

QUESTÃO DE ESTILO

DOI: <https://doi.org/10.33871/23580437.2022.9.2.1-11>

Adriana Carolina Hipólito de Assis¹

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo observar a questão do estilo no *design* de moda ou de qualquer forma de expressão artística no campo do real lacaniano. A moda, assim como o *design*, são objetos de investimento simbólico, de linguagem cultural que possibilita nas trocas sociais a utilização do estilo como marca identitária, comportamental e de *status*. O estilo está associado à retórica e à estética. Na concepção lacaniana, o estilo está relacionado a linguagem inconsciente, ao Outro e ao objeto *a* enquanto causa do desejo. O estilo será ao mesmo tempo o analista e o *designer* que busca montar bases para construção de seus objetos, assim como o próprio objeto de arte.

Palavras-Chave: Estilo; Roland Barthes; Design; Jacques Lacan.

STYLE QUESTION

ABSTRACT

The presente work aims to observe the question of style in fashion design or in any form of artistic expression in the field of the lacanian real. Fashion, as well a *design*, are objects of symbolic investment, of cultural language that makes it possible in social exchange to use style as an identity, behavioral and status mark. Style is associated with rhetoric and a esthetics. In the lacanian conception, style is related to un conscious language, to the Other and to object *a* as the cause of desire. Style will be at the same time the analyst, the designer who seeks to assemble bases for the construction of his objects, as well as the art object it self.

Keywords: Style; Roland Barthes; Design; Jacques Lacan

QUESTIÓN DEL ESTILO

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo observar la cuestión del estilo en el design de moda o en cualquier forma de expresión artística en el campo de lo real lacaniano. La moda, así como el design, son objetos de inversión simbólica, de lenguaje cultural que posibilita en los intercambios sociales utilizar el estilo como marca de identidad, comportamiento y *status*. El estilo se asocia con la retórica y la estética. En la concepción lacaniana, el estilo se relaciona con el lenguaje inconsciente, con el Otro y con el objeto *a* como

¹ Dra. em Literatura pela UFSC, membro da ABRALIC (Associação Brasileira da Literatura Comparada). Atua nos seguintes temas: Octavio Paz, picaresca, corpo em Jacques Lacan, poesia concreta, *design*. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6033105339026698>, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1016-9240>, e-mail: adricarolbas@gmail.com.

causa del deseo. El estilo será a la vez el analista, el designer que busca armar bases para la construcción de sus objetos, a sí como el propio objeto de arte.

Palabras Clave: Estilo; Roland Barthes; Design; Jaques Lacan.

INTRODUÇÃO

O estilo deriva da palavra grega *stilus*, objeto de metal pontiagudo utilizado para talhar, na madeira/tábua, a palavra escrita. O ato de gravar na tábua a escritura é metáfora que se associa ao estilo e à concepção de marca, de corte, de furo quer da lei classificatória da escritura, quer do manuseio/manejo do artífice que, nos moldes de hoje, migra para a figura do *design* ou do analista. A estilística nascida da linguística vê o estilo como um conceito derivado da *Arte Retórica* e da *Arte Poética*, de Aristóteles que tinha como questão de base a relação da palavra poética utilizada como “A Verdade”. O bom uso da linguagem estava associado à estética e à ética. A expressividade da palavra passa a ser também o estilo, o produto da vontade, dos desejos e do comportamento humano. A função do estilo no campo da estética estaria vinculada a produção de identidade dos objetos com o artista. Para Antonio Quinet, o estilo no âmbito da linguística é um conceito operatório que fornece dois significados:

[...] i) o estilo como instrumento de generalização, o estilo designa aqui um sistema de meios e regras prescritos ou inventados, e utilizados na produção de uma obra, por exemplo, o estilo barroco, o estilo colonial, o estilo *art nouveau*, etc; ii) o estilo como instrumento de singularização, definindo uma propriedade ou qualidade de alguém, em geral um artista de quem se pode dizer “ele tem um estilo” (QUINET, 2019, p. 01.)

Roland Barthes em o *Sistema da Moda* (1979) observa a questão do estilo dentro do campo da semiologia verificando três aspectos que fundamentam o sistema da Moda como o vestuário tecnológico (substrato técnico e cultural que fabrica o vestuário dentro de um movimento); a escritura sobre o vestuário² que coincide com o discurso poético e, portanto, com o estilo da moda. A tese de Barthes baseia-se essencialmente nos textos que fornecem identidade à vestimenta, conferindo sentido semântico ao vestuário. Além desses dois aspectos, Roland Barthes observa o vestuário real como um vestuário em si, como aquele que é objeto do olhar, de exibição da Moda. Associado ao *Sistema da Moda*, Roland Barthes observa o sistema retórico como um possibilitador do estilo de Moda e o divide em três sistemas: o poético que implica na descrição do imaginário da Moda, a matéria poética: a cor, a substância, a tutilidade, o movimento, o corpo, etc., o investimento do vestuário em sua forma poética; o da retórica de significado mundano que é a “representação que a Moda dá do ‘mundo’” (BARTHES, 1979, p. 213); e, por fim, o da razão da Moda, que é a retórica do signo da Moda. Os três aspectos têm em comum o mesmo sistema retórico: da escrita da Moda. A escrita na semiologia da Moda está entre a matéria e a linguagem dentro de retórica denotativa ou conotativa. Essa notação retórica apresenta variações no sistema de classificação da Moda que possibilita dar o inventário, o código, o valor retórico da marca que regula a expressão. Adjetivos mistos – como camisa esporte - fornecem ao material a imagem identitária do objeto, “adjetivos como gracioso, bom (o bom casaco de viagem)” (BARTHES, 1979, p. 226) servem tanto a situações denotativas ou conotativas, pois dão o tom da viagem, assim como o vestuário adequado a situação. O significado retórico do vestuário cria modelos cognitivos associados à cultura. A moda é uma poética que constrói modelos sociais que podem ser repartidos em três campos semânticos: o primeiro é cognitivo e cultural com modelos formadores de signos que nomeiam os objetos por meio do estilo constituído na sociedade. O vestido inspirado em Mondrian

² Roland Barthes em *Sistema da Moda* não faz distinção entre moda e vestuário. Esses dois campos coincidem em um mesmo ponto: ambos vestem. A moda pretende o feitio de uma coleção de primavera/verão ou outono/inverno e o vestuário refere-se ao ato de vestir independentemente da criação de uma tendência ou de um estilo de Moda.

(figura 1) exibe não só um quadro psíquico, mas, sobretudo, a cultura vinculada à modernidade, ao estilo do neoplasticismo. Para Mondrian o homem moderno apresenta expressões abstratas, universais na unidade do corpo. O quadro de Mondrian é um dado cultural, seu estilo atemporal é usado como base de inspiração para comunicar a mesma harmonia geometrizada ou estética purificada. Diferente da relação da vestimenta ao lado que decalca o desenho do laço, do cinto e dos bolsos em um movimento de encobrimento em *trompe l'oeil*. Ou mesmo do modelo que veste o pretinho surreal de Elsa Schiaparelli, de 1938, que evidencia a forma interior do corpo: a coluna vertebral, as costelas, a cor preta do vestido como um mecanismo de defesa melancólico que expressa estilo real.



Figura 1 – Na sequencência: *Trompe l'oeil*, de Sonia Rykiel; *Skeleton*, de Elsa Schiaparelli e *Mondrin*, de Yves Saint Laurent, (FIONA, 2012, p. 28)

Para Barthes, há quatro grandes temas evocados como modelos: o da natureza como o vestido-flores; o da geografia culturalizada com temas exóticos como blusão russo, saia hindu; o da história que fornece a linha de um período; e o da arte, da pintura, da escultura, da literatura e do cinema que expressam a moda e o estilo marcado pela retórica conotativa. Barthes cita ainda a cultura mundana, que pode ser traduzida como leiga, como aquela que detém conhecimento popular, escolar, do saber do aluno estandardizado. Essa moda dita o estilo comportamental do tipo: “moça culta e bem moderna” (BARTHES, 1979, p. 228) veste Mondrian. O modelo projetivo sociocultural promove o *status* mesmo sendo uma produção em massa que entra no real. Outro campo semântico seria os modelos afetivos de caritativismo. Neste grupo de retórica compreende-se não a cultura, mas os afetos que se integram aos objetos: familiar, íntimo, infantil, alegre, sério. O vestuário ora é amante, ora é fabuloso como o vestido de princesa, por isso Barthes os denomina caritativo. O modelo sério visa à ética, à educação infantil construindo uma semântica, um modelo mental da jovem séria que vai ao colégio, mas ainda brinca de bonecas em casa criando assim uma ambiguidade nos papéis infantis na sociedade, a moda constrói um jogo de perversão e de sedução pornográfica que ora é séria demais, ora fútil demais.

A retórica de significado trata da representação do mundo por meio de metáforas e parataxes, a moda virtualiza, cria um romance para cada situação, marca ou não a cena ideológica. A metáfora mundana transforma uma unidade semântica, o conceito em uma aparência original e a parataxe estende o poder metafórico a partir de uma narrativa com objetos descontínuos que criam uma atmosfera: “este ‘blazer’ para moça anglófila, talvez apaixonada por Proust e que passa suas férias à beira-mar” (BARTHES, 1979, p. 234). A retórica, neste sentido, fica reservada ao valor moral, ao *status* romanceado da cena e ao mesmo tempo marca o estereótipo de uma cena jamais vista, singular para aquele que veste seu significado romanesco. E, embora sua escritura não fale do mundo, mas de sua fantasia identificatória, a retórica de significado tem um mundo vazio em sua concretude real que é ressignificada pela ficção como metalinguagem. A moda funcionaliza as ações emotivas e festivas, nela agir é vestir. A festividade, assim como a fantasia descreve situações, afazeres, atividades domésticas, profissionais e, principalmente atividades relacionadas as estações do ano e a confecção das coleções. A festividade em um *flash* de fantasmagoria depressiva esconde a necessidade de se obter prazer ao fazer compras nos *shoppings*. A ação festiva está na personalidade adjetivada

pela imagem e pela escritura que contorna o estilo de Moda: a equilibrada, a esportiva, a rebelde, a clássica ou a de vanguarda. As essências psicológicas conferem individualização e contornam o sonho de identidade – ser ela mesma na roupa da moda – reafirmando o nome como estrutura mítica, arquetípica e de alteridade. Roland Barthes afirma que as essências psicológicas cumprem também uma função antropológica que se relaciona ao sexo e ao corpo. O primeiro, o gênero feminino, está em grande parte na procura pela moda, mas que hoje está hibridizada pela estética masculina propondo uma estética andrógina. Pelo corpo observa-se três aspectos: o corpo ideal encarnado no suporte de manequim da moça da capa de revista; o corpo efêmero que encarna a moda a cada estação; e, o terceiro, o corpo cria artificios que afinam, aumentam ou diminuem a silhueta. Importa compreender que a mulher, o homem e outros gêneros de Moda – na lógica de Roland Barthes – é ao mesmo tempo aquela(e) que sonha ser como o perfil psicológico da magazine X ou Y, ou, ainda, ser como o personagem da novela ou do romance. Outro aspecto importante observado pelo semiólogo são os afetos, a Moda nunca trata do amor, do adultério, sua euforia se restringe ao instantâneo, a paixão e a loucura também aparecem, na medida em que descreve romances fragmentários, citações de cenários e de anedotas que preenchem o espaço vazio. O último aspecto que se relaciona à retórica do signo em Roland Barthes seria a transformação do signo da moda em razão. Há aqui uma matemática, uma relação de ratio que procura equilíbrio até mesmo na descontinuidade construindo uma ilusão de razão. Nele o “conjunto A (de significado mundano e explícito) ou o conjunto B (de significados de Moda implícitos)” (BARTHES, 1979, p. 249) apresenta uma relação de ratio entre os conjuntos que se dá no uso mundano e de massa que o signo abriga como significado implícito da Moda. Esse movimento de troca entre signo e o uso funcional está em grande parte do vestuário de Moda. Todo objeto até mesmo o estandardizado é também signo. Assim um vestido de dança (Conjunto A) serve tanto para dançar quanto para expor a própria dança (Conjunto B) e ao mesmo tempo serve para tratar da função real e da função fantasmática, irreal. A equivalência de ratio constrói a ilusão do vestir a moda ou estilo retórico. A função disfarça o signo com a razão, a moda é um espaço de racionalização, de normatização social que funciona como um objeto: uma saia plissada com uma blusa de decote canoa tem a função de expressar a maturidade da idade, afirma Roland Barthes. A moda racionaliza, adequa o uso. A moda é a Lei que se torna obrigatória. Barthes afirma que a lei torna-se fato e passa a existir de forma autossuficiente, as roupas escolhem por si mesmas para cumprir o modelo, o comportamento social. Toda retórica da razão se resume a ditar a Moda, a nomear os desejos conjuntamente as peças e acessórios, a transformar a lei em signos, em ícones. A retórica da Moda constrói uma linguagem que comunica a alienação do homem. “A Moda aparece assim – e é a definição final de sua economia – como um sistema de significantes, uma atividade classificadora, uma ordem bem mais semiológica que semântica” (BARTHES, 1979, p. 264).

A semiologia do Sistema de Moda, de Roland Barthes, possibilita compreender a questão do estilo dentro da retórica da Moda, embora o próprio autor estabeleça diferenças entre estilo e moda. A moda apresenta-se de forma peregrina, efêmera e o estilo permanece de forma atemporal. Moda e estilo se irmanam enquanto retórica de uma escritura, enquanto produto de sentido. A retórica, assim como a estilística, têm o estilo marcado a cada período pela moda. A linguística, assim como crítica literária, observa a questão do estilo como forma, como unidade de comunicação, como o estilo de um autor. A escritura como estilo presente no *Sistema da Moda*, de Roland Barthes, também está presente em outros livros como *O Grau Zero da Escritura* e *Fragmentos do Discurso Amoroso*, nelas, a escritura inconsciente veste a letra, o objeto *a* como um estilo bruto (grau zero) derivado do impulso escritural não necessariamente intencional, mas que veste o signo, o artefato com um traço inconsciente. Roland Barthes desde sua fase inicial -1967 - com o *Sistema da Moda* vê escritura como afeto, como discurso amoroso tecido de desejo. O sistema retórico está presente como relevo da linguagem inconsciente, como figura de linguagem que apresenta no *design*: o desejo, a emoção.

A concepção, assim como a definição, do estilo perpassa por uma tradição de estudos literários, linguísticos e artísticos bastante vasta. Colabora para essa discussão a definição de estilo dada por Umberto Eco em *A Definição da Arte* (1995). Para Umberto Eco o estilo é um processo de formação no qual coincidem a personalidade do formador (*designer*), que expõe suas características no tecido da obra. Compreender o estilo de uma obra é “possuir a pessoa do criador feita objeto físico” (ECO, 1995, p. 30), nela o artista ou o *designer* está presente no interior do objeto como realidade psíquica. Embora, a produção de *design* vise à

construção de artefatos para usuários, seu estilo é artístico. O que Umberto Eco observa é que para se ter estilo é preciso que o artista ponha indiretamente na obra seus pensamentos, costumes, ideias, crenças, aspirações sem que com isso se entenda que o artista narre a si mesmo, além de fazer uma vasta pesquisa sobre o artefato. É importante delinear esse aspecto, pois o campo da psicanálise que veremos no decorrer deste ensaio observa os desejos inconscientes na linguagem nos artefatos de moda.

O estilo na moda defende-se inconscientemente dos desejos recalçados para construir artefatos criativos. A defesa, neste sentido, é sempre inventiva, o sujeito revela suas faltas vestindo a elegância do ideal materno ou paterno, a assinatura do modelo aceito socialmente na tentativa de fugir dos desejos recalçados ou do vazio estrutural. A inventividade na moda de *design* pode até vestir a *prêt-à-porter*, na medida em que se associa ao real, ao fantasma negado: o desejo e a realidade.

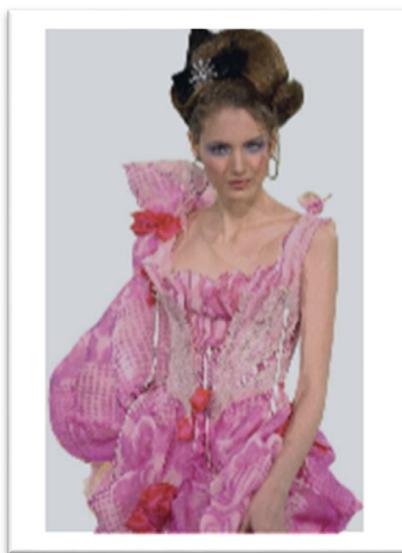


Figura 2: Vestido *prêt-à-porter*, de Christin Lacroix (FIONA, 2012, p. 38)

Embora a alta costura tenha perdido o *glamour* elitizado, na medida em que se tornou objeto de uso estandardizado, ainda assim é usada em algumas ocasiões sociais. Importa compreender que nestas ocasiões o estilo e os acessórios dizem muito do sujeito que as veste. O sapato de salto em *stiletto* a seguir (figura 3) tem o estilo da rainha Maria Antonieta. Fazia parte do *status* social deste período, séculos XVII e XVIII, usar saltos, sobretudo nos bailes luxuosos que a rainha francesa/austriaca costumava fazer para expor seu estilo rococó. A relação de fetiche³ com o sapato se evidencia pela altura do salto agulha, objeto de desejo e de poder. O estilo fetichista é perverso e é responsável por grande parte do consumo de produtos que deslocam os desejos fálicos para artefatos como calcinhas, produtos para os cabelos, sapatos, echarpes e a alta costura. Todo artefato eleito por um usuário cujo estilo é fetichista substitui o desejo sexual por um objeto, no caso o sapato. A finalidade de possuir um objeto de fetiche é mediar o desejo sexual *no mais*. Essa matemática (no mais) lacaniana indica uma relação de demanda e de pulsão deslocada para o artefato. O sujeito apresenta uma necessidade devoradora de ter mais objetos de desejo.

³ Fetiche ou fetichismo é observado por Sigmund Freud em *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade* e em Jacques Lacan em *A Relação de Objeto*, no qual se observa a organização do desejo sexual ou da libido do sujeito, que só é alcançada no deslocamento do desejo pelo pênis que falta à mãe ou por um significante fálico para um objeto. Logicamente, o fetichista nunca busca cópula, seu desejo dirige-se à pulsão, à falta no artefato.



Figura 3: Sapato *salto em stiletto*, Maria Antonieta, (FIONA, 2012, p.186)

É importante frisar que embora grande parte da crítica sobre *design* se dedique a explicitar a relação do artefato com seus usuários, tendo como preocupação fornecer objetos estéticos capazes de conferir identidade corporativa, industrial ao produto, a relação com os desejos dos usuários apresenta um recorte limitado à emoção como se observa em *Design Emocional*, de Donald A. Norman (2008). Segundo o autor, existem três níveis de emoção que interferem nas escolhas dos usuários: o nível visceral que apresenta um julgamento rápido, veloz se bom ou ruim, se seguro ou perigoso este nível põe o sujeito em estado de alerta é quase instintivo; o nível comportamental no qual se localiza o comportamento humano moldado pelas relações sociais, pelo ambiente e cultura no qual o usuário está inserido; e, por fim, o nível reflexivo que está acima dos outros dois níveis por peneirá-los de forma consciente/reflexiva – e não do estilo do *design* como um lugar de queda do inconsciente, como falta.

Para Jacques Lacan o sujeito que fala é o sujeito do inconsciente. Para o psicanalista, não se separa o sujeito inconsciente do eu consciente. A consciência é suporte do eu e o eu, para Lacan, é a soma de sucessivas identificações inconscientes que constantemente nos interrogam. Para o psicanalista, a consciência não é conhecimento, mas desconhecimento de seu avesso, o inconsciente. O furo consciente/inconsciente deriva de uma falta. O conceito de falta na clínica psicanalítica de Jacques Lacan relaciona-se ao objeto *a* e a causa do desejo. Explico-me: o objeto *a* não é um artefato, não é um objeto representável, ele só é identificado na forma de fragmentos parciais do corpo: objeto sucção (seio), objeto da excreção (fezes), da voz, do olhar e do olfato que simbolicamente aparecem ou são representados nos artefatos. Para que o objeto *a* exista é preciso observar que muito antes, nas primeiras perdas da criança, na castração paterna, a falta havia se instalado enquanto demanda do objeto perdido. A falta tem como causa inconsciente do desejo uma outra falta que trata da castração. O objeto *a* passa a ser o fantasma do nascimento do desejo. A simbolização dessa falta dita ou modela o comportamento que mantém a demanda do desejo arcaico satisfeito ou insatisfeito, a falta expõe o momento da queda do sintoma do sujeito e o mesmo se dá quando elegemos objetos de consumo. O que Norman não observa é que, no comportamento visceral ou não, a satisfação pode ser parcial enquanto falta ou pode ser total, vazia e automatizada. O Grande Outro é esse lugar de queda que, dentro da lógica lacaniana, mantém como elo o Outro primordial (a mãe), o falo materno que retorna como exigência de satisfação dos desejos primários. O vestido a seguir (figura 4), observa-se o conceito elaborado por Viktor & Rolf (FIONA, 2012) da Moda sendo engolida pelo arrocho da economia mundial. A falta se inscreve, neste caso, como rastro, como um furo no tule do vestido. Embora o conceito seja trabalhado para tratar de uma questão mundial, a falta expõe o sintoma da fome na concepção do *designer* de Moda. A falta aparentemente trata de um conceito reflexivo, como assegura Norman. Na realidade, está para além da consciência/reflexão. O furo na saia de tule também pode ser lido como uma borda a ser analisada e que, certamente pode se associar ao Grande Outro lacaniano.



Figura 4: *Conceito pós-crise*, de Viktor & Rolf, (FIONA, 2012, p. 28)

OUTRA ESCRITURA

Para Charlotte & PeterFiell (2005), o *design* do século XX, em sua fase de pós Revolução Industrial, passou a ter uma função específica de produzir artefatos estéticos industriais com a intenção de proporcionar qualidade de vida aos seres humanos. O *design* do século XX vem marcado por uma escritura – embora Charlotte & Peter Fiell não tenham afirmado tal coisa - há um pensamento fundamentado por intelectuais, por teóricos e até mesmo por filósofos que produziam *design* que, desde o início do século XX, associam a teoria e a prática. William Morris e Walter Gropius foram pioneiros na escritura de *design* integrado ao idealismo social à escola de Bauhaus, movimento artístico que reuniu intelectuais, artistas e filósofos com a intenção de estabelecer uma nova relação entre a estética artesanal e a industrial. A Bauhaus foi um movimento que possibilitou uma grande revolução cultural no campo da estética e, principalmente no *design*. Walter Gropius foi um dos componentes dessa escola – na qual encontra-se nomes como Kandinsky, Klee, Mondrian dentre outros - que procurou fortalecer vínculos entre artistas, a indústria e o comércio. A escola Bauhaus pretendia desenvolver uma filosofia moderna que tinha por objetivo desenvolver projetos práticos, racionais, funcionais na área da arquitetura e do *design*. O mais importante desse movimento foi a compreensão da máquina como um objeto de arte e sua vinculação abstrata, geometrizada com os artefatos.

É importante frisar que cada escola ou movimento constituído desde a era industrial trouxe a questão do estilo como ponto de referência e de distinção de formas na área do *design*. O movimento futurista, por exemplo, tal como a Bauhaus busca na geometrização, na fragmentação de influência cubista um modo de evocar a sensação de velocidade e de aceleração no *design* gráfico e na forma de outros artefatos. As escolas dialogam e, por vezes, se opõem umas às outras. O desconstrutivismo, por exemplo, foi um movimento preocupado em criar uma estética que se opusesse ao construtivismo de Kandinsky e ao funcionalismo da Bauhaus. A seguir, observa-se essa relação de desconstrução do funcionalismo racional (figura 5) que acreditava que a “forma tinha de ser governada pela função e pelo custo, de modo que os produtos fossem práticos e acessíveis aos consumidores de classe média” (FIELL & CHARLOTTE, 2005, p. 89) e a linha desconstrutivista (figura 6) que questiona a forma e a função tradicional do artefato buscando na fragmentação, no estilhaçamento uma nova expressividade, uma nova dinâmica do artefato.



Figura 5: Marcel Breuer Cadeira Modelo nº B3 *Wassily*, Bauhaus Dessau, 1926, (FIELL, 2005, p. 89).



Figura 6: Cadeira *Vodöl*, 1989, (FIELL, 2005, p. 178).

O aspecto lúdico do artefato é visivelmente evidenciado na cadeira *Vodöl*, que não deixou de ter a função de sentar, mas defende-se da simetria abstrata da cadeira *Wassily*, da Bauhaus. A cadeira *Vodöl*, mais do que expressar a desconstrução de um estilo, expõe, no gesto assimétrico, a presença inconsciente. Assim, observa-se que a inventividade escritural do século XX empenha-se em questionar o Nome-do-Pai: a tradição.

Outro aspecto importante que Antonio Quinet observa em *O Estilo*, *o Analista* e *a Escola* (2019) a questão do gozo estético que é também analítico. Aqui observa-se o efeito estético criado pelo uso de materiais para construção de um artefato e na psicanálise o efeito da escritura significante⁴ que possibilita o gozo. Quinet na esteira de Lacan utiliza as quatro causas aristotélicas descritas do livro II da *Física* para tratar do efeito do gozo estético, a primeira das quatro é do

[...] artista escultor que faz de um bloco de mármore uma estátua. A causa material é aquilo de que a coisa é feita, ou seja, é a própria matéria, no caso, o bloco de mármore. A causa eficiente é o agente, ou seja, o escultor que utiliza seus músculos e o instrumento, a espátula, por exemplo, para fazer a estátua. Em outras palavras, o agente que atua sobre

⁴ Jacques Lacan faz referência a cadeia de significante como lugar do inconsciente.

a matéria com seus próprios movimentos e a transforma em um objeto estético. A causa formal é a ideia, o modelo que o escultor tem da estátua, “a ideia que está na alma do artesão”, diz Aristóteles. A causa formal não está no corpo como a causa eficiente, porém na ideia do agente. Por último, a causa final é aquilo em vistas do que toda operação é realizada. A causa final é chegar-se a um efeito de belo, ou seja, é para atingir o Belo que a estátua é feita. (QUINET, 2019, p. 04).

Mais do que a necessidade de se voltar aos gregos para se falar de estilo, as quatro causas aristotélicas apontam para o Belo que, para Jacques Lacan, é da ordem do gozo. Na causa material o significante materializa-se como matéria bruta para que o analista/*design* possa dar forma. Sem a matéria bruta - o mármore, o vidro, o ferro, o significante - não há gozo estético. O escultor, afirma Quinet, fornece, no processo de criação, o endereço – ruas e avenidas na arquitetura; tecidos e adereços na moda; desvios de significantes na psicanálise - da forma estética, a causa eficiente como o agente que, com seus instrumentos, constrói depois de árduo (ou divertido) processo, o artefato. A causa formal é a ideia, é o modelo que o gozo constrói como uma gramática, como uma escritura pulsional que expõe a causa do desejo. A causa final do gozo para Lacan não é necessariamente o Belo, mas seu limite interno que, às vezes, retorna como comando do supereu, goza! Ou como resultado de um desvelamento do inconsciente, do significante que provoca o gozo como solução de algo interno. O *design*, assim como o analista, lida com a indústria, com a fábrica de curto-circuitos de sintomas. Toda a produção de *design* é também escritura de significantes, a própria economia de simbolização possibilita esse gozo. O estilo, neste caso, manifesta a verdade inconsciente, na medida em que toca o real. A verdadeira *design* ou em qualquer outro tipo de manifestação estética é um semi-dizer, uma escritura que anuncia que há algo ali a ser analisado, trabalhado pelo *design*/analista. Por isso toda falta é um bem dizer que expõe as demandas da ética (LACAN, 1988), da moral que, geralmente inviabilizam o desvelamento da verdade.

O analista, assim como o *designer*, lida com o estilo de vários sintomas, o estilo de cada sujeito fornece uma marca. A variedade de estilos é usada como artifício, como matéria para criar mais artefatos. O *design* vai lidar com o estilo, mas irá operar com a matéria bruta, o significante, o objeto a como causado desejo. Jacques Lacan no seminário *Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise* (1985) observa quatro tipos de discursos que nos fornecem mecanismos de defesa para agir em sociedade. Cada discurso pode ser desvelado em sua linguagem inconsciente. Cada discurso impõe um estilo: o discurso de mestre no qual observa-se a Lei, a ética como proibição, como repressão, assim como também o discurso daquele que ensina; o discurso da histérica que é extremamente criativo, na medida em que desvia, demanda a verdade de seu sintoma; o discurso universitário que é o discurso do saber; e, finalmente o discurso do analista que opera como um *design* na análise do significante do artefato. É importante lembrar que quando se trata de estilo se fala sempre de objetos. Para o *designer* o objeto é um artefato e para o analista o analisando é o outro e é ao mesmo tempo o Outro enquanto lugar do significante que também pode ser um artefato, como no caso do fetiche. Embora as classificações desses discursos pareçam fechados em suas gavetas, eles apresentam porosidade, se misturam. O analista/*designer* tem o discurso do saber, do mestre como uma posição de comando, mas faz uso da histeria criativa para se chegar ao final da análise ou da forma de um artefato.

PERCURSO E CONTRIBUIÇÃO

O estilo na psicanálise lacaniana não tem a mesma preocupação que a estilística ou a retórica em reconhecer, sobretudo no meio acadêmico, quais obras apresentam mais ou menos estilo, pois para a psicanálise todos os gestos estéticos têm estilo. Neste sentido, não há discriminação, importa aqui a inventividade dos artefatos dentro do sistema de normas, quanto maior for a transgressão, mais estilo. Jacques Lacan irá se referir ao poeta ou a linguagem poética como aquela que detém ou se aproxima do estilo psicanalítico, na medida em que expõe a linguagem inconsciente. A primeira abordagem de Jacques Lacan acerca da concepção do estilo encontra-se na revista *Minotaure*, de divulgação surrealista. A questão do estilo na clínica lacaniana gira em

torno de duas vertentes: na surrealista observa que o controle moral e ético impedia a plena expressividade dos delírios de seus analisandos e que o método surreal - da escrita automática - era um contributo importante para a liberação inconsciente do paciente; e a outra vertente tratava do estilo que Jacques Lacan desenvolvia. Lacan não fez modismo, seu estilo permanece como linha reconhecível, mas com variações ou fases distintas. Importa que todos os estilos somados - surrealismo, estruturalismo, kojevismo hegeliano, matemática -, fizeram de Lacan um Gôngora da psicanálise. Embora a literatura da clínica psicanalítica não trate especificamente do estilo, as referências feitas sobre essa questão giram em torno de Jacques Lacan. A linguagem hermética do psicanalista construiu um estilo cheio de volteios, de rococós estéticos que o situaram no estilo barroco. O próprio Lacan no seminário *Mais Ainda* afirma que se “alinha” para o lado do barroco. Seu interesse neste seminário está para imagens sagradas como a da Madre Teresa, de Gian Lorenzo Bernini. Seu êxtase fez Lacan escrever um Seminário sobre o gozo da mulher, o *mais-de-gozar*, no qual afirma que a mulher goza o corpo todo. A estética barroca para Lacan é feminina, neste seminário, o estilo, se desvela no barroco.

Outro momento importante de discussão sobre estilo encontra-se no texto *A Carta Roubada* presente nos *Escritos* (1978) de Lacan, depois pontuado na homenagem feita por Haroldo de Campos ao psicanalista em *Ideias de Lacan* (1995), organizado por Oscar Cesarotto. Nessas duas obras observa-se a questão do estilo na relação com o homem. Nos *Escritos*, Lacan analisa *A Carta Roubada* a partir da tradução feita por Mallarmé do conto de Edgar Allan Poe com a intenção de cifrar a mensagem de Poe, no caso a carta que - no jogo de esconde-esconde ocasionado pelo delito de amor de uma Rainha -, marca o lugar de queda do desejo inconsciente. Em ambos os textos a referência ao estilo é dada pelo naturalista George-Louis Buffon que afirma que “o estilo é o próprio homem”. O que Lacan pontua a partir da assertiva de Buffon é que o estilo não é o homem, mas o homem a quem nos dirigimos e nos comunicamos. A mensagem endereçada por ele expõe o lugar de queda do inconsciente que Lacan denomina como Outro. Assim, o estilo é o Outro em duas acepções: a primeira é o Outro social, o outro da comunidade de analistas ou de *designers*, que comanda o estilo; e a segunda acepção trata do Outro inconsciente. Essa segunda concepção Lacan verifica que o estilo é o objeto a, a causado desejo. A causado desejo remete a questão do estilo na sua relação com a verdade, há uma falta no Outro que na análise é posta em xeque: as fantasias, as vestimentas ou o estilo da vestimenta caem para compreensão da verdade do Outro. Já Haroldo de Campos (CESAROTTO, 1995, p 164), com um propósito crítico, reafirma a buffonoria-lacaniana de que se o estilo é o Outro “le style c’est Autre” ele é também analista “Le style c’est l’ANE”, pois é ele quem irá operar o inconsciente estiloso de cada um.

CONCLUSÃO

O estilo é, então, produto da vontade ou do comportamento humano. Essa noção de estilo no campo da estética produz uma fantasia de identidade que faz com que o sujeito busque o próprio fantasma enquanto falta. O estilo é também nominativo, ele dá nome aos objetos e os significa enquanto valor material e sentimental, embora ter nome e marca não significa que o estilo seja bom ou que esteja bem internamente. O estilo pode, na aparência, ser fruto de uma escolha racional, consciente, mas é o inconsciente quem direciona as escolhas e a forma como lidamos com os artefatos.

E qual é a contribuição que a concepção do estilo em Jacques Lacan pode oferecer ao *design* de Moda? Poderíamos dizer que nenhuma e ao mesmo tempo todas. Nenhuma porque se criou a imagem estereotipada de um sujeito sentado no divã expondo as mazelas de seus desejos pessoais e a indústria quando pensa os desejos do indivíduo o faz na perspectiva da vender e esse não é necessariamente o papel da psicanálise, a psicanálise se ocupa da análise com a intenção de favorecer o processo de cura ou não do sujeito ou mesmo analisar o artefato de forma crítica/analítica. O campo psicanalítico sempre esteve, desde a clínica freudiana, associado aos desvios de significantes que são matéria para construções estéticas. A psicanálise fornece em sua leitura analítica a compreensão das defesas inconscientes que aparecem nas escolhas que o sujeito faz de suas vestimentas ou estilos. Compreender o artefato no desvelamento do inconsciente é uma forma de repensar o estilo em laço social e ao mesmo tempo como estilo de cada um.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. *Arte retórica e Arte poética*. São Paulo: Ediouro, S/D.
- BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. (Trad. Lineide do L. S. Mosca), São Paulo: USP, 1979
- BARTHES, Roland. *Fragmentos do discurso amoroso*. RJ: F. Alves, 1981.
- BARTHES, Roland. *O grau zero da escritura*. São Paulo: Cultrix, 1986.
- CESAROTTO, Oscar (Org.). *Ideais de Lacan*. SP: Iluminuras, 1995.
- FREUD, Sigmund. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*. Obras Completas e outros textos, SP: Cia Letras, 2016.
- FIONA, Ffoulkes. *Como compreender a moda – Guia rápido para entender estilos*. SP: Senac, 2002.
- FIELL, Charlotte; FIELL, Peter. *Design do século XX*. Koln: Taschen, 2005.
- FIELL, Charlotte; FIELL, Peter. *Design industrial A - Z*. Koln: Taschen, 2000.
- GROPIUS, Walter. *Bauhaus: novarquitectura*. (Trad. J. Guinsburg e Ingrid Dormien), São Paulo: Perspectiva, 2009.
- KRIPPENDORFF, Klaus. *The semantic turn: a new foundation for design*, NY: Taylor & Francis Group, 2006.
- IANNINI, Gilson de Paulo Moreira. *Estilo e verdade na perspectiva da crítica lacaniana à metalinguagem*. [Tese de Doutorado USP], Disponível no site: https://filosofia.fflch.usp.br/sites/filosofia.fflch.usp.br/files/posgraduacao/defesas/2009_docs/2009.doc.gilson%20iannini.pdf, acessado 2019.
- LACAN, Jacques. *Escritos*. SP: Perspectiva, 1978.
- LACAN, Jacques. Seminário Livro 3. *As psicoses*. RJ: Jorge Zahar Editor, 2010.
- LACAN, Jacques. Seminário Livro 4. *A relação de objeto*. RJ: Jorge Zahar Editor, 1995.
- LACAN, Jacques. Seminário Livro 7. *A ética da psicanálise*. RJ: Jorge Zahar Editor, 1988.
- LACAN, Jacques. Seminário Livro 11. *Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise*. RJ: Jorge Zahar Editor, 1985.
- LACAN, Jacques. Seminário Livro 20. *Mais, ainda*. RJ: Jorge Zahar Editor, 2008.
- QUINET, Antônio. *O estilo, o analista e a escola*. Disponível no site: <https://pt.scribd.com/document/19133242/Antonio-Quinet-O-Estilo-o-Analista-e-a-Escola>, acessado 2019.
- SANTOS, Célio Teodorico; SCHMIDT, Márcia C. *Sobre os principais movimentos de estilo no Design*. IN: Oliveira, Sandra R.; Vandresen M.; Scoz M. (Orgs). Florianópolis: Ed. da UDESC, 2016.
- SANTOS, Hugo Leonardo Lana dos. *A noção de estilo em Lacan*. [Tese de Doutorado USP] Disponível no site: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47133/tde-10122015-100311/publico/santos_me.pdf, acessado em 2019.
- SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. (Trad. Adalgisa C. Silva). Rio de Janeiro, 2010.