

A máscara da moda e as cenas contemporâneas

Renata Pitombo*

Resumo: O presente texto recupera a noção de máscara estabelecendo uma analogia entre esta e a roupa, na tentativa de evidenciar as suas potencialidades na dinâmica de incorporação de personagens. Procura elucidar, ainda, como a indumentária auxilia na composição das cenas contemporâneas, propiciando elos identificatórios.

Abstract: The present text fetches up the notion of mask, establishing an analogy between that one and dressing, trying to make their potentialities evident in the dynamic of persona's incorporation. In addition, it tries to make clear how dressing helps in the composition of contemporary scenes, offering identifying connecting links.

Palavras-chave: máscara, roupa, personagem, performance, cena.

Keywords: mask, dress, personage, performance, scene.

Assimilada enquanto um vetor de sentido, a máscara é um elemento que aparece como uma metáfora para pensar a relação entre o corpo e a indumentária. Não por acaso, Georg Simmel (1989) estabelece essa analogia, evidenciando a característica de proteção, cobertura (do corpo e do rosto), bem como o componente da falsificação, aparência enganosa que ambas 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

* Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e autora do livro *Os Sentidos da Moda* (2005, Annablume). E-mail: pitomboc@yahoo.com.br

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...

Sabe-se, no entanto, que desde os tempos mais remotos, a máscara aparece em manifestações mágicas e religiosas, sempre associada a algo sagrado, transcendente, um elemento de passagem entre dois mundos, um elo de ligação entre o passado e o presente, entre o visível e o invisível.

Como nos relata Massimo Canevacci (1990) através de uma perspectiva antropológica, a função da máscara está além da exigência de poder mudar a pessoa, talvez atrás delas esteja escondido o segredo para além de quem as põe. Curiosamente, a raiz das máscaras é a caveira e o que parece estar em jogo a partir dessa reconstituição de origem é um diálogo com o tempo, pois na máscara sobrevive uma ‘petrificada paisagem primeva’, que nem mesmo a morte consegue decompor. Assim como o culto barroco as ruínas e aos escombros, a caveira-máscara encontra sua riqueza e potencialidade enquanto ‘rosto rígido da natureza’, que irradia um culto antropológico (em favor de um rito escultório que resiste) a um foi, a um tempo passado que assim se faz e continua presente.

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. Cada máscara, como um sol, surge na sua fixidez inorgânica e tramonta na sua mobilidade orgânica. Por isso nela persevera a apoteose do crânio como relíquia do cadáver, como transfiguração dos ossos faciais do defunto que se “mascara” de tal modo, como perecível e como eterno (p. 65).

O vínculo com o sagrado, ainda segundo Canevacci, pode estar presente nas máscaras através do duplo mecanismo de mimese-vertigem (terror e sedução). Ora, vai nos elucidar o autor, o efeito vertigem da máscara está justamente em poder mimetizar um certo material precioso (ouro ou prata), com algo de outro e de alto; assim, o rosto do rei, por exemplo, cumpria o mais radical dos desejos humanos: representar a imortalidade e chegar a ela. Uma mimese como tal acaba por ser um protesto duplo: primeiro protesta contra a insuficiência do eu, na medida em que deseja ser tantos outros ‘eus’, rompendo, assim, a unicidade do ego e com a própria noção de identidade; como protesta igualmente em relação à temporalidade, uma vez que tenta impedir a decadência da própria imagem, tornando-se, desse modo, imodificável e indestrutível, em relação ao tempo.

Observação fecunda e muito eficaz para refletir sobre a relação entre máscara e indumentária, uma vez que não só nos permite estabelecer ponte entre a idéia presente no mundo fashion de imitação, a necessidade de poder parecer com o “outro”, estar em comunhão com a alteridade, aceitar-se como um conjunto de vários “eus”, bem como abre porta para a investigação da dimensão, também presente na moda, de distinção, de ser capaz de construir, moldar uma imagem própria, singular, para a contemplação do outro, que possa ser reconhecida mesmo com o passar do tempo, uma imagem que deixa vestígio.

Ainda hoje podemos observar que a dimensão mágica e sagrada da máscara permanece presente. No teatro, por exemplo, a máscara encontra-se vinculada tanto aos rituais sagrados, ao mundo mágico, quanto à dimensão mais plástica; e o interessante é que nesse métier ela só se define a partir da experiência interativa com o ator que a ‘encarna’ em cena, 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.

É importante assinalar que o uso de qualquer máscara, seja ela teatral ou esteja ela relacionada aos ritos e cultos, demanda uma preparação, um treinamento que, em geral, sobretudo nas manifestações sagradas, é conduzido por um mestre ou autoridades da

comunidade, assim como no teatro, é regulado pelo diretor ou alguém mais experiente. É necessário aprender a portar uma máscara, ou ser por ela portado. Advertência que serve não apenas para o uso da máscara, mas também para o uso de qualquer indumentária.

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.

Cenas contemporâneas

A roupa oferece, à primeira vista, aos observadores, indicadores de posicionamento social, profissional, cultural, faixa-etária, entre outros, apresentando os sinais mais visíveis, nos espaços de circulação da cidade. As imagens pessoais e as formas que o corpo vai tomando de acordo com o que lhe recobre a superfície vão significando e re-significando indivíduos e grupos ao longo das épocas, estabelecendo relações entre ideais de beleza, elegância, sedução, sensualidade, etc.

As imagens dos corpos esculpidos pelo vestuário nos permitem esboçar interpretações sobre o que é *ser*, *estar em* e *pertencer a*; e, ainda, o sentido que a roupa agrega ao corpo na experiência social e individual é o que sublinha de modo emblemático a nossa identidade de habitantes da cidade, nessa feição que ela, a cidade de grandes aglomerações, tem de cosmopolitismo e civilidade.

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. Principalmente entre os jovens, a vestimenta adquire uma valorização muito grande, tornando-se o principal item de consumo entre eles, justamente porque auxilia na exibição de sinais de pertencimento a um determinado grupo, parte do processo de definição de identidade característico dessa fase. Além disso, esse período da vida é marcado por uma forte preocupação com a imagem corporal, motivada pelos processos de transformação. A aquisição de determinados produtos (associados a um padrão estético que circula pela mídia) gera uma identificação com uma imagem genérica da juventude, valorizada socialmente; bem como assume papel de importância na demarcação de diferentes identidades no interior do universo juvenil.

Através da moda vestimentar (no sentido mais amplo) os jovens conquistam uma espetacular revolução interior. Com as invenções das ‘máscaras’ rock e punk, por exemplo, com suas variações vestimentárias (e, é claro, comportamentais), os adolescentes colocam um ponto final à obediência milenar, e engajam-se num combate em um terreno escolhido por eles. E se os pais sentem que sua autoridade está em jogo, jamais irão admitir que isto se deve a escolhas pessoais no guarda-roupa, na aparência. Afinal, este é um campo, por excelência fútil e irrelevante aos olhos dos adultos.

Mas o fato é que os jovens conseguem dar seu grito de liberdade e de independência, em primeiro lugar, através da escolha do seu visual. A partir daí novos espaços são conquistados. Segundo Patrice Bollon (1993) certos grupos elegem a superfície, a aparência, como seu modo de expressão e, em muitos casos, de existência. Por atuarem num campo previamente ‘neutralizado’ porque considerado fútil, ou mesmo puro e simples modismo conseguem, ainda que inicialmente de forma imperceptível para muitos, garantir, desse modo, sua liberdade de expressão e, sobretudo, uma eficácia de comunicação.

O mais interessante é que este fenômeno vai gerar transformações na própria indústria, que, a partir de então, não poderá mais deixar de levar em consideração as demandas desses novos jovens. As coleções de prêt-à-porter testemunham esta influência,

os estilistas vão para as ruas em busca de inspiração para suas coleções. De fato, principalmente no que diz respeito as adoções vestimentárias, a interpretação dos anos pop (de 1963-1973 e um pouco mais no Brasil, especialmente), foi recheada de opiniões contraditórias. Para muitos, foi um período caracterizado como antimoda, visível principalmente nas comunidades californianas de hippies, uma vez que procuravam recuperar vestimentas naturais, milenares, de tradições indianas, inclusive com a adoção de tecidos mais leves e naturais mesmo, como o algodão, além de cores e dimensões que propiciavam total liberdade ao corpo.

Entretanto, para outros pesquisadores, o que se designa de antimoda é apenas um período de crise da moda. Uma crise que provocou inquietações, certamente, pois as estruturas tradicionais da moda foram confrontadas e ameaçadas de serem esquecidas, escanteadas; toda a economia do sistema foi colocada em questionamento, da concepção à distribuição: os jovens, que eram e são os maiores consumidores deste setor, decidem por escolha própria usar vestimentas variadas, frequentemente recuperadas de cenas folclóricas estrangeiras; organizam boutiques instaurando novas relações de mercado, e toda uma outra ambiência (música, perfumes, etc.), e não mais se submetem ao ritmo bi-anual das coleções, de um ano a outro, diversificando ao extremo suas aparências.

Ora, os profissionais de moda vão relativamente analisar bem este fenômeno e compreender rapidamente os limites de um retorno poético às contemplações internas, aquelas de uma autoprodução generalizada da aparência. Desde o final dos anos 60, compreendido aqui a alta costura, estes profissionais aceitam a moda espontânea dos jovens como fonte de inspiração. Em 1965 Yves Saint-Laurent apresenta sua coleção “Mondrian”, em 1966 ele introduz o blue-jeans na alta costura. Em 1968, *caftans* e *moules*, aqui já a moda se aproximando do estilo “Maroc”. Em 1969, a maison Cristian Dior apresenta suas manequins com um turbante, amarrado com um lenço em crepe georgette. “(...) O retorno à natureza que segue Maio de 68 acompanha-se de uma renovação de tecidos artesanais (...)” (YONNET, 1985, p.353).

Capazes de imprimir decisões próprias em matéria de moda, aparência e de expressão musical, esses movimentos acabam por difundir igualmente novos modelos de comportamento e de relação entre os sexos. Os adolescentes adquirem uma maioridade sexual precoce, impulsionada por uma demanda de liberdade, assim como, também, por

uma certa recusa ao esquema familiar tradicional. Logo, as relações são vivenciadas no momento presente, sem projeções futuras e sem compromissos, provocando, mesmo a longo prazo, modificações das atitudes relativas ao casamento e à união livre (baixo índice do noivado, intenso crescimento de nascimentos fora do casamento e o desenvolvimento das relações livres).

É importante assinalar que, a partir de um determinado momento, esses jovens passam a se constituir como uma classe independente, detentora de decisões próprias e ocasionando, muitas vezes, transformações em alguns domínios, nos quais acabam ditando moda e comportamentos. Uma massa, um grupo que, de todo modo, colhe suas inspirações e encontra-se contaminado pelas expectativas dos papéis oriundos do mundo dos adultos (se é que se pode fazer essa distinção tão polarizada), mas que consegue subvertê-los a seu favor. Como todo grupo, o movimento adolescente introduz um sistema de comunicação muito particular, autônomo e altamente subterrâneo, principalmente em se tratando dos punks. Privilegiam uma comunicação centrada nos sentidos, na ambiência; instauram uma comunicação lateral, às vezes quase afônica, próxima das fronteiras do autismo: as palavras são vistas como inimigas dos sentidos, dos sentimentos, do conhecimento, observa Yonnet.

Percebemos, assim, a presença de uma verdadeira rede, em que elementos como o consumo, a moda (a roupa e os adereços) e a diversão encontram-se fortemente interligados no universo do jovem. Moda e sociedade de consumo estão em perfeita consonância com a ambiência das cidades grandes, da admiração pelos objetos feitos em série, da descartabilidade e da transitoriedade dos gostos, tal como concebemos a contemporaneidade. Principalmente numa sociedade marcada pela presença dos meios de comunicação (e em grande medida pautada pela publicidade), em que a imagem e as identidades sociais se expressam através da ostentação de artigos de consumo, os jovens vão tentar construir de forma alegórica a própria imagem, com o uso *estranho, inusitado* de determinadas peças de roupa e adereços, criando, assim, seus próprios bens culturais, procurando escapar, por um lado, da massificação geral, e de outro, da própria imposição da indústria da moda. O efeito comunicante do estilo é o de atrair a atenção e a interrogação; expor-se como símbolo, como enigma a ser decifrado.

A adoção de determinadas peças, a maior parte delas providas pelo mercado, obedece a uma seleção dirigida pela possibilidade de reconhecimento do grupo nos seus sentidos potenciais: ou seja, os objetos adotados devem possuir a possibilidade de refletir os valores particulares e preocupações do grupo. Tais elementos são retirados de seu contexto original e reorganizados num novo e inusitado conjunto, como num processo de bricolage, através do qual adquirem novos significados. Como bem argumenta Barthes em seu *Mitologias* (1957), as mercadorias são signos culturais, e enquanto tais, realocadas num novo contexto, aparecem de modo diferenciado, e determinados detalhes, antes imperceptíveis, são enfatizados. Utilizando, portanto, a roupa do universo da moda, esses grupos conseguem ir além da moda enquanto tal e impõem, através do uso diferenciado, estranho, inusitado, um estilo próprio, singular, que se encontra em ressonância, em última instância, com o imaginário do grupo, seus valores, crenças, comportamentos, etc. São assim criados novos personagens que se adaptam aos cenários das cenas contemporâneas.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. *Le bleu est à la mode cette année et autres articles*. Paris: Éditions de l'institut français de la mode, 2001.

BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris: Édition du Seuil, 1957.

BARTHES, Roland. *Sistema da Moda*. Trad. Maria de Santa Cruz. São Paulo: Edições 70, 1967.

BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. Trad. Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 1988.

BOLLON, Patrice. *A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks, etc.* Trad. Ana Maria Sherer. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. Trad. Júlia Polinésio e Vilma B. de Souza. SP: Editora Brasiliense, 1990.

SIMMEL, Georg. Filosofia da la Moda In: *Cultura Feminina y otros ensayos*, 4ª ed., Epasa-Calpe, Argentina S.A. Bueno Ayres, 1944.

SIMMEL, Georg. *Philosophie de la modernité: la femme, la vie, l'individualisme*. Trad. Jean-Louis Vieillard-Baron. Paris: Éditions Payot, 1989.

SIMMEL, Georg. *Sociologie et épistémologie*. Paris: PUF, 1981.

SIMMEL, 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.

SIMMEL, Georg. *Sociologie*. Études sur les formes de la socialisation. Trad. Lilyane Deroche-Gurcel et Sibylle Muller. Paris: PUF, 1999.

SIMMEL, Georg. *Philosophie de l'argent*. Trad. Sabine Corneille e Philippe Ivernel. Paris : Quadrige/PUF, 1999.

YONNET, Paul. *Jeux, modes et masses: la société française et le moderne (1945-1985)*. Paris: Éditions Gallimard, 1985.