

[RENATA PITOMBO CIDREIRA]

Jornalista, doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (FACOM/UFBA), professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), líder do grupo de pesquisa Corpo e Cultura (cadastrado no CNPq) e autora de *Os sentidos da moda* (Annablume, 2005) e *A sacração da aparência* (EDUFBA, 2011).
E-mail: pitomboc@yahoo.com.br

O gosto na moda

The taste in fashion

[resumo] O presente artigo procura compreender a dinâmica do gosto no universo da moda e no âmbito particular das escolhas vestimentares pessoais. Para tanto, procura levar em conta a contribuição filosófica mais decisiva (a estética kantiana) e a abordagem sociológica mais influente (a problemática da distinção, em Bourdieu), buscando associar sensibilidade e socialidade na discussão sobre a moda. Como ponte conceitual entre essas duas perspectivas, aciona o instigante trabalho do filósofo e sociólogo Georg Simmel, para fazer convergir, de forma pertinente, as preocupações estéticas e as questões sociológicas.

[87]

[palavras-chave]

gosto; moda; sensibilidade.

[abstract] This paper intends to understand the dynamics of taste in the fashion world and particularly in the personal choices. To achieve this, it takes into consideration the most crucial philosophical contribution (the Kantian aesthetics) and the most influential sociological approach (the theme of distinction, in Bourdieu), trying to associate sensitivity and sociality in the discussion about fashion. As a conceptual bridge between these two perspectives, we take the exciting work of philosopher and sociologist Georg Simmel, to converge, in an appropriate manner, the aesthetic concerns and sociological issues.

[key words] taste; fashion; sensibility.

A problemática do gosto

Para muitos, gosto não se discute, mas, para alguns, principalmente os filósofos, gosto se discute sim e, controvérsias à parte, a grande maioria deles parece concordar que é somente através do gosto que podemos sentir e apreciar o que é belo ou feio. Se é assim, podemos concluir que, de fato, esse é um tema central na vida humana. É fundamental para aqueles que se debruçam sobre o mundo da moda.

Entre algumas das instâncias da vida contemporânea, a moda parece questionar, com certa recorrência, essa compreensão do gosto, explorando até o limite as nuances entre o belo e o feio, por exemplo. Muitos são os casos de grandes coleções que avançam em direção ao que é considerado bizarro, excêntrico, pouco convencional ou, até mesmo, disforme. Uma provocação sem limite que parece pretender provocar uma confusão ou mesmo uma ruptura entre as tradicionais classificações do belo e do feio.

Outro aspecto importante que comparece com frequência no universo da moda é a oscilação dos próprios pesquisadores, que ora a definem como um universo em que se pratica e dissemina uma homogeneização, que nos tira a possibilidade de expressão de um gosto particular; ora a concebem como o campo por excelência da distinção, da revelação da singularidade e, portanto, da expressão de um gosto subjetivo.

Mas e o gosto, como sabê-lo, como defini-lo? Eis uma questão complicada, trazida por Montesquieu¹ como um "não sei o quê!.."

Na língua portuguesa, por vezes, se estabelece uma confusão entre o paladar – órgão sensorial do gosto – e o julgamento de valor estético. Essa relação estreita entre o gosto daquilo que provamos e o gosto associado ao que apreciamos revela, de certa maneira, uma oposição, inicialmente fundamental, que, como veremos, será necessário transpor, qual seja: a oposição entre sensação e entendimento, entre corpo e espírito. Se recorremos às definições dicionarizadas do gosto, vamos observar como essa confusão entre o gosto degustativo e o gosto estético aparecem.

A palavra gosto vem do latim *gustus*, ação de provar, degustação, evocando mais tarde o gosto de uma coisa. Desde o século XII, a palavra significa agradar, convir, e, paralelamente, encontramos também o gosto como atitude de discernir as belezas e os defeitos. A partir do século XVII, o gosto é associado a "ter gosto", "pessoa de gosto" e/ou "pessoa de mau gosto".

De todo modo, o que nos interessa é perceber como passamos do sentido gustativo, certamente em função de transformações e de uma requalificação, para o gosto estético, apreciativo e valorativo. Uma pista nessa direção é já o reconhecimento de que tanto o paladar quanto o gosto estético se ancoram na dimensão sensível de toda experiência, embora referindo-se, respectivamente, à esfera das sensações e dos sentimentos.

Como nos explicita Kant, o termo saber vem do latim *sapere*, que significa ter sabor, o que nos conduz a afirmar que a raiz da sabedoria é orgânica e passa, necessariamente, por uma dimensão corporal. Dito de outro modo:

(...) quando revisitamos o debate sobre o gosto, damo-nos conta de que esta associação da experiência estética com a atividade de um sentido considerado inferior, como o paladar, esconde o reconhecimento involuntário de que ela se refere a uma forma profunda, mas inconsciente, de compreensão, a qual, se não pode ser definida como ciência, não pode deixar de ser associada a algum tipo de conhecimento, ou, como definiria Kant, um tipo muito especial de *cognitividade sem cognição*. (...) Trata-se, portanto, de desvendar a natureza mesma desse "outro saber" que é, ao mesmo tempo, "outro prazer", representado pelo gosto. (VALVERDE, 2007, p.169-170)

Também no século XVIII, um pouco antes das reflexões kantianas, vamos encontrar uma abordagem do gosto que se aproxima muito mais de uma visão classificatória em que seria possível discernir o bom gosto do mau gosto. Tal perspectiva encontra-se associada à aceção do gosto, anteriormente citada, como uma capacidade. David Hume,² com seus "padrões de gosto", é, seguramente, o responsável por essa forma de abordagem que vem sendo atualizada por autores mais contemporâneos, cuja investigação se localiza, principalmente, no campo que se designou como "filosofia da arte".

Como é sabido, Hume tenta guiar e limitar sua filosofia pela experiência, sobre-

tudo a experiência sensorial, mantendo uma visão crítica frente a toda especulação. No elogio à paixão em contraponto à razão, Hume argumenta que todas as nossas reações derivam de sensações de "bem" e "mal", de "agradável" e "desagradável", oposição que vai nortear sua exploração da temática do gosto, dividindo-o entre "bom gosto" e "mau gosto", como mencionamos anteriormente. Para ele, "é natural procurarmos uma norma do gosto, uma regra através da qual os sentimentos diversos dos homens possam ser reconciliados, ou, ao menos, uma proposição de decisão, que confirma um sentimento e condena outro" (HUME, 2000, p. 126).

A dimensão comunal do juízo de gosto

Para alguns autores, a exemplo de John Zeimbekis (2006), Kant aceitou a tese subjetivista proposta por Hume (segundo a qual um julgamento de sentimento não seria nem verdadeiro nem falso) e tentou construir para os julgamentos de sentimentos uma forma de validade, tarefa que o autor empreendeu na *Crítica da faculdade de julgar* (1995). Diferentemente de Hume, Kant não se preocupa com o bom gosto em contraposição ao mau gosto nem pretende encontrar ou formular critérios para o julgamento e/ou para a expressão do "bom" gosto. O autor tenta descrever o tipo de condição subjetiva precisa na qual nos encontramos quando julgamos algo belo ou sublime.

O belo, segundo Kant, supõe e mantém o espírito num estado de contemplação tranquila, enquanto o sentimento do sublime provoca um movimento no espírito, associado ao julgamento de apreciação do objeto. O autor denomina sublime tudo que é absolutamente grande, sem possibilidade alguma de comparação; é uma espécie de grandeza que só é comparável a si mesma. Ou ainda: "É sublime o que, simplesmente pelo fato de que nós possamos pensá-lo, demonstra o poder de espírito que ultrapassa toda medida dos sentidos" (KANT, 1995, p. 232).

Percebemos, assim, que a tentativa kantiana é de compreender a situação de prazer na qual nos encontramos diante de algo belo ou sublime, uma vez que nessas situações não se trata de encontrar a resposta para o que sentimos na razão prática. Como argumenta Kant, nessas situações, nossas faculdades cognitivas (entendimento e imaginação) convergem quando contemplamos a forma, porque, estando esta finalizada, convém aos princípios da faculdade de julgar, que governa nossas tentativas perceptivas de encontrar as formas finalizadas. Nessa circunstância, nós julgamos o objeto belo.

Outra preocupação kantiana é definir o julgamento estético. Para o autor, o julgamento de gosto tem algo de singular, mas é pronunciado com uma conotação de universalidade: como se cada um, necessariamente, devesse experimentar o mesmo prazer que nós, diante do objeto que julgamos belo, sem que tenhamos feito a experiência da efetividade de tal consenso. Quando gostamos de um quadro ou de um filme, esperamos, quase automaticamente, que as pessoas próximas a nós também gostem do mesmo quadro ou filme e compartilhem conosco essa experiência de prazer diante de tais obras. Do mesmo modo que esperamos tal concordância do outro, ainda que tácita, diante de uma vestimenta, paisagem ou pessoa que consideramos bela.

Esse dever, ou essa necessidade da qual fala Kant no julgamento estético, se impõe, embora não seja conceitual. E é nesse sentido que a aquiescência não é contingente, não é fruto do acaso. Para o autor, existem princípios reguladores que, de algum modo, governam nossas reações estéticas, condições transcendentais e puramente normativas, que, de alguma forma, nos ultrapassam.

A interpretação de Monclar Valverde para a argumentação kantiana é que há em Kant um "esforço para mostrar que a 'mera' experiência do *juízo de gosto* já ultrapassa a experiência sensorial do indivíduo e reflete a existência de um *sensorium* comum" (VALVERDE, 2007, p. 189). Esses princípios reguladores que operam na nossa experiência estética não só nos ultrapassam, mas nos unem enquanto seres humanos que partilham da existência enquanto modo de ser. Kant (1995, p. 219) nos diz:

Nos nossos julgamentos pelos quais declaramos que uma coisa é bela,

nós não permitimos que ninguém tenha outro ponto de vista qualquer, ainda que nós fundemos nosso julgamento não sobre conceitos, mas apenas sobre nosso sentimento, que nós tomamos assim, por princípio, não enquanto sentimento pessoal, mas como constituindo um sentimento comum.

Para Kant, o *sensus communis* que ele caracteriza como o gosto deve ser entendido como um sentido comunitário, através do qual "transpomo-nos para o lugar do outro".

O gosto como dinâmica distintiva

Em outra chave interpretativa, Pierre Bourdieu (2007) se defronta com a questão do gosto no século XX, a partir das estratificações sociais, sobretudo em função da problemática da distinção, ou seja, da maneira com a qual o indivíduo delimita seu espaço e configura sua identidade. Para o autor, o gosto é a afirmação "prática" de uma diferença inevitável. As preferências manifestadas classificam e, em alguns casos, rotulam os sujeitos. Bourdieu atribui ao gosto, ou à disposição estética, a capacidade de unir e separar as pessoas. Enquanto produto dos condicionamentos associados a uma particular condição da existência, o gosto une todos aqueles que estão em condições semelhantes, distinguindo-os, ao mesmo tempo, de todos os outros. E ele considera esta uma das formas mais essenciais de distinção e de afirmação de si, uma vez que "o gosto é o princípio de tudo o que se tem, pessoas e coisas, e de tudo o que se é para os outros, daquilo que serve de base para classificar a si mesmo e pelo qual se é classificado" (BOURDIEU, 2007, p. 56).

Nesse sentido, o autor estabelece uma correspondência entre o gosto e os estilos de vida, afirmando que o gosto, essa propensão e aptidão para a apropriação (material e/ou simbólica) de determinados objetos ou práticas classificadas e classificantes é o fundamento para a constituição dos estilos de vida. Estes, por sua vez, são considerados "conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos – mobiliário, vestuário, linguagem ou 'hexis' corporal –, a mesma intenção expressiva" (BOURDIEU, 2007, p. 165). Assim, o gosto manifesto exprime um estilo de vida que estabelece as correspondências entre os indivíduos. E essa operação aparece na obra de Bourdieu como processo consciente e sem nuances, uma vez que o autor entende que, ao fazer uma escolha segundo seu gosto, o indivíduo estabelece a "identificação" de bens objetivamente adequados à sua posição e ajustados entre si por estarem situados em posições sumariamente equivalentes a seus respectivos espaços.

No entanto, é preciso ressaltar que, na contemporaneidade, nem sempre existe uma correspondência completa ou inequívoca entre os estilos de vida e as posições e/ou espaços em que o indivíduo se situa. Mas, de todo modo, o que Bourdieu ressalta é a capacidade de afirmação pessoal e de uma condição social através do gosto.

As tomadas de posição, objetiva e subjetivamente, estéticas – por exemplo, a cosmética corporal, o vestuário ou a decoração de uma casa – constituem outras tantas oportunidades de experimentar ou afirmar a posição ocupada no espaço social como lugar a assegurar ou distanciamento a manter. (BOURDIEU, 2007, p. 57)

Observamos, nessa passagem, que o autor compreende a "estética" corporal, incluindo a cosmética, a indumentária e, acrescentaríamos, os acessórios, como uma das possibilidades de manifestação do gosto, das preferências pessoais. Ainda no que diz respeito às práticas corporais e, sobretudo, vestimentares, em *O visível e o invisível* (em que se apropria do título de uma das obras do filósofo francês Merleau-Ponty, sem, no entanto, fazer referência a seu nome ou a suas ideias), Bourdieu (2007) tenta estabelecer uma reflexão sobre o mecanismo da distinção através das escolhas vestimentares: o que vestem as classes mais simples e quanto elas não se preocupam com o parecer, mas com o ser. E o mecanismo inverso nas camadas mais abastadas. Mais uma vez, o autor insiste numa homologia inequívoca entre os modos de se vestir e de se apresentar e as classes sociais, e avança, no sentido de estabelecer mais uma cor-

respondência total entre indivíduos mais abastados e a preocupação com a aparência e pessoas menos favorecidas economicamente e a preocupação com a essência, retomando a dicotomia clássica entre aparência e essência, e estabelecendo, assim, um julgamento moral dos sujeitos a partir de suas práticas vestimentares.

O gosto como jogo relacional

Na contemporaneidade, podemos dizer que assistimos a certo elogio da aparência, ou, como diria Michel Maffesoli (2010), temos globalmente um movimento que privilegia o fenômeno, o que se dá a ver, o que se manifesta. Não por acaso, já no início de século XX, Georg Simmel (1944) afirmava que a moda, a vestimenta e os adornos poderiam ser considerados exemplos da manifestação da dinâmica da vida e do processo de afirmação de si e das relações sociais. Assim, em relação à moda, podemos dizer que ela é o visível de uma força invisível: a vestimenta visibiliza quem posso vir a ser.

Entre os autores já citados, Simmel é o único que privilegia a moda como tema de reflexão, e também aborda a problemática do gosto. Observamos, nas suas finas elaborações sobre a moda e a aparência, bem como sobre algumas expressões artísticas e outras modalidades expressivas (como a caricatura, a decoração ou mesmo uma paisagem ou um monumento), o comparecimento do gosto como questão e sua associação ao campo da sensibilidade e da percepção, o que nos reconduz a uma ancoragem estética, sem, no entanto, abandonar a perspectiva sociológica.

Em Simmel, vamos encontrar a importância da aparência enquanto apresentação ou aparição existencial. Num ensaio de 1905 sobre o adorno, recentemente traduzido para o português na coletânea *Filosofia da moda e outros escritos* (2008), o autor afirma que o adorno produz o alargamento do Eu, a maior expansão do espaço em volta de nós, que preenchemos com a nossa personalidade, e que se traduz no agrado e na atenção daqueles que nos rodeiam.

O adorno produziu, na forma do elemento estético, uma síntese muito sua para as grandes pretensões da alma e da sociedade, que interagem uma com a outra e uma contra a outra: o enaltecimento do Eu, mediante o existir para os outros, e da existência para os outros, através do realce e da expansão de si mesmo. (SIMMEL, 2008, p. 70)

No *Ensaio sobre a sociologia dos sentidos*, Simmel descreve a fisionomia como o lugar geométrico de todos os conhecimentos, como símbolo de tudo o que o indivíduo carrega como essencial em sua vida: "ela resume por seus traços tudo que aconteceu nas profundezas da alma (...). Graças a sua figura, um homem é compreendido por seu aspecto, antes de ser compreendido por seus atos" (SIMMEL, 1981, p. 228). Nesse sentido, apoiada no autor, pode-se dizer que a aparência expressa o homem. Diante dessa base evidente, Simmel (1981, p. 229) avança: "podemos nos surpreender com tudo que podemos compreender de um homem, desde o primeiro lançar de olhos que atiramos sobre ele".

Além disso, percebemos a importância do reconhecimento do olhar do outro e a eterna oscilação de cada um, entre a manifestação de si e a necessidade de acolhimento pela sociedade. É como o gosto pessoal, sempre em relação com preferências coletivas, partilhadas pelo entorno social. De todo modo, Simmel (1981, p. 236) ressalta que, na modernidade, "estando a maneira de reagir misturada de sensibilidade e de esteticismo, o homem não pode mais fazer parte de uniões tradicionais ou se engajar por laços estreitos, se estes não respeitarem seus gostos e sua sensibilidade pessoais".

Poderíamos dizer que a reflexão que Bourdieu faz, posteriormente, em relação ao gosto, já teria sido antecipada por Simmel, quando este autor analisa o fenômeno da moda, evidenciando que esta une e separa os sujeitos. Assim, associando os dois autores, arriscamos dizer que a moda surge como a evidência mais visível e manifesta

do gosto, e que, portanto, ela pode exibir as escolhas pessoais e traduzir as associações e as distinções entre grupos.

E mais: o gosto revela o que há de comum entre os homens, que é o sentido de comunhão. Sensível às considerações kantianas sobre o gosto como comunicabilidade dos sentimentos, Simmel (1981, p. 234) nos diz, nessa passagem sobre o olhar e a aparência: "o olho revela, ao lado do que há de individual na aparência de cada homem, o que há de parecido em todos os homens".

E o fascínio da moda, sobretudo a vestimentar, deve-se ao fato de que ela nos apresenta. Vestir-se significa, a cada vez, completar nosso corpo. Como diria Emanuele Coccia (2010, p. 130): "o corpo – fenomenologicamente falando – se dá sempre numa articulação em duas partes, um corpo anatômico e um corpo a mais, encarnado nas vestimentas". Nesse sentido, a roupa e os acessórios, ou seja, a composição da aparência como um todo deve ser considerada técnica ativa de apresentação do indivíduo: "Em vez de um disfarce, o modo como nos vestimos ou nos adornamos deve ser pensado como uma técnica ativa para a apresentação de nosso eu físico", pois, como complementa Simmel (citado por SVENDSEN, 2010, p. 90), "a forma de vida da moda é natural para o homem como um ser social". Além disso, como argumenta Merleau-Ponty, as coisas e o próprio homem são inseparáveis da sua maneira de aparecer.

(...) eu não conseguiria dissociar alguém de sua silhueta, de seu estilo, de seu jeito de falar. Observando-o por um minuto, apreendo-o de imediato, bem melhor do que enumerando tudo o que sei sobre ele por experiência e por ouvir dizer. Os outros são para nós espíritos que habitam um corpo (...). (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 43)

Logo, a aparição do indivíduo encontra-se intrinsecamente associada à composição da sua aparência. Se a composição da aparência nos apresenta, de algum modo, expõe nossas preferências, mas também traz algo do outro na nossa aparição, algo que nos torna familiar, que nos une, enfim. E quando essa aparição é considerada bela ou mesmo sublime, somos tomados por um sentimento que provamos na presença de certa forma, e esse sentimento não necessita da mediação de um conceito: assim, podemos definir o gosto como essa capacidade de apreciar e valorar algo que é universalmente comunicável. Como diria Simmel, retomando as considerações kantianas, o que há de atraente na reflexão estética é esse jogo entre um ponto de vista objetivo e, ao mesmo tempo, subjetivo, "entre a individualidade do gosto e o sentimento de que, entretanto, o gosto se enraíza em alguma coisa de supraindividual, de universal" (SIMMEL, 2007, p. 76). E não seria justamente essa a característica que a moda explora com a maior riqueza?

NOTAS

^[1] Montesquieu problematiza o gosto e o batiza com essa expressão. Para saber mais, veja: *Ensaio sobre o gosto nas coisas da natureza e da arte* (MONTESQUIEU, 2005).

^[2] O problema do gosto no plano empírico foi o aspecto dominante na reflexão de David Hume. Para maior desenvolvimento, consultar: HUME, David. Do padrão do gosto. In: DUARTE, Rodrigo (Org.). *O belo autônomo: textos clássicos de estética*. Belo Horizonte: UFMG, 1997, p. 55-73. Ou a versão em francês (HUME, 2000).

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

COCCIA, Emanuele. *La vie sensible*. Paris: Payot-Rivages, 2010.

HUME, David. *Essais esthétiques*. Paris: Flammarion, 2000.

KANT, Emmanuel. *Critique de la faculté de juger*. Paris: Aubier, 1995.

MAFFESOLI, Michel. *L'erotique social*. Paris, 16 dez. 2010. Palestra proferida no Seminário da Université René Descartes, Paris V.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Conversas - 1948*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat, Baron de. *O gosto*. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da la Moda*. In: _____. *Cultura feminina y otros ensayos*. Buenos Aires: Epasa-Calpe, 1944.

_____. *Essai sur la sociologie des sens*. In: _____. *Sociologie et épistémologie*. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.

_____. *Kant et l'esthétique moderne*. In: _____. *Esthétique sociologique*. Paris: Maison des Sciences de L'homme, 2007.

_____. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

SVENDSEN, Lars. *Moda e filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VALVERDE, Monclar. *Estética da comunicação*. Salvador: Quarteto, 2007.

ZEIMBEKIS, John. *Qu'est-ce qu'un jugement esthétique?* Paris: VRIN, 2006.