

DA DANDY ANTIMODA & CONTRA-GÊNERO NO DADAÍSMO

DA DANDY ANTIFASHION & COUNTER-GENDER IN DADAISM

ANGÉLICA ADVERSE*
adverseangelica@gmail.com

Nos anos de 1920, o Dadaísmo apresentou obras que introduziram a transformação identitária em inúmeras foto-performances. Entre o travestimento e ambivalências do gênero, artistas problematizaram a performatividade do si pela imagem da arte. A partir disso, tornaram visível o conflito entre a identidade, os papéis sociais e a sexualidade. Artistas retomaram a estratégia espiritual do dandismo para dar visibilidade às ambivalências do gênero, subvertendo a sua essência original para introduzir a estética Da Dandy. Ao adotarem uma postura anárquica, eles transgrediram a fronteira entre a antiarte e a antimoda, celebrando a antimoda por intermédio de um elogio à decadência cultural. O presente artigo examina como o Da Dandismo introduziu, na esfera da ficção artística, uma discussão a respeito do gosto e da experiência do belo a fim de transfigurar a dimensão da experiência estética na arte.

Palavras-Chave: Da Dandy; antimoda; dandismo; Dadaísmo.

In the 1920s, Dadaism works introduced the transformation of identity in countless photo-performances. Amidst transvestites and ambivalences of gender, artists problematized the performativity of self by the image of art. Hence, they made visible the conflict between identity, social roles and sexuality. Artists resumed the spiritual strategy of dandism to give visibility to the ambivalences of gender, subverting its original essence to introduce the Da Dandy aesthetic. By adopting an anarchic attitude, they crossed the border between anti-art and anti-fashion, celebrating anti-fashion by a praise to cultural decay. This article examines how Da Dandyism introduced, in the sphere of artistic fiction, a debate about taste and the experience of the beautiful in order to transfigure the aesthetic dimension of art.

Keywords: Da Dandy; antifashion; dandyism; Dadaism.

Data de recepção: 16-01-2021
Data de aceitação: 30-04-2021
DOI: 10.21814/2i.3164

*Artista e Estilista, Pesquisadora em Moda, Arte e Design, Professora Adjunta da Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Belas Artes, Departamento de Desenho, Belo Horizonte, Brasil. Professora do Programa de Pós-Graduação em Artes da Universidade do Estado de Minas Gerais. ORCID: 0000-0002-8938-8819.

O que chamamos de dandismo é o fenômeno que questiona a matéria bruta que somos, diante desses heróis do sofrimento do indivíduo dentro em um corpo humano – enfim, do ser humano capturado em uma época. Se o dândi é tão aparentemente de sua época, é porque ele não o é, é porque ele é obrigado a se fazer dândi, a se agarrar aos olhares dos outros para aí permanecer.

— Françoise Dolto

Introdução

Podemos ver em vários manifestos do movimento dadaísta o gesto destruidor do gosto, da estética, da tradição e da arte. Para esses artistas, a arte e a estética estavam associadas aos hábitos da boa sociedade. A negação da arte era, segundo artistas, a negação do gosto; este era o único modo de impedir que o Dadá se transformasse em um instrumento privilegiado de classe. Mais precisamente, a negação da arte aboliria a tradição do gosto, característica comum aos filisteus e aos burgueses. Os *Slogans Dadás*, produzidos na Alemanha entre 1919 e 1920, constituíram a resistência pública destes artistas à antiga relação entre arte e sociedade: “abaixo a arte, abaixo o intelectualismo burguês (...) DADÁ é a destruição voluntária do mundo burguês das ideias” (Reditini *apud* Chipp, 1999, p. 381). Com isso, nós podemos concluir que havia um intento anárquico de expandir o campo de experiência sensível para romper com o sentido de uma arte relacionada à experiência estética da elite.

Em seu combate contra o gosto, o movimento Dadá aboliu a estética, atingindo diretamente os costumes sociais, as instituições, os museus e o público. Para os dadaístas, o gosto estava ligado à tradição e trazia consigo hábitos sociais e culturais relacionados às classes dominantes que determinavam o espaço sensível e cognitivo da arte. Era preciso, então, neutralizar o gosto, invalidá-lo como instrumento privilegiado para “marcar distâncias”.¹ Para estes artistas, a revolta dadá foi lançada contra a competência do *connaisseur*, pois essa personagem utilizava a arte e seu saber estético como uma prática de virtude a fim de conferir o direito de acesso à herança cultural a alguns grupos seletos. A arte da tradição tornou-se, para o Dadaísmo, um capital cultural que assegurava o usufruto antecipado a grupos determinados. A tradição cultural foi compreendida pelos dadás como um bem, como uma herança que consolidava as relações de poder pelo conhecimento histórico ou temporal². Foi diante

¹ Para enriquecermos a discussão sobre o gosto é válido que retomemos as definições de Pierre Bourdieu, que entende o gosto como uma espécie de marca de origem que esboça princípios de diferenças em relação às normas e maneiras de percepção. Correlaciona-se a produção do *habitus* que marca princípios e diferenças do intento estético. O *habitus* é, portanto, um marcador privilegiado de classe, pois podemos compreendê-lo como uma maneira diferenciada de usar os bens simbólicos em meio às práticas e competências culturais, tornando-se um instrumento por excelência das estratégias de distinção social. Como define Proust: “uma arte infinitamente variada de marcar distâncias”. (Bourdieu, 2008, pp.64-65)

² Segundo Bourdieu (2008), a maneira como lidamos com a tradição explicita a nossa experiência temporal. A preservação dos conhecimentos culturais e dos valores adquiridos está diretamente associada à construção temporal. E, paradoxalmente, esta aprendizagem cultural sempre irá suscitar um conflito entre o precoce e o antigo, pois ambos estão associados às condições de aquisição de uma herança cultural. Bourdieu enfatiza que toda a tradição é uma espécie de poder social sobre o tempo reconhecido; logo, possuir o antigo é de certo modo um domínio do tempo. O sentido do legado precoce e as maneiras de adquirir um conhecimento histórico do passado conferem àquele que o recebe uma indissociável permanência no tempo.

dessa tensão entre a herança cultural do passado e a consolidação das instituições sociais no presente que a narrativa Dadá se estruturou. Por meio de várias manifestações dadaístas observaremos que a des-montagem da ordem do estético visava desconstruir a noção de modernidade apresentada pela arte e, a partir dela, também colocar em xeque o valor da novidade. O dadaísmo provocou a ruptura entre o gosto e a experiência estética ao recolher os resíduos do mundo moderno como material para as suas criações. A inovação desse procedimento exigiu que o Dadá tomasse o estranho e o grotesco como fontes de suas criações, fraturando assim a fruição do belo na arte de vanguarda.

A obra de arte não deve ser a beleza em si, pois ela é morta: nem alegre nem triste, nem clara nem escura, ela não deve alegrar nem maltratar as individualidades servindo-lhes os docinhos das santas auréolas ou os suores de uma corrida em curva através das atmosferas. Uma obra de arte nunca é bela por decreto, objetivamente, para todos. (Tzara *apud* Eco, 2004, p. 374)

Nesse aspecto, a experiência dos sentidos Dadá abre uma nova possibilidade para pensar a práxis artística. Se a atualidade do presente, a experiência do belo e a noção do gosto foram desconstruídas pelo estatuto de seu manifesto, logo o anacronismo tornou-se um complexo operador para se pensar a história, o sujeito, a arte e os processos de subjetivação. As questões que apresentamos em nosso artigo permeiam exatamente essa questão, pois o novo tem um papel essencial nas vanguardas da arte moderna e na sociedade industrial do início do século XX. A revolta contra o gosto ensejada pelas ações e intervenções artísticas substituiu os aparatos modernos pela retomada memória do passado, memória que havia sido descartada tanto pelas narrativas históricas quanto pelos costumes sociais. Dessa forma, a manifestação contra a experiência de modernidade iniciou-se na medida em que os artistas retomaram a moda do fim da *Belle Époque*, propondo o uso de costumes e retomando alguns modos de existência do Dandismo finissecular.

O presente artigo aborda algumas questões que tangenciam a noção do *ready-made* como gesto de reinvenção da imagem do artista. Ademais, o corpo, como sublinha Zapperi (2012, p.11), é um médium a partir do qual os artistas constroem críticas sobre os estereótipos do gênero e sobre os padrões estéticos que consolidam uma noção cultural do belo. De acordo com Zapperi, as ações corporais iniciadas por Marcel Duchamp consistiam numa recusa às heranças culturais que estruturavam os papéis sociais e suas respectivas identidades sexuais. A retomada do Dandismo tem um papel fundamental nesse processo porque reforça a tensão entre o desejo de singularidade e a conformidade às posturas e atitudes da vida burguesa. Dessa maneira, a personagem Da Dandy figura um tipo de estratégia performativa pela qual o artista moderno exprime os paradoxos de uma ausência de verdade e de autenticidade da identidade moderna. O Dandismo é retomado no Dadaísmo para afirmar uma diacronia da experiência temporal a partir da qual o artista desloca-se do tempo presente para negar os modelos estéticos da moda, a decadência da virilidade masculina e da desconstrução do mito do eterno feminino. Além disso, vale ressaltar que a retomada do Dandismo nos anos de 1920 também discorria sobre um tipo de recusa ao fenômeno da moda, uma vez que, enquanto manifestação cultural, o Dandismo era considerado *démodé*. O Da Dandy é um tipo de prefiguração da decadência na experiência estética advinda das culturas de massas que tangenciavam o sujeito moderno a partir da imagem do artista.

1. *Ready-Made*: o gesto da indiferença

O *ready-made* foi utilizado por Marcel Duchamp como um dispositivo crítico por intermédio do qual instituía-se o gesto crítico à arte, à forma e aos significados. Nesse aspecto, nós podemos deslocar o sentido do *ready-made* para outras ações a partir das quais pode-se neutralizar o sentido. Dessa maneira, todo procedimento de deslocamento de um contexto poderia ser compreendido como um tipo de *ready-made*. Segundo Duchamp, a arte moderna retiniana baseou-se na mimese e na repetição, o *ready-made* seria um *forma* de denúncia da superstição do ofício, pois o artista não seria um fazedor e suas obras não seriam resultantes de uma feitura, mas de seus atos. (Duchamp *apud* Paz, 2002, p. 25). Nesse aspecto, pode-se compreender o *ready-made* como um gesto da indiferença que desconstrói o sentido de todas as coisas, tanto dos corpos quanto dos objetos. Tudo o que pode ser manipulado pelo gesto do *ready-made* transforma-se em pura ironia: “o ready-made não é uma obra mas um gesto” (Paz, 2002, p. 26) O gesto tornou-se essencial para expressão artística Dadá e foi ele quem conduziu à construção da autonomia do criador e da própria obra.

Nesse aspecto, compreenderemos o *ready-made* como o gesto que poderia transformar tanto os objetos quanto a imagem do próprio artista, gerando uma indiferença quanto aos elementos da tradição que orientavam a experiência estética diante do belo. É por esta via que podemos pensar como as roupas, a aparência e a aparição fizeram parte das questões discutidas pelos artistas dadaístas. A relação entre o *ready-made* e a moda pode ser observada pela tentativa de expressar a não significação dos costumes, em particular, dos códigos da indumentária. Poderíamos sinalizar que esse gesto crítico estendeu-se aos costumes e à prática do vestir na medida em que os artistas tentavam subverter as normas do juízo estético e a experiência com os vestíveis.

Os procedimentos do *ready-made* invalidaram o conceito de obra de arte e da sua fruição estética, iniciando uma ação de revolta com o objetivo de desencadear a experiência da indiferença. O Dadá subverteu o gosto a partir de uma desconstrução de todos os suportes que estavam alicerçados na definição do belo e, dentre eles, os elementos relacionados à cultura da moda. No entanto, um fator pouco discutido é a construção da imagem dos artistas, pois a recorrente discussão sobre a aparência, o traje e a indumentária no dadaísmo tinham por objetivo pensar a cognição e a experiência sensorial num mundo repleto de mercadorias. A relação niilista estabelecida com a moda advinha de uma discussão sobre o fetichismo na era industrial. A desconstrução dos códigos da indumentária estava associada à ironia dadá e ao seu modo de representar novas significações para o homem, seu corpo e o tempo. O niilismo dadá e o choque são reflexões dirigidas à alienação do corpo e do sujeito³.

Algumas obras de Francis Picabia (fig.1) remontam essa discussão, a ação de 1920 intitulada *Para que vocês amem qualquer coisa é necessário que vocês a tenham visto e ouvido depois de muito tempo, bando de idiotas!* ilustra a composição do estilo dândi. O

³ A montagem como forma de choque utilizada pelo dadaísmo tinha por objetivo despertar as imagens da fantasmagoria e do fetiche. O objetivo era o de que as imagens dadás renunciassem ao senso comum das interpretações explícitas da cultura imagética. Toda a discussão sobre moda apresentou a montagem e a des-montagem como um recurso dialético que tinha por objetivo desvelar a verdade por meio do contraste e de antíteses. O desaparecimento do sentido primordial do vestuário e a destruição da significação da aparência tinham por objetivo abalar as certezas burguesas ligadas à “boa-sociedade”, rompendo com a sua tradição moral e cultural. A montagem como forma de choque foi apontada por Walter Benjamin como o procedimento dadá que chocava a burguesia. Contudo, o grotesco dadá foi assimilado pelo burguês porque se tornou burlesco e anódino. Como diz T. W. Adorno ao analisar as peças de Stravinsky: “Socialmente o grotesco é em geral a forma em que se tornam aceitáveis elementos estranhos e avançados. O burguês está pronto para se aproximar da arte moderna se esta, com seu aspecto, o tranqüiliza no sentido de que não deve levá-la a sério.” (Adorno, T. W. (2009). *Filosofia da Nova Música*. São Paulo: Perspectiva, p. 123)

colarinho alto e o nó da gravata são peças características da moda masculina do fim do século XIX. Nessa performance, Picabia se veste com a indumentária dândi, mas traz um cartaz como um “homem sanduíche”, ou seja, como os ambulantes que vendiam mercadorias pelas ruas no início do século XX. Para o artista, somente o vazio das criações dadás poderia imunizar a arte de seu uso pragmático. Vale lembrar aqui que a revolta dadá foi total, ela foi uma revolta direcionada não só contra a pragmática utilitarista, mas também contra a incapacidade de abstração de pensamento na sociedade de massa. Revolta, portanto, contra a falência do juízo crítico e contra a heteronomia do gosto. Nesse aspecto, visava-se uma insurgência contra a incapacidade de perceber que a arte está para além da aceção do belo ou do feio; pretendia-se, ainda, introduzir nas ações artísticas os elementos que poderiam ultrapassar a tentativa de conciliar a experiência estética com o sentimento do belo. A crítica explícita a autonomia do juízo do gosto na arte, acusando-a de ser um mero produto das intenções da sociedade e da cultura.



Figura 1- Manifestação Dadá – Para que vocês amem qualquer coisa é necessário que vocês a tenham visto e ouvido depois de muito tempo, bando de idiotas! Francis Picabia, Manifestação no Salão dos Independentes, *Grand Palais des Champs Elysées*, 5 de fevereiro de 1920. Fonte: Dachy, 2006, p.83.

A fotomontagem de Francis Picabia, *Tableau Rastadada* (fig.2) de 1920, ironiza a vivência dândi a partir do hábito “rasta”⁴. A fotomontagem *Tableau Rastadada* é sarcástica ao apresentar a excêntrica personagem, aludindo à relação entre produção, consumo e imagem do artista. Nessa colagem a imagem do dândi também é ironizada e relacionada ao artista dadá. Por isso, ele sugere o artista como um sujeito histriônico e perdedor, sendo chutado por calçados retirados de catálogos de vendas dos produtos de moda dos anos 20. De acordo com Zapperi (2005), o *Da Dandy* representa a tentativa do artista em transferir a ambiguidade das suas criações para a sua própria imagem. O que significa, com efeito, um enorme cuidado do artista em burilar a sua imagem, pois a sua singularidade representaria uma recusa ao gosto e aos hábitos da sociedade

⁴ Indivíduo que chama atenção por vivenciar o luxo e os prazeres.

tradicional. Por isso, o artista dá uma anarquia à singularidade do dandismo, criando nessa ação uma discussão sobre o gesto da indiferença. Eles recortam imagens da publicidade para abordar a subjetividade do artista e a sua relação com a sociedade de consumo. Da Dandy representava na esfera dos significados o que os dadaístas chamavam de “ato da destruição criativa” provocada pelo *ready-made*.

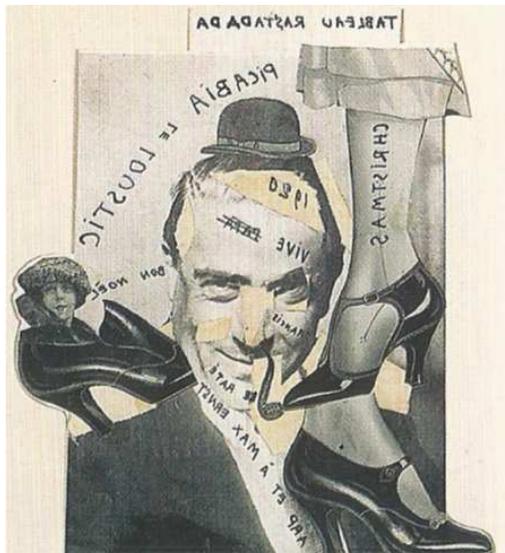


Figura 2- Tableau Rastadada [o raro estilo germânico] Francis Picabia, Fotocolagem, Museu de Arte Moderna de Nova York, 19 x 17.1 cm. Fonte: Dachy, 2006, p.95.

O artista Da Dandy estava preocupado com o poder expressivo de sua imagem porque a sua maneira de vestir proporcionava não somente um exercício de subversão da linguagem da moda, como também, um tipo de oposição às suas normas. Os artistas adotaram estratégias da antimoda no momento em que retomaram as questões filosóficas do Dandismo. Como Da Dandy, Duchamp diluiu a fronteira do território íntimo da sua personalidade e de sua imagem pública de artista e, para isso, explorou os suportes midiáticos e os demais *gadgets* que expressavam a incorporação entre o sujeito e objeto de consumo. Em Duchamp, nós podemos ver como o artista não apenas se aproveitou de todos os suportes oferecidos pela indústria cultural, como os utilizou como um gesto crítico para transformar a sua própria imagem em um *ready-made*⁵. O dandismo de Duchamp é fundido à sua investigação sobre o fetiche presente na fotografia da cultura de massa. Por este ponto de vista, cabe observar a maneira como o próprio Duchamp se funde aos objetos de consumo escolhidos por ele para a criação de seus *ready-made*. Duchamp explora o modo como a fotografia torna-se um dos mecanismos de fetiche da relação do sujeito com a reprodução de sua imagem. Como

⁵ Como salienta Bourriaud (2009, p.20), as criações de Duchamp nos fazem refletir sobre a maneira como o artista trabalhou os objetos industriais a partir de uma nova rede de significados. Como observa Bourriaud, para além da novidade do novo procedimento, o artista estava preocupado com a cultura do uso. Por isso, lhe interessava pensar o consumo como produção: “Duchamp parte do princípio de que o consumo também é um modo de produção, tal como Marx havia escrito em sua *Introdução à Crítica da Economia Política*: o consumo também é imediatamente produção, assim como, na natureza, o consumo dos elementos e das substâncias químicas é produção da planta. Sem contar que na nutrição, que é uma forma de consumo, o homem produz seu corpo. Assim, um produto só se torna realmente produto no ato do consumo, pois prossegue ele, uma roupa apenas se torna uma roupa real no ato de vesti-la, uma casa desabitada não é de fato uma casa. Além disso, o consumo, ao criar a necessidade de uma nova produção, constitui ao mesmo tempo o motor e o motivo dessa criação. Tal é a virtude primordial do *ready-made*: estabelecer uma equivalência entre escolher e fabricar, entre consumir e produzir.”

afirma Zapperi (2005), podemos perceber duas coisas a partir do dandismo de Duchamp: a encenação da subjetividade do artista por meio da constante exploração de sua aparição e a artificialidade das subjetividades apresentadas pelas imagens.

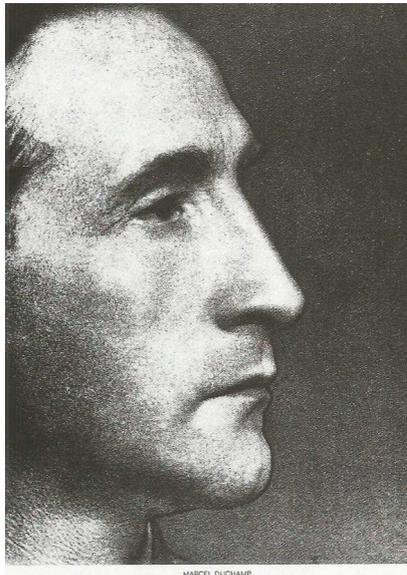


Figura 3- Marcel Duchamp fotografado por Man Ray em 1920, s/dimensão. Fonte: Hopkins, 2006, p.57.

A espetacularização do artista Da Dandy é um sinal de que a moda, como uma das linguagens da cultura de massa, contribuía para configurar a excêntrica personalidade do artista no imaginário social circundante. A importância atribuída à imagem pública do artista *Da Dandy* evidencia ainda uma ironia à proibidade da imagem masculina burguesa. O retrato realizado por Man Ray (fig.3) evidencia a fixação da construção da imagem do artista, em particular, pela inserção do nome como uma legenda integrante da imagem. Com efeito, a retomada da *toilette* ou da coqueteria dândi também representa um cuidado com a aparência que fere os ideais da disciplina e austeridade da imagem burguesa masculina. É importante pensarmos no modo como a imagem de Marcel Duchamp desarticula a representação da imagem masculina relacionada com a proibidade moral do trabalho. A delicadeza do rosto e a ambiguidade do gênero desarticulam o lugar de ação relacionado com o papel social do trabalho exercido pelos homens na sociedade para evidenciar a exposição da aparição do artista dândi. Para Hopkins (2007, p.58) o retrato produzido evoca o arquétipo da compostura dândi, nesse ponto de vista possivelmente, a representação da sua face opera em favor da androginia. A altivez de Duchamp no retrato conforma o rosto masculino na esfera da sensibilidade feminina. Decorre daí a dimensão *camp* da performatização do gênero pelo Da Dândy.

Duchamp acreditava que a desconstrução da arte era um tipo de gesto crítico, uma postura estritamente necessária para deslocá-la do domínio do hábito, do costume e da repetição: “a arte é uma droga que cria o costume”⁶. A arte deveria promover um jogo plástico de palavras no qual toda tentativa de leitura desencadeasse uma ruptura contínua com seus significados e valores. Os *ready-made* eram a ação máxima do gesto, pois expressavam uma obra que não seria uma obra de arte, eles fomentavam uma leitura crítica da arte sendo responsáveis pela negação do gosto na experiência estética.

⁶ Duchamp citado por Thierry de Duve em *O Tempo do Ready-made*. In: *Marcel Duchamp: Uma Obra que não é uma Obra 'de arte'*. Buenos Aires: Fund. Proa; São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2008, p. 310.

Um *ready-made* é antes de mais nada o termo inventado que uso para designar uma obra de arte que não é obra de arte. Em outras palavras, que não é uma obra feita à mão. Feita pela mão do artista. É uma obra de arte que se torna obra de arte pelo fato de que eu a declaro, ou o artista a declara, uma obra de arte, sem que haja nenhuma participação da mão do artista para realizá-la. (Duchamp, 2008, p.154)

Como definiu Duchamp, o *ready-made* era ao mesmo tempo um sinal de interrogação e um signo de negação do conceito de obra. Ele era “a-Rtístico” e, por isso, dissolvia a noção de obra, situando-se para além da estética, da forma, do conteúdo e, portanto, para além do gosto. Segundo Duchamp, a negação do belo por meio do *ready-made* só era possível porque os objetos eram escolhidos aleatoriamente e a partir da indiferença à beleza.



Figura 4. The Non-Dada, Rose Sélavy (Marcel Duchamp), 1922. *Ready-made*. Scottish National Gallery of Modern Art, Edinburgh. Fonte: Hopkins, 2008, p. 190.

Figura 5. *Rose Sélavy* (Marcel Duchamp) fotografada por Man Ray, 1921, fotografia Man Ray. Philadelphia Museum of Art. Coleção Louise e Walter Arensberg. Fonte: Zapperi, 2012, p. 52.

Marcel Duchamp observara que a arte havia sido fundamentada no gosto e que este, por sua vez, estruturava-se pela dimensão temporal vinculada aos valores culturais e pelas relações de poder. Esta definição de Marcel Duchamp da arte, da obra, e do artista introduziu um novo elemento no paradigma estético da arte no início do século. Este elemento foi descrito pelo artista como uma espécie de jogo plástico de palavras que destruíam os significados e lhes restituía um novo valor: o *ready-made*. Em *The Non-Dada* (fig.4), há uma brincadeira com o imaginário hegemônico dos papéis sociais delimitados pela aparência. O título “O não-dadá” e a assinatura do heterônimo de Duchamp expressam a concisão conceitual do dadaísmo ao transgredir as normatividades sexuais. A assinatura de Rose Sélavy (fig.5) insere na obra o gesto que pode levar à liberdade de criar uma nova política identitária. Sélavy desconstrói os tabus da masculinidade, como também presentifica a violação de seus totens. Além disso, o uso do *cross-dressing* transforma o seu corpo em um sinal de transgressão política, pois vale a pena lembrar que o ato de se travestir foi considerado, até meados do século XX, uma infração às leis. As ações dadás eram, para Duchamp, uma revolta contra o gosto e, por conseguinte, uma revolta contra a arte. Todas as criações dadás objetivavam destruir

os hábitos e as práticas sociais que resguardavam os ideais burgueses da arte e da beleza. Segundo Octavio Paz (2002), Duchamp acredita que há uma “nocividade no gosto” porque ele é constituído por uma noção temporal. O que é considerado belo ou bom é apenas uma repetição instintiva de algumas heranças da tradição. O gosto é sempre permeado por cânones estéticos que instituem ordens morais estetizantes e o Dadá foi uma reação contra a repetição que mantinha suas normas distintivas:

Para Duchamp o bom gosto não é menos nocivo que o mau. Todos sabemos que não há diferença essencial entre um e outro – o mau gosto de ontem é o bom gosto de hoje – mas, o que é o gosto? O que chamamos belo, formoso, feio, estupendo ou maravilhoso sem que saibamos de ciência certa a sua razão de ser: a fatura, a fabricação, a maneira, o odor – a marca da fábrica. O gosto nasce provavelmente no Renascimento e não tem consciência de si mesmo até o período barroco. No século XVIII foi a nota de distinção dos cortesãos e mais tarde, no século XIX, a marca dos novos-ricos. Hoje, extinta a arte popular, tende a propagar-se entre as massas. Seu nascimento coincide com o desaparecimento da arte religiosa e seu crescimento e supremacia se devem, mais do que tudo, ao mercado livre de objetos artísticos e à revolução burguesa. (Um fenômeno semelhante, se bem que não idêntico, observa-se em certas épocas da história da China e do Japão.) “Sobre gostos não há nada escrito” diz o provérbio espanhol. Com efeito, o gosto se recusa ao exame e ao juízo: é um assunto de provadores. Oscila entre o instinto e a moda, o estilo e a receita. É uma noção epidérmica da arte, no sentido sensual e no sentido social: um prurido e um signo de distinção. (Paz, 2002, pp.23-4)

Para que possamos compreender a revolta dadá frente ao gosto, à arte, e à tradição, é necessário que pensemos que essa discussão era apenas um sintoma do agravamento de uma crise instaurada no centro da cultura. E, para tanto, o texto *A Crise da Cultura*, de Hannah Arendt, nos aponta algumas questões cruciais para compreendermos esse problema. Segundo Arendt, há um problema fundamental que perpassa toda a discussão sobre a arte moderna: a veemente “rebelião do artista contra a sociedade” (Arendt, 1992, p. 249). Toda nossa compreensão contemporânea sobre a sociedade de massa e a cultura de massa, que *a priori* estariam no cerne desta discussão, é colocada por Arendt como uma análise apressada, pois, segundo a autora, esta revolta é dirigida à sociedade e não a uma sociedade de massas ainda desconhecida. A sociedade de massas é um fenômeno que à primeira vista parece estar ligado ao surgimento de uma assim denominada cultura de massas. Contudo, ambos, Duchamp e Arendt, apontam para um problema que atravessa a arte moderna. Arendt acredita que toda a revolta dos artistas modernos contra a sociedade pode ser esclarecida à luz do seguinte acontecimento: a massa passa a integrar a sociedade⁷. Arendt nos apresenta outra acepção denominada como “boa sociedade”; ela a compreende como uma população que teria disponível para si não somente o dinheiro, mas um tempo para se dedicar à cultura (Arendt, 1992, p. 251). E este é o fulcro da questão: em quem estava depositada a tradição cultural? E como esta era importante para a constituição do espírito? Como podemos ler o hiato existente entre uma sociedade que detinha a cultura como um patrimônio e aqueles que estavam excluídos desta herança? Danto (2008) nos diz que para Duchamp o uso artístico de objetos não convencionais efetua de forma muito contundente uma crítica do juízo do gosto. Portanto, seria impossível pensar na arte moderna sem discutir a questão do belo e do feio. A apropriação de peças do vestuário do passado diz respeito à moral estética dessa prática do vestir. O *Colete de Benjamin* (fig. 6), segundo Schiffer (2012, p.284), aponta para esse paradoxo no qual o anacronismo do vestuário representa o

⁷ Na linguagem de Bourdieu (2008), trata-se do problema da “boa sociedade” e da elaboração de um espaço social que constitui simbolicamente as diferenças sob o signo da distinção. A cultura se constitui como um signo de distinção e também como um elemento distintivo que assegurava uma conduta diferenciada por sua natureza socialmente constituída.

desagrado e o despojamento da existência paradoxal do dândi. Esse colete explicita como a linguagem da moda e os objetos do vestuário foram incorporados à práxis Da Dandy, evidenciando a discussão temporal inserida nas coisas e nos objetos fora do tempo. Aqui o mau gosto alude a tudo que poderia estar fora da moda na sociedade de massa e de consumo.



Figura 6. O Colete de Benjamin, *ready-made* de Marcel Duchamp, 1957, s/dimensão. Fonte: Schiffer, 2012, p. 284.

Os diferentes momentos da revolta instaurada pela arte moderna perpassam a reflexão sobre o momento em que uma parte da população foi liberada do fardo do trabalho e passou a dispor do tempo de devoção à cultura. Vemos, então, a introdução da arte como parte de uma ação contemplativa das camadas sociais burguesas. É nesse aspecto que a Moda se integrou à discussão Dadaísta porque ela possibilitou aos artistas discutir a relação do gosto com uma moral estética temporal. A moda possibilitou aos artistas dadaístas pensarem a respeito de um tipo particular de consciência alicerçada pela experiência temporal e histórica. Nesse aspecto, a cultura do presente histórico acentuava o juízo estético da moda, fundamentando uma hierarquia com relação ao passado. A revolta contra o gosto implicou uma intervenção contra a experiência moderna e contra a moral estética da moda.

2. A antimoda: uma estratégia do choque e do escândalo

A primeira lição do Dadá apresentada por Raoul Hausmann dizia que quem estivesse contra o Dadá era essencialmente dadaísta.⁸ Esta frase nos permite perceber uma dialética instaurada no centro do conceito Dadá gerando rupturas nas significações e construções simbólicas de suas criações. O uso excessivo de aporias transformou as criações dadás em um perpétuo móbile, fazendo um contínuo jogo de destruição e criação do sentido. A apresentação destes opostos nas criações dadás era um intento do movimento, que tinha por objetivo gerar uma indiferença criativa que destituía o valor da criação artística, da estética, da obra e do artista. Este jogo oximoresco que intimava

⁸ “Quem está contra Dadá, é dadaísta!” (Hausmann *apud* Baitello, Junior, 1993, p. 12)

o público a se posicionar diante da obra (ora pela repulsa, ora pelo desejo de restauração do sentido) era a potência das criações dadás.

O dadaísmo chocou a burguesia quando a fez perceber seu papel no processo de recepção das obras de arte. As ações dadás propunham uma revisão da passividade do público diante da tradição do gosto e da estética. Poderíamos retomar as considerações de Benjamin (1994) sobre o dadaísmo para observarmos em que medida a discussão sobre a moda atrelou-se à narrativa do choque. Em primeiro lugar, é importante ressaltarmos que, para Benjamin, as manifestações dadás asseguravam uma distração intensa e transformavam a obra de arte em um escândalo. Ele atribui essas características à intenção dos artistas suscitarem a indignação pública. Na medida em que o choque era direcionado ao público restaurava-se a qualidade tátil da obra de arte. Os dadaístas anteciparam alguns princípios do tátil porque inseriram em suas narrativas os recursos que desassociavam forma e conteúdo, como a fragmentação, a montagem e a colagem. A qualidade tátil está, segundo Benjamin, associada às linguagens de entretenimento que efetuam disjunções cognitivas, causando deslocamentos de sentido nas imagens. Na medida em que as associações de ideias são interrompidas, o choque impede o espectador de deter-se diante das imagens. Dessa maneira, os elementos *non sense* conduzem o espectador à dimensão onírica, estabelecendo uma ordem provisória de sentido que transita entre o real e a fantasia⁹.

A dimensão onírica da obra abre o diálogo entre o dadaísmo e a moda. O onírico é para Benjamin (1994) um espaço de transição, no qual o choque provoca uma cesura na percepção no tempo. Assim, para compreender o choque como um princípio de transgressão da revolta dadaísta é necessário pensá-lo como uma força que assinala um momento de transição. A desordem, provocada pela desconstrução das regras do bom gosto e da estética, foi responsável pela construção de um imaginário em que os sonhos mais bizarros e os desejos mais impossíveis podiam se realizar.

A discussão sobre a moda apresentada pelo Dadá dá continuidade a este debate, no qual a cesura do tempo torna-se uma alegoria do limiar. A moda é para o dadaísmo um tema que lhe permite pensar a atualidade temporal. O choque transforma-se num procedimento que fragmenta o tempo em uma série de presentes perpétuos. Em cada momento, o novo é instaurado para desarticular a vivência da tradição, conduzindo à perda de sentido do passado histórico. É nesse contexto que faz sentido a afirmação de Lehmann (2000) de que o dadaísmo não poderia escapar à necessidade de se relacionar com a tradição artística. Ainda segundo ele, o dadaísmo, como a moda, citava o seu passado para proclamar uma forma inédita, excitante e inesperada (a colagem, a montagem, o *ready-made*, performance, etc.) a cada nova estação. Os dadaístas reconheceram que a arte e a moda eram efêmeras e sujeitas à mesma escala de mudanças na modernidade. Dessa forma, ele a recusava, adotando como práxis o recolhimento de imagens e objetos considerados fora-de-moda.

Da perspectiva de Lehmann, verifica-se da parte dos artistas dadaístas uma necessidade de opor os modelos pré-estabelecidos da aparência ao estilo pessoal. Havia uma preocupação em diferenciar o traje dadá e a indumentária da sociedade burguesa. Nesse sentido, os dadaístas concretizavam o postulado de Barthes (2005) acerca das distinções entre indumentária e traje¹⁰. O que eles desejavam era que o “traje dadá”

⁹ Podemos entendê-lo como uma zona de limiar onde se intensifica a fratura da vivência temporal da obra entre tradição e modernidade.

¹⁰ Sabe-se que Roland Barthes (2005) definiu o “traje” como o modo pessoal como um usuário adota (ou adota mal) a indumentária definida por seu grupo, e “indumentária” como uma instituição social que define gênero, classe, grupo, graus de cultura, faixas etárias etc. O traje foi definido por Barthes como

iniciasse uma ruptura a fim de que se transformasse em uma indumentária da antimoda. Assim, ironizaram as estruturas semânticas das roupas tendo em vista a desconstrução da significação do vestuário. Para os dadás, a tentativa de se alterar o traje por meio de uma experiência idiossincrática poderia iniciar uma reforma na ordem da indumentária.



Figura 7. Tristan Tzara, Journal *La Liberté*, 1921. Fonte: Dachy, 2006, p.88.

Assim poderemos compreender a relação estabelecida por Lehmann entre a língua e a indumentária, por um lado, e a fala e o traje, por outro. Lehmann retoma a análise de Barthes para afirmar que no dadaísmo o traje estava para a fala assim como o costume estava para a língua. O autor afirma que há no dadaísmo um processo de interpretação subjetiva da roupa independente de uma realidade institucional e normativa da sociedade. O ato de vestir, para o Dadá, é uma atualização individual dos códigos indumentários, geralmente independentes da realidade. Por esse motivo, há uma tendência subversiva centrada nas expressões da personalidade, porque vestir-se é para o dadá mais expressão e significação do que um índice. A roupa, a aparência e os costumes dadás não são concebidos por uma relação de analogia com a indumentária; ao contrário, o vestir no dadaísmo é sempre uma ação que visa romper as normas e as censuras dos modelos sociais. Isso justifica a escolha por roupas com três décadas de atraso e consideradas *démodées*; ademais, a composição de estilo análoga aos dândis do século XIX revelava como a experiência do anacronismo era um modo de resistência à temporalidade moderna da moda. Nesse sentido podemos afirmar que a roupa foi o suporte escolhido para refletir a respeito das normas sociais (muitas vezes) ocultadas pelo sistema da moda. A roupa também foi pensada como um suporte que possibilitaria invalidar as práticas classificatórias do *habitus* que manifestavam o signo da distinção. O choque foi direcionado à burguesia por meio de práticas de vestir com a intenção de provocar escândalos no espaço social.

A imagem de Tzara (fig. 7) exemplifica uma certa desconexão temporal com relação à sua contemporaneidade, pois o corte do casaco, seu monóculo e o penteado remontam o *styling* do dândi do século XIX. O que significava que Tzara e os demais artistas se vestiam com roupas antigas, impactando a relação da moda e sua estética contemporânea. Esse aspecto introduz a experiência do gosto e do belo numa dimensão histórica que afirma a tendência das sociedades tomarem as regulações da moda como medida para injunções estéticas da aparência. Como afirmou Eco (2007), o escândalo é

elemento de abordagem fenomenológica da indumentária. E ambos, traje e indumentária, constituem um todo genérico: o nome de vestuário.

apenas um sinal das grandes transformações que estão por vir. O grotesco e o feio ativam o choque e o escândalo porque fraturam o tempo. Eles significam o próprio sentido da vanguarda e estão sempre à frente das normas que definem o gosto e a estética. O escândalo muitas vezes advém das reais transformações que a arte extrai do espírito do seu tempo:

Para Carl Gustav Jung (em seu ensaio de 1932 sobre *Ulisses* de Joyce), o feio de hoje é sinal e indício de grandes transformações por vir. Isso significa que aquilo que será apreciado amanhã como grande arte poderá, de todo modo, parecer desagradável hoje e que o gosto está sempre atrasado em relação ao aparecimento do novo. Ideia que vale para qualquer época, mas que parece particularmente adequada para caracterizar as obras produzidas pelos movimentos de vanguarda “histórica” dos primeiros decênios novecentistas. Os autores aplicavam-se para ‘chocar o burguês’, mas o público em geral (e não só o burguês) não ficava apenas chocado, mas também escandalizado. Se vale a diferença entre feio em si, feio formal e feio artístico proposta na introdução a este livro, podemos dizer que os artistas da vanguarda às vezes representam o feio em si e o feio formal, às vezes simplesmente deformam as próprias imagens, mas o público via suas obras como exemplo do feio artístico. (Eco, 2007, p. 365).

É nesse sentido que podemos compreender o choque como um mecanismo da ação que possibilitava ao Dadá ironizar a recepção dos hábitos de vestir da tradição e, ao mesmo tempo, em que permitia ao artista reinventar a sua aparência e as suas roupas. A atitude irônica do dadaísmo para com a moda é parte de um projeto de negação da neofilia moderna. Negar a moda burguesa por meio de manifestações (como retomar as modas e objetos do passado, vestir-se com detritos descartados, desconstruir gêneros etc.) reforça o intento Dadá de pensar a estetização do cotidiano e provar que este projeto era parte de uma mitologia moderna.

3. Da Dandy: a negação do moderno.

Como vimos anteriormente, o diálogo que se constrói entre o dadaísmo e a moda é extremamente complexo e sutil. A aversão à moda expressa inicialmente pelos dadás seria explicada pelo fato de associarem-na ao *habitus* burguês que a definia como índice dos padrões estéticos da burguesia europeia. Para os artistas dadás, os objetos, a arte e as pessoas eram agentes que regulavam os costumes morais relacionados ao belo. A revolta dadá contra o gosto era uma ação contra o hábito burguês, o que implicava reinterpretar os costumes, livrando-os da repetição. O dadaísmo teve por objetivo desconstruir os valores, a lógica e o racionalismo que orientavam a experiência estética. A moda foi compreendida pelos Dadás como um sistema que fixava as normas e os valores da cultura burguesa por meio de objetos, corpos e até mesmo pela arte. O Dadá colocava em crise alguns valores estéticos e também morais, e introduzia o acaso como o princípio estético para a arte e para a vida. Desta forma, podemos inferir que as discussões instauradas pelo movimento sobre a moda compõem-se como parte de uma revolta contra os valores do tempo moderno. Tentaremos mapear, a partir de agora, como a negação da moda pelo dadaísmo iniciou um movimento de subcultura que ironicamente influenciou a moda nos anos 1920.

As objeções à moda partem do desejo de ressignificar o nada, ou seja, elas fazem sentido no interior do projeto de reconfigurar tudo aquilo que havia perdido o valor para a sociedade moderna. Por esse motivo, estiveram inclinados a abusar do *non sense*, utilizando a linguagem daquilo que mais tarde seria denominado de *camp*, isto é, por uma espécie de mau-gosto, e por tudo aquilo que transitava à margem das normas estéticas. Um exemplo disso pode ser observado no modo como os próprios artistas se

vestiam, criando uma forma própria para a apresentação de si. É nesse contexto que deve ser compreendido seu interesse pelo dandismo. Os artistas dadás retomam o dandismo do *fin-de-siècle* no momento em que ele era considerado *démodée*, como uma atitude perfeitamente coerente para quem queria instaurar o contrasenso na arte e desconstruir a imagem do artista. Todo o sistema de valores que atribuía ao artista o epíteto de gênio, criador, autor, inventor deveria ser obstinadamente arruinado, sacrificado em favor do princípio da liberdade individual do artista, o qual seria integrado ao espaço funcional da sociedade, tornando-se uma espécie de criador-consumidor de sua própria criação. A imagem do dândi retomada pelos artistas dadaístas jogava com o travestimento identitário a fim de exprimir uma experiência corporal semelhante àquela produzida pela práxis do *ready-made* com os objetos.

Se cada artista poderia desafiar as normas estéticas em suas criações, poderia igualmente desafiá-las em sua existência; logo, conduziria de maneira antiartística a criação de sua própria imagem. Dessa maneira, romperia com a organização racional da estética da existência, desviando e deslocando as normas da aparência. A condução não-artística de suas criações lhes permitia abandonar o círculo das regras sociais, liberando-os para um modo de pensar ou agir mais libertário. Como resultado, os artistas poderiam despir-se de algumas normas que definiam a moda do vestuário, desconstruindo as definições de gênero que poderiam ser expressas pela aparência e, ainda, repudiando o apuro estético do ambiente da vida social.



Figura 8. Jacques Rigaud, Tristan Tzara e André Breton, 1921, Fotografia, autor desconhecido. Fonte: Lehmann, 2000, p.368.

A retomada da cultura dândi do século XIX afirmar-se-á no dadaísmo como uma revolta contra o espírito do tempo moderno. Se observarmos atentamente a presença da figura do dândi no dadaísmo, perceberemos o quão complexa é a sua análise. Primeiramente, porque esta figura é emblemática, representando a decadência na sociedade moderna, que está no centro da discussão dadaísta. Nos diz Zapperi (2012, p. 25) que o dândi figura as ambivalências da masculinidade, e a sua aparência e aparição evocam um novo espetáculo de si. O Da Dandy transpõe a imagem do artista ao lugar de uma autenticidade da *persona* a fim de dar continuidade ao processo de autorrepresentação. O fulcro desse processo foi a problematização sobre as outras masculinidades possíveis. O Da Dandy acreditava que o signo da distinção estava no distanciamento histórico e no afastamento de seu tempo. A nova cultura da indumentária que retomava o uso de roupas com mais de duas décadas reforçava a ideia de inadequação do sujeito à cultura contemporânea. Para os dadás (fig.8), nada seria mais irônico do que apresentar o novo por meio do antigo, e artistas como Tzara,

Cravan, Rigaut, Serner, Duchamp, Hausmann e Picabia adotaram as peças do passado para provar que o seu novo uso poderia transformar os códigos sociais da indumentária. Os Da Dandys queriam provar que seria possível emancipar a aparência masculina das normas tradicionais da indumentária burguesa desafiando os costumes, a moral, o tempo e a própria moda.

Entretanto, a retomada do estilo dândi não estava ligada somente à negação do moderno. Não podemos nos esquecer que o cerne do movimento dadaísta é a postura da negação e da ação derrisória. E era este espírito niilista que dominava na relação entre os homens, os objetos e suas roupas. Em Balzac (2009, p.95), encontramos a ideia de que para compreendermos a cultura dândi é necessário visualizarmos além de sua aparência. O dândi não seria a figuração somente de um homem rico, elegante ou ocioso. E não seria suficiente apenas a linhagem para ser um homem elegante. Para tornar-se um dândi seria necessário estar de posse ou ser possuído por um sentimento de elegância, por um refinamento do espírito. O dândismo seria com o Dadaísmo a afirmação de uma “existência estética” no mundo. Como afirmou Baudelaire (1996, p. 49), o dandismo não é sequer, como parecem acreditar muitas pessoas pouco sensatas, um amor desmesurado pela indumentária ou pela elegância física. Para o perfeito dândi essas coisas são apenas um símbolo da superioridade aristocrática de seu espírito. Baudelaire conclui que os dândis são em sua grande maioria belos, distintos e refinados. Contudo, para além do culto à aparência existem ainda duas características essenciais que contribuem para compor o seu caráter: a oposição e a revolta. Vale a pena frisar estas duas palavras porque talvez elas expressem mais plenamente os traços assimilados pelos artistas da vanguarda dadá, especialmente quando se voltavam para as questões relativas à subjetividade, à aparência e à moda.

O artista Da Dandy transfigurará a sua revolta em criação artística alargando as fronteiras entre sua subjetividade, sua obra e sua vida. Não surpreende, então, sua fascinação pela estetização da vida cotidiana presente na obra de artistas como Théophile Gautier, Charles Baudelaire, Barbey d’Aureville, Honoré de Balzac, Robert de Montesquiou, Jean Lorain, Comte d’Orsay, Edmond de Goncourt, Erik Satie, Marcel Proust, dentre outros. Além disso, é notável a maneira como conseguiram apresentar o seu espírito de revolta frente ao pragmatismo da arte e do artista na cultura do século XIX. Os artistas dadás ressignificaram o modo como a decadência cultural foi expressa pelos artistas dândis do século anterior e, por meio de um processo de fragmentação, colagem e montagem, reconstituíram, tal como um palimpsesto, tanto o fim de uma época como a emergência de outra. Como esclarece Benjamin (1994), os artistas do dadaísmo foram sensíveis às épocas de decadência, e fizeram de suas leituras manifestações em que interpelavam os mais diferentes resíduos textuais: literatura, música, propaganda, fotografia, tipografia, moda, cinema, etc. Todavia, o aspecto mais interessante da leitura do Dandismo pelo Dadaísmo foi a percepção de que em pleno desenvolvimento da indústria cultural haveria suportes midiáticos e técnicos que lhes proporcionariam um maior enfoque na discussão sobre a superexposição da imagem e da aparência do artista. Como dissemos anteriormente, o projeto de aproximar a arte do cotidiano, por meio da utilização de novos suportes, foi o fator responsável por suscitar uma recepção das criações dadaístas baseada na experiência do choque e da distração. O artista Da Dandy é significativo porque se apresenta como o protagonista da transformação dos processos de criação artística e da experiência estética. O artista Da Dandy introduziu a discussão sobre o gosto transformando profundamente o sentido da experiência estética na arte. O mau-gosto e a remissão à feiura são suscitados pelo dadaísmo no momento em que a fronteira entre a arte e a produção industrial é diluída.

O artista Da Dandy simboliza o exato momento em que se inverte o sentido da criação artística, do consumo e da produção industrial. Podemos compreendê-lo como um registro da colisão entre duas ordens da experiência: por um lado, a personagem Da Dandy explicita o encontro entre a arte e a vida, estabelecendo uma relação diferenciada entre o seu *self* e o seu tempo; por outro lado, ele figura a emergência da arte e do artista como um espetáculo da cultura de consumo. A personagem Da Dandy é, ao mesmo tempo, uma figuração do artista, da sua criação, da sua ação e manifestação. Ele é a representação de uma sociedade em profunda crise. E esta crise está relacionada ao modo como a modernização transformou a experiência estética. O Da Dandy indica o momento em que a aparência do artista compôs-se como parte de seu trabalho e de sua discussão, no instante em que a personalidade do artista penetrou o domínio público. Desta maneira, podemos entendê-lo como um fenômeno da cultura midiática emergente, em que a personalidade do artista se entrelaça com a sua reprodução dirigida às massas. Com o Da Dandy vemos que a reprodução da imagem do artista é consumida como um produto cultural e, como consequência, vemos também surgir um espectador ávido por híper estímulos e por percepções sensacionalistas.

A retomada do dandismo no momento de emergência da cultura de massa faz expandir com maior intensidade o culto à personalidade do artista. Por isso, suas roupas, suas expressões e sua subjetividade entram em diálogo com as forças de produção e distribuição industrial de sua autoimagem. Os artistas do dadaísmo introduziram ironicamente o *outsider* num âmbito público, apresentando-o como um produto advindo da superexposição midiática e do imaginário da publicidade e propaganda. O Da Dandy figura a emergência da criação da imagem do artista enquanto um produto banal e tão descartável quanto os demais objetos industriais. Lembra-nos Jost (2007, p. 12) que a transfiguração do artista em imagem de culto singularizava a força das ações artísticas. A elaboração de si constitui-se como linguagem performática que confrontava a banalidade da vida cotidiana. E, por isso, brincavam com todas as linguagens que fundamentavam a criação de um mito, ou seja, retomavam as linguagens que seriam importantes para figurar a imagem do artista no âmbito público: a moda, a mídia impressa, a fotografia e o cinema. A imagem do artista Da Dandy é complexa e irônica, porque introduz uma reflexão sobre o sentido de uma identidade coletiva, colocando em foco, ao mesmo tempo, os atores mais marginais, tais como: o andrógino, o bissexual e o homossexual.

Nas fotomontagens de Hannah Höch encontraremos a mesma retórica sobre o dandismo, a androginia, e a reprodutibilidade técnica. Hannah Höch dizia que o único propósito de suas imagens era integrar o mundo da produção industrial à arte. Sua intenção era unir as imagens sociais idealizadas pela publicidade ao contexto real da sociedade do trabalho. As narrativas de suas fotomontagens desconstróem o mito do eterno feminino, contrapondo-o à figuração do andrógino. Höch ilustra o que nos foi dito por Jost (2007, p. 59): há um jogo do olhar da artista com a banalidade e, a partir dela, a imaginação dadá glorifica os seus gestos. Pois o banal é uma forma de elogio à indiferença. Nesse ponto, o olhar dadá sobre a Moda se detém sobre a nulidade visual das reproduções comerciais que pasteurizam o sujeito, as identidades e a singularidade. O jogo com o banal não tinha como objetivo ultrapassar a simples apresentação do real ou dos dramas sociais, ao contrário, sua intenção era de apresentar as relações possíveis da arte com as imagens constituídas pela reprodução técnica. As fotomontagens dadás não seriam resultantes da beleza da virtude técnica do artista, mas sim da dessacralização do olhar do artista em relação à arte pelo triunfo do banal. A antimoda advém do processo de fragmentação e de montagem, no momento em que os fragmentos do passado são retomados para instaurar uma nova relação do sujeito com

sua própria imagem por intermédio de seu modo de vestir. A antimoda encontra sua origem na recusa do mais novo em prol da recuperação do resíduo banal das coisas fora-de-moda. A singularidade dândi é substituída pela recusa do dadaísta em ser original, entretanto, esse paradoxo é o que reforça a postura da antimoda. A oscilação entre esses dois polos representa um modo particular de criticar a mimese do sistema da moda.



Figura 9. Da-Dandy, Hannah Höch, 1919, Colagem, Coleção Particular. Fonte: Hemus, 2009, p. 110.

Em Da Dandy (fig.9), Höch propõe um jogo de linguagem entre o Dadá e o dândi para designar as transformações sociais do gênero e da identidade. Há nesta obra uma explícita analogia entre o dândi e a identidade da Nova Mulher. Com a técnica da colagem vê-se a fusão alegórica dos corpos e do espaço social do trabalho. As fotomontagens de Hannah Höch procuram discutir a produção midiática da imagem feminina e a emergência da Nova Mulher no espaço social. Segundo Hemus (2009), há na fotomontagem Da Dandy uma explícita mensagem sobre o caráter performativo do gênero. Ela esboça a desconstrução do corpo e a construção cultural do gênero. Para Hemus, o trabalho desconstrói a imagem feminina para explicitar que o gênero parte de uma elaboração sociocultural. A própria ausência do corpo feminino representa a discussão sobre a androginia da Nova Mulher. O uso do sentido Da Dandy é reforçado pela composição das cinco faces que sugerem a força da intelectualidade e a importância de uma nova imagem feminina que se coloca contrária às definições de gênero. A única face masculina em meio às faces femininas é uma clara alusão à prática dadá do *cross-dressing*, presente no título da fotomontagem: Da Dandy.

Considerações Finais

Uma vez conhecida, em seus traços maiores, a figura do Da Dandy, nós podemos entender melhor a relação entre a antimoda e o Dadaísmo. A moda será vista pelos dadaístas como um sistema que desempenha uma função de primeira importância na construção do sentido de nossa existência: o comportamento mimético e a reprodução. Por esse motivo, os dadaístas a utilizaram como princípio de fratura e de mudança, ativo na criação de novas identidades e subjetividades; trabalharam-na como um fluxo de

fraturas que conduz à transgressão da ordem. Com isso, a refutaram legitimando a antimoda como uma atitude de negação dos padrões estéticos e temporais do belo. Essa apropriação não foi desprovida de equívocos: da mesma maneira que os artistas dadás ressignificaram a arte, também propuseram outros olhares interpretativos para a moda. Os artistas dadás ironizaram a sua constante apresentação de novidades, observando que o novo poderia ser um símbolo de distinção tanto quanto um signo de massificação. Assim, confrontaram tanto a singularidade quanto a reprodução. Podemos perceber aí uma estratégia sofisticada porque o paradoxo da moda sustenta a crítica dirigida à superstição da novidade presente na sociedade de consumo moderna.

A moda, na perspectiva dadaísta, designava o próprio movimento de mudanças que atingia também a individualidade de um modo peculiar: pelo senso de gosto e estilo, pelo *habitus*, pelos padrões definidos por uma tradição estética que se presentificavam na especificidade de um conjunto de bens culturais como as roupas, os acessórios, os mobiliários, a arquitetura, a decoração, a publicidade etc. A palavra de ordem, como já vimos, deveria ser a desconstrução do gosto. Aplicada à moda, ela se traduzia nos ataques às fronteiras que separavam o novo e o antigo, a moralidade e a imoralidade no hábito de vestir que refutavam o belo. Por isso, os dadaístas enfatizaram a indiferença sexual e escolheram o *habit noir* como signo da distinção e de massificação. Eis o que explicitou a tensão da moda: a singularidade e a massificação das aparências e das identidades. A composição da figura do Da Dandy deveria, portanto, acolher e refletir as contradições da sociedade moderna. Desse modo, ela se constituía como uma experiência de transgressão e de ultrapassagem dos limites das classes sociais, dos gêneros e de seus papéis sociais. Foi nesses termos, acreditamos, que se estabeleceu o diálogo que o dadaísmo manteve com a moda, negando-a para assinalar as contradições do desejo de distinção dândi ressaltado na paixão pelos detalhes e pela inversão da imitação social.

É importante ressaltar que, em um dado momento, o dândi aparecerá como uma alegoria do niilismo dadaísta, apresentando uma conotação de morte, do sentimento de caducidade, de compreensão da efemeridade e do fim. Em outros momentos, a moda será tomada como um *ethos* de mudança, de experiência da transição que clama por novos constructos de *selfs*, por novos estilos de vida baseados na promessa de transgressão. Neste ponto, é importante sublinhar o diálogo do Da Dandismo com os movimentos de estilo marginais advindos de grupos minoritários, geralmente ligados ao anticonformismo e ao desejo de emancipação das práticas sociais normativas. É nesse sentido que foi feita uma crítica da moda como sistema primordial da sociedade de consumo. Vemos isso por meio das fotomontagens que criticavam o consumo, a celebração das novidades, a representação massiva dos estereótipos da moral burguesa em anúncios publicitários. Em outro momento, a moda foi introduzida por intermédio de ações nas quais os artistas colocaram a si mesmos como suporte e tema. É nesta passagem que vemos emergir a atualização da figura do dândi, uma negação do moderno, na personagem do Da Dandy. Essa personagem reforçava a antimoda pela prática de retomar vestuários antigos e introduzi-los anacronicamente como parte de uma composição de estilo da imagem do artista dadá.

Em suas primeiras manifestações, os Da Dandys buscaram ironizar os limiares que compunham as rígidas definições entre costume e moda. Para os dadás, assim como para os dândis, a simplicidade do terno poderia contribuir para explicitar as transformações do espírito. Retomar a linguagem do passado fora para os dadaístas uma revolta contra o bom senso da indumentária burguesa. O uso do *habit noir*, da bengala, e do monóculo, era um modo de acentuar a anti-modernidade dadá. O estilo Da Dandy estava em desacordo com as propostas estéticas da moda contemporânea. Se

analisarmos as imagens dos anos 1920, veremos que a revolta dadá antecipou as discussões sobre a simplificação do vestuário.

O terno negro era para os artistas dadás um importante signo que poderia tanto remontar ao passado, pois havia perdido a sua importância para a moda, quanto subverter os códigos que o definiam como um elemento simbólico de austeridade na cultura burguesa. A desconstrução do uso do terno negro pelo dadaísmo partiu da ideia de subverter a imagem do racionalismo moderno. Para Tristan Tzara, os dândis subverteram o uso do terno porque confrontaram a sua significação na sociedade burguesa do século XIX. O que antes fora um ícone emblemático da moral do trabalho, tornou-se, com o dandismo, um símbolo do ócio. Remontar o estilo dândi significava, então, se deslocar da situação presente, negar a modernidade e ao mesmo tempo afirmar que somente uma cultura do espírito poderia transformar as formas de uso e a construção do sentido da indumentária. Para o Da Dandy a revolta da arte não seria a transgressão, mas uma digressão. Os dadaístas não nos deixaram esquecer que o cotidiano não merece a nossa inquietude, por isso, não tinham a menor pretensão de reformar o espaço social, mas sim a nossa atitude frente a ele. Se a aparência seria para a sociedade burguesa uma banalidade, os dadás encontraram nela o conhecimento para a ação.

REFERÊNCIAS

- Arendt, H. (1992). *Entre o Passado e o Futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- Baitello, J. (1993). *Dadá-Berlim: Des/Montagem*. São Paulo: Editora Annablume.
- Balzac, H. (2009). *Manual do Dândi: A Vida com Estilo*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Barthes, Roland (2005). *Imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes.
- Baudelaire, Ch. (1996). *Sobre a Modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Benjamin, W. (1994). *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense.
- Bourdieu, P. (2008). *A distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP; Zouk.
- Bourriaud, N. (2009). *Pós-Produção: Como a Arte Reprograma o Mundo Contemporâneo*. São Paulo: Martins fontes.
- Bürger, P. (2008). *Teoria da Vanguarda*. São Paulo: Cosac Naif.
- Chipp, H. B (1999). *Teorias da Arte Moderna*. São Paulo: Martins Fontes.
- Dachy, M. (2006). *Dada: The Revolt of Art*. New York: Abrams.
- Danton, A. C. (2008). *Marcel Duchamp e o fim do Gosto: uma defesa da arte contemporânea*. *Ars*, 6(12).
- Dolto, F. (2008). *Le Dandy, Solitaire et Singulier*. Paris: Mercure de France.
- Duchamp, M. (2008). *Marcel Duchamp: Uma Obra que não é uma Obra 'de arte'*. Buenos Aires: Fund. Proa; São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo.

- Eco, U. (2007). *História da Feiúra*. Rio de Janeiro: Record.
- Fillin-Yeh, S. (2001). *Dandies. Fashion in Art and Culture*. New York: New York University Press.
- Ganeva, M. (2008). *Woman in Weimar Fashion: Discourses and Displays in German Culture, 1918-1933 (Screen Cultures: German Film and the Visual)*. Nova York: Camden House.
- Hemus, R. (2009). *Dada's Woman*. New Haven: Yale University Press.
- Hopkins, D. (2008). *Dada's Boys: Masculinity After Duchamp*. New Haven: Yale University Press.
- Jost, F. (2007). *Le Culte du Banal. De Duchamp à la télé-réalité*. Paris: CNRS.
- Lehmann, U. (2000). *Tigersprung: Fashion in Modernity*. Massachusetts: The Mit Press.
- Paz, O. (2002). *Marcel Duchamp ou o Castelo da Pureza*. São Paulo: Perspectiva.
- Sawelsn-Gorse, N. (1998). *Women in Dada: Essays on Sex, Gender and Identity*. Cambridge: MIT Press.
- Schiffer, D. (2012). *Le Dandysme: la création de soi*. Paris: François Bourin.
- Zapperi, G (2005). *Le Dandysme de Marcel Duchamp: Le dândy, le flâneur et les débuts de culture de masse*. Paris: Arts et Sociétés. In: <http://www.sciencespo.fr/artsetsocietes/en/archives/2930> acesso abril de 2021.
- _____ (2012). *L'artiste est une femme: La modernité de Marcel Duchamp*. Paris: PUF.