porém, mesmo com as diferenças sociais, o mecanismo de influência é sempre o mesmo, o do status e do pertencimento. Eles seguem os blogs, as redes sociais, a grande mídia e se alimentam com os moldes de sucesso e realização ali apresentados. Com pouca experiência para identificar as distorções contidas nas suas sedutoras imagens passam a consumir as roupas, a beleza, o estilo de vida por ela introduzidos, buscam reproduzir em sua vida aquele formato que lhes foi infundido. Seus corpos se tornam campos de batalha contra si mesmos na tentativa de se enquadrarem nos padrões apresentados como mais desejáveis. E o desejo é a grande força propulsora, o combustível da moda. O desejo de ser desejado pelo outro, de ser amado e pertencer ao grupo com que se identifica é o que faz dela tão presente na sociedade atual. Porém, como seria possível enquadrar a diversidade humana, a singularidade de cada indivíduo em um único modelo? Este talvez seja o ponto de partida para estabelecermos uma aproximação entre os universos da moda e o educacional, percebendo que a exposição dos jovens é uma realidade estabelecida e observando que ao continuarem reproduzindo estes padrões indiscriminadamente perpetuam em sua própria experiência uma submissão a valores externos, que empobrecem suas possibilidades expressivas enquanto indivíduos.

Freud nos apresenta uma primeira possibilidade de um olhar mais aprofundado quando introduz o conceito de estruturação do ego através do processo narcísico. Ele propõe que a noção de “eu”¹ que possuímos está diretamente atrelada à corporalidade que nos envolve e demarca a fronteira entre quem somos nós e quem é o outro.

Em sua teorização sobre o narcisismo Freud propõe que “uma unidade comparável ao ego não pode existir no indivíduo desde o começo; o ego tem de ser desenvolvido” (1914, p. 49). Seu desenvolvimento requer uma organização da

libido em torno de um objeto desejável que será, em primeira instância, o próprio ego e coincidirá com o surgimento de uma imagem integrada do próprio corpo, criando uma unidade psíquica.

No narcisismo primário a percepção de si mesmo é fragmentada e se manifesta através de pulsões parciais através de sensações corporais que são satisfeitas pelo autoerotismo. Os pais também possuem um papel fundamental nesta fase já que investem sobre o filho seu amor, que também é seu próprio narcisismo renascido e transformado em amor objetal. Este investimento do casal parental sobre o filho ajuda a instaurar naquele novo ser uma sensação de satisfação consigo mesmo ocasionando uma sensação de onipotência. Esta não se sustentará e sofrerá uma modificação importante criando um ego ideal. O ego ideal, conforme é proposto por Freud, aparece como regente de um segundo movimento narcísico no qual o sujeito se identifica com aquela imagem ideal, passando a investir nela também, podendo assim manter o amor por si mesmo.

Na segunda fase do narcisismo o investimento libidinal se direciona inicialmente ao objeto de satisfação de seu desejo, retornando mais tarde ao próprio ego. A mãe é o primeiro objeto de amor do ego que posteriormente, na impossibilidade de mantê-la nesse lugar, se destinará a outros objetos. O amor e o reconhecimento do outro agora regerá o movimento libidinal e direcionará o sujeito na busca da satisfação de suas pulsões.

Em “O estádio do espelho”, Lacan nos fala mais a respeito de como a noção de “eu” está ancorada na imagem que lhe representa, uma imagem inicialmente externa e refletida que evoca o indivíduo a se identificar com ela, se apoiando numa afirmação externa, que garante que aquele reflexo é o o seu próprio. Esta situação permite que o bebê vivencie um estado de potência e domínio motor que não corresponde à sua realidade física, fixando para ele uma imagem unificada e idealizada na qual ele projeta uma autonomia que ainda não possui de fato. Este processo, segundo o autor, será “a matriz simbólica em que o [eu] se precipita numa forma primordial” (1949, p. 97). Desta afirmação podemos compreender o estádio do espelho como uma identificação na qual o indivíduo é afetado e se altera ao assumir uma imagem.

Ao tocarmos na questão da imagem como representante do “eu”, sua manifestação física, não podemos desconsiderar um fator vital ao processo: o outro, aquele que de fora pode ver essa imagem e que com ela se relaciona, o outro que atesta e confirma a correspondência entre o reflexo e o bebê. Este outro é uma parte fundamental no processo de identificação e simbolização que decorrerá daquele embate, estimulando seu desenvolvimento enquanto sujeito.

Este processo do qual nos fala Lacan gera uma alienação do sujeito que pode ser compreendida a partir da ideia de duplicação que a imagem especular produz e será através da linguagem que mais tarde o sujeito se referirá a si, de forma que a concepção de “eu” só poderá ser acessada através dos signos que lhe representam. Neste momento, o “eu” também se apresenta como outro, fazendo com seja necessário ao indivíduo incorporar a imagem refletida como sendo a sua.

Resultamos então em um sujeito alienado de si mesmo pela divisão que sua imagem refletida lhe impõe, tornando-se objeto do próprio desconhecimento e necessitando da cultura e da linguagem e da própria moda para lhe dar sentido, do desejo do outro para guiar o seu numa trajetória na qual a imagem se torna representante de um conjunto de aspectos subjetivos unificando-os e dando-lhes o significado de indivíduo humano.

Este é o indivíduo que será alvo da moda e que também buscará intermediar e equilibrar, através de suas escolhas particulares e suas próprias construções de sentido, uma relação com o outro, com seus ideais, com seu corpo e sua aparência e no qual se produzirão os mais diversos efeitos diante de seu inevitável contato com o espelho, rotineiro, que ora devolve uma imagem satisfatória e realizadora e ora parece torturar o sujeito com observações desconcertantes.

Outro importante aspecto a ser considerado é como o sentido de valor e de amor próprio, a autoestima, também pode estar relacionado de forma intrincada à construção imagética que o indivíduo possui de si mesmo.

Em primeiro lugar, parece-nos que a autoestima expressa o tamanho do ego; os vários elementos que irão determinar esse tamanho são aqui irrelevantes. Tudo o que uma pessoa possui ou realiza, todo remanescente do sentimento primitivo de onipotência que sua experiência tenha confirmado, ajuda-a a aumentar sua. (FREUD, 1914, p.63)

Estendendo o conceito de realização levantado por Freud, podemos observar que o ato de vestir, a organização de uma aparência que irá impressionar o outro, causando-lhe desejo, pode constituir uma missão a ser realizada do decorrer do desenvolvimento do sujeito. “É o saber vestir do sujeito que lhe propicia o poder fazer. Considera-se o vestir como um ato de aquisição de competência do sujeito para realizar a performance de fabricar simulacros de identidade por meio da aparência”. (Garcia e Miranda, 2005; p.24)

O saber vestir citado acima pode ser compreendido como uma demanda ao ego, também influenciado por um ideal - aquele fornecido pelo reflexo no espelho e pelos investimentos parentais, e ao se realizar com a devida competência também agregará a ele uma conquista, engrandecendo-o e conseqüentemente elevando a autoestima. Devemos ainda acrescentar que esta não é uma realização insignificante e que o poder fazer que decorre dela confirma sua importância para o sujeito viabilizando outras aquisições que alteram a existência humana.

Podemos então entender que o processo de gerenciar a própria aparência é formador de um saber no indivíduo, lhe permitindo executar com competência o papel que lhe é exigido pela cultura e sociedade. Alcântara (1996) afirma que as influências culturais ou sociais adquiridas ao longo da vida definem comportamentos, interferem em hábitos, modulam a autoestima e modelam a máscara que será utilizada como interface na relação com o mundo possibilitando a comunicação com ele. Ele propõe que se estes condicionamentos forem examinados e questionados se torna possível ao sujeito transformá-los e reorganizá-los de acordo com um novo padrão mais realista, levando em conta suas particularidades e desejos, eliminando conflitos instalados pela repressão de impulsos considerados impróprios e proporcionando ao indivíduo sensação de liberdade.

Todos esses fatores nos direcionam a concluir sobre a importância da autoimagem sobre a autoestima, mostrando que a primeira, entendida como representante do “eu” para o indivíduo, se torna um veículo para a interação com os outros e na medida em que ele é bem sucedido, atraindo seu interesse sobre nós eleva a sensação de amor próprio e realização pessoal.

A experiência de elaborar o próprio look , desde o momento em que se imagina qual a aparência será a mais adequada para a ocasião que se apresenta até o ato real de vestir o corpo, testando seus efeitos frente ao espelho é um momento de vital importância no processo de exercer a competência do saber vestir pois funciona como um ensaio antes da encenação diante ao público.

“Uma vez processados, os elementos do sistema vestimentar vão constituir aquilo que convencionamos chamar de aparência. A aparência prevê não só o desejo de mostrar-se similar a um modelo desejável (parecer), que pode ter surgido do mundo natural ou da própria fantasia do sujeito, mas sobretudo, de estar manifesto como tal diante de si e do Outro (aparecer). Funciona como uma camuflagem [...] uma edificação de mundo onde o sujeito pode se projetar e por meio da qual pode evoluir”. (GARCIA e MIRANDA, 2005, p. 18).

Podemos constatar neste trecho, a relação existente entre o processo de vestir e o desempenho da atuação que deriva dele. Estes dois componentes, o look e o cenário para o qual foi produzido, constituem uma relação essencial e são interdependentes, exercendo influências mútuas, assim como também observamos na relação do indivíduo com o outro. Neste caso, podemos tomar o ato de produzir um look como sendo uma atitude representante da esfera particular de cada indivíduo enquanto o cenário que o contextualiza, com outros personagens como contrapontos, introduz o ambiente social, as relações com terceiros e as possíveis influências que elas exercem sobre a aparência individual. Castilho e Miranda fazem uma comparação desta produção exigida do indivíduo para o contato social com a ideia do ator que se apresenta diante do público e quando “não estão mais em ação (...) tiram as suas máscaras”. (2002, p.81)

Nesta relação com o outro que está circunscrita no ato de elaborar o próprio look é possível observarmos o conceito de “identificação” proposto por Freud, utilizado para explicar o que precipita a formação de grupos e a importância desta ligação com os outros para a vida psíquica do indivíduo. Segundo o autor, “A identificação é conhecida pela psicanálise como a mais remota expressão de um laço emocional com outra pessoa” (FREUD, 1921. p. 68)

O processo identificatório surge no bebê em relação a um dos pais, conforme o gênero, numa posição em que os idealiza, identificando-se assim com eles. Leitura Flutuante, n. 6 v. 1, pp. 55-64, 2014.

Quando se instauram as escolhas objetais a criança toma um dos dois como objeto sexual, enquanto mantém sua identificação com o outro. A partir daí se estabelece uma rivalidade em relação àquele com o qual se identifica, que se mescla à sensação de ternura e idealização preexistentes, denotando um tipo de ambivalência que é característica elementar do processo identificatório e demonstra que “pode tornar-se expressão de ternura com tanta facilidade quanto um desejo do afastamento de alguém” (FREUD, 1921. p.) É um processo de assimilação, distanciando-se de uma mera cópia. “Podemos apenas ver que a identificação esforça-se por moldar o próprio ego de uma pessoa segundo o aspecto daquele que foi tomado como modelo” (ibid. P. 69)

O ideal do ego será considerado por Freud como uma das fontes da identificação, contribuindo para o enlaçamento social e conseqüentemente a formação dos grupos, premissa elementar para a manutenção do sistema da moda. Segundo ele “um certo número de indivíduos (...) colocaram um só e mesmo objeto no lugar de seu ideal do eu e, conseqüentemente, se identificaram uns com os outros em seu eu” (1921, p.75; grifo do autor).

Para nós, a importância sobre a identificação é que ela pode ser utilizada para pensar o processo de construção da aparência pessoal, agindo sobre o sujeito de forma inconsciente durante a escolha do visual que será levado à público. Ao incorporar em si os traços daqueles com os quais interage, este indivíduo os adiciona ao seu “eu” de forma que eles se fazem presentes na hora em que o sujeito se representa através da aparência.

Assim como o ato de vestir, analisado anteriormente, representa a escolha individual, a Moda é um fenômeno que possui uma natureza essencialmente coletiva e de alguma maneira exerce uma força contrária às demandas particulares e acima de tudo, une muitos em torno de um objeto comum, fazendo com que desejem possuir o item que lhes conferirá a autorização para realizar a performance social, como apontamos anteriormente. Podemos comparar a influência da moda com o conceito de líder de um grupo, o elemento que o mantém unido.

Bem, se vamos considerar os seguidores da moda como um grupo, podemos

pressupor que exista um fator libidinal que será o elo entre seus integrantes, mantendo-os unidos em seu objetivo ou uma qualidade emocional comum, como é chamado por Freud. (1921)

No caso da moda, a qualidade emocional comum, é o desejo de ser apreciado pelo outro através de sua aparência, de ser exaltado a partir dela e assim se sentir amado e pertencente ao círculo social ao qual aspira.

O sentimento de fascínio é facilmente percebido nas dinâmicas manifestadas no universo da moda, que parecem calar qualquer senso crítico em detrimento de suas ideias atraentes e encantadoras. Podemos pensar que a expressão dos ideais narcísicos se apodera do indivíduo nesta hora, induzindo que ele substitua seus ideais de ego pelos propostos pela moda que passam a satisfazer suas necessidades de pertencimento, sentindo-se amados.

Moda na escola: uma experiência

Aqui pretendemos nos basear na experiência prática que se constituiu ao longo dos últimos dez anos a partir do projeto Moda na Escola, desenvolvido com alunos de oitavo ano do ensino fundamental em instituição particular de ensino situada na cidade de São Paulo, SP. Ele possui o objetivo de abordar a questão da identidade a partir do uso das roupas e da influência do mecanismo da moda.

O trabalho teve início sob o argumento de que as alunas pertencentes àquele grupo possuíam um interesse particular a respeito da moda, porém, se submetiam a ela indiscriminadamente, dando margem a comportamentos irrefletidos que reproduziam padrões de consumo e a elaboração da própria aparência de acordo com os moldes apresentados por ela. Havia uma preocupação específica por parte da escola em relação ao comportamento daquelas jovens que não conseguiam dar um passo sem consultar os ditames da moda, o que chegou a ocasionar na ocasião de uma viagem de estudo atrasos nas atividades escolares programadas em decorrência da excessiva preocupação com a aparência. O efeito desta servidão, pode gerar muitos gastos e mal-estar, até mesmo autoagressão como exemplifica o trecho a seguir:

“Sob essas aparências agradáveis e superficiais, uma espécie de autoagressão predomina, manifestada pelo abandono de uma estética

peçoal, do gosto por uma aparência mais singular, e o prazer de vestir-se segundo seu próprio estilo parece não ter nenhum direito de se expressar”. (NAVARRI, 2010, p. 142)

A proposta, desde o início, foi associar reflexão e prática, permitindo que as alunas em questão pudessem interferir neste discurso até então imposto e aparentemente intocável que a moda sustenta.

Foi proposto, então, ao grupo, quando do início das aulas de moda, reproduzir as atividades de um estilista, criando sua própria coleção de roupas. Para isso, foi exposto ao grupo o funcionamento do sistema da moda e as etapas necessárias para o desenvolvimento da tarefa, reproduzindo o modelo de produção da cadeia têxtil.

Ao vivenciar o papel do estilista, o criador da moda, pensamos que que uma transformação mais profunda pode ocorrer através do ato criativo que é um fator determinante e possibilita uma verdadeira ampliação de paradigmas para o sujeito.

A nossa experiência vem mostrando como o fazer artístico a partir da dinâmica da moda, se apropriando dos recursos técnicos que ela nos oferece pode efetivamente permitir uma alteração na relação do sujeito com sua voz imperiosa que estabelece o que convém ser utilizado, caso deseje sua aprovação. A experiência criativa abre outras perspectivas de ação para o sujeito, calcadas no instinto e muito mais próximas do inconsciente do que do lado racional que regula nossos desejos. De acordo com Holm: “eu trabalho acreditando no pessoal, no sentimento de liberdade, no irracional, no natural orgânico. Sinto alegria em tudo o que as crianças fazem e naquilo que simplesmente trazem consigo”. (2005)

Acreditamos que a moda trabalhada no âmbito da educação permite aos indivíduos um maior poder de reflexão sobre quem se é e também de quem é o outro, com todas as diferenças e semelhanças que esta relação pode apresentar. Percebemos que um contato dessa natureza pode proporcionar aos indivíduos a autonomia para ser quem são e permitindo uma expressão de sua imagem e uma relação com autoimagem mais saudáveis e equilibradas, amenizando as tensões envolvidas nestes processos.

Referências:

ALCÂNTARA, Mamede. *Terapia pela roupa*. São Paulo: Mandarin, 1996.

CASTILHO, Kathia; GARCIA, Carol. *Espelho: Multiplicação das projeções*. Modapalavra, Florianópolis, n.1, p. 79-84, 2002.

DIAS, Maria das Graças Leite Villela. *Identificação e enlaçamento social: a importância do fator libidinal*. São Paulo: Escuta, 2009

FREUD, Sigmund. Sobre o narcisismo: uma introdução (1914). In: _____. *A história do movimento psicanalítico, artigos sobre metapsicologia e outros trabalhos (1914 - 1916)*. Rio de Janeiro: Imago, 2006. p. 45-66

_____. *Psicologia das massas e Análise do eu (1921)*. In: _____. *Além do princípio do prazer, psicologia de grupo e outros trabalhos (1920 - 1922)*. Rio de Janeiro: Imago, 2006. p. 44-93

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. *Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

HOLM, Anna Marie. *Fazer e Pensar Arte*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2005.

JOUBERT, Catherine; STERN, Sarah. *Dispa-me! O que nossa roupa diz sobre nós*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007

LACAN, Jacques. O estádio do espelho. In: _____. *Escritos (1966)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p 96-103. Tradução de Vera Ribeiro.

NAVARRI, Pascale. *Moda & inconsciente: olhar de uma psicanalista*. São Paulo: Editora Senac, 2010.

PERIC, Natalia. *Moda: a indústria do figurino da vida*. *Hermes*, São Paulo, n° 10, p. 35-39, 2005

PINTO, Manuel da Costa (org.). *O livro de ouro da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007