

Camila Carmona Dias

MODA, ARTE E HISTÓRIA: UM ENCONTRO NA OBRA
DA ESTILISTA REI KAWAKUBO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Passo Fundo como requisito parcial e final para obtenção do grau de doutora em História sob a orientação do Prof. Dr. Gerson Luís Trombetta.

Passo Fundo

2020

CIP – Catalogação na Publicação

D541m Dias, Camila Carmona
Moda, arte e história [recurso eletrônico] : um encontro
na obra da estilista Rei Kawakubo / Camila Carmona Dias.
– 2020.
3,5 Mb. ; PDF.

Orientador: Prof. Dr. Gerson Luís Trombetta.
Tese (Doutorado em História) – Universidade de Passo
Fundo, 2020.

1. Arte e moda. 2. *Comme des Garçons* (Empresa).
3. Moda – História – Séc. XX. 4. Kawakubo, Rei, 1942- –
Estilistas (Moda). 5. História social. I. Trombetta, Gerson
Luís, orientador. II. Título.

CDU: 687(091)

Banca Examinadora do Doutorado

Prof^a. Dr^a. Marlise Regina Meyrer (PUC – RS)

Prof^a. Dr^a. Renata Pitombo Cidreira (UFRB)

Prof^a. Dr^a. Gizele Zanotto (UPF)

Prof. Dr^a. Jacqueline Ahlert (UPF)

Prof. Dr. Gerson Luís Trombetta (UPF)

Quero agradecer a todas e todos os que me apoiaram nessa caminhada:

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul pelo fomento recebido.

À Universidade de Passo Fundo pelo fomento recebido.

Ao meu orientador, professor Dr. Gerson Luís Trombetta, por seu acompanhamento que me conduziu à realização da pesquisa.

Aos demais professores do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Passo Fundo, que contribuíram para minha aprendizagem e meu crescimento.

Ao meu marido, Alexandre, que sempre me apoiou e esteve ao meu lado.

Ao meu filho, João Pedro, pelo carinho e pela doçura.

À minha família, meu pai João, minha mãe Sueli e minha irmã Carolina pelo incentivo.

À minha querida amiga Marília Sfredo pela ajuda.

RESUMO

Atualmente, a pergunta “Moda é arte?” não se sustenta mais. O único questionamento possível na contemporaneidade fundamenta-se em: “Quando e como moda é arte?”. Partindo dessa questão, a presente pesquisa investiga a diluição das fronteiras entre moda e arte, pontuando algumas considerações históricas. A questão central deste texto é demonstrar que arte e moda têm se aproximado, progressivamente, de modo especial no século XX, e que, a partir do pós-Segunda Guerra Mundial, mais especificamente a partir da década de 1980, existe a possibilidade de algumas obras de moda funcionarem como obras de arte. Argumenta-se que tal fenômeno foi construído historicamente e que só foi possível a partir da segunda metade do século XX, graças à expansão dos conceitos de arte e moda. Entre as possibilidades de experiências contemporâneas que podem funcionar como arte, a presente pesquisa focará na peça Lace Sweater da coleção outono/inverno de 1982-1983, intitulada *Hole*, e nas imagens da coleção primavera/verão de 1997, *Body meets dress, dress meets body*, da designer Rei Kawakubo, fundadora da marca *Comme des Garçons* (CDG). O estudo centrou-se em dois objetivos principais: 1) compreender o impacto das obras da designer nas últimas décadas do século XX; 2) entender como se deu o funcionamento das obras de Rei Kawakubo em obras de arte por meio das teorias de Arthur Coleman Danto e Nelson Goodman. Para isso, apresentam-se a designer japonesa Rei Kawakubo e sua marca *Comme des Garçons*, localizando, historicamente, as suas obras nas décadas de 1980 e 1990; aborda-se de que maneira a questão entre arte e moda se delineou na história com foco no século XX; investigam-se categorias teóricas para explicar os rumos da arte contemporânea; em seguida, analisam-se as obras de Kawakubo com foco na filosofia analítica de Nelson Goodman por meio de pressupostos teóricos sobre os sintomas do estético. Em relação às obras analisadas da designer a pesquisa detectou que essas possuem os sintomas do estético, além disso, elas foram exibidas e implementadas. Entendemos que essas peças possuem seu funcionamento como obras de arte, o que só foi possível graças à historicidade baseada no “quando”; a partir da década de 1960 e que teve sua consolidação na década de 1980.

Palavras-chave: Arte. História Cultural. Moda. *Comme des Garçons*. Rei Kawakubo.

ABSTRACT

Currently, the question "Fashion is art?" no longer stands. The only possible question in contemporary times is based on: "When and how is fashion art?". Based on this question, this research investigates the dilution of the boundaries between fashion and art, highlighting some historical considerations. The central issue of this text is to demonstrate that art and fashion have progressively approached, especially in the 20th century, and that, since the post-World War II period, more specifically since the 1980s, there is the possibility of some works of fashion function as works of art. It is argued that this phenomenon was historically constructed and that it was only possible from the second half of the 20th century, thanks to the expansion of the concepts of art and fashion. Among the possibilities for contemporary experiences that can function as art, this research will focus on the Lace Sweater piece from the 1982-1983 autumn / winter collection, entitled Hole, and on the images from the 1997 spring / summer collection, Body meets dress, dress meets body, by designer Rei Kawakubo, founder of the Comme des Garçons (CDG) brand. The study focused on two main objectives: 1) to understand the impact of the designer's works in the last decades of the 20th century; 2) understand how the works of Rei Kawakubo worked in works of art through the theories of Arthur Coleman Danto and Nelson Goodman. For this, the Japanese designer Rei Kawakubo and his brand Comme des Garçons are presented, historically locating his works in the 1980s and 1990s; it addresses how the issue between art and fashion was outlined in history with a focus on the 20th century; theoretical categories are investigated to explain the direction of contemporary art; then, Kawakubo's works are analyzed with a focus on Nelson Goodman's analytical philosophy through theoretical assumptions about the symptoms of the aesthetic. In relation to the designer's analyzed works, the research found that they have the symptoms of the aesthetic, in addition, they were exhibited and implemented. We understand that these pieces work as works of art, which was only possible thanks to the historicity based on "when"; from the 1960s onwards, which had its consolidation in the 1980s.

Keywords: Art. Cultural History. Fashion. Comme des Garçons. Rei Kawakubo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Rei Kawakubo fundadora da CDG	28
Figura 2 – Logotipo da marca Comme des Garçons	35
Figura 3 – Six – Coleção de oito revistas, produzidas entre 1988 e 1991.....	43
Figura 4 – Comme des Garçons PLAY, logotipo criado por Filip Pagowski	45
Figura 5 – Coleção Pirates, outono/inverno 1981-82, por Sachiko Kuru, 1981.....	60
Figura 6 – Look da Coleção Hole, outono/inverno 1982-83, por Peter Lindbergh, 1982.....	62
Figura 7 – Rei Kawakubo, Look da coleção de primavera/verão 1983 “Patchworks and X” da marca Comme des Garçons	64
Figura 8 – Peça da Coleção Gloves, Skirts, Quilted Big Coats, outono/inverno 1983-84	66
Figura 9 – Mala direta publicitária para a coleção Metamorphosis, outono/inverno 1994-95, por Cindy Sherman, 1994, Untitled (#304).....	71
Figura 10 – Cindy Sherman para Comme des Garçons. Convite da coleção Primavera/Verão 1994.....	73
Figura 11 – Charles Frederick Worth.....	126
Figura 12 – Exemplo de traje estético usado pela Sra. Jane Morris fotografada por Dante Gabriel Rossetti, 1865.....	128
Figura 13 – Henry van de Velde, Maria Sêthe, usando vestido criado por seu esposo, publicado na revista Dekorative Kunst, 1901.....	131
Figura 14 – Gustav Klimt e Emilie Flöge, 1909	134
Figura 15 – Paul Iribe, Ilustração do álbum Les Robes de Paul Poiret, 1908	139
Figura 16 – Giacomo Balla - Terno futurista, 1914	145
Figura 17 – Thayaht usando a Tuta.....	146
Figura 18 – Man Ray e Marcel Duchamp, Rose Sévaly, 1920-21.....	149
Figura 19 – Marcel Duchamp e Man Ray, Belle Haleine, 1920-21	150
Figura 20 – Marcel Duchamp, Fonte, 1917.....	151
Figura 21 – George Platt Lynes, <i>Dalí and gala on the set of dream of venus</i> , 1939.....	153
Figura 22 – Atsuko Tanaka, Electric Dress, 1956	173
Figura 23 – Flávio de Carvalho, Experiência número 3, 1956.....	174
Figura 24 – Desfile Paco Rabanne, “Twelve unwearable dresses in contemporary materials”, 1966	177
Figura 25 – Yves Saint Laurent, Coleção Mondrian, 1965.....	178
Figura 26 – Andy Warhol, The Souper Dress, 1966-1967.....	181
Figura 27 – Christo e Jeanne Claude, Wedding Dress, 1967	183
Figura 28 – Joseph Beuys, Terno de Feltro, 1970.....	184
Figura 29 – Lygia Clark, "O Eu e o Tu", da série Roupas-Corpo-Roupa, 1967.....	186
Figura 30 – Issey Miyake, Capa da Revista Artforum, 1982	191
Figura 31 – Martin Margiela, Colete para coleção outono/inverno 1989-1990	193
Figura 32 – Andy Warhol, Brillo Box (Soap Pads), 1964.	202
Figura 33 – Rei Kawakubo, Peça Lace Sweater da coleção de outono/inverno 1982-83 "Holes" da marca Comme des Garçons	225
Figura 34 – Georgina Godley, Roupas de baixo para coleção “Lump e Bump” outono/inverno 1986. Fotografia de Cindy Palmano.....	238
Figura 35 – Algumas peças da coleção primavera/verão de 1997, Body Meets Dress, Dress Meets Body expostas na Exposição Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between no The Metropolitan Museum of Art em 2017	240

Figura 36 – Peça em guingão da coleção de primavera/verão 1997 “Body Meets Dress, Dress Meets Body” da marca Comme des Garçons	243
Figura 37 – Peça acolchoada colorida da coleção de primavera/verão 1997 “Body Meets Dress, Dress Meets Body” da marca Comme des Garçons	244
Figura 38 – Peça acolchoada vermelha da coleção de primavera/verão 1997 “Body Meets Dress, Dress Meets Body” da marca Comme des Garçons	246
Figura 39 – Peça acolchoada guingão azul da coleção de primavera/verão 1997 “Body Meets Dress, Dress Meets Body” da marca Comme des Garçons	250
Figura 40 – Merce Cunningham Dance Company, Scenario, 1997	253

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. REI KAWAKUBO E <i>COMME DES GARÇONS</i>: POSSIBILIDADES ARTÍSTICAS?	28
1.1 A construção de uma marca: <i>Comme des Garçons</i>	32
1.2 <i>Comme des Garçons</i> e um recorte na trama: as décadas de 1980 e 1990.....	47
1.3 O universo criativo da <i>Comme des Garçons</i> : construção da moda de vanguarda.....	56
1.4 Rei Kawakubo no território da arte: diálogos e interseções.....	70
2. O DEBATE SOBRE A MODA: CONCEITOS E HISTÓRIA	81
3. ARTE E MODA: RELAÇÕES, DIÁLOGOS E/OU CONVERGÊNCIAS.....	102
3.1 Diálogos entre arte moderna e moda.....	112
3.2 Moda e Arte contemporânea: relações e/ou convergências.....	161
3.3 Arte contemporânea: do “o que é” para o “quando há”	198
3.3.1 A arte para além dos limites da história	199
3.3.2 Quando há arte?.....	214
4. MODA E ARTE: A TRANSFIGURAÇÃO DE UM LUGAR COMUM	224
CONSIDERAÇÕES FINAIS	258
REFERÊNCIAS	265
ANEXO A - Coleção <i>Body Meets Dress, Dress Meets Body</i>.....	287

INTRODUÇÃO

No final do século XX, houve uma ampla reavaliação da disciplina de História que possibilitou um alargamento dos campos de interesse dos historiadores. Pode-se dizer que as humanidades se abriram para novas apreciações epistemológicas, configurando-se um intenso intercâmbio de disciplinas que se preocupam com o fenômeno humano e social. Isso significa “que os historiadores não se preocupam apenas com o que seus pares produzem, mas também estão atentos aos trabalhos de filósofos, sociólogos, antropólogos, críticos literários, psicólogos, psicanalistas, entre outros” (MARCZAL, 2016, p. 210). Surge, com isso, uma relação de apoio entre determinados conhecimentos e os estudos históricos começam a utilizar métodos emprestados de outras áreas, com objetivo de abordar e compreender de modo mais adequado os novos objetos de estudo.

Nora e Le Goff (1988) expuseram, em três volumes, temáticas que indicam como o historiador deve trabalhar com suas fontes sob a égide de novos problemas, novas abordagens e novos objetos. Pode-se dizer que ocorreu uma dilatação do campo epistemológico da história, ou seja, renovação e expansão das áreas de estudos dos historiadores, de modo que os pesquisadores se defrontaram com múltiplas possibilidades de investigação. Para Chartier (1991), essa alteração no modo de fazer história não está relacionada a alguma crise nas ciências sociais, mas, sim, ligada diretamente às alterações nas práticas de pesquisa, com a renúncia do primado do social em razão de uma visão do cultural.

No final do século XX, “muitas das novas possibilidades de investigação dialogavam com o desenvolvimento da chamada história cultural” (MARCZAL, 2016, p. 211). A solidificação desse ramo de investigação histórica abriu espaço para objetos e questionamentos até então renegados, como também lançou uma nova luz sobre enfoques de pesquisa já consolidados e difundidos, como a história social, econômica e política. Considerada mais eclética que outras formas precedentes, a história cultural¹ “ampliou o intercâmbio disciplinar e a abrangência de olhares possíveis a serem direcionados sobre o indivíduo e a coletividade” (MARCZAL, 2016, p. 212).

¹Peter Burke (2008), em seu livro *O que é História Cultural?*, busca esclarecer sobre o que trata a História Cultural demonstrando sua peculiaridade perante os outros ramos historiográficos. O autor descreve a evolução do conceito de história cultural, abrangendo desde os seus pilares basilares, nos quais a própria terminologia estava longe de ser aplicada, passando pelo auge da disciplina com a chamada “Nova História Cultural” (NHC). Segundo Burke, a história cultural pode ser dividida em quatro fases: (i) a fase clássica; (ii) a fase da história social da arte (década de 1930); (iii) a descoberta da história da cultura popular (década de 1960); (iv) a nova história cultural (década de 1980).

Nota-se que Burke (2008) relata que a história cultural não é uma descoberta totalmente nova, pois já era praticada há mais de duzentos anos na Alemanha. Os primeiros estudos sobre a história da cultura humana remontam ao final do século XVIII.

Burke utiliza a abreviação “NHC” para “nova história cultural”, termo usado pelo historiador para se referir a corrente de estudos inaugurada no final da década de 1980 e que traz em seu arcabouço um “novo” paradigma. “Esta expressão que deve ser relativizada, visto as continuidades existentes, sendo mais correto falarmos em um deslocamento da prática da história cultural. A NHC enfatiza a história das mentalidades, suposições e sentimentos, além de estabelecer uma profunda preocupação com a teoria” (HONOR, 2005, p. 150).

Peter Burke, ao discutir as especificidades da nova corrente historiográfica a partir da tradição francesa, especificamente da herança dos *Annales*, indicou algumas de suas propriedades generalizantes, mas distintivas no tocante a outros modelos de investigação que fizeram uso previamente de estudos correlatos a cultura.

A palavra “nova” serve para distinguir a NHC – como a *nouvelle histoire* francesa da década de 1970, com a qual tem muito em comum – das formas mais antigas já discutidas anteriormente. A palavra “cultural” distingue-se da história intelectual, sugerindo uma ênfase em mentalidades, suposições e sentimentos e não em ideias ou sistemas de pensamento. A diferença entre as duas abordagens pode ser verificada em termos do famoso contraste de Jane Austen entre “razão e sensibilidade”. A irmã mais velha, a história intelectual, é mais séria e precisa, enquanto a caçula é mais vaga, contudo também mais imaginativa (BURKE, 2008, p.69).

Burke destaca uma grande abrangência dessa modalidade de pesquisa, embora ela contraste, concomitantemente, “a fragilidade de sua imprecisão e sua potencialidade imaginativa. Ao mesmo tempo que se torna difícil delimitar quais seriam os objetos de estudo específicos da história cultural, a amplitude de sua abordagem possibilita a reflexão sobre fenômenos até então segregados na pesquisa histórica” (MARCZAL, 2016).

As noções de construção, desconstrução, práticas e representações são essenciais para a nova história cultural. Tais ideias são aplicadas na história cultural elaborada por Roger Chartier (1990). Segundo Chartier (1990, p.16-17), o principal objeto da história cultural é “identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler”.

Nessa perspectiva, por meio da Nova História Cultural, que permite a abertura para abordar novas fontes, e possibilita o desvelamento de novos objetos e sujeitos no processo histórico cultural, a pesquisa se propõe a estudar um tema que foi desprezado pela comunidade científica

por um longo período e começou a ser pesquisado com maior profundidade no final do século passado: a moda. Ressalta-se ainda, que a pesquisa, que vem do campo da História Cultural se aproxima gradativamente da História da Arte com objetivo de aprofundar a relação entre a arte e a moda.

Na última década do século XX, houve uma ascensão de pesquisas e de estudos a respeito do tema que conectaram a interdisciplinaridade entre inúmeras áreas. A importância cultural do fenômeno moda vem crescendo, fruto de pesquisas em diversas áreas, como História, Sociologia, Antropologia, Semiótica, Psicologia, entre outras.

A moda floresce no que convencionamos chamar de Idade Moderna, além dos componentes já, usualmente, investigados pelos campos mais tradicionais da História, como as cidades, a burguesia, o comércio, as grandes navegações e as transformações de ordem política, religiosa, econômica, intelectual e artística, o século XV testemunhou o surgimento de um movimento de ordem estética e social: o advento da moda.

De acordo com Barthes (2009), a moda como sistema é algo que define e caracteriza esse período, pois o vestuário sempre existiu, seja por adorno, proteção ou pudor. Contudo, o ciclo de variação de modelagens, materiais têxteis, cores e padronagens, além das incessantes tentativas de imitação da burguesia em relação à nobreza, bem como a decorrente criação de leis suntuárias para impedir esse movimento de cópia são novidades da época. Dessa forma, a moda surge como fator fundamental da distinção social.

A moda como fator de diferenciação social já era debatida por alguns pesquisadores, como os sociólogos Thorstein Veblen (1857-1929) e Georg Simmel (1858-1918), os quais publicaram seus escritos sobre as roupas na virada do século XIX para o XX. Mas é, provavelmente, com o surgimento da alta-costura², em meados do século XIX, por Charles Frederick Worth (1825- 1895), que o papel de distinção social se intensificou. A moda de 100 anos, como nomeou Gilles Lipovetksy (1989), que tem início com o advento da alta-costura e termina na década de 1960, foi decisiva para que a moda se elevasse à tentativa de ser arte.

² Alta-Costura (*Haute Couture*) é a denominação conferida às roupas feitas com exclusividade, de alto luxo e de excelente qualidade finalizadas a mão. Para entrar para a alta-costura o costureiro deve ser aceito pela Câmara de Alta-Costura de Paris (*Fédération de la Couture, da Chambre Syndicale de la Haute-Couture Parisienne*), que tem como objetivo organizar e regular a produção de vestuários de luxo em Paris.

Embora Maria Antonieta e sua famosa ministra da moda Rose Bertin, no século XVIII, já tivessem denunciado o uso político e social das roupas às vésperas da Revolução Francesa, o surgimento da alta-costura e da Câmara Sindical que legisla acerca desse reconhecimento, ocorre a diferenciação cada vez maior e mais artística da moda (BOSAK, 2015).

Observa-se que Worth lutou para mudar o *status* de costureiro, assinava suas obras e iniciou o processo de colocação de etiquetas nas roupas, ele se impôs como criador, fazendo nascer a expressão individual do criador-artista. Worth conseguiu traçar uma linha tão clara quanto possível entre a roupa cotidiana e o evento estético da moda. Porém, foi preciso o espírito empreendedor de Paul Poiret “para expor a relação entre arte e moda dentro da modernidade como uma mudança contínua entre o simbiótico, o parasítico e o agonístico” (GECZY, 2012 p.79). Desde Poiret, os designers foram motivados pela inspiração artística e os artistas procuraram colaborações criativas com designers. A relação direta entre o corpo e a expressão criativa fascinava os artistas e os atraía para a esfera do salão do estilista (GECZY; KARAMINAS, 2012).

Em meados do século XIX, a moda, os movimentos artísticos, e de design se rebelaram contra os formatos tradicionais. Nesse momento, houve oportunidade de construção de uma nova proposta estética, decorrente, principalmente, da vida acelerada, urbana e industrial pautada no individualismo que, progressivamente, se estabeleceu nos grandes centros. Sobretudo no decorrer do século XX, ocorreram inúmeras ações e movimentos que mostraram o interesse recíproco entre moda e arte. Novas atitudes alteraram o *status* de ambos. A criação de moda foi assimilada pelas artes e vice-versa, construindo um caminho comum: os corpos e suas inúmeras codificações. A busca pela mudança e pelo novo transformou a moda em um dos maiores polos de criatividade do século XX, uma possibilidade ideal para as experimentações das artes em relação a suas formas, cores e materiais.

A moda, tema aparentemente trivial, é um fenômeno complexo que pode ser analisado por inúmeras perspectivas e uma delas pode ser derivada da História da Arte. A moda é um fato da linguagem, da semiótica, da representação do gosto e da identidade social; um lugar estético, entre pesquisa criativa e investigação em torno do sentido do olhar. Contudo, é também um instrumento de análise histórica. Com essa abordagem, as afinidades com a arte vão além de alguma simpatia superficial. As interações contínuas entre arte e moda são o testemunho dessa afirmação.

Sabe-se que, a partir da segunda metade do século XX, os lugares da arte e da moda apresentaram fronteiras menos definidas. Essa relação de mediação entre o sujeito a sociedade

implicou em uma outra dimensão do pensar, do produzir e do agir no contemporâneo, por meio da ressignificação de objetos, das identidades transitórias, das possibilidades de interação com o público/observador e uma nova visibilidade dos processos artísticos e de cultura visual.

Nesse sentido, pesquisar sobre a relação e/ou a convergência entre arte e moda em uma perspectiva historiográfica traz alguns desafios, sobretudo porque existe um debate considerado interminável sobre se a moda deveria realmente receber o *status* de arte. Norell (1900-1972) manifestou uma hesitação inicial para, depois, afirmar que “o melhor da moda merece o nome de arte” (NORELL et al., 1967, p. 130).

Para a escultora Louise Nevelson (1899-1988), moda não é arte, mas poderia ser. Ela acredita que, para se qualificar como uma arte, a moda deveria ser uma expressão do usuário e deveria estar relacionada ao seu ambiente (NORELL et al., 1967, p. 133). Questionada também se moda é arte? Irene Sharaff (1910-1993), figurinista de teatro e cinema, concordou que a moda é uma arte, dizendo: "Claro que depende do que você entende por arte, mas a parte criativa da moda sempre trabalhou ao lado das forças criativas que definiram e coloriram uma década, uma época. Tanto quanto arte, a moda é uma manifestação dos tempos – sua existência psicológica, social, política e visual" (NORELL et al., 1967, p. 135).

O designer de moda André Courrèges, à mesma pergunta, respondeu dizendo: "Eu certamente não afirmaria que a moda não é arte, mas isso é algo para os outros julgarem. A profissão de designer de moda para mim é simplesmente um trabalho como o de qualquer artesão que tenta introduzir gosto e proporção no objeto que está criando" (NORELL et al., 1967, p. 138).

Uma das figuras emblemáticas em torno dessa discussão foi o crítico de arte que virou curador de moda Richard Martin (1946-1999). Martin, em 1987, escreveu um ensaio contrariando vários argumentos de que moda não era arte. Para a assertiva de que “a moda é prática e, portanto, não é uma arte”, ele ponderou que a ideia kantiana de arte pura havia sido desacreditada há muito tempo. Para aqueles que argumentaram que “a moda é um negócio e seus produtos são apenas mercadorias”, ele observou não apenas que existe um mercado para a arte, mas que muitos artistas contemporâneos, como Cindy Sherman e Jeff Koons, criaram o conceito de “arte como fetichismo de mercadorias [...] o predicado de seu trabalho.” Ao argumento de que a moda é um empreendimento “colaborativo”, enquanto a arte expressa “criatividade individual”, ele destacou os contraexemplos de cinema e arquitetura, bem como o exemplo histórico da oficina do artista renascentista. Se a moda era uma forma de expressão incorporada, o mesmo acontecia com as artes

do espetáculo. Se a moda de roupas mudou rapidamente, o mesmo aconteceu com “a sucessão de movimentos artísticos”. Para o argumento de que a moda era trivial, ele sugeriu que era “uma forma cultural e artística substantiva”, que merecia o mesmo de críticas inteligentes recebidas por outras artes (MARTIN, 1987, p. 25-29 apud STEELE, 2012, p. 20).

Já, a historiadora, curadora e diretora do *Fashion Institute of Technology* (FIT) Valerie Steele, quando indagada sobre o assunto, afirmou que sempre que surge a pergunta se a moda é ou não arte, percebe que algumas pessoas ficam irritadas e que essas a questionam com perguntas como: “como você pode questionar se a moda é arte?” Mas, Steele é enfática ao afirmar que ela precisa se perguntar, porque designers tão variados quanto Karl Lagerfeld e Miuccia Prada negam que o que eles fazem é arte. Ela acredita que a moda é uma categoria que está em processo de ser reavaliada como arte, mas esse processo ainda é muito contestado (STEELE, 2011). Para chegar a essa afirmação, Steele se ancora nas teorias de Pierre Bourdieu.

De acordo com o sociólogo francês, a obra de arte é um objeto que existe como tal apenas em virtude da crença (coletiva) que a conhece e reconhece como uma obra de arte. Ao contrário da crença popular, a arte não é o produto de atividade criativa pura e desinteressada da parte de um indivíduo. É instituída socialmente e não envolve meramente a produção material de uma obra. Também é necessária a produção simbólica da obra, ou seja, a produção do valor da obra, o que equivale à mesma coisa, a crença no valor da obra. O campo da produção cultural envolve não apenas os produtores diretos da obra em sua materialidade (artista, escritor etc.), mas também os produtores do significado e do valor da obra – críticos, editores, diretores de galerias e todo o conjunto de agentes cujos esforços combinados produzem consumidores capazes de conhecer e reconhecer a obra de arte como tal (BOURDIEU, 1996). Bourdieu (2015) distingue ainda mais as chamadas obras de arte legítimas, como música clássica e pinturas antigas, e artes em processo de legitimação, como cinema e jazz.

Steele (2012) explica que seria útil pensar na moda como potencialmente outra das artes do processo – ainda muito contestada – de legitimação. Se a análise de Bourdieu for seguida, alguns dos argumentos tradicionais contra a moda como arte desaparecem, mas também deve-se concluir que, para que a moda seja arte na teoria bourdiana, “ela precisa ser legitimada ou produzida simbolicamente por críticos, curadores, editores e outros agentes com o poder de consagrar a moda como arte e capaz de convencer o público de que um vestido deve ser considerado uma obra de arte” (STEELE, 2012, p.23). Atualmente, esse consenso crítico não existe.

Ainda, Steele (2012) ressalta que, provavelmente, nunca poderemos dizer que toda moda é arte. Apenas um campo de produção restrita, envolvendo imagens e objetos relacionados à alta moda e/ou moda de vanguarda poderá ser considerado arte. Nem toda camiseta, tal como nem todo filme, pode ser qualificada como arte.

Nessa perspectiva de discussão, ainda, há Geczy e Karaminas (2012), que afirmam que, quando a moda é colocada dentro do contexto do espaço do museu e da galeria de arte, seu valor como um produto de mercado de massa conduzido comercialmente transita de mercadoria consumível para instalação de arte. De uma só vez, o papel comercial acelerado da moda cessa e se realinha dentro de um novo sistema de valores. As fronteiras entre a alta cultura e a cultura popular começam a se desgastar, à medida que a moda busca se ligar ao sistema de valores da arte, a arte procura remover o estigma de tais associações. Uma parceria é produzida e a moda deixa de ser o “outro” da arte, mas começa a disputar um mesmo *status*.

Em relação a essa acalorada discussão, pesquisas já foram escritas sobre as ligações entre arte e moda,³ contribuindo para o aprofundamento desse tema. Um trabalho considerado profícuo é da historiadora de arte Anne Hollander, que examina como a pintura, a escultura e a fotografia podem realizar a mediação entre ideais corporais e as roupas. Ela afirma que “o vestuário é uma forma de arte visual, uma criação de imagens com o eu visível como meio” (HOLLANDER, 1993, p. 311).

Geczy e Karaminas (2012), em uma vertente crítica, afirmam que, embora tenha havido ensaios isolados ao longo das duas últimas décadas, os quais trataram das ligações entre moda e arte, esses foram tão isolados que são considerados como pouco mais que uma queixa. Ainda não foi estabelecido um discurso mais abrangente.

Steele (2008) ressalta que, mesmo que existam pesquisas ou ensaios sobre essa temática, ainda hoje, há uma grande hostilidade para com a moda dentro do mundo da arte, e muitos dos discursos sobre o tema parecem estar fundamentados em ideias simplistas e desatualizadas, sobre essas duas áreas. Ainda existem os que afirmam que a arte e a moda estão em polos opostos. Há ainda, quem acredita que a arte se direciona para a verdade e a beleza, e a moda volta-se ao

³ Como por exemplo os trabalhos de Bosak (2018); Celant (1999); Costa (2009); Geczy e Karaminas (2012); Kim (1998); Leventon (2005); Lopes (2014); Mackrell (2005); Marx (2014); Müller (2000); Pezzolo (2013); Resende (2013); Sant’Anna(2010); Stern (2004); Preciosa e Campos (2008); Wollen (1999).

comércio, à vaidade e às futilidades. Essas definições não foram e não são tão simples e fáceis de serem elaboradas e ou recepcionadas.

Inquestionavelmente, a moda sempre teve um papel muito importante na arte figurativa, e alguns críticos reconhecem, de longa data, a moda como uma forma de arte. O questionamento: “Moda é arte?” pode parecer estranho e sem sentido, pois afinal de contas, na contemporaneidade, “O que é arte?”

Depois das caixas de Brillo Box de Warhol, na década de 1960, tem se tornado cada vez mais difícil definir a arte. O mundo da arte contemporânea tem proposto que um objeto banal pode ser arte, apesar de, obviamente, nem tudo ser arte. Tornou-se muito difícil para os sujeitos não iniciados reconhecer o que é arte e o que não é. Danto (2006a) afirma que, toda a forma da história da arte passou por uma mudança em que aconteceu algum tipo de encerramento no desenvolvimento histórico da arte. A causa dessa mudança foi a emergência da *pop art*, que surge em contraposição à teoria formalista do expressionismo abstrato e que, segundo o autor, foi o movimento de arte mais crucial do século XX.

É possível afirmar que a *pop* abriu as portas para um novo momento, o início da arte contemporânea. Foi a experiência de encontrar as caixas Brillo Box de Warhol expostas em uma galeria que levou Danto a formular uma teoria fundada na ideia de que qualquer coisa pode, em princípio, ser uma obra de arte. Danto construiu a premissa teórica de que, a partir desse momento, constitui-se o fim da arte. O filósofo entende o fim da arte como “uma revolução na história da arte enquanto sucessão progressiva (e dialética) de períodos históricos enunciada numa narrativa do seu desenvolvimento rumo à 'verdadeira' arte precipitada pelo *ready made* de Duchamp e, sobretudo, pela celebrizada Brillo box de Warhol” (AITA, 2003, p. 145).

Enquanto isso, a moda também sofreu mudanças ao longo das últimas décadas. Desde o final da década de 1960, com a revolução antimoda, o Império da Moda se partiu, inaugurando o que alguns pesquisadores chamam de “A moda depois do fim da moda”. Atualmente, todas as roupas são, ao menos potencialmente, parte do sistema da moda, o que, paradoxalmente, é com frequência reutilizado pela antimoda. Contudo, a moda é uma indústria cada vez mais dirigida pela imagem e alguns designers também exploram temas conceituais e filosóficos, iguais aos que os artistas abordam, encorajando os espectadores a perceberem a moda fora do contexto comercial comum (STEELE, 2008). Embora muitos críticos de arte, além de muitos jornalistas, tenham se

mantido atrelados à antiga visão de que a arte e a moda são polos opostos, artistas e designers de moda têm se alimentado dos trabalhos uns dos outros.

Diante do exposto, a presente pesquisa, que traz um tema considerado polêmico, se propõe, por meio de uma perspectiva histórica da arte e da moda, a estudar a diluição entre as fronteiras dessas duas áreas, buscando pontuar algumas considerações históricas a respeito delas.

Infere-se que, durante o século XIX e até a primeira metade do século XX, a relação entre moda e arte foi extremamente profícua, porém, salienta-se que não se pode afirmar que os experimentos construídos naquele momento eram reconhecidos como arte, ou seja, acredita-se apenas, na possibilidade de um profundo diálogo.

Foi a partir da segunda metade do século XX, especialmente na década de 1960, que houve uma expansão dos conceitos de arte, de modo que a arte passou a compor diálogos e intercâmbios, integrando domínios multidisciplinares com diversas outras áreas, como a da moda. Acredita-se que, a partir desse período, além de existir diálogos e interações, também houve possibilidades de algumas convergências entre arte e moda. Roberta Smith, colaboradora regular de críticas de arte ao *The New York Times*, observou que arte e moda se tornaram um “casal” na década de 1980 (SMITH, 1996, p.164). Diante disso, a pesquisadora acredita que no pós-Segunda Guerra a relação entre arte e moda tornou-se muito mais profícua e a convergência entre essas áreas se consolida na década de 1980 em algumas obras específicas.

É importante reforçar o dito no início: este texto não afirma que toda moda é arte, mas que, em algumas obras específicas, a moda pode funcionar como arte. Fazendo uso das teorias de Arthur C. Danto e Nelson Goodman, o objetivo neste trabalho não é perguntar se “Moda é arte?”, pois tal questionamento, segundo teorias goodmanianas, não se sustenta mais na contemporaneidade, o único questionamento possível e que é assumido é: “Quando moda é arte?”

Existem algumas experiências contemporâneas que podem exemplificar o funcionamento da moda em arte. Entre as diversas possibilidades, a presente pesquisa focará nas obras de 1980 e 1990 de Rei Kawakubo, fundadora da marca *Comme des Garçons* (CDG). A escolha de Kawakubo não foi ao acaso, anteriormente meus estudos estavam focados no costureiro Paul Poiret e, em uma das minhas leituras sobre o costureiro-artista me deparei com a afirmação de que sua influência poderia ser percebida em alguns trabalhos da moda contemporânea, como por exemplo, nas obras da estilista Rei Kawakubo. A partir desse momento fiquei intrigada e curiosa para conhecer mais profundamente as obras da designer japonesa. Comecei a voltar meu olhar para a estilista e

enquanto estudava sobre sua vida e seus trabalhos, me apaixonava por sua poética. Além disso, dois pontos extremamente relevantes para continuar minhas pesquisas sobre ela se apoiaram no fato dela ser mulher, que conseguiu legitimação em uma sociedade patriarcal e muitas vezes machista e o segundo ponto é que aos 77 anos ela está na ativa e no comando de sua marca, sendo amplamente reconhecida como uma das mais importantes e influentes designers dos últimos quarenta anos.

Desde sua estreia, em Paris em 1981, ela enfraqueceu a divisão entre arte e moda e transformou noções costumeiras de corpo, beleza e identidade. É importante deixar claro que o trabalho não tem por objetivo descrever a vida e a trajetória completa de Kawakubo, pois a questão central da pesquisa é averiguar e demonstrar que algumas obras da marca podem funcionar como (ou podem se tornar) uma obra de arte, o que ultrapassa o âmbito biográfico dessa personagem, já que traz sua trajetória em função de exemplificar a aplicação dos conceitos filosóficos de Goodman, os quais são apresentados no Capítulo 3. Ainda, é significativo pontuar que o olhar sobre o objeto estudado é em relação à arte das décadas de 1980 e 1990, ou seja, o objeto é percebido como arte do final do século XX.

Além disso, a produção de Kawakubo possui uma alta plurivocidade estética. Segundo Koda (2008), a arquitetura e os acessórios de suas lojas, a tipografia de seus programas gráficos, a localização de suas butikues, a colaboração com artistas, fotógrafos, músicos e arquitetos, a seleção de seus funcionários, os modelos não convencionais de suas apresentações na passarela, seus cabelos e sua maquiagem, até suas respostas epigramáticas concisas nas entrevistas compõem a prática artística da designer. Diante de algumas possibilidades de análise – como por exemplo, as lojas, ou a publicidade, ou ainda as colaborações realizadas entre artistas e Kawakubo – a pesquisa, como opção metodológica, volta seu olhar para o objeto vestuário com o objetivo de tentar exemplificar o funcionamento da moda-vestimentar de Kawakubo em arte.

Dessa maneira, pesquisar as obras de Kawakubo nas últimas décadas do século passado com objetivo de exemplificar o funcionamento da moda em arte traz um duplo desafio: o primeiro fundamenta-se em descrever o contexto histórico-cultural e compreender o impacto das obras da designer naquele momento; o segundo baseia-se em entender como se deu o funcionamento dessas obras em arte. Para tanto, alguns pressupostos sobre os desafios de escrever História da Arte e da Moda serão explanados de modo inicial.

O primeiro tópico a se debater se refere à maneira como podemos tratar as obras de Kawakubo dentro da História da Arte, pois ao realizar uma pesquisa baseada em objetos, ou seja, uma História da Arte baseada em história das obras, é necessário, inicialmente, realizar o levantamento das fronteiras do *corpus* estudado. Dessa forma, deve-se buscar diversos elementos que tragam as referências da obra, como sua materialidade, seu autor, seu contexto, enfim, inúmeras alternativas para criar possíveis olhares sobre o objeto. Cada um dos itens apontados traz desafios próprios que não devem ser desconsiderados (CASTELNUOVO, 2006). O contexto também pode auxiliar na compreensão do cenário cultural que tornou possível a construção das obras, pois essas não são mero reflexo de sua conjuntura, mas, antes, partes ativas na constituição e na construção desse contexto.

As obras aqui estudadas serão tratadas sob três pontos de vista: enquanto um evento que atualizava a moda e a arte nas décadas de 1980 e 1990; como uma manifestação que exemplifica a convergência entre arte e moda; e também como transformação da obra em um indicador (diante de inúmeros outros experimentos realizados no período) da moda e arte do final do século XX. Essas três frentes de análise pretendem apresentar dois pontos possíveis para compreender as obras analisadas da designer Rei Kawakubo: o primeiro diz respeito ao seu contexto formador e a seu impacto para a época; o segundo ponto demonstra a transfiguração de um objeto, no caso o vestuário, que teve seu estatuto alterado e é considerado como arte.

Para isso, inicialmente, torna-se necessário apresentar a designer Rei Kawakubo localizando-a historicamente nas décadas de 1980 e 1990; em seguida expor de que maneira a questão entre arte e moda se delineou na história, especificamente durante o século XX; para, enfim, tentar demonstrar que obras escolhidas da designer, do início da década de 1980 como também do final da década de 1990, podem ter seu funcionamento como arte.

A intenção é investigar a história dessas obras, sem perder de vista que pesquisamos os contextos pelos quais essas passaram. As obras de Kawakubo não estavam isoladas, visto que elas foram produzidas em um contexto e, também, para ele. Ao mesmo tempo em que apresentam esse tempo-espço sociocultural, as obras o constituem. Ao adentrar no universo criativo e de experimentações da marca *Comme des Garçons*, deparamo-nos com uma gama de referências e percebemos que, do ponto de vista da História da Arte e da Moda, tais obras podem, hoje, falar sobre estética do cotidiano, questões socioculturais etc.

A maneira de trabalhar as obras aqui estudadas pretende privilegiar as imagens de coleções de Kawakubo, inserindo-as no emaranhado contextual para além de suas próprias fronteiras como objetos, ou seja, pretende privilegiar o diálogo com outras fontes com intenção de buscar as tensões que advêm das obras em questão e toda a documentação paralela que dá acesso a alguns aspectos do contexto. As imagens das obras da marca CDG serão centrais neste estudo, amparadas por toda a documentação e a bibliografia que auxiliaram na compreensão dos objetos não somente em sua materialidade, mas como um fenômeno cultural.

A abordagem feita dos objetos na presente tese busca inseri-los em um leque amplo de materiais documentais, sejam relativos a eles próprios em seu caráter específico, ou aos eventos nos quais eles participaram. O intuito da pesquisa é adentrar o universo criativo da CDG dos anos de 1980 e 1990, as fontes primárias têm seu foco em experimentações que são: “*Lace Sweater*” (Suéter de Renda), que é um suéter preto perfurado com buracos de sua coleção outono/ inverno 1982-1983 intitulada *Holes* (Buracos); em seguida, adentra-se a discutida coleção primavera/verão de 1997 *Body meets dress, dress meets body* (Corpo encontra a roupa, roupa encontra o corpo). O trabalho fará, ainda, uso de entrevistas e publicações do período de 1980 e 1990.

Salienta-se que o foco e principal tipo de material utilizado serão as imagens das peças de vestuário. É importante lembrar que, no século XIX, o domínio de investigação histórica se restringia quase que exclusivamente aos vestígios escritos, comumente de caráter oficial, armazenados nos arquivos. Foi a partir da Escola dos Annales, na década de 1930, que a noção de documento começou a considerar novos suportes, quer dizer, uma gama maior de vestígios passou a ser considerada como fonte de pesquisa, como por exemplo as imagens.

Nessa perspectiva, Chartier (1993, p. 407) observa que a “imagem passou a ser apreendida como documento histórico, ou seja, as propriedades técnicas, estilísticas e iconográficas ligam-se a um modo particular de percepção e uma maneira de ver, moldada em toda a experiência social”. Conforme Knauss (2006, p.100), “desprezar as imagens como fontes da História pode conduzir a deixar de lado não apenas um registro abundante, e mais antigo do que a escrita, como pode significar também não reconhecer as várias dimensões da experiência social e a multiplicidade dos grupos sociais e seus modos de vida”.

Burke (2017) afirma que o valor das imagens como evidência para a história do vestuário é inquestionável. Para ele, as imagens são uma importante fonte de testemunho ocular, ou seja, essas podem ser utilizadas como fontes de evidência histórica tanto quanto fontes orais ou textuais.

O autor salienta que as fontes visuais “são testemunhas dos arranjos sociais passados e acima de tudo das maneiras de ver e pensar do passado” (p. 278) e que existe um conflito permanente entre dois polos. Um deles atribui um valor positivo às imagens, afirmando que elas veiculam informações confiáveis sobre o mundo exterior e tentam investigar “através da imagem para perceber a realidade além dela”. Por outro viés, existem os céticos ou estruturalistas que focalizam “a atenção na imagem e somente nela, na sua organização interna, nas relações entre suas partes e entre uma imagem e outras do mesmo gênero” (BURKE, 2017, p. 276).

Segundo Burke (2017), seria necessário acreditar em uma terceira via, que rejeita a ideia da imagem como espelho ou fotografia instantânea e, também, repudia a visão da imagem como tão somente um sistema de signos. Não existem receitas prontas e engessadas para se analisar as imagens, pois essas são caracterizadas, muitas vezes, por um caráter ambíguo e polissêmico. Existem alguns caminhos possíveis para a análise de fontes visuais, quais sejam: 1) “as imagens não dão acesso ao mundo diretamente, mas, sim, a visões contemporâneas daquele mundo”, e o historiador deve ter clareza sobre essas várias visões existentes; 2) “o testemunho das imagens necessita ser colocado no contexto”, ou em uma série de contextos no plural; 3) “uma série de imagens oferece testemunho mais confiável do que imagens individuais”; e 4) “no caso de imagens, como no caso de textos, o historiador necessita ler nas entrelinhas, observando os detalhes pequenos, mas significativos, usando-os como pistas para informações” (BURKE, 2017, p. 282).

Infere-se que existem inúmeras possibilidades metodológicas que podem garantir a formação de um repertório visual e cultural para a escrita da História e não existe uma única forma para decodificar e ler as imagens, pois as análises de fontes visuais não possuem respostas simples e definitivas. A imagem pode apresentar muitos significados e múltiplos sentidos. O trabalho do historiador de fontes visuais é necessariamente interdisciplinar.

Meneses (2003) ressalta o potencial cognitivo do documento visual, destacando a dimensão visual da vida social, ou seja, discute os estudos das imagens, pelo viés das ciências sociais e sua atuação e participação no contexto social. O autor oferece “algumas premissas para a consolidação de uma História Visual, concebida não como mais um feudo acadêmico, mas como um conjunto de recursos operacionais para ampliar a consistência da pesquisa histórica em todos os seus domínios” (MENESES, 2003, p. 11).

Para esse estudioso, trabalhar com cultura visual implica definir “a unidade, a plataforma de articulação e o eixo de desenvolvimento de uma problemática histórica proposta pela pesquisa

e não na tipologia documental de que ela se alimentará” (MENESES, 2003, p. 27). Por essa razão, as séries iconográficas com as quais se deve trabalhar devem funcionar como vetores para a investigação de aspectos da sociedade, e não constituir objetos de investigação em si. Assim, “estudar exclusiva ou preponderantemente fontes visuais corre sempre o risco de alimentar uma ‘História Iconográfica’, de fôlego curto e de interesse antes de mais nada documental. Não são, pois, documentos os objetos da pesquisa, mas instrumentos dela: o objeto é sempre a sociedade” (MENESES, 2003, p. 28).

O autor deixa claro que é usual e normal que investigações históricas surjam de pesquisas de fontes documentais e possam delas partir, porém, a pesquisa deve construir uma relação dialética entre documentos e problemática histórica, todavia, para Meneses (2003), é essa última que deve predominar.

Por conseguinte, trabalhar historicamente com imagens obriga o pesquisador a percorrer o ciclo completo de sua produção, circulação e consumo. Além disso, as imagens não possuem, em si, um sentido intrínseco. “É a interação social que produz sentidos mobilizando diferencialmente (no tempo, no espaço, nos lugares e circunstâncias sociais, nos agentes que intervêm) determinados atributos para dar existência social (sensorial) a sentidos e valores e fazê-los atuar” (MENESES, 2003, p. 28). É essencial trabalhar a imagem como um enunciado, além disso, também é importante retrair a biografia, a carreira e a trajetória das imagens.

Meneses (2003) lembra que vivemos em uma sociedade da imagem, ou seja, a imagem está presente em nosso cotidiano, em várias dimensões, usos e funções. E o uso das imagens como testemunho histórico seria apenas um entre muitos usos possíveis das imagens, pois as fontes visuais “podem prestar-se a diversíssimos usos – entre os quais os documentais, conforme as situações e não por essência ou programa original” (p. 29). O uso de imagens como fonte de informação é apenas um dentre tantos e “não altera a natureza da coisa, mas se realiza efetivamente em situações culturais específicas, entre várias outras” (p. 29). Destarte, considere-se que uma mesma imagem pode reciclar-se, ressignificar-se, assumir inúmeros papéis e produzir efeitos diversos.

A presente tese, que tem como foco imagens de peças de coleções contemporâneas de moda, possui a imagem como potência simbólica e propõe uma análise sobre o objeto artístico a partir de variados ramos do conhecimento, integrando a História da Arte em uma perspectiva de investigação cultural; se posiciona contra hierarquização das fontes; busca o cruzamento do maior

número possível de material documental; pretende a superação de pressupostos preestabelecidos dos objetos artísticos.

Tratar da história dessas obras é recair, inevitavelmente, em uma malha de conexões entre arte e moda, fundindo aspectos e abordagens da História da Arte e da Moda. A moda, composta por referências do passado, é um forte indicador de que os vários segmentos que auxiliam na construção da sociedade e do sujeito são capazes de produzir narrativas históricas. “As influências históricas e suas percepções trazidas pela memória individual ou coletiva no campo da moda não só manifestam a influência da história na criação da moda, como confirma que a moda também responde a questões sociais vivenciadas em determinados períodos” (SANTOS, 2012, p. 218).

Grande exemplo disso são as criações e os estilos de determinado período histórico. Eles não são concebidos do nada ou por mera coincidência, mas são manifestações representativas da construção histórica do momento. Os sujeitos e a sociedade como um todo, na maioria das vezes, respondem, de maneira não intencional – ou mesmo irracional – aos acontecimentos por eles vividos. Inere-se que as referências utilizadas por estilistas em suas obras e coleções permitem uma (re) apropriação de fatos de determinado período, permitindo proteger ou rememorar uma memória coletiva ou até mesmo individual sobre parte da cultura de uma sociedade.

Alguns historiadores têm percebido as obras e as produções visuais de estilistas como objetos capazes de produzir história, ou seja, as compreendem como fontes primárias para investigação histórica, pois a moda-vestimentar produzida por estilistas se torna um objeto-documento, uma vez que retrata uma experiência, transformando-se em importante resquício de memória.

Na escolha de obras e produções visuais dos estilistas como objeto de pesquisa, o que importa são as experiências que os indivíduos ou a sociedade podem obter a partir de seu passado. Além disso, é importante ressaltar que a representação do passado não acontece imprevistamente. Ela é baseada em preferências que, muitas vezes, apresentam identificações do indivíduo com o tema escolhido para ser rerepresentado. O modo como essa representação é construída modifica, por meio da sua forma de exposição, a forma como os sujeitos sociais identificarão esse objeto como um objeto histórico (SANTOS, 2012).

Assim sendo, a pesquisa está ordenada em quatro capítulos. O primeiro deles intitulado “Rei Kawakubo e *Comme des Garçons*: possibilidades artísticas?” apresenta a designer japonesa Rei Kawakubo e sua marca CDG. O objetivo do capítulo é descrever a construção da marca, além

de localizar historicamente o contexto e a obra da designer japonesa nas décadas de 1980 e 1990, e adentrar o universo criativo e de experimentações, demonstrando que a moda da designer se encontra na categoria de vanguarda, para, finalmente, relatar a parceria de Rei Kawakubo com alguns artistas contemporâneos e apresentar as várias exposições que as criações experimentais de Rei Kawakubo e CDG já foram tema. Nesse primeiro capítulo, o intuito é deixar claro que o problema principal da tese se baseia em responder: Considerando que algumas obras de vanguarda de Rei Kawakubo podem funcionar como arte, então, quando isso pode ser caracterizado, ou seja: quando as obras de Kawakubo são arte? O segundo capítulo, nomeado “O debate sobre a moda”, explana a diferença entre moda e vestimenta, além de descrever alguns conceitos teóricos sobre o fenômeno moda. Nesse capítulo, demonstra-se a complexidade da moda, descrevendo campos de conhecimento que exploram a moda como temática de pesquisa. O terceiro capítulo, intitulado “Arte e moda: relações, diálogos e/ou convergências”, adentra o objeto principal de estudo, a relação entre arte e moda nos séculos XIX e XX. O foco da categoria de análise do capítulo se dá, sobretudo, a fim de entender a diluição de fronteiras dos campos da arte e da moda no pós-Segunda Guerra, para o que são investigadas categorias teóricas para explicar os rumos da arte contemporânea. A construção teórica se dá principalmente pelos conceitos de arte de Greenberg, de Arthur C. Danto e de Nelson Goodman, os quais apresentam como categorias de análise a constituição de uma arte pós-histórica e a transformação da pergunta “O que é arte?” para “Quando há arte?”. Nesse capítulo, são expostas as ferramentas teóricas para o entendimento da complexa relação entre moda e arte.

No quarto capítulo, “Moda e arte: a transfiguração do lugar comum”, constrói-se uma análise das imagens das obras, fazendo uso da teoria dantiana da transfiguração de objeto banal em arte, juntamente com a filosofia analítica de Nelson Goodman, fundamentada nos sintomas do estético, quais sejam: a densidade sintática, a densidade semântica, a saturação relativa, a exemplificação e a referência múltipla e complexa. O intuito é demonstrar que as obras escolhidas de Kawakubo podem funcionar como obras de arte.

A pesquisa apresenta a constituição histórica das relações entre arte e moda. O diálogo entre essas duas formas de expressão acontece desde muito tempo. É a partir da década de 1960, com a diluição das fronteiras da arte, que surge, em alguns casos específicos, a possibilidade do funcionamento da moda como obra de arte. Foi a partir desse momento histórico que, em algumas

situações, que diferenciação nítida entre moda e arte desapareceu e a relação entre as duas deixou de ser uma revelação e passou a ser uma necessidade (CELANT, 1999).

Para ilustrar e sustentar tal assertiva, optou-se, na tese ora apresentada, por utilizar as obras da marca CDG de Rei Kawakubo, das décadas de 1980 e 1990. A análise de tais obras busca sustentar que a convergência entre arte e moda, na segunda metade do século XX, não é um evento que está relacionado à natureza interna (essência) da moda ou da arte, mas sim, é fruto de um movimento histórico, baseado na eliminação de fronteiras entre as formas específicas de arte e que se convencionou chamar de Arte Contemporânea.

Dois últimos esclarecimentos se tornam relevantes, antes de adentrarmos ao primeiro capítulo. O primeiro trata-se de um pequeno parêntese para uma rápida explanação da diferença, se é que existe, dos termos “estilista” e “designer de moda”. Acredita-se que essa leve interrupção é necessária para evitar possíveis questionamento no decorrer da leitura do trabalho.

Christo (2008) traz uma excelente reflexão sobre a origem dos termos. Inicialmente, conforme a pesquisadora, parece existir uma diferenciação entre as duas expressões. O termo designer de moda estaria diretamente relacionado ao campo do design, ou seja, estaria vinculado à questão da indústria e à produção em série. Um designer estaria preocupado com a objetividade do projeto e da execução de um produto.

O estilista, por sua vez, teria ligação com o campo da arte, e estaria preocupado com a questão de gosto e subjetividade, ou seja, é um indivíduo livre para criar peças únicas e desvinculadas do mercado. O estilista chegaria muito próximo ao conceito de artista.

Ao identificar historicamente o surgimento do designer, ou seja, o “profissional responsável pela configuração de objetos que interagem com o cotidiano do homem, podemos perceber que esta atividade no início estava também ligada ao campo da arte” (CHRISTO, 2008, p. 33). Por exemplo, na Idade Média, o mesmo artista que pintava um quadro também construía um objeto funcional e utilitário como uma cadeira, o que não significava nenhum demérito.

Para o pesquisador e designer Rafael Cardoso Denis, existe uma dialética fundamental que permeia as discussões sobre as definições do design. A pergunta posta é: “o design se define por seus objetos ou por seus processos?” (1998, p.15). E a resposta é bem simples: por ambos. Para ele, é necessária a análise de mais um fator, que é a concepção de que um objeto tem significados que vão muito além das questões relacionadas à estrutura e à função, cumprindo variados papéis. Dessa forma, é necessário que o design também leve em consideração as questões subjetivas dos

usuários e a rede de significados que podem ser adquiridas pelo objeto. A atuação do designer, além de estar relacionada às questões técnicas e de projeto, também precisam ser vinculadas a questões simbólicas e expressivas.

Pode-se concluir, nesse sentido, que o design tem valores voltados à objetividade do mercado e à indústria, mas, também, tem vinculação com valores relacionados ao campo da arte. O termo design traz em si a convergência desses dois campos (um mais técnico e outro mais artístico). Concordar que o design de moda está relacionado com o design significa admitir que essa área atua na convergência desses dois campos em sua formação. Da mesma maneira, “se o estilista está inicialmente relacionado ao campo da arte e o designer possui a influência tanto do campo da arte como do mercado, então, não poderíamos separar estes dois termos como definições diferentes” (CHRISTO, 2008, p. 34). Isso posto, e concordando com as conclusões de Christo, esta pesquisa considera os termos “estilista” e “designer de moda” como termos para uma mesma definição. Ao decorrer da narrativa Kawakubo poderá ser denominada ora estilista, ora designer.

Já o segundo esclarecimento diz respeito aos conceitos sobre estética e poética. Segundo Vieira (2017, p. 34) é necessário “todo um cuidado quando discorremos sobre estética e poética. Não obstante suas diferenças sejam admitidas de pronto, ainda assim podemos tropeçar quando discutimos as particularidades de cada um desses termos”. Cidreira (2008, p. 02) ressalta que, “o termo estética vem do grego *aísthesis* que significa sensação, sensibilidade. A ideia de sensibilidade, por sua vez, acolhe tanto a sensação, que remete a uma condição individual, quanto o sentimento, que pressupõe uma adesão comunitária”, ou seja, a estética diz respeito à sensibilidade, ao modo como as obras e coisas do mundo nos afetam. Vieira afirma que, “a estética não possui caráter normativo nem valorativo, não prescreve instruções ou orientações na qual o artista possa se apoiar, e por isso mesmo não pode estabelecer critérios de julgamento de uma obra de arte” (2017, p. 36).

Já, “a poética, como objeto de estudo da estética, nos indica a maneira como o artista desenvolve e aplica através de meios técnicos seu pensamento, suas idiossincrasias, na obra de arte” (VIEIRA, 2017, p.34), ou seja a poética se relaciona com os processos de produção, materiais utilizados, gêneros escolhidos, é um “programa de arte”, conforme Luigi Pareyson (1997). Dessa forma, “a estética tem um caráter filosófico e especulativo enquanto a poética, pelo contrário tem um caráter programático e operativo” (PAREYSON, 1997, p.15).

Quando retomado enquanto campo de investigação mais recente o termo “estética”, é utilizado pelo menos em duas vertentes. Uma teoria estética, atenta para aspectos da recepção, que possui autores como Pareyson e Dewey seus representantes mais expressivos. Já, outra vertente que usa (ou confunde - se fizermos uso da teoria da teoria de Pareyson) a estética com uma filosofia da arte, atenta aos procedimentos composicionais, em que se inscrevem autores, como por exemplo, Danto e Goodman.

Dessa maneira, por uma opção metodológica a presente pesquisa, que se baseia em teorias de Arthur C. Danto e Nelson Goodman, faz uso de forma reiterada da expressão estética refere-se, na verdade, à poética. Em suma, a presente pesquisa tem como foco a análise da poética da estilista Rei Kawakubo.

1. REI KAWAKUBO E *COMME DES GARÇONS*: POSSIBILIDADES ARTÍSTICAS?

Este capítulo busca demonstrar em quais criações da moda se pode observar a arte. Para tal esclarecimento, tomou-se por base aspectos, momentos e algumas criações da designer japonesa Rei Kawakubo (1942-) (Figura 1), de modo específico na marca de sua autoria – CDG. A seleção de informação considerou as obras que, em uma visão histórica, se aproximam, ou mesmo se tornam uma obra de arte. A pergunta que norteia o capítulo é: Quais criações podem ser consideradas arte? Essas abordagens consideram a historicidade do objeto, por isso vinculam-se ao quando as obras de Kawakubo são arte.

Figura 1 - Rei Kawakubo fundadora da CDG



Fonte: Vogue, 2017.

É interesse desta pesquisa apresentar a moda como uma atividade artística, contudo, a qualidade industrial, ou seja, de representar uma atividade econômica, própria da moda, não é refutada. Não se pode esquecer que as roupas da marca não foram feitas apenas para serem roupas como arte, mas, sobretudo, para funcionar como um investimento na marca, a fim de gerar renda. Segundo Avelar (2009), a moda apresenta, algumas vezes, um viés mais comercial, ou seja, seu enfoque volta-se à produção e ao consumo em grande escala, em outras vezes, a moda pode demonstrar um caráter conceitual, e “se volta para experimentações de materiais e de sensações, no intuito de causar algum impacto, desconforto, emoção. Busca, assim, lidar com algo extremamente novo e menos digerível” (p.109).

Dissociar-se do mercado sempre foi uma estratégia importante para aumentar o capital cultural, mas o objetivo de aumentar o capital cultural da moda é, em geral, usá-lo depois para aumentar o capital financeiro. A moda sempre se situou num espaço entre arte e capital, no qual, muitas vezes, abraçou o lado cultural para abrandar seu lado financeiro (SVENDSEN, 2010). E a marca *Comme des Garçons* de Rei Kawakubo não fica de fora dessa constatação e, apesar de toda a sua concepção de vanguarda, é um negócio que movimenta milhões de dólares por ano.

Adrian Joffe, cônjuge de Kawakubo e presidente da marca, declarou em uma entrevista que para Rei, primeiramente, é preciso ser novo e criativo, em “segundo é preciso vender o suficiente para nos permitir fazer a próxima coisa. Sempre foi um segundo muito próximo – se não pudéssemos fazer negócios, não estaríamos aqui – mas nunca é a primeira prioridade” (RABKIN, 2015a, p.1).

Segundo Bateman (2017), Kawakubo é uma das únicas designers que conseguiu mesclar com sucesso a arte e a moda, enquanto ainda obteve lucro. Corroborando com essa afirmação, pode-se dizer que a CDG conseguiu alcançar um equilíbrio: “por um lado, é possivelmente uma das etiquetas mais conceituais e intransigentes da moda e, por outro lado, possui um dos logotipos mais reconhecidos na Internet: um pequeno coração gráfico, com olhos puxados, usado por adolescentes e celebridades” (ANTI-MODA, 2020, p. 1).

Kawakubo sempre afirmou, insistentemente, que era uma mulher de negócios e não uma artista. Embora tenha rejeitado o rótulo de artista para si mesma, recentemente começou a considerar a moda como arte: “Quando a moda é impulsionada pela criação, suponho que possa ser considerada uma forma de arte”, opinou ela para a revista *Interview* em 2015. “Desde que algo

seja novo e nunca tenha sido visto antes, não me importo se as pessoas o chamarem de arte” (KAWAKUBO, 2015).

Para Valerie Steele, o trabalho com colaborações de Kawakubo parecem centrais em qualquer exposição de arte e moda. Ao ser questionada sobre “o que fica mais perto de seu coração, arte ou moda?”, Kawakubo respondeu: “a queda da barreira entre essas duas coisas” (STEELE, 2008, p. 25). E esse é o objetivo da pesquisa: demonstrar que com a “queda da barreira”, ou seja, com a diluição das fronteiras entre arte e moda, há possibilidade de algumas obras de Kawakubo funcionarem como obras de arte.

Vale ressaltar que foi na década de 1980 que os designers japoneses Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto (1943-) e Issey Miyake (1938-) despontaram nas passarelas parisienses. Segundo Jones (2005), o efeito foi revolucionário, eles trouxeram uma estética diferente de tudo o que já tinha sido mostrado. Esse aparecimento triádico, o que certamente fortaleceu aos três individualmente, foi uma aparição coletiva, quase como um movimento poético diferenciado.

Outros estilistas japoneses como Hanae Mori (1926-), Kenzo Takada (1939-) e Kansai Yamamoto (1944-), apareceram em Paris nos anos 1960 e 1970 (CLARK, 2012). Essa não foi a primeira vez que inspirações orientais chegaram ao Ocidente. O Japão, em 1854, foi forçado⁴ a dar fim ao seu isolamento econômico e cultural, o que o levou a iniciar um intercâmbio com a Europa. De acordo com Iwamoto (2016), esse momento coincidiu com o período no qual a arte europeia estava sendo questionada, e era constante a busca por novas inspirações. Dessa forma, a partir da década de 1850, novos acordos comerciais foram realizados resultando em um fluxo sem precedentes de viajantes e mercadorias entre ocidente e oriente. No final do século XIX, o Japão estava em toda parte, como moda, design de interiores e arte, e essa tendência foi chamada de 'Japonismo', ou também, segundo Said (2011) de Orientalismo⁵.

⁴ A partir de 1850, as nações ocidentais passaram a desenvolver estratégias políticas que pressionavam a abertura política e econômica japonesa. “Em 1853, uma delegação naval dos EUA, liderada pelo Comodoro Matthew C. Perry aportou na baía de Edo com seus navios e apresentou as demandas do presidente dos Estados Unidos, Millard Fillmore, que exigia que o Japão concordasse em negociar e abrir relações diplomáticas permanentes”. (UNZER, 2019, p.412). Em 1854 foi assinado o Tratado de Kanagawa, que deu amplas vantagens comerciais e diplomáticas às potências ocidentais. Ou seja, por meio de ameaças militares os portos japoneses foram abertos ao mercado mundial e os japoneses foram obrigados a assinar tratados comerciais com diferentes países.

⁵ Said (2011) chama de orientalismo o período europeu ocorrido em decorrência da política imperialista. A expansão rumo ao Oriente deu origem com a difusão, na Europa, de elementos apropriados à cultura oriental, o que influenciaria vários campos, entre eles, a moda. Para Said (2011, p. 119) o Oriente é visto “como referência, como ponto de definição, como local facilmente aceito para viagens, riquezas e serviços, o império funciona para boa parte do século XIX europeu como uma presença codificada na literatura, ainda que apenas marginalmente visível”. No

A apreciação ocidental pela arte e pelos objetos japoneses se intensificou rapidamente e as feiras mundiais tiveram um papel importante na disseminação do gosto por essa cultura. Essas feiras tiveram grande importância para troca cultural de ideias: Londres em 1862, Filadélfia em 1876 e Paris em 1867, 1878 e 1889 (WICHMANN, 2007).

Craik (1994 p. 41) ressalta que a influência japonesa redesenhou, parcialmente, as fronteiras da moda, afastando-se dos ideais 'ocidentais' do corpo, das relações corpo-espço e das convenções de vestuário, de modo que algumas personalidades da moda ocidental incorporaram influências, tradições e formas não europeias.

Exposições⁶ recentes, mostram que os designers ocidentais, há muito, se inspiram na cultura japonesa. Por exemplo, o vestido de Jeanne Lanvin com uma jaqueta bolero nos anos 1930 simula mangas de quimono. Da mesma forma, no início do século XX, há entrada do orientalismo nas criações de Paul Poiret. Estampas de crisântemo ou tecidos exóticos foram usadas por muitos costureiros, como Worth e Chanel (KAWAMURA, 2004). Madeleine Vionnet, que era fascinada pela geometria do quimono, desenvolveu uma variedade de ideias a partir dessa peça do vestuário tradicional japonês (KIRKE, 2012). O Oriente permaneceu como uma influência da moda durante a Primeira Guerra Mundial. Os designers ocidentais incorporaram elementos japoneses nas roupas ocidentais, mantendo-se dentro das definições normativas de roupa e moda. Portanto, a exposição da cultura nipônica ao Ocidente não era completamente nova na segunda metade do século XX, quando os estilistas japoneses, entre eles Rei Kawakubo, apareceram pela primeira vez em Paris (KAWAMURA, 2004).

Inicialmente, no cumprimento do objetivo central do capítulo, será abordado como se deu a construção da marca CDG, logo em seguida, será realizada uma descrição histórica sobre a moda nos anos de 1980 e 1990, para, em seguida, relatar o universo criativo e a moda de vanguarda de Rei Kawakubo, descrevendo algumas colaborações com artistas e exposições da marca, mostrando, dessa forma, algumas ligações entre a marca *Comme des Garçons* e o mundo da arte.

encerramento do século XIX, com a disputa pela África, a consolidação da União imperial francesa, a anexação americana das Filipinas e o domínio inglês no subcontinente indiano em seu auge, o império era uma preocupação universal. O século XX começa e a Europa vivencia o Orientalismo, fato oriundo do século XIX, quando a política imperialista europeia se expande para Ásia e África, provocando o maior contato com a cultura oriental pelos europeus. Tal circunstância perdura até o final da Segunda Guerra Mundial, sendo que a França e a Inglaterra dominaram o Oriente.

⁶ Como por exemplo: '*Orientalism*' no *Costume Institute of the Metropolitan Museum* em 1994, '*Japonisme et Mode*' no *Palais Galliera costume museum* em 1996, '*Touches d'Exoticism*' no *Art Museum of Fashion and Textile* em Paris, em 1998, e '*Japonisme*', no *Brooklyn Museum of Art*, em Nova York, em 1999.

1.1 A construção de uma marca: *Comme des Garçons*

Rei Kawakubo nasceu em Tóquio em 1942, seu pai era docente da *Keio University* e sua mãe era professora de inglês. Ela cresceu com dois irmãos e iniciou sua vida escolar ao mesmo tempo em que o Japão, com seu sistema político em estado de choque, ainda estava ocupado pelo exército dos EUA⁷. Com a sua estrutura econômica destruída, além da devastação física, após os conflitos da Segunda Guerra Mundial, o Japão não tinha condições materiais nem mesmo autonomia para empreender uma política para a área de segurança. Coube ao governo Yoshida⁸ estimular, na década de 1940 e início da década de 1950, um pensamento comum baseado na recuperação da economia do país sem grandes preocupações militares (GREEN, 1995). A recuperação econômica do Japão foi fundamentada em mecanismos de proteção do mercado doméstico, com foco na reconstrução e na modernização da indústria pesada do país. Nesse contexto, a indústria de vestuário só poderia operar no extremo mais básico e funcional.

Em termos sociais, pode-se afirmar que, na época em que Kawakubo estava na escola, os adolescentes ainda usavam uniformes e seus pais escolhiam suas roupas. Existia pouco ou quase nenhum espaço para a individualidade. As roupas da moda eram feitas para adultos, sob medida por encomenda nas lojas de departamentos. Sudjic (1990) afirma que a casa em que Kawakubo cresceu era confortável e sua família tinha intimidade. Kawakubo em uma entrevista para o jornal *The Guardian*, em 2015, afirmou que:

Embora nunca tenha passado fome, lembro bem da extrema pobreza e devastação daqueles tempos. Mas isso não teve influência no meu trabalho. Esses críticos entenderam tudo errado. Nascer no Japão foi um acidente. Não há correlação direta com o meu trabalho. Crescer no pós-guerra no Japão fez de mim a pessoa que sou, mas não é por isso que faço o trabalho que faço. É uma coisa muito pessoal – tudo vem de dentro (KAWAKUBO, 2015, p. 2).

Diante dessa declaração, pode-se afirmar que as generalizações simplistas sobre o impacto da privação pós-Hiroshima na psique nacional, com a qual alguns ocidentais tentaram explicar o empreendimento japonês, dificilmente parecem se aplicar à Kawakubo.

⁷ Depois da Segunda Guerra Mundial o Japão passou por um período de ocupação que durou sete anos (1945-1952).

⁸ Shigeru Yoshida (1878 - 1967) foi um diplomata e político japonês. Foi Primeiro-Ministro do Japão de 1946 a 1947 e de 1948 a 1954. Criou a Doutrina Yoshida que enfatizava políticas de crescimento econômico e re-industrialização, além de pacifismo nas relações internacionais e boas relações com os Estados Unidos.

Quando Kawakubo se formou, o país havia emergido decisivamente das fileiras do mundo em desenvolvimento, ou seja, o Japão conseguiu reconstruir sua economia, tanto que, em 1964, conseguiu ingressar na Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE)⁹ e, em 1968, já ocupava o posto de terceira maior economia mundial, atrás apenas dos EUA e da União Soviética. Esse desenvolvimento econômico contínuo após a Segunda Guerra ficou conhecido como o “milagre japonês” (UEHARA, 2003).

Esse período de prosperidade proporcionou oportunidades únicas para os membros de uma geração que estava pronta para aproveitá-las ao máximo. Eles colheram os frutos de uma história de sucesso econômico que permitiu ao Japão olhar o mundo exterior em termos mais objetivos, fazer sua contribuição criativa e, no processo, afirmar sua própria identidade como um estado moderno maduro (SUDJIC, 1990).

Sujeitos, extremamente, talentosos como os arquitetos Tadao Ando (1941-) e Arata Isozaki (1931-), o designer Shiro Kuramata (1934-1991) e os três designers de moda Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto e Issey Miyake, juntamente com numerosos artistas, escritores e cineastas, ganharam destaque nesse período. Eles desempenharam um papel tão importante quanto o dos engenheiros, industriais e banqueiros do Japão ao estabelecerem a reputação internacional do país. “Suas conquistas transformaram a percepção paternalista que o mundo exterior ainda tinha do Japão como um país que produzia pessoas diligentes e enérgicas, satisfeitas em seguir onde outras pessoas inovavam” (SUDJIC, 1990, p. 40).

Ao sair da escola, Kawakubo, em 1960, começou a estudar História da Estética na mesma universidade que seu pai lecionava, a *Keio University*, tradicionalmente considerada o berço da elite do Japão. Sua graduação envolveu o estudo da arte japonesa e ocidental. Diferentemente de Yamamoto, que frequentou a *Bunka School of Fashion*, e Issey Miyake, graduado em design gráfico numa universidade voltada às artes, Kawakubo não tem treinamento formal em moda, arte ou design (ENGLISH, 2011).

Ela se formou em 1964 e começou a trabalhar no departamento publicitário da empresa têxtil Asahi Kasei, uma importante empresa química que foi a maior produtora de fibras acrílicas do país. A ideia de trabalhar como designer não havia ocorrido à Kawakubo neste momento, mas o trabalho na Asahi deu a ela a chance de entrar em contato com a indústria da moda como um

⁹ O ingresso do Japão na OCDE foi um reconhecimento internacional afirmado como um país desenvolvido e industrializado, além disso tal entrada possibilitou o estreitamento das relações com a Europa.

todo. Também, na época, Atsuko Kozasu teve uma influência significativa na carreira de Kawakubo. Kawakubo afirma que Kozasu foi uma fonte de aconselhamento e orientação no início de sua carreira (JONES, 2012).

Em 1967, ela começa a trabalhar como *stylist*¹⁰ *freelancer*. Segundo Sudjic (1990), no ambiente de negócios japonês ainda muito paternalista, essa decisão foi um grande passo, pois, na época, o *freelancer* era uma raridade, *styling* era ainda mais raro. A decisão acabou por ser um passo vital para se posicionar como designer. Kawakubo não conseguiu encontrar o tipo certo de roupas para as sessões de *styling* que estava fazendo para seus clientes de publicidade, então, ela mesma começou a projetar e fazer roupas mais adequadas.

Em 1969, ela funda a *Comme des Garçons* (Figura 2) e inicia sua produção feminina, observa-se que Kawakubo não estabeleceu, formalmente, uma empresa limitada até 1973. Na época, as cidades japonesas estavam cheias de palavras estrangeiras usadas como nomes de marca para conferir *status* a uma ampla variedade de produtos, então, não havia nada particularmente fora do comum sobre a escolha de Kawakubo. O nome da marca foi inspirado na letra da música *Tous les Garçons et les Filles*, de Françoise Hardy (JONES, 2012). Ela disse que apenas gostou do som que as palavras faziam, enquanto a simplicidade e a grosseria das roupas que ela desenhava pareciam acompanhar seu senso. Entretanto, o espírito do “como meninos” soou com a libertação das mulheres das décadas de 1960 e 1970, além disso, seus projetos sempre desafiaram as ideias tradicionais de feminilidade (FUKAI et al., 2013). Segundo Thurman (2005), a maioria das pessoas assume naturalmente que *Comme des Garçons* não é apenas um logotipo, mas um slogan, e quando Kawakubo ainda estava dando entrevistas, ela comparou seu trabalho com a moda masculina, em seus ideais de conforto e discrição, embora tenha negado que houvesse qualquer mensagem por trás do nome da marca.

¹⁰ O *stylist* é o profissional responsável por definir qual imagem uma marca assumirá em determinada coleção e/ou estação. O profissional analisa todas as peças produzidas para um desfile e organiza como serão apresentadas na passarela, com quais acessórios e por quais modelos serão desfiladas. Também são responsáveis pela produção de catálogos, editoriais e sessões de fotos podendo chegar a ‘consultores de marcas’ ajudando a estabelecer uma coesão entre todos os itens acima citados (BARROS, 2017, p. 24).

Figura 2 - Logotipo da marca *Comme des Garçons*



COMME des GARÇONS
*

Fonte: Ha-na, 2019.

A designer libertou as mulheres das formas convencionais do vestir, apesar dessa filosofia, Sudjic (1990) afirma que, ela nunca se considerou uma feminista, seu trabalho diz respeito somente à liberdade de criação.

Mesmo que Kawakubo, insistentemente, afirme que não é feminista e que suas criações não possuem nenhuma vertente relacionada a esse movimento, pode-se afirmar que ela subverteu o papel que a sociedade esperava dela. No Japão a crença sobre os papéis dos gêneros foi pautada na ideia em que a mulher deveria ser uma boa esposa e uma boa mãe. E Kawakubo, mesmo afirmando que não gosta da palavra feminista, conseguiu criar laços de subversão dos papéis relacionados a ser mulher no Japão, ela conseguiu ir contra o sistema, ou como ela mesma disse “sou a favor do anti-sistema” (SMITH, 1995). Algo é certo: poucas são as mulheres na moda que personificam os ideais do feminismo dos anos setenta com maior fidelidade que Kawakubo¹¹.

Não usar seu próprio nome na marca se adequava ao caráter e ao propósito de Kawakubo: por um lado, ela tinha a intenção de criar uma identidade para a empresa que não dependesse de sua própria presença e que permitisse desenvolver certa independência; por outro, ela também percebeu a importância de permanecer no controle absoluto de seu negócio, dirigindo-o sozinha, em vez de assumir um parceiro de negócios ou depender de um financiador. Kawakubo começou a vender suas roupas comercialmente no início dos anos 1970 em uma boutique experimental, a *Belle Boudoir* em Ginza. Ao mesmo tempo, ela também estava vendendo para uma loja chamada

¹¹ Ressalta-se que os temas voltados a questão de gênero e feminismo não serão aprofundados na presente pesquisa, pois o objetivo nesse momento se concentra no estudo da poética de Kawakubo e sua convegência com o mundo da arte.

Milk, que queria colocar sua etiqueta nas roupas de Kawakubo, mas ela estava começando a insistir em usar o nome *Comme des Garçons* (SUDJIC, 1990).

O Japão, naquele momento, ainda não era um lugar óbvio para encontrar uma moda inovadora e interessante. Mas começaram a surgir os primeiros sinais de um emergente grupo de designers como: Kenzo Takada, Issey Miyake, além de Yohji Yamamoto e Kawakubo. Existiam também marcas voltados para o mercado de massa que nunca tiveram muito destaque no exterior: *Nicole*, *Bigi*, *Batsu*. Além disso, a cobertura de moda na mídia japonesa, ainda, estava muito atrasada se comparada aos rápidos avanços que os designers do país estavam fazendo. No início da década de 1970, surge a revista feminina *An-An*¹². Kawakubo atraiu a atenção das páginas de moda da revista *An-An* quando abriu a primeira loja da *Comme des Garçons*, na área de Aoyama.

Os anos de 1975 e 1976 foram de extrema importância para o crescimento da marca, pois houve o lançamento da coleção *Comme des Garçons* em Tóquio. Além disso, a designer iniciou uma colaboração com o arquiteto Takao Kawasaki para desenvolver uma identidade própria para suas lojas (JONES, 2012). A primeira loja nem sequer tinha espelhos, porque Kawakubo queria que as mulheres comprassem roupas por causa de como se sentiam e não pela aparência. Ao mesmo tempo, produziu o primeiro, de uma série de catálogos, que mostravam suas roupas de uma maneira que capturava seus propósitos.

Por meio de sua singularidade Kawakubo conseguiu construir uma imagem consistente, sua empresa cresceu e seus pontos de venda multiplicaram por todo o Japão. Em 1978, lança a primeira linha masculina, *Homme*. Ela produziu outras linhas, como *Tricot* e *Robe de Chambre* em 1981, e *Noir* em 1987. Cada uma fazia parte da principal linha da *Comme des Garçons*, mas cada uma tinha, igualmente, sua identidade.

Da austeridade pós-guerra, o Japão emergiu e se tornou uma sociedade com alto poder de consumo, seus jovens recém-ricos desenvolveram um apetite insaciável por moda. No início, os produtos privilegiados eram os direcionados das importações ocidentais. Logo os compradores das grandes lojas chegaram às apresentações de Kawakubo e outros designers de Tóquio (SUDJIC, 1990).

¹²*An-An* representou um novo tipo de revista feminina para o Japão, baseada no reconhecimento de que a sociedade japonesa e o lugar das mulheres dentro dela estavam mudando rapidamente (SUDJIC, 1990, p.48).

Comme des Garçons atingiu um relevante sucesso. No início da década de 1980, tinha 150 lojas e faturava US\$ 30 milhões por ano. Em 1980, Rei Kawakubo é convencida por Yohji Yamamoto a mostrar, pela primeira vez, sua coleção feminina em Paris. Como o próprio estilista afirma:

Eu convenci a Sra. Kawakubo a fazer o show comigo em Paris. Ela estava relutante, mas finalmente consegui convencê-la. Como resultado, o fato de termos feito isso juntos em abril de 1981 fez uma grande diferença, e acabou sendo muito influente e poderoso e deu um enorme impacto aos franceses (TAJIMA, 1996, p. 587 apud KAWAMURA, 2004, p. 127).

Kawakubo tinha a noção de que ir a Paris era um investimento a longo prazo, pois lhe custaria muito dinheiro a curto prazo e as metas de lucro de 1981 seriam reduzidas, mas ela também sabia que, para ser reconhecida como uma designer de moda com *status* internacional, teria que ir à “Cidade Luz”, pois os compradores e a mídia estavam relutantes em fazer a viagem a Tóquio para ver suas coleções (SUDJIC, 1990).

Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto apresentaram seus desfiles pela primeira vez em Paris no ano de 1981. Os dois alugaram um quarto em um hotel e cada um, com uma pequena equipe e um time de, aproximadamente, cinco modelos, mostraram suas criações à mídia. As respostas das críticas foram as mais diversas, para alguns Kawakubo foi um sucesso instantâneo, já outros, que não compreendiam os desenhos nada convencionais apresentados, expressaram dúvidas sobre as silhuetas únicas, disformes e sua preferência pelo monocromático (SUDJIC, 1990).

Segundo Jones (2005, p. 47), eles trouxeram uma estética inovadora, “era algo exigente, intransigente e de vanguarda”. Alguns críticos classificaram a moda de Kawakubo como horrenda, própria de pedintes de rua, outros aclamaram-na como arte para vestir e “aplaudiram a aura conceitual e intelectual que essas roupas transmitiam”. Segundo Blumberg (2018), em vez de responder às tendências, Kawakubo enraizou seus projetos em conceitos, abrangendo arte e moda. Suas roupas, muitas vezes, eram descritas como antimoda.

Sudjic (1990) afirma que, mesmo alguns dos que defenderam o trabalho de Kawakubo tentaram explicar a falta de familiaridade do trabalho da designer relacionando-o com a tradição do quimono. Essa explicação, continua o autor, é uma visão tão útil quanto sugerir que o trabalho de um designer nascido na Escócia deriva exclusivamente do kilt. “Comentaristas mais atentos apontaram precedentes das roupas de trabalho de agricultores e pescadores japoneses. Parte da

imprensa intencionalmente entendeu mal as primeiras apresentações” da *Comme des Garçons* (SUDJIC, 1990, p. 54).

Suas primeiras apresentações construíram uma impressão marcante no mundo da moda com sua paleta monocromática e tecidos angustiados, com costuras expostas e bordas desgastadas influenciadas pelo trabalho japonês. Em vez de ecoar os contornos do corpo, ela o envolveu em faixas enormes de tecido, trazendo uma nova atitude em relação ao papel da moda na definição da sexualidade¹³, pois a textura, as camadas e a forma das roupas são consideradas objetos de interesse em si mesmas. As formas volumosas, em camadas, assimétricas, foram complementadas com calçados planos e com cosméticos e estilos de cabelo que pareciam apocalípticos para muitos. A influência de suas roupas logo se espalhou (COMME DES GARÇONS, 2015).

Pode-se afirmar que Kawakubo, ao adentrar a moda parisiense, nos anos 1980, instaurou uma Zona Autônoma Temporária¹⁴, um levante da ordem do extraordinário e do efêmero. Despontou explorando campos de criação totalmente originais e inomináveis. Propôs uma desconstrução e uma ressignificação do corpo, criando uma silhueta antinaturalista. Segundo Preciosa (2008, p. 43), Kawakubo promoveu “uma espécie de apagão do sujeito, ou, ao menos, dificultou seu aprisionamento midiático instantâneo”. Os designs das roupas de Rei Kawakubo, por vezes, eram tão abstratos e pouco convencionais que eram virtualmente impraticáveis.

Kawakubo e Yamamoto aliados à Issey Miyake formaram uma nova escola de moda de vanguarda, que ficou conhecida como *Japanese Avant-Garde Fashion*. Os três foram responsáveis por criar um novo estilo caracterizado por monocromia, assimetria e roupas folgadas e soltas no corpo (KAWAMURA, 2004). Os três designers¹⁵ produzem trabalhos que estão ligados à história,

¹³ As roupas criadas por Kawakubo não chamam a atenção para a forma do corpo, nem tentam fazer com que o corpo se adapte a uma forma preconcebida, com essa apresentação a designer traz uma nova atitude em relação a definição de sexualidade, entretanto isso não quer dizer que ela se considera feminista no sentido político, embora claramente o fato de que sua empresa, na qual as mulheres têm o papel principal, conseguiu alcançar um grande sucesso em uma sociedade extremamente dominada por homens como o Japão não é sem significado (SUDJIC, 1990, p. 54).

¹⁴ TAZ - Zona Autônoma Temporária é o título de um livro escrito por Hakim Bey no final do século XX. Tal livro possui uma visão do funcionamento da sociedade contemporânea. “TAZ pode ser compreendido como um levante, que traz consigo um chamamento, a liberação de uma área para que se possa imaginar fora das molduras recomendadas. Toma de assalto ideias e as faz funcionar fora dos territórios previstos, convocando em nós mesmos experimentos” (PRECIOSA, 2008, p. 42).

¹⁵ Nota-se que na década de 1980, além da ascensão do japonismo representado por Kawakubo, Yamamoto e Miyake, surge a Revolução Belga, os designers como: Walter Van Beirendonck, Dirk Bikkembergs, Marina Yee, Dirk Van Saene, Ann Demeulemeester e Dries Van Noten e Martin Margiela colocaram a Bélgica no mapa da moda,

e, mesmo assim, são dinâmicos em direção ao futuro por meio de uma poética junção de ideias e funções (ENGLISH, 2011).

Conforme Kawamura (2004), os profissionais de moda ocidentais reconheceram e aceitaram as realizações de Kawakubo, Yamamoto, Miyake e outros estilistas nipônicos por causa de suas 'japonesidades' refletidas em seus designs, e muitos a chamavam de 'moda japonesa' apenas porque essas roupas, definitivamente, não eram ocidentais no que diz respeito a construção, silhuetas, formas, estampas e combinações de tecidos. As fontes das inspirações dos estilistas japoneses para seus designs, provavelmente em alguns casos, derivam de produtos que simbolizam a cultura japonesa, mas suas singularidades residem na maneira como desconstruíram as regras existentes de vestuário e reconstruíram suas próprias interpretações do que é moda e o que a moda pode ser. Eles chocaram os profissionais da moda no Ocidente, mostrando algo que nenhum deles tinha visto antes. A ideia de novidade é um elemento vital da moda, embora nunca deva ser um fim em si mesma. Todas as coisas novas são, frequentemente, consideradas excêntricas primeiro. Foi crucial para Kawakubo e os outros estilistas japoneses o reconhecimento e a legitimação pelo sistema de moda francês¹⁶ (KAWAMURA, 2004).

Kawakubo e os outros estilistas japoneses poderiam ter permanecido na periferia do mundo da moda e fora da moda ocidental convencional. “Para estender sua influência além dos limites do Japão, eles precisavam de orientação e associação profissional, isto é, da Federação Francesa, e a admissão e aceitação pelo mundo da moda de Paris eram indispensáveis” (KAWAMURA, 2004, p. 92).

A distinção étnica por si só não foi suficiente para explicar o sucesso desses designers japoneses. O mundo da moda em Paris¹⁷ é um canal que transmite novos estilistas para o mundo e

¹⁶“A moda na França tornou-se dominante na Europa em meados do século XVII, durante o reinado de Luís XIV, quando o poder político e econômico na Europa começou a mudar para a França e a mobilidade social ascendente tornou-se possível com o declínio do feudalismo e das rígidas distinções de classe. Segundo a política econômica de Colbert, ministro das Finanças de Luís XIV, o governo participou ativamente do desenvolvimento das indústrias de luxo pertencentes e operadas pelo Estado, e a produção e as vendas de roupas eram controladas como instituições separadas, enquanto as leis suntuárias regulavam firmemente o consumo de moda e centralizavam a produção de moda na corte. Desprezando as guerras e as revoluções, a cidade de Paris conseguiu preservar sua reputação de moda, que forma a base do moderno sistema de moda”. (KAWAMURA, 2004, p. 33-34).

¹⁷ Salienta-se que Paris possui grande importância no reconhecimento e legitimação de novos estilistas, entretanto não é a única legitimadora da moda, ou seja, a imprensa, o público, os compradores e seus pares também estão entre as instâncias de consagração do campo da moda.

os japoneses utilizaram estrategicamente o sistema a seu favor. A incorporação de designers estrangeiros no estabelecimento é também a manifestação da valorização de novos estilos e novos criadores. Há certa fluidez, que permite alguma abertura a novas possibilidades e inclusão por parte do sistema de moda francês.

Embora, anteriormente, esses designers fossem marginais ao núcleo da moda, uma vez validados pelo sistema, se tornaram o centro das atenções negativas e positivas. O mundo da moda em Paris expandiu seus limites para incluir esses estrangeiros, a fim de manter o centro firme em vez de permitir um sistema de reconhecimento alternativo. Segundo Kawamura (2004), ser um designer japonês em Paris é muito gratificante, e um fluxo contínuo de designers japoneses para Paris reforça a ideia de que a cidade é a capital da moda. O que tornou esses estilistas japoneses únicos não foram apenas as roupas que eles criaram, mas sua posição e seu status como pessoas de fora da moda não ocidentais. A marginalidade desses japoneses se tornou um ativo (KAWAMURA, 2004).

Esses japoneses adquiriram meios para entrar no sistema francês e, ao mesmo tempo, usaram sua afinidade étnica como estratégia. Uma vez que os criadores são reconhecidos como “legitimados pelo sistema”, eles, lentamente, ganham atenção mundial, embora o reconhecimento nunca seja permanente. Alguns criadores usavam claramente a estratégia étnica como artifício, como Kenzo e Hanae Mori. No entanto, Kawakubo, assim como Yamamoto e Miyake, não estavam satisfeitos com o rótulo "japonês" (KAWAMURA, 2004). Kawakubo afirmou: “Não estou feliz por ser classificada como outra designer japonesa... Não há uma característica que todos os designers japoneses tenham... O que eu faço não é influenciado pelo que estava acontecendo antes na moda ou por uma influência cultural da comunidade” (BRANTLEY, 1983 p. 48).

Para Kawamura (2004, p. 97), embora por mais infeliz que seja para os designers japoneses, sua herança é sua própria força e arma em Paris. Muitos designers franceses no passado usaram designs de inspiração japonesa. Se os estilistas japoneses tivessem feito roupas ocidentais obedecendo ao sistema de roupas ocidentais, não teriam recebido o mesmo tipo de reconhecimento.

Os japoneses, “ao aparecerem em Paris, forneceram aos compradores internacionais novas razões para ir à França duas vezes por ano” (SUDIJC, 1990, p. 84). Os japoneses podem ter chocado o mundo da moda, especialmente após o surgimento de Yamamoto e Kawakubo, mas, de fato, ainda estão sob a validação do sistema francês. Skov (1996 p.148) afirma: “É irônico... que Rei Kawakubo, como uma das designers que trouxe a ‘moda japonesa’ à fama, reforçou

simultaneamente o interesse na coleção de Paris. Ao refazer as instalações da alta moda internacional, ela também deu uma nova vitalidade que dura até hoje.” Dessa forma, pode-se afirmar que a chegada de Kawakubo e dos outros estilistas japoneses à “Paris desafiou o domínio dos designers franceses, ao mesmo tempo em que ressaltou a importância de Paris para o sistema da moda” (SUDJIC, 1990, p. 85).

Após a primeira apresentação em Paris, Kawakubo estabeleceu sua presença permanente na França. Ela abriu um escritório comercial, entrou para a *Chambre Syndicale de Prêt-à-Porter* – o sindicato de costureiros que lhe permitiu participar das coleções oficiais de Paris – e, em novembro de 1982, abriu sua primeira loja fora do Japão, na *Rue Etienne Marcel*. Também fazia parte da estratégia da Kawakubo começar a fabricar na França, a fim de superar as barreiras comerciais. Em 1986, a empresa subsidiária *Comme de Garçons* se estabelece em Nova York. Em 1988, depois de alguns experimentos destinados a descobrir a melhor forma de controlar os padrões de qualidade, Kawakubo lançou a *Comme des Garçons Shirt*, que era uma coleção de camisas fabricadas na França vendidas a preços relativamente acessíveis (SUDJIC, 1990).

Designers migram para Paris porque a “Cidade Luz” fornece o tipo de status que nenhum outro centro pode fornecer. Participar dos desfiles de moda em Paris duas vezes por ano e ter uma loja em Paris são um investimento lucrativo. Existe um sistema separado de hierarquia entre estilistas japoneses no Japão que participam das semanas de moda de Paris e aqueles que não participam. Segundo Kawamura (2004), a maioria dos designers admite que as fábricas e costureiros e costureiras no Japão são superiores se comparados ao encontrado na França, entretanto, muitos optam por fabricar suas roupas nos subúrbios de Paris porque a etiqueta *'Made in France'* carrega uma imagem fascinante.

Pode-se afirmar que, os estilistas japoneses, como Rei Kawakubo, aproveitaram o sistema de moda francês e 'Paris' como seu capital simbólico que resultou conseqüentemente em seu aumento de capital econômico. Para Kawamura (2004), o sistema de moda francês e os designers japoneses estão em um relacionamento mutuamente benéfico. Cada um é indispensável para o outro.

Paris como local de apresentação de obras é aberta a qualquer nacionalidade. Muitos designers não franceses vêm a Paris para mostrar suas coleções, porque é o atalho para a popularidade e a fama como designer. Nenhum outro centro de moda é composto por um grupo etnicamente tão diversificado de estilistas. Assim, “institucionalizando a moda em Paris e

incentivando não apenas os estilistas, mas todos os profissionais da moda a se mobilizarem em Paris, é estabelecido um vínculo interdependente entre o sistema e os indivíduos, e nenhum deles pode sobreviver sem o outro” (KAWAMURA, 2004, p. 112).

Alavancada por sua entrada em Paris em 1981, a *Comme des Garçons* cresceu rapidamente, no final da década de 1980, a empresa tinha 94 pontos de venda fora do Japão e 222 no interior, com um volume de negócios próximo de 100 milhões de dólares. Sua produção gráfica operava muito além do que seria, convencionalmente, esperado de uma marca de moda e era realizada com uma consistência detalhista, vinculada a um senso de espontaneidade criativa.

Ainda em 1988, os catálogos foram substituídos como o principal meio de impressão da imagem da empresa em "*Six*" (ou também conhecida como *Six Sense*), uma revista¹⁸ semestral que apresentava diferentes visuais sobre as coleções da *Comme des Garçons*. Ao todo foram lançadas oito revistas produzidas entre 1988 e 1991 (Figura 3).

Produzida duas vezes por ano, para coincidir com o lançamento das novas coleções nas lojas, a *Six* era distribuída, gratuitamente, para jornalistas e editores e aos clientes. Com seu formato em páginas grandes e inacabadas, a revista foi um experimento que deu destaque à obra de arte de alguns colaboradores, incluindo Bruce Weber, Kishin Shinoyama, Gilbert & George e Minsei Tominaga. Cada edição buscou explorar o tema do sexto sentido, conseguindo ser estimulante, evocativa e provocativa, não apenas pela forma inovadora como procuraram representar a marca, mas, também, pela sua estética misteriosa.

A revista foi montada por um grupo editorial que incluía Kawakubo e sua colega Atsuko Kozasu. O diretor de arte, Tsuguya Inoue, foi recrutado depois que Kawakubo viu um de seus cartazes no metrô. Inoue relatou, na época, que “a primeira edição teve texto para dar um pouco mais de explicação sobre o que estávamos tentando fazer, mas agora quase acabamos com isso. As pessoas devem entender o que está acontecendo a partir das imagens apenas” (SUDJIC, 1990, p. 61).

¹⁸ Atualmente, é muito difícil ter acesso a qualquer edição da revista, pois não existem cópias nem arquivos digitalizados e as poucas edições que ainda existem fazem parte de coleções pessoais ou estão à venda por preços extremamente altos.

Figura 3 – *Six* – Coleção de oito revistas, produzidas entre 1988 e 1991



Fonte: Arlis, 2016.

Muito mais do que propaganda corporativa simples, *Six* trabalhava em um nível abstrato, até mesmo subliminar. Muitas vezes, cheia de fotos que não têm nenhuma relevância para roupas, muito menos para *Comme des Garçons*, sendo considerada cheia de justaposições poéticas. Ela preserva, perfeitamente, um momento de exploração na publicação de arte e moda, que, desde então, tornou-se padrão da indústria para uma grande parte do mercado de revistas alternativas. A revista é, ainda hoje, considerada uma publicação do meio artístico, pois Kawakubo aborda questões vinculadas à arte, à identidade, ao corpo e à roupa. Após o término das publicações da revista, em 1991, o projeto teve continuidade na galeria de arte contemporânea chamada “*Six Gallery*” (ENGLISH, 2011).

Em 1993, Rei Kawakubo casou-se com Adrian Joffe¹⁹ (1953-), presidente da *Comme des Garçons International*. O casamento deles, conforme artigo na revista *Vogue* em abril de 2017 “é

¹⁹ Adrian Joffe nasceu na África do Sul e foi criado na Inglaterra, é formado em Linguística e desde o fim dos anos 1990 preside a companhia, sendo o braço direito de Kawakubo. Antes mesmo do casamento, Joffe já fazia parte da equipe da marca e nos últimos anos tem sido o porta voz de Rei Kawakubo (que prefere não falar e dar entrevistas a menos que essas sejam intermediadas por seu marido) (BARROS, 2017, p. 31).

uma parceria com ritmos próprios - enquanto Joffe mora em Paris, sua esposa mora em Tóquio, no bairro nobre de Aoyama, perto do carro-chefe do CDG. (Kawakubo é supostamente a primeira a chegar ao escritório pela manhã e a última a sair à noite.)” (YAEGER, 2017, p. 01). A reportagem continua, e afirma que quando Kawakubo está com Joffe, “ele parece servir como seu protetor - não apenas traduzindo para ela, mas também protegendo-a de investigações consideradas intrometidas” (YAEGER, 2017, p. 01).

Ao longo do tempo, a *Comme des Garçons* tornou-se uma empresa global de moda multimarcas²⁰, que opera de acordo com um *ethos* pouco convencional enraizado na criatividade crua. A marca passou a ofertar, sob seu guarda-chuva de empresas, a oportunidade de seus colaboradores terem suas próprias etiquetas. Dentro do ecossistema *Comme des Garçons*, há uma espécie de “floresta criativa” em que novas linhas de produtos crescem diretamente fora da raiz principal. O primeiro deles foi Junya Watanabe que entrou em 1984 na empresa e, desde 1992, tem sua própria marca, a Junya Watanabe. A experiência foi um sucesso, e Kawakubo deu linhas para outros designers como: *Tao* de Tao Kurihara em 2005, *Ganryu* de Fumito Ganryu lançado em 2007, *Noir by Kei Nomiya* de Kei Ninomiya, lançado em 2012 (RABKIN, 2015b).

Além das marcas de seus protegidos, a *Comme des Garçons* não acredita em linhas de difusão, mas em extensões de suas linhas principais (*Comme des Garçons*, *Comme des Garçons HOMME*, *Comme des Garçons PARFUM*²¹, *Comme des Garçons NOIR*, *Comme des Garçons PLUS*, *Comme des Garçons SHIRT*, *Comme des Garçons PLAY* dentre outras). Atualmente, a CDG possui 18 linhas de extensão e cada uma tem seu próprio conceito. Na visão de Adrian Joffe, as linhas de difusão não se encaixam com a filosofia criativa e de negócios da companhia, “elas não dão certo, diluem as ideias” (RABKIN, 2015a, p.1).

Dentro do conceito de “extensão”, duas linhas se destacam: *Comme des Garçons Play* e *Comme des Garçons Black*. A primeira foi lançada em 2002 e inclui roupas femininas e masculinas com espírito *streetwear*²² identificada por um icônico coração com olhos puxados (Figura 4),

²⁰ Uma empresa multimarcas é aquela que mantém mais de uma marca dentro de sua própria estrutura. Cada uma dessas marcas possui um público-alvo distinto, assim como diferentes estratégias de precificação de mercadorias, propaganda e outras características específicas. Muitas vezes destacam-se profissionais específicos para trabalhar em cada marca.

²¹ Em 1994, a *Comme des Garçons Parfums S.A.* é estabelecida em Paris. A empresa gerencia a fabricação e a venda de fragrâncias.

²² *Streetwear* é um estilo de roupas casuais que se tornou global na década de 1990. Ele cresceu da cultura do surf na Califórnia e do hip hop de Nova York para abranger elementos de roupas esportivas, punk e moda de rua japonesa.

desenhado pelo polonês Filip Pagowski. Considerada uma das linhas mais lucrativas da empresa, corresponde a doze por cento do faturamento total da companhia, “foi criada com base em uma decisão comercial que apostava em produtos como tênis em algodão, camisetas, malhas, suéteres e outros produtos que pudessem ser mais acessíveis” (BARROS, 2017, p. 33).

Figura 4 – *Comme des Garçons PLAY*, logotipo criado por Filip Pagowski



Fonte: Ha-na, 2019.

Enquanto a *Comme des Garçons* é a linha principal da empresa e serve para inspirar, Adrian Joffe afirma que sabe que ela também é para poucos. Ele usa a CDG *Play* para ser a marca comercial, que vende on-line e é mais acessível (YAHN, 2016).

Já, a *Comme des Garçons Black* foi lançada em 2008, período no qual existia uma crise financeira global e o mercado de moda internacional apresentava sinais de recessão. Devido a essa conjuntura, muitas marcas decidiram baixar seus preços. A CDG adotou estratégias diferenciadas de seus concorrentes. “Ofereceu aos seus consumidores os produtos mais icônicos da marca a preços reduzidos e confeccionados com matéria-prima reciclada (existentes no mercado e de seu próprio estoque) e sempre na cor preta” (BARROS, 2017, p.33).

Em 2004, é aberto o primeiro *Dover Street Market* (DSM)²³ em Londres, que é uma loja que apresenta as várias marcas do grupo *Comme des Garçons* e outras marcas de moda em um mesmo espaço. Rei Kawakubo explica sua intenção: “Eu quero criar um tipo de mercado onde diversos criadores de diversas áreas se unam e se encontrem em uma atmosfera contínua de ‘belo caos’: a mistura e união de almas semelhantes que dividem um forte ponto de vista pessoal” (DOVER, 2004).

No mesmo ano, também foi lançado a loja *Comme des Garçons Guerrilla* em Berlim. Esse tipo de loja vende mercadorias da própria marca com peças de várias coleções passadas além de peças que não são da CDG. Conforme observa Fortini (2004):

Kawakubo e seu marido e parceiro de negócios, Adrian Joffe, delinearam sua ideia de guerrilha com uma precisão absurda, geralmente reservada para operações de combate reais. As lojas, instaladas em espaços urbanos crus - o posto avançado de Berlim ocupa uma antiga livraria; a farmácia de Helsinque, uma década de 1950 - vende mercadorias "sem estação", retiradas de coleções atuais e passadas, devem permanecer intocadas por arquitetos e designers e devem fechar após um único ano (p. 1).

O diferencial encontra-se na duração desse empreendimento, a loja fica aberta por um ano e depois é fechada. Essa foi a primeira de uma linha internacional de lojas de guerrilha (JONES, 2012). Esse tipo de loja utiliza um conceito visual bastante simples e barato, tanto nas instalações quanto no material de divulgação e publicidade, pois esse tipo de projeto permite “que as empresas entrem em novos mercados a baixo custo (os aluguéis são baratos; a publicidade é nula) e reduzam o estoque reciclando mercadorias antigas” (FORTINI, 2004, p. 1). Kawakubo afirmou que 37 diferentes *guerrilla stores* foram abertas entre 2004 e 2011, período de existência do projeto (REI, 2011).

Para Barros (2017), o lançamento do *Dover Street Market* Londres no mesmo ano da primeira *guerrilla store* “é indicativo da aposta da marca no possível sucesso das lojas temporárias. É também uma oportunidade de oferecer às marcas pertencentes aos grandes conglomerados de luxo uma alternativa viável. Em outras palavras, trata-se de oferecer a possibilidade de ter uma loja de guerrilha acessível a suas próprias estruturas” (BARROS, 2017, p.115).

²³ O primeiro *Dover Street Market* foi lançado em Londres em 2004, entretanto outros foram abertos como por exemplo em Beijing em 2010, em Ginza em 2012 e em Nova Iorque em 2013.

Apesar de as criações de Rei Kawakubo terem um caráter conceitual, elas conquistaram grande sucesso comercial no mercado internacional de moda. A *Comme des Garçons* tem um alcance global e mantém diversas lojas pelo mundo.

A CDG se tornou um sucesso no Japão na década de 1970; e, na década de 1980, sua entrada em Paris lhe possibilitou uma maior visibilidade no mundo da moda; na década de 1990, a marca expandiu, internacionalmente, com a inauguração de diversas lojas ao redor do globo; e, em 2015, estimava-se que a marca gerava US \$ 220 milhões em receita por ano (RABKIN, 2015b).

Tendo iniciado o CDG aos 27 anos, Kawakubo agora, em 2020, com 77 anos não mostra sinais de desaceleração. A estilista ainda está encenando em todas as semanas de moda de Paris apresentando sua marca exclusiva de alto conceito que se traduz em cerca de US \$ 280 milhões por ano comercialmente.

Salienta-se que o recorte temporal escolhido para a pesquisa se define nas duas últimas décadas do século XX e para um melhor entendimento da dinâmica da criação de Kawakubo em relação à sociedade e à moda, é necessária uma explanação sobre esse momento. Dessa forma, o próximo tópico da pesquisa delimitará alguns aspectos desse período.

1.2 *Comme des Garçons* e um recorte na trama: as décadas de 1980 e 1990

Existem indivíduos que avaliam a moda como efêmera e banal, contudo, a sensibilidade humana, por meio de suas realizações, é capaz de fazer desse universo uma manifestação artística e, até mesmo, conceitual. A moda conceitual, que se expressou posteriormente à arte conceitual, tem um grande poderio de difusão de valores, ideias, linguagens e mensagens (BRAGA, 2006). O reconhecimento de uma abordagem conceitual da moda surgiu na década de 1980, quando a mídia internacional da moda começou a reconhecer o trabalho de designers japoneses como Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo, da *Comme des Garçons*. Essa última é considerada uma das grandes estilistas conceitualistas da contemporaneidade.

As roupas que Kawakubo, como também Yamamoto e Miyake projetavam não eram familiares aos olhos ocidentais. Essas vestimentas cobriram a maior parte do corpo e não exibiam sua forma natural, além disso poderiam ser usadas por diferentes gerações, não apenas os jovens; e elas poderiam ser usadas por mais de uma temporada de moda. Juntos e separados, esses estilistas

questionaram as convenções da moda – o que era, como era, como se sentia no corpo, como era exibida e vendida, e, além disso, de onde se originou (CLARK, 2012).

Seus projetos não eram convencionais e foram chamados por alguns críticos de ‘O dia seguinte’ e ‘Pós Hiroshima’, ou ainda de ‘Revolução da Alfaiataria em Paris’. Conforme Kawamura (2004, p. 125), Kawakubo, Yamamoto e Miyake “prepararam o cenário para o início da interpretação pós-moderna por parte daqueles que projetam roupas, rompendo a fronteira entre o Ocidente e o Oriente, moda e antimoda, moderna e antimoderna.”

Esse momento de ruptura com a entrada dos estilistas japoneses na moda parisiense na década de 1980 foi chamada por muitos de Revolução Japonesa, e foi um movimento que subverteu e impressionou a moda do fim do século XX. Segundo o historiador Eric Hobsbawn (1995) as últimas décadas do século XX se caracterizaram por um teor de decomposição, incerteza e crise. Conforme a década de 1980 dava lugar à de 1990, “o estado de espírito dos que refletiam sobre o passado e o futuro do século era de crescente melancolia *fin-de-siècle*” (HOBSBAWN, 1995, p. 16).

Esses sentimentos de aflição e incertezas do fim do século XX podem ser entendidos ao se analisar alguns fatos históricos ocorridos durante o século, como por exemplo, as duas grandes guerras mundiais, o avanço do totalitarismo, o holocausto, a guerra fria; em contrapartida, o vertiginoso desenvolvimento da tecnologia e a conseqüente globalização (EVANS, 2007).

Hobsbawn (1995) divide a história do século XX em três partes: Era das Catástrofes, de 1914 até o fim da Segunda Guerra Mundial, seguida da Era de Ouro, período de intenso crescimento econômico e transformação social que duraria até o início da década de 1970 e, por fim, a última parte do século, marcado por um cenário de aflições, preocupações e crise. Valendo-se de uma breve explanação, pode-se afirmar que a Primeira Guerra Mundial assinalou o colapso da civilização ocidental do século XIX.

Era uma civilização capitalista na economia; liberal na estrutura legal e constitucional; burguesa na imagem de sua classe hegemônica característica; exultante com o avanço da ciência, do conhecimento e da educação e também com o progresso material e moral; e profundamente convencida da centralidade da Europa (HOBSBAWM, 1995, p.16).

Para essa sociedade, as décadas que vão do surgimento da Primeira Guerra Mundial aos resultados da Segunda foram uma Era de Catástrofes. Ela foi abalada por duas grandes guerras mundiais, seguidas por duas ondas de rebelião e revolução globais em que o sistema político

econômico da URSS surgia como alternativa histórica ao capitalismo. Os gigantescos impérios coloniais construídos durante a Era do Império (1875-1914) foram abalados e, conseqüentemente, dissolvidos. Essa sociedade também vivenciou uma crise econômica mundial sem precedentes, a crise de 1929. Além disso, ainda observou o avanço do fascismo e seu corolário de movimentos e regimes autoritários. Paradoxalmente, a democracia só se salvou devido a uma aliança temporária e incomum entre capitalismo liberal e comunismo (HOBSBAWM, 1995).

Como um dos resultados da Primeira Guerra, houve uma alteração na correlação de forças entre as grandes potências mundiais, já a Segunda Guerra tornou clara a divisão do mundo em torno de dois grandes blocos, que ficaram sob a influência dos Estados Unidos e da URSS (FEITOSA, 2016).

Em comparação com a Era das Catástrofes, A Era de Ouro e a Era do Colapso parecem dois momentos distintos de uma só e mesma época que coincide com a história da Guerra Fria. A Era de Ouro, ou também chamado os Trinta Anos Gloriosos, foi um momento de forte crescimento econômico na maioria dos países desenvolvidos – notadamente os países membros da Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE). Tal período foi marcado pelas reconstruções europeia e japonesa, pela descolonização, pela internacionalização da hegemonia americana, pela expansão do consumo de massas e o advento de uma prosperidade generalizada aparentemente inesgotável. Já, o colapso começa com a crise do petróleo em 1973 que coloca fim ao *boom* econômico e prossegue com uma prolongada onda recessiva (TRAVERSO, 2017).

Para Hobsbawm (1995), embora o colapso do socialismo soviético e suas enormes conseqüências fossem o incidente mais dramático das Décadas de Crise, essas seriam décadas de crise universal ou global. A crise afetou as várias partes do mundo de modos e graus diferentes, pois, pela primeira vez na história, havia a criação de uma economia mundial única, integrada e universal, que operava em grande parte sobre as fronteiras de Estado, ou seja, de maneira transnacional.

Inicialmente, achava-se que os problemas da década de 1970 seriam apenas uma pausa temporária do crescimento econômico mundial, entretanto, ficou claro que se tratava de uma era de problemas de longo prazo, para os quais os países capitalistas buscaram soluções radicais, fazendo, muitas vezes, uso de teorias seculares do livre mercado irrestrito, “que rejeitavam as políticas que tão bem haviam servido à economia mundial durante a Era de Ouro”, e que, naquele

momento, pareciam não mais funcionar. “Os fanáticos do *laissez-faire*²⁴ tiveram tanto êxito quanto os demais” (HOBSBAWM, 1995, p.19). Na década de 1980 e início da de 1990, o mundo capitalista viu-se com problemas como por exemplo: desemprego em massa, depressões cíclicas severas, aumento da desigualdade social, queda na produção global (HOBSBAWM, 1995).

Hobsbawm (2005) ressalta que o fim do século XX era, qualitativamente, diferente do início desse mesmo século pelo menos em três aspectos. Primeiro, ele deixara de ser eurocêntrico, ou seja, houve uma descentralização do poder mundial; segundo, apresentava a nova economia global, a transnacionalidade, ou seja, a globalização. Para o autor, “talvez a característica mais impressionante do fim do século XX seja a tensão entre o processo de globalização cada vez mais acelerado e a incapacidade conjunta das instituições públicas e do comportamento coletivo dos seres humanos de se acomodarem a ele” (HOBSBAWM, 1995, p. 24). Há, ainda, o terceiro aspecto, que, para o autor, pode ser considerado o mais perturbador e diz respeito à desintegração de velhos padrões de relacionamento humano e, conseqüentemente, à quebra dos elos entre as gerações (ruptura entre passado e presente), ocasionada, entre outros fatores, pela dinâmica do capitalismo. Ou seja, há a constituição de uma sociedade, construída de sujeitos egocentrados sem outra conexão entre si, em busca da própria satisfação. Essa constatação ficou muito evidente nos países mais desenvolvidos da versão ocidental de capitalismo, onde imperam “valores de um individualismo associal absoluto” (HOBSBAWM, 1995, p. 24).

A moda, de caráter multidisciplinar e complexo, demonstrou no final do século XX tais constatações. O eurocentrismo sempre esteve presente na moda. As mudanças ocorridas durante o século XX que instauraram a globalização econômica e, por vezes, cultural, construíram um cenário para a também globalização da moda, permitindo que novas culturas ascendessem a esse universo. Um exemplo disso foi a inclusão de Rei Kawakubo e dos outros designers japoneses no calendário de moda parisiense na década de 1980, do que se pode inferir que a moda não era mais tão eurocêntrica.

Vale ressaltar que a moda da década de 1980, era repleta de influências e contrastes, o conceito de diferença foi substituído pelo de pluralidade. Os opostos começaram a conviver em

²⁴ O *Laissez-faire* é expressão escrita em francês que simboliza o liberalismo econômico, na versão mais pura de capitalismo de que o mercado deve funcionar livremente, sem interferência, taxas nem subsídios, apenas com regulamentos suficientes para proteger os direitos de propriedade.

harmonia e ambos foram aspectos da moda. A entrada dos japoneses na moda parisiense foi um acontecimento extremamente marcante, contudo, não foi a única influência desse período.

A década é caracterizada por uma ostentação exacerbada. O poder econômico e sucesso profissional eram simbolizados por meio do uso de produtos referendados por seus logotipos. Foi a moda da geração *yuppie*²⁵ (*Young Urban Professional People*, ou Jovens Profissionais Urbanos). É importante abrir um parêntese nesse momento para deixar claro que as transformações ocorridas no mundo durante a década de 1980 foram responsáveis por alterar profundamente a ideologia e as relações pessoais entre os grupos de jovens adultos (CARACIOLA, 2019).

A ascensão de Ronald Reagan nos Estados Unidos e de Margaret Thatcher no Reino Unido foi, parcialmente, responsável pelo surgimento do *yuppie*. As políticas promovidas por Reagan e Thatcher tiveram um papel fundamental em modificar as relações entre o indivíduo e a sociedade. Tais políticas que tinham o neoliberalismo como escopo teórico, visaram a uma sistemática diminuição dos gastos do governo, a uma redução da carga de impostos e à privatização de empresas estatais. A aplicação das políticas neoliberais, como por exemplo, pelo governo Thatcher teve como resultado a estabilização da libra esterlina, a redução da carga tributária e a dinamização da economia, por outro lado, aumentou drasticamente a desigualdade social. O crescimento econômico atingiu apenas a parcela mais rica da sociedade; os indicadores ligados à qualidade de vida dos trabalhadores regrediram e o nível de desempregado manteve-se elevado. Nos Estados Unidos, os resultados obtidos não destoavam muito: houve um recrudescimento das desigualdades sociais. Mesmo assim, os ventos neoliberais alcançaram vários países no mundo, trazendo resultados próximos ao apontado anteriormente (FEITOSA, 2016).

Dessa maneira, corroborando com as afirmações de Hobsbawm, houve uma mudança significativa das sociedades ocidentais e da mentalidade dos indivíduos, o que, em conjunto com o crescimento econômico (para a parcela mais rica da sociedade) gerado por políticas de cunho neoliberal, resultou em uma nova mentalidade focada no sujeito e na satisfação de seus anseios. Houve ascensão de uma ideologia focada no indivíduo. O sucesso profissional e o consumo de bens materiais ganharam uma maior importância na sociedade. E os *yuppies* materializam tais afirmações, pois eram jovens profissionais, que estavam, financeiramente, bem e que deixavam

²⁵O termo *yuppie* descreve um conjunto de atributos e traços de comportamento que vieram a constituir um estereótipo que se acredita ser comum nos EUA, Inglaterra e outros países do ocidente.

claro em seus visuais uma excessiva preocupação de gastos em roupas e acessórios com intuito de refletir uma boa condição econômica (BRAGA, 2007).

Segundo Caraciola (2019), as mulheres, na década de 1980, passaram a ocupar cargos de destaque no mercado de trabalho, expressando seu estilo de vida no vestuário. Trajes masculinos e femininos eram combinados e os acessórios, avalizados por marcas de luxo, destacavam poder dessas mulheres. Esse período foi cenário da disputa entre homens e mulheres no mercado de trabalho, fazendo com que a aparência fosse essencial na competição.

A versão feminina do yuppie é uma mulher decidida, que ocupa postos de destaque em grandes empresas, determinada a vencer preconceitos e conquistar seus objetivos a todo custo. A mulher yuppie mescla feminilidade com masculinidade, usa casacos com ombreiras largas, saia curta, uma blusa representando a feminilidade e uma bolsa Louis Vuitton, Hermès ou Chanel (COSTA, 2010, p. 154).

Existia uma preferência por roupas práticas e funcionais, houve uma apropriação da identidade masculina. Uma das características da moda feminina foi o uso de ombreiras e do *tailleur*, caminhando para o aspecto de androginia (BRAGA, 2007).

Vale ressaltar que a presença das mulheres no mercado de trabalho se intensificou nos anos de 1970 e aumentou nas décadas seguintes, resultado tanto da necessidade econômica, quanto das transformações demográficas, culturais e sociais que vinha ocorrendo no mundo, o acesso às universidades e a queda da fecundidade e os próprios movimentos feministas²⁶, a participação cada vez mais atuante de mulheres nos espaços públicos contribuíram, decisivamente, para esse novo período (BRUSCHINI, 1990).

Na década de 1980, observa-se, ainda, uma multiplicidade de grupos urbanos, como os *punks*, *new wavers*, *rappers*, “numa intensa relação entre movimentos músicas e moda” (CIDREIRA, 2005, p. 55). Há uma explosão de tendências. O mercado da moda começou a ditar tendências em um espaço cada vez mais reduzido de tempo. Os estilistas, além da criação, assumiram novos papéis, homens e mulheres de negócios e celebridades badaladas, empenhados

²⁶ A primeira onda do feminismo (movimentos do século XIX e início do XX) era focada principalmente no sufrágio e na derrubada de obstáculos legais à igualdade de gênero, como por exemplo, direito ao voto, direitos de propriedade entre outros. A segunda onda do feminismo (que começou na década de 1960 nos Estados Unidos) ampliou o debate para uma ampla gama de questões: sexualidade, família, mercado de trabalho, direitos reprodutivos, desigualdades *de facto* e desigualdades legais. A terceira onda do feminismo começou no início da década de 1990 e visa desafiar ou evitar aquilo que vê como as definições essencialistas da feminilidade feitas pela segunda onda que colocaria ênfase demais nas experiências das mulheres brancas de classe média-alta e é a percepção de que as mulheres são de “muitas cores, etnias, nacionalidades, religiões, e origens culturais (VARELLA, 2020, p.1).

em solidificar suas marcas. “O trabalho do estilista, muito mais do que a concepção de roupas e acessórios, passou a envolver a criação de um estilo de vida, sendo responsável pela definição do posicionamento da marca que representava” (CARACIOLA, 2019, p. 89). A transitoriedade da moda foi acentuada a partir da década de 1980, que passou a ser ancorada pelas marcas e pela publicidade.

Como principais características da geração da década 1980, pode-se elencar o culto ao corpo, a busca por uma vida saudável e a preocupação com a eterna juventude. Vita (2008) afirma que, nesse momento, existia um fanatismo por um corpo modelado, tanto que as revistas daquele período enfatizavam que a felicidade profissional e em relacionamentos afetivos estava, diretamente, ligada às formas corpóreas consideradas ideais naquele momento, ou seja, a corpos impecavelmente moldados nas academias de ginástica. Dessa forma, a moda da década de 1980 e início de 1990 realçou o luxo e o glamour. Era das supermodelos, com seus belos e perfeitos corpos. O padrão de beleza idealizado era baseado em rosto com proporções harmoniosas, o corpo deveria ter traços delicados e, concomitantemente, ser longilíneo, curvilíneo, alto e gracioso (HOLZMEISTER, 2010).

Ressalta-se que a entrada da moda de Kawakubo, com seus modelos miseráveis, disformes e esfarrapados contrapuseram-se à estética consolidada da década de 1980, que, todavia, estavam com os anos contados, pois o reducionismo formal dos estilistas japoneses marcaria o estilo da década seguinte, anos de 1990, afirmando o minimalismo²⁷ na moda.

A década de 1990, demonstrou uma imagem oposta fundamentada pelo princípio da transgressão fazendo valer a aptidão da moda por paradoxos e antagonismos. A intenção era chocar, causar sensação, nem que fosse de repulsa (BRAGA, 2007). Nesse momento “o luxo passou a ser decadente, o perfeito foi substituído pelo imperfeito, palácios foram trocados por cenários deteriorados, a mulher estonteante saiu de cena para abrir espaço ao corpo adolescente, com pernas e braços longos e finos” (HOLZMEISTER, 2010, p.15). Esse momento foi considerado um divisor na estética da imagem da moda.

Temas como drogas, morte, suicidas, excluídos entre outros de cunho pessimista emergiram no cenário de moda e eram retratados em modelos que exibiam corpos malnutridos e doentes,

²⁷ Termo tirado do vocabulário da vanguarda artística dos anos 1970, o minimalismo justificou simplicidade levada ao extremo (BAUDOT, 2008, p. 318). Nota-se que esse termo será aprofundado no trabalho pois esse conceito possui uma importante ligação com a poética da moda japonesa, como por exemplo, a de Rei Kawakubo.

paradoxalmente, nesse mesmo período a medicina estética realizava grandes avanços. Existia uma espécie de síndrome do final do século envolta de pessimismos, incertezas e crises. A moda, percebendo a energia do período, transformou-a em imagem fazendo uso do corpo como suporte (HOLZMEISTER, 2010).

Nesse período, a moda tendeu à agressão, à violência, à destruição e à sujeira (ARNOLD, 2001). A moda se revestiu por um manto de antimoda, a linguagem ficou bem longe do “lugar-comum” (constituído por cenários deslumbrantes com belas mulheres exaltando a felicidade), ao contrário disso, o foco voltou-se para as grandes cidades, visando retratar a “realidade cruel de grupos marginalizados das periferias” e também os “temores de uma sociedade que tentava compreender os avanços galopantes da ciência e tecnologia” (HOLZMEISTER, 2010, p. 23-24).

Para Lipovetsky (2007, p.11), esse momento parece ter sido o ápice da “civilização do desejo”, construída ao longo da segunda metade do século XX, mais precisamente por volta do fim da década de 1970, e centrada no presente, no conforto e bem-estar, ou seja, fundamentada em uma busca contínua de melhores condições de vida. Os indivíduos buscam experiências emocionais e de maior bem-estar, de qualidade de vida e de saúde, de marcas e de autenticidade, de imediatismo e de comunicação. A felicidade interior tornou-se um segmento comercial e a crença moderna de que a abundância é a condição necessária e suficiente para a felicidade do indivíduo deixou de ser evidente. Nas sociedades mais ricas, o sujeito passou a viver mais e a trabalhar menos. Foi alavancada a preferência por alimentação orgânica, exercício físico, busca pela juventude e por lazer; o corpo saudável tornou-se resultado da combinação entre o bem-estar social e os avanços da medicina. A imensa maioria de homens e mulheres, se perguntados se eram felizes, provavelmente, afirmariam que sim. Todavia, a tristeza e o estresse, as depressões e as ansiedades formavam um rio que engrossava de maneira inquietante.

Se o PIB dobrou desde 1975, o número de desempregados quadruplicou. Nossas sociedades são cada vez mais ricas: apesar disso um número crescente de pessoas vive na precariedade e precisa fazer economias em todos os itens de seu orçamento, tornando-se a falta de dinheiro uma preocupação cada vez mais obsessiva. Somos cada vez mais bem cuidados, o que não impede que os indivíduos se tornem uma espécie de hipocondríacos crônicos. Os corpos são livres, a miséria sexual é persistente. As solicitações hedonísticas são onipresentes: as inquietudes, as decepções, as inseguranças sociais e pessoais aumentam (LIPOVETSKY, 2007, p.17).

Essa felicidade, que Lipovetsky nomeia de paradoxal, é extremamente complexa, é tão profunda quanto tênue. Tão concreta quanto abstrata. “É sentida, mas pouco compreendida. Pode-

se dizer que está no ar” (HOLZMEISTER, 2010, p. 26). De um lado, encontra-se a positividade na superficialidade do consumo, de outro, existe frustração, mal-estar, depressão e decepção de não poder fazer parte dessa bolha de felicidade. E desse jogo perverso entre felicidade e infelicidade, riqueza e pobreza, saúde e fragilidade, a moda valeu-se da pior parte. Os resultados foram roupas que desconstruíam padrões e uma linguagem que mudou para sempre os parâmetros da fotografia de moda.

Um exemplo do flerte da moda com a degradação foi o visual *heroin chic*, que começou a ser delineado a partir do início da década de 1990 e estendeu-se até 1997. Tal terminologia foi emprestada da música *Heroin*, que faz parte do álbum de estreia da banda *The Velvet Underground and Nico*, em 1967, que em sua letra insinua que o vício em heroína tem seu glamour. Esse visual era baseado em modelos esqueléticas, pálidas, magérrimas, com olheiras profundas e com uma sugestão (proposital ou não) de anorexia. Kate Moss é a *top model* que resume isso, tornando-se destaque nas passarelas no início da década de 1990 (VITA, 2008).

Segundo Holzmeister (2010), o *heroin chic* integrou outro movimento maior, que foi o naturalista/realista, que pretendia aproximar as imagens da moda com a cultura de rua pela perspectiva do vício, da violência e da desilusão com foco em um discurso ambientado na periferia. Esse movimento mais amplo (naturalista/realista) se fortaleceu graças à influência punk²⁸ e ao estilo grunge.

O Grunge, tendência que teve suas origens na cena musical de Seattle, principalmente Nirvana e Pearl Jam, foi caracterizado pela ausência de polidez e artifícios, bem como pela acessibilidade, pode ser interpretado como uma reação aos excessos materialistas dos *yuppies* dos anos 1980. O estilo, que escondia o corpo e recusava noções de elegância, consistia em roupas desalinhas, descoordenadas e sobrepostas, como por exemplo: bermudões, camisa xadrez, jeans retorcidos e rasgados, botas de exército ou tênis de lona Converse All Star (MACKENZIE, 2010).

Ainda, sobre o *heroin chic* vale relatar que 1997, o então presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton fez uma declaração contra a valorização do visual debilitado dos usuários de drogas,

²⁸ Em meados de 1970, a estética extravagante do Glam e os valores contraculturais do movimento hippie haviam se estabelecido como a principal corrente de tendências. Galvanizado pela profunda revolta contra o estado das coisas, o Punk surgiu em 1975, manifestando sua postura anticonformista e inovadora por meio do vestuário e da música (MACKENZIE, 2010, p.106). Queriam agredir e denunciar a sociedade da época por meio do seu visual totalmente inusitado e transgressor. O look adotado por eles foi o das roupas rasgadas, jaqueta de couro preto, botas surradas e muito detalhe de material metálico como rebites, tachas e correntes, além dos excessivos brincos e alfinetes que lhes rasgavam a carne (BRAGA, 2007, p.93).

em especial dos dependentes de heroína. Em seu comunicado Clinton chegou a dizer que "as fotografias de moda estavam fazendo com que a heroína parecesse uma droga glamurosa e legal" (WREN, 1997). Essa intervenção gerou uma contracorrente que repercutiu em vários países, como por exemplo, na Inglaterra, onde foi criado um grupo intitulado *Designers Against Addiction*. Faziam parte desse movimento cerca de trinta estilistas que desencadearam uma nova estética de resgate do corpo saudável, elegendo como símbolo a modelo brasileira Gisele Bündchen, entre o final da década de 1990 e início dos anos 2000 (HOLZMEISTER, 2010).

Vale ressaltar que a multiplicidade de grupos urbanos, que marcou fortemente a década de 1980, teve sua sequência no início dos anos de 1990. O reducionismo formal japonês, como por exemplo com as criações de Kawakubo, iniciado na década anterior marca a década seguinte. Segundo Baudot (2008, p. 318), “à força de eliminações sucessivas, de simplificações, de arrependimentos, a moda dos anos 90 põe-se de acordo com novo grito de guerra: ‘minimalismo’.

Além disso, a década de 1990 foi um período marcado pela liberdade de escolha, adquirindo o caráter de mistura, absorvendo diversas referências vindas das mais distintas realidades. Existe um predomínio “da mistura de elementos, materiais e ideias: tudo é válido, tudo é permitido”. Pode-se afirmar que “o aspecto plurifacetado e confuso dos anos 90 é típico do fim do século” (CIDREIRA, 2005, p.55-56).

Diante do explanado reitera-se que as duas últimas décadas do século XX caracterizam-se por um espírito ambíguo, fragmentário e plural. A moda foi conduzida pela inserção de elementos *non fashionable*, centrada na criação de efeitos de vanguarda. Nesse período, Rei Kawakubo adentra o universo *fashion* parisiense, construindo uma aura vanguardista.

1.3 O universo criativo da *Comme des Garçons*: construção da moda de vanguarda

A partir da década de 1960, o entendimento da mudança de moda propõe um novo modelo. Existem vários estilos usados por indivíduos de diferentes faixas etárias e estilos de vida. Algumas modas se difundem a partir das elites, outras se difundem a partir das ruas, algumas nem são difundidas e “permanecem nos enclaves de origem”. Alguns jovens estilistas, para ganhar visibilidade no mundo *fashion*, se preocupam com a criação de um estilo pessoal. Os estilistas que continuam a “oferecer a tradição da *haute couture* desaparecem” (CRANE, 2011, p. 66). Enfim,

nesse ambiente caótico, Crane (2011) afirma que é possível identificar estilistas cujo trabalho é classificado ou como classicista, ou vanguardista, ou pós-moderno.

O primeiro grupo diz respeito aos classicistas, que são estilistas que representam uma geração mais velha, que continuam a observar as convenções da *haute couture*. O segundo grupo pode ser denominado de vanguardistas, para eles a *haute couture* funciona de forma semelhante a um estilo de arte estabelecido, contra cujas convenções eles se rebelam (CRANE, 2011). Já, o terceiro grupo, os pós-modernos assumem uma postura antagônica, oscilando entre códigos convencionais e não convencionais criando trabalhos polissêmicos e que apresentam múltiplos significados (CRANE, 2006). Salienta-se, porém, que alguns estilistas podem se identificar tanto com estratégias vanguardistas, como pós-modernas, como por exemplo, Vivienne Westwood²⁹ (1941-) que utiliza uma abordagem pós-moderna baseada na paródia e na ambiguidade e ao mesmo tempo faz uso da sensibilidade punk, percebida, mesmo no início da década de 1990, como vanguarda (CRANE, 2011).

Rei Kawakubo se encontra entre os vanguardistas, pois no início da década de 1980 desafiou as convenções estéticas ao criar trajes que transgrediam as principais características do vestuário ocidental, como simbolizado pela *haute couture* (CRANE, 2011). Ou seja, “ela criava roupas que ilustravam a antítese dos valores criados na tradição da alta-costura” (CRANE, 2006, p. 309).

Para Crane (1987), o termo vanguarda implica em um grupo coeso de artistas que têm um forte compromisso com valores estéticos iconoclastas. Eles, geralmente, se opõem a valores sociais dominantes ou convenções artísticas estabelecidas. Rei Kawakubo subverteu as convenções estéticas. Ela conseguiu não ficar confinada pela tradição, pelos costumes ou pela geografia e prezou pela liberdade de qualquer influência na expressão de formas, cores e texturas. Ela desafiou não apenas a conformidade da sociedade japonesa, mas, também, as normas da sociedade ocidental (KAWAMURA, 2004).

Crane (1987), em sua análise de um novo movimento artístico, como a vanguarda, afirma que, um movimento artístico pode ser considerado vanguardista em sua abordagem ao conteúdo

²⁹ Os Punks costumavam reunir-se no fim da *King's Road* onde Vivienne Westwood e o seu então marido, Malcom McLaren (líder do grupo “*Sex Pistols*”), tinham uma boutique chamada “*Sex*”. Vivienne acabou intelectualizando o movimento e criando roupas para esses jovens contestadores. Ela é considerada na moda como a “mãe dos punks” (BRAGA, 2007, p. 93).

estético de suas obras de arte se conseguir: (i) redefinir convenções artísticas; (ii) utilizar novas ferramentas e técnicas artísticas; (iii) redefinir a natureza do objeto de arte, incluindo a variedade de objetos que podem ser considerados como obras de arte. Segundo Kawamura (2004), todas essas opções se enquadram ao estilo que Kawakubo, como também ao de Yamamoto e Miyake criaram, pois eles abandonaram as concessões da confecção de roupas, inventaram materiais diferentes e originais e, ao fazê-lo, introduziram e redefiniram o significado e a natureza das roupas e da moda.

Kawakubo, assim como Yamamoto e Miyake, reinterpretou e transgrediu as convenções da moda ocidental, sugerindo maneiras diferentes de usar uma peça de roupa. Espera-se que roupas ocidentais sejam simétricas, no trabalho da estilista, a simetria não é importante. Por exemplo: uma peça de roupa pode ter dois orifícios para o pescoço; um vestido pode ter três mangas em vez de duas, deixando para o usuário a decisão de qual buraco ou manga quer usar; uma jaqueta pode ter um lado maior que o outro (CRANE, 2011).

A estilista também redefiniu a aparência da roupa ou o que ela pode aparentar. Cabe ao usuário decidir como usá-la de acordo com a 'criatividade'. Kawakubo gosta de criar roupas que podem ser manipuladas pelo usuário. Pode não haver muito propósito prático em uma jaqueta com forro que pode ser desabotoado para ser usada como suéter, mas a ideia de que isso é possível afeta a maneira como o usuário se sente. Em uma coleção, havia camisetas pretas recortadas com luvas integradas; outra continha jaqueta com uma lapela destacável que se transformava em um lenço. Incluir elementos que são reversíveis ou removíveis implica que uma peça de roupa não é uma solução finita, permitindo, assim, uma participação do usuário, que desempenha um papel na definição da forma final da peça (SUDJIC, 1990).

Além disso, Kawakubo redefiniu a natureza da própria roupa ocidental. As roupas femininas ocidentais foram, historicamente, ajustadas para expor os contornos do corpo, mas ela introduziu roupas soltas e largas, como jaquetas sem construção tradicional e assimétricas, com um mínimo de detalhes ou botões. Os vestidos de Kawakubo costumam ter uma forma reta e simples, e seus casacos grandes com proporções extremamente grandes podem ser usados tanto por homens quanto por mulheres.

A estilista possui uma abordagem própria com relação à moda e afirma que gosta de começar do zero, reexaminando não somente a aparência das roupas, mas, também, sua construção. Sua maneira de criar se aproxima daquela dos arquitetos modernistas como Le Corbusier (SUDJIC, 1990). Em uma entrevista de 1995, na qual ela foi interrogada pelo designer Paul Smith da *Dazed*

Magazine sobre sua admiração pelo arquiteto, ela declarou: “Gosto da simplicidade e espaço de Le Corbusier” (SMITH, 1995). De acordo com Bodine (2020), os temas usados pela estilista japonesa combinam a essência do *streetwear* tradicional japonês, sua simplicidade de estilo, tecido e cor, com uma admiração pela arquitetura moderna, especialmente o purismo de Le Corbusier e Tadao Ando. Traduzidas na construção racional das roupas, essas afinidades enfatizam a ideia de vestuário – a roupa como uma construção no espaço, essencialmente uma estrutura para se viver. “A tradição do quimono, com sua silhueta arquitetônica fora do corpo e sua complexidade corporal em várias camadas, combina com uma abordagem gráfica plana e abstrata. É um olhar desarmante que requer um salto cognitivo na capacidade de vestir e na função social” (BODINE, 2020, p. 1).

Vale ressaltar que embora exista a integração de alguns elementos do quimono nos projetos de Kawakubo, especialmente em alguns trabalhos anteriores, a estilista conseguiu quebrar, também, com o sistema rígido que envolve essa peça tradicional japonesa. Ou seja, foi por meio da destruição de elementos japoneses e ocidentais que Kawakubo conseguiu construir algo totalmente novo (KAWAMURA, 2004).

O quimono, traje tradicional japonês, significa “o que se veste”, possui construção geométrica, mangas retangulares, gola de faixas sobrepostas e obi (faixa larga usada em volta do quimono). Possui tamanho único, pois se ajusta ao corpo. Há pouca diferença entre os quimonos masculinos e femininos. Em termos de forma e design, eles são quase neutros em termos de gênero. O padrão e a construção diferem minimamente³⁰. As características mais aparentes específicas de gênero encontradas no quimono não são a silhueta ou a forma, mas as cores, tecidos e estampas (ANAWALT, 2011).

Pode-se dizer que as criações de Kawakubo subvertiam (e ainda subvertem) as convenções sociais inerentes ao modo como o gênero se expressa no vestuário. Suas roupas eram conhecidas por serem neutras em gênero. Elas não obedeciam às regras relacionadas à expressão e ao realce da sexualidade feminina na tradição da *haute couture*. Suas criações ocultavam os atributos sexuais femininos, em vez de destacá-los (Figura 5).

³⁰ Nos quimonos femininos, as mangas têm uma abertura de fenda, enquanto que nos quimonos masculinos não. Da mesma forma, os quimonos femininos são projetados para serem dobrados na cintura sob o Obi, de modo que a roupa se arraste no chão se deixada aberta ou, se for apertada, sem dobrar o tecido na cintura. Por outro lado, o quimono de um homem fica pendurado, de modo que a bainha apenas toca o chão quando as roupas são usadas sem cinto. A adição de uma faixa diminui levemente o quimono, para que a bainha não arraste ou atrapalhe (KAWAKUMURA, 2004, p.131-132).

A Figura 5 mostra o look da coleção *Pirates* – outono/inverno 1981-82 –, que é disforme e assimétrico, possui uma modelagem solta e larga, que oculta o corpo feminino. As convenções não apenas da construção de roupas, mas, também, do conceito normativo de moda foram desafiadas (KAWAMURA, 2004). Essa inovação na moda aconteceu no momento em que as roupas femininas da maioria dos estilistas ocidentais tradicionais estavam se movendo na direção oposta, em direção a um ajuste e formalidade. De acordo com Kawakubo, “design de moda não tem a ver com revelar ou acentuar a forma do corpo de uma mulher; ao contrário, seu objetivo é permitir que uma pessoa ‘seja o que é’.” (SUDJIC, 1990, p. 81).

Figura 5 – Coleção *Pirates*, outono/inverno 1981-82, por Sachiko Kuru, 1981



Fonte: Bolton, 2017, p. 27.

Apesar de sua modelagem diferenciada e invadora, que as vezes pode passar a impressão de algo estranho e arbitrário, as roupas da *Comme des Garçons* são confortáveis de usar para qualquer um que tenha a confiança necessária para fazê-lo. Como Kawakubo explicou ao *The New York Times* em 1983: “Eu estou projetando para uma mulher poder se sentir confiante. Devemos romper com as formas convencionais de vestuário para a nova mulher de hoje. Precisamos de uma nova imagem que seja forte, não uma releitura do passado” (THE NEW YORK TIMES, 1983 apud SUDJIC, 1990, p. 81).

Além de redefinir e transgredir as convenções tradicionais impostas no vestuário ocidental, Kawakubo fez uso de novas ferramentas e técnicas. Como as criações da estilista não eram convencionais foi preciso ensinar aos costureiros uma nova maneira de costurar as peças, o que conflitava com os padrões de artesanato, assim “como os requisitos de Pablo Picasso para impressões colidiam com os padrões da impressora, ou seja, o desrespeito de Picasso pelo processo litográfico convencional criou problemas para as impressoras, porque ele fazia sua litografia de maneira não convencional” (KAWAMURA, 2004, p. 133). Ou seja, não era Picasso quem imprimia, assim como não são os estilistas que costuram as roupas finais. Para criar designs não convencionais, é preciso haver pessoas que colaborem na criação desses produtos.

Enquanto as roupas da *haute couture* deveriam possuir perfeição da habilidade artesanal, ou seja, o ponto de costura manual deveria ser perfeito e o corte impecável, as roupas de Kawakubo foram, deliberadamente, projetadas para parecerem inacabadas e desgastadas, desafiando o bom senso e as noções de perfeição (CRANE, 2011). Em princípio, suas criações foram encaradas com repulsa, mas isso acabou dando lugar ao espanto e à admiração. Ela criou suéteres cheios de buracos e vestidos com bainhas esfarrapadas e inacabadas. As máquinas foram deliberadamente alteradas, de modo que o produto final fosse imperfeito (Figura 6).

A Figura 6, um look da coleção *Holes* de outono/inverno de 1982-83, demonstra claramente que Kawakubo desafiou a compreensão ocidental acerca da estética: deformou, propositalmente, a blusa com buracos aparentes e distribuídos aleatoriamente. Transgredindo as convenções estabelecidas pela moda ocidental que almejavam perfeição (MACKENZIE, 2010). Algumas de suas vestimentas foram interpretadas como um verdadeiro ataque à própria ideia de moda. As peças confeccionadas com tecidos com imperfeições e buracos, como o suéter da imagem, também podem ser lidas como manifestações sociais, como referências indiretas ao vestuário da mulheres moradoras de rua, como também ataques velados contra a decadência da

moda ocidental (SUDJIC, 1990). Para incorporar furos de vários tamanhos que pareciam rasgos no suéter, a estilista trabalhou com Hiroshi Matsushita. Essa parceria produziu tecidos “defeituosos”. (ENGLISH, 2011).

Figura 6 – Look da Coleção *Hole*, outono/inverno 1982-83, por Peter Lindbergh, 1982



Fonte: Bolton, 2017, p. 30.

Fica perceptível que um elemento de vital importância nas criações de Kawakubo é o tecido. A estilista sempre está em busca de experimentos para a construção de novos tecidos. Não há regras para o que pode ser ou deve ser usado como matéria prima para fabricação das roupas. Qualquer coisa pode ser um tecido para as vestimentas, desde que seja inofensivo (SUDJIC, 1990).

Para Kawakubo, os fabricantes de tecidos desempenham um papel importante na confecção de uma coleção, porque o caráter distintivo de suas roupas pode ser rastreado até a seleção do fio usado para tecer o tecido a partir do qual a coleção será feita. O método de comunicação de Kawakubo com seus colaboradores é o mesmo para todos: é ambíguo e abstrato (KAWAMURA, 2004). Seu fabricante de têxteis, Hiroshi Matsushita explica como se dá a comunicação com a estilista: “Entre quatro e seis meses antes de uma coleção, ela me liga para falar sobre o que tem em mente... Geralmente, é uma conversa bastante superficial; às vezes é apenas uma única palavra. É um clima particular que ela procura e que pode vir de qualquer lugar” (SUDJIC, 1990, p. 28-29). Matsushita confia em sua intuição para entender o tema abstrato de Kawakubo e, a partir disso, cria algumas amostras. Suas conversas vão e voltam até alcançar o tecido exato que Kawakubo tem em mente.

Outra apresentação de Kawakubo que abalou as estruturas da moda parisiense foi a coleção primavera/verão de 1983, intitulada *Patchworks and X* (Figura 7), que aconteceu em outubro de 1982. Kawakubo apresentou saias que tinham mangas de jaqueta penduradas na frente delas; as calças tinham algemas nos tornozelos; casacos enormes para mulheres abotoadas da esquerda para a direita, os sapatos eram lisos, rústicos, numa época em que sapatos de salto alto e moda andavam de mãos dadas (FUKAI et al., 2013). O batom das modelos foi deslocado, elas tinham manchas no rosto, sugerindo que as modelos tinham sido agredidas. As manchas na testa e na bochecha foram o resultado de uma solução estética, disse Kawakubo, acrescentando: “Se você deseja colocar cor no rosto, ele não precisa estar nos lábios. Pode estar em qualquer lugar” (MORIS, 1982, p. 10).

A imagem do look da coleção primavera/verão de 1983 (Figura 7) mostra uma blusa de jersey de algodão branco com apliques de fita de algodão com vestido de retalhos brancos e cetim rayon. Essa blusa e vestido enormes, assimétricos e rasgados são um exemplo típico da coleção de Rei Kawakubo, no início da década de 1980, dominada pelo uso de uma paleta simples e monocromática. Kawakubo expressa um mundo de sombras matizadas usando quatro tipos diferentes de tecido branco, que ficam soltos no corpo, criando cortinas e dobras macias. As fitas aplicadas de algodão amassado da blusa dão uma textura irregular e enfatizam as qualidades angustiadas e irregulares da peça – características nascidas da experiência duradoura da estilista com tecidos deliberadamente tratados no ponto de produção para parecer envelhecidos ou defeituosos (FUKAI et al., 2013). Muitos looks dessa coleção foram decorados com recortes que contribuíram para uma aparência irregular.

Como observado até o momento, a estilista redefiniu convenções de alfaiataria, além de fazer uso de novas técnicas e ferramentas. Ela foi além: Kawakubo redefiniu a natureza da moda e o conceito de beleza.

Figura 7 – Rei Kawakubo, *Look* da coleção de primavera/verão 1983 “*Patchworks and X*” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: Fukai et al., 2013, p. 44.

Segundo Kawamura (2004), toda convenção traz consigo uma estética, segundo a qual o convencional se torna o padrão pelo qual a beleza e a eficácia artísticas são julgadas. A concepção

de moda é sinônimo de concepção de beleza. Portanto, um ataque a uma convenção da moda se torna um ataque à estética relacionada a ela. Ao quebrar a convenção ocidental da moda, Kawakubo sugeriu um novo estilo e uma nova definição de estética. A estilista afirmou para a revista britânica *i-D*: “Eu não tenho uma definição de beleza. Não tenho uma visão estabelecida do que é a beleza, pois minha idéia de beleza continua mudando” (*i-D*, n.104, 1992 apud BOLTON, 2017, p. 138). A estilista mantém seu conceito de vanguarda fundamentado em que há beleza no inacabado e que as roupas podem passar de textura a tecido, esses fundamentos implicados na sua criação tiveram uma grande influência na moda.

Ademais, as roupas ocidentais tendem a ser ajustadas para acentuar os contornos do corpo, e isso é algo que Kawakubo rejeita. Ao contrário das roupas ocidentais, os quimonos femininos são voltados para um corpo sem contorno. Tradicionalmente na sociedade japonesa, a sexualidade nunca é revelada abertamente, e essa ideologia se reflete no estilo do quimono, especialmente para as mulheres. Kawakubo reconstruiu toda a noção de estilo de roupas femininas, suas criações não revelam a sexualidade, mas escondem-na, exatamente, como o quimono (KAWAMURA, 2004).

Um exemplo dessa afirmação foi a coleção de outono/inverno de 1983-84 “*Gloves, Skirts, Quilted Bag Coats*”. A coleção apresentava uma paleta consistente de preto e cinza, silhuetas grandes, dobras assimétricas e apêndices não convencionais (Figura 8).

Este casaco, um de uma série feita de malha pesada e lã feltrada com rasgos falsos, lembra a durabilidade e o uso excessivo das roupas de trabalho tradicionais japonesas. Rei Kawakubo definiu e redefiniu consistentemente a estética de nosso tempo. Estação após estação, coleção após coleção, ela desvia as noções convencionais de beleza e rompe as características aceitas do corpo da moda.

Esse trabalho, como outras criações da estilista, foi interpretado como uma expressão do feminismo. Kawakubo sempre afirmou que suas roupas são voltadas para mulheres fortes que atraem homens com suas mentes e não com seus corpos. Diz-se que os desenhos de Kawakubo refletem a si mesma, uma mulher independente, rejeitando estereótipos de feminilidade e sensualidade e obscurecendo as categorias de gênero (KAWAMURA, 2004). Nunca foi a intenção de Kawakubo chocar, embora as pessoas, muitas vezes, achem seu trabalho chocante.

Figura 8 – Peça da Coleção *Gloves, Skirts, Quilted Big Coats*, outono/inverno 1983-84



Fonte: Met Museum, 2020.

Conforme explanado anteriormente Crane em 1987 em sua pesquisa sobre a vanguarda delimitou três características fundamentais. Tais propriedades foram analisadas ao trabalho de Kawakubo. Crane (2011) em seu *Livro Ensaios sobre Moda, Arte e Globalização Cultural*

adiciona outra característica própria da vanguarda, que é a tentativa de redefinir a função social do artista e do contexto em que a arte é exposta e distribuída. O artista de vanguarda assumiu o papel de rebelde, ou de alguém, suficientemente, marginal que possa atacar as convenções sociais. Kawakubo manifesta essa “rebeldia” tradicionalmente associada ao artista de vanguarda. Esse “instinto transgressor e rebelde” pode ser visualizado na entrevista ao crítico de moda japonês Takeji Hirakawa:

Quando eu era jovem, era incomum uma mulher universitária fazer o mesmo trabalho que um homem. E é claro que as mulheres não ganharam o mesmo. Eu me rebelei contra isso. E quando meu negócio de moda começou a correr bem, fui considerada não profissional porque não era formada em moda. Então, quando eu fui para Paris... eu me rebelei contra isso também. Nunca perco minha capacidade de me rebelar, fico com raiva e essa raiva se torna minha energia, com certeza. Eu não seria capaz de criar nada se parasse de me rebelar (HIRAKAWA, 1990, p. 21 apud KAWAMURA, 2004, p.129-130).

Alguns estilistas modificaram o contexto em que seu trabalho é exibido, apresentando suas coleções em ambientes diferentes, como por exemplo estações de metrô, supermercados em bairros periféricos, moradias abandonadas, enfim, locais que subvertem as noções de elegância e riqueza. Esses ambientes, onde as coleções são vendidas também são usadas para transmitir declarações a respeito das intenções artísticas dos estilistas (CRANE, 2011). Kawakubo insiste na ideia de que suas roupas devem ser vendidas em ambientes controlados, onde tudo é pensado, desde o espaço físico da loja até a forma como os vendedores se aproximam do cliente; do visual da loja ao corte das roupas tudo se sustenta em uma mesma ideia (RODRIGUES; MESQUITA, 2011).

Trabalhando em colaboração com arquitetos, principalmente com Takao Kawasaki, Kawakubo formulou para suas lojas decorações totalmente diferentes das lojas tradicionais de varejo. A arquitetura do interior das lojas de Rei Kawakubo mostrava um radicalismo semelhante ao de suas roupas, rompendo com os precedentes tradicionais em construção, forma e materiais. As lojas não tinham nenhuma semelhança com as tradições do design de lojas como elas existiam na época. “Nenhuma mercadoria era visível na vitrine e existiam poucos produtos em exposição na própria loja” (SUDJIC, 1990, p. 114). As lojas da estilista têm mais em comum com os espaços brancos, calmos e austeros de diversas galerias de arte do que com lojas de varejo tradicionais. Devido a esse ambiente diferenciado, Sudjic (1990, p.14) relata que “em vez de transmitir seus produtos para os transeuntes, a loja agia como um filtro. Seu caráter exigia certa confiança do cliente”, ou seja, aqueles que não se sentissem confortáveis com as roupas não tenderiam a enfrentar e, conseqüentemente, entrar na loja.

Como acontece com muitos estilistas de vanguarda que optam por transgredir as convenções estéticas da alta costura, a clientela de Kawakubo no ocidente inclui, em grande parte, “intelectuais, artistas, profissionais e mulheres que trabalham na indústria de moda” (CRANE, 2011, p.72). Sudjic (1990) afirma que a criações da estilista “atraem aqueles que se veem fora da ideia convencional de moda”.

Kawakubo é considerada um gênio da vanguarda e é uma projetista de propósitos, forte o suficiente para deixar sua marca no mundo, com uma abordagem intelectual e abstrata (KAWAMURA, 2004). Desde que fundou a *Comme des Garçons*, Rei Kawakubo se recusa a definir e explicar suas roupas. Em 1995, em uma entrevista para o jornal *The Independent*, ela afirmou que “o significado é que não há sentido” (BOLTON, 2017, p. 10). Ela é, extremamente, reservada, mas, paradoxalmente, suas roupas contêm narrativas profundamente pessoais e autorreflexivas. Ela admitiu para a revista *Vogue Americana*, em 1995, que suas coleções são inspiradas por qualquer coisa que ela esteja sentindo no momento. Os efeitos combinados de abstração e introspecção resultam em criações que, não apenas fogem das definições tradicionais de roupas, mas, também, para a frustração de muitos críticos, resistem e confundem a interpretação.

Em todas as temporadas, a estilista dá títulos curtos para suas coleções. No entanto, ao contrário dos títulos que muitos artistas concedem aos seus trabalhos, com objetivo, geralmente, de esclarecer seus significados, os títulos criados por Kawakubo parecem muito mais ofuscar ou confundir a interpretação de suas obras, tornando-a, extremamente, desafiadora. Na melhor das hipóteses, os títulos de suas coleções podem fornecer um código a ser decifrado; na pior das hipóteses, eles servem como uma pista falsa projetada para desviar, distrair e, finalmente, confundir (BOLTON, 2017).

Em uma entrevista, Kawakubo definiu seu processo criativo como “koan zen³¹” referindo-se ao procedimento verbal praticado no zen-budismo que visa desvencilhar a mente do discípulo das amarras racionais do intelecto e transcender os próprios limites (VOGUE, 2017). Um koan zen é um enigma que os mestres zen empregam para avaliar o progresso de um aluno em alcançar a iluminação. A designer inicia o desenvolvimento de uma coleção a partir de um conceito, que, muitas vezes, é expresso por uma única palavra. Uma vez definido o conceito, Kawakubo informa a todos seus funcionários mais importantes, deixando-os livres para interpretá-lo cada um à sua

³¹ Um koan é uma narrativa, diálogo, questão ou afirmação no budismo zen que contém aspectos que são inacessíveis à razão. Dessa forma, o koan tem, como objetivo, propiciar a iluminação espiritual do praticante de budismo zen.

maneira. O design começa com o modo como cada um de seus funcionários interpreta o conceito. O trabalho fundamenta-se em transformar ideias (o conceito) de Kawakubo em algo físico. Assim, o processo criativo é construído por meio da coletividade (SHIMIZU, 2005).

Segundo Bolton (2017), os títulos que Kawakubo dá a suas coleções podem ser lidos como koans concebidos para expor as limitações da interpretação. Na filosofia zen, a formulação ilógica e o caráter paradoxal dos koans impedem que eles sejam resolvidos pelo pensamento racional e intelectual. Eles são construídos para deter a mente e seus processos de pensamento analítico, contestando e subvertendo a racionalidade cognitiva. Talvez, o koan mais famoso seja o mu, que pode se referir a um vazio e ter vários significados, incluindo a negação, o vazio e o nada. Como conceito, é totalmente integrado às artes zen, como a poesia, a pintura e a cerimônia do chá. Também é fundamental para o trabalho de Kawakubo, que em 1985 declarou para a revista *Interview*: "O vazio é importante" (BOLTON, 2017, p. 13).

O conceito de vazio (mu) não pode ser totalmente entendido e apreciado no trabalho de Kawakubo sem o conceito relacionado de ma. Como mu, contém uma infinidade de significados, incluindo uma lacuna, um intervalo, uma abertura, um tempo e um espaço entre eles. Já o conceito de ma é complexo e muito discutido por pesquisadores e estudiosos de diversas áreas, porque se aplica a vários aspectos do pensamento e da vida japonesa. Ma representa um espaço vazio cheio e amplo de possibilidade. Aplicado na produção de indumentárias, pode ser considerado um "espaço" supérfluo entre a roupa e o corpo e é mais do que, simplesmente, um vazio: é um espaço rico que possui energia incalculável (FUKAI et al., 2013).

No trabalho de Kawakubo, espaço (ma) e vazio (mu) se encaixam no conceito de intersticialidade, o espaço entre entidades ou fronteiras. Esse espaço intermediário revela-se como uma sensibilidade estética, uma zona inquietante de ambiguidade e indefinição visual, engendrando e efetuando um espaço intermediário ou, ainda, parafraseando o nome da exposição organizada no THE MET (*Metropolitan Museum of Art* em Nova York) em 2017, sobre o trabalho de Rei Kawakubo: uma arte do intermediário.

1.4 Rei Kawakubo no território da arte: diálogos e interseções

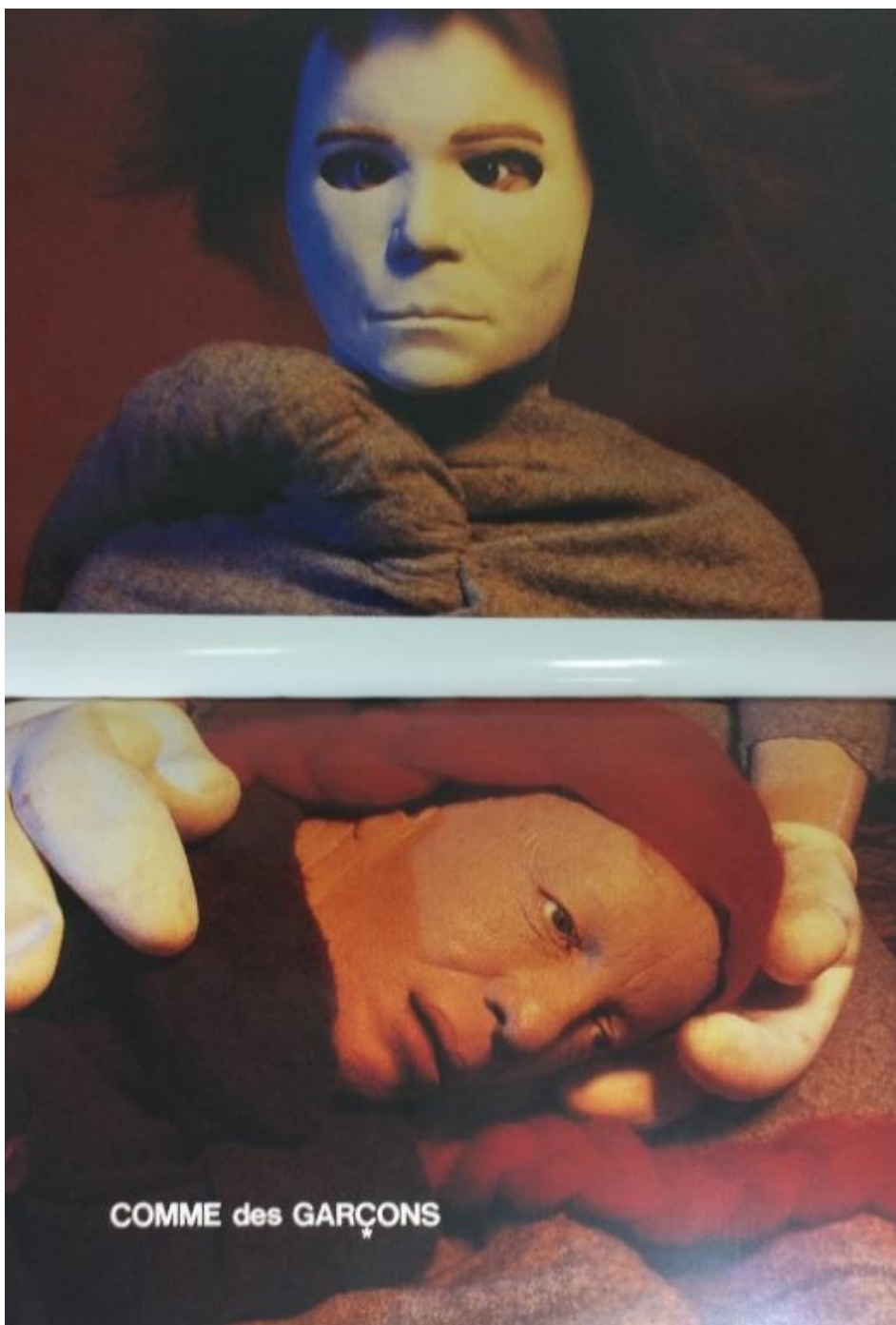
O trabalho de Rei Kawakubo ganhou grande respeito não só no âmbito da moda, mas, também, na arte. A estilista realizou colaborações importantes com outros profissionais, como por exemplo com a artista Cindy Sherman. Sherman é uma artista americana nascida em 1954 que se tornou reconhecida, principalmente, por seus retratos. Por meio de uma série de trabalhos, ela levantou questões desafiadoras a respeito do papel e da representação da mulher na sociedade, além de questionar a natureza da criação artística.

Sherman esteve ao lado de Kawakubo na campanha publicitária para a coleção *Metamorphosis*, outono/inverno 1994/95 (Figura 9). A fotógrafa usou bonecos disfuncionais nas fotos da campanha publicitária. Essas imagens integram a série *Untitled* (#304; #302; #296). Durante três estações, a marca *Comme des Garçons* trabalhou com a artista para suas campanhas publicitárias. A marca enviava-lhe roupas de cada estação e Sherman compunha suas fotos com total autonomia (GRAND, 2000). Em 1994, Sherman atuou na principal loja da *Comme des Garçons* em Tóquio com uma mostra artística.

Sherman, ao enunciar a marca *Comme des Garçons*, parece sabotar as convenções e a retórica dos anúncios de moda. Nessa imagem da campanha publicitária, os signos visuais parecem deslocados, dificultando a apreensão da significação. Sherman propõe uma narrativa visual próxima do *nonsense*. A fotografia se concentra em manequins desconexos e personagens bizarros, forçando a roupa em segundo plano. Na Figura 9, está o manequim mascarado usando um vestido *Comme des Garçons*, originalmente, projetado por Kawakubo, ou seria como alterado por Sherman? E por que Sherman vestiu uma máscara sombria e desgastada no lugar do tradicional sorriso brilhante da modelo (ou um olhar de desdém gelado, dependendo do estilo atual)? (GLASSOCK, 2010).

Possivelmente, o leitor, acostumado às publicidades que seguem as normas da fotografia de moda, sente-se enganado ou até mesmo traído, “julgando como grotesca e estranha a estética do texto visual, sem ao menos apreender as relações pouco convencionais que o discurso de Sherman articula. É nesse ato que Sherman potencializa a operação discursiva numa dimensão limítrofe do que é arte e do que é moda” (BATISTELA; PULS, 2014, p. 38).

Figura 9 – Mala direta publicitária para a coleção *Metamorphosis*, outono/inverno 1994-95, por Cindy Sherman, 1994, Untitled (#304)



Fonte: GRAND, 2000, p. 30-31.

Os efeitos dessa fotografia são chocantes e perturbadores, principalmente quando vistos à luz da fotografia de moda convencional. No entanto, ela não está fora de lugar no contexto da

abordagem da designer de *Comme des Garçons*, Rei Kawakubo, que é fortemente inspirada pelos valores do mundo da arte contemporânea (GLASSOCK, 2010).

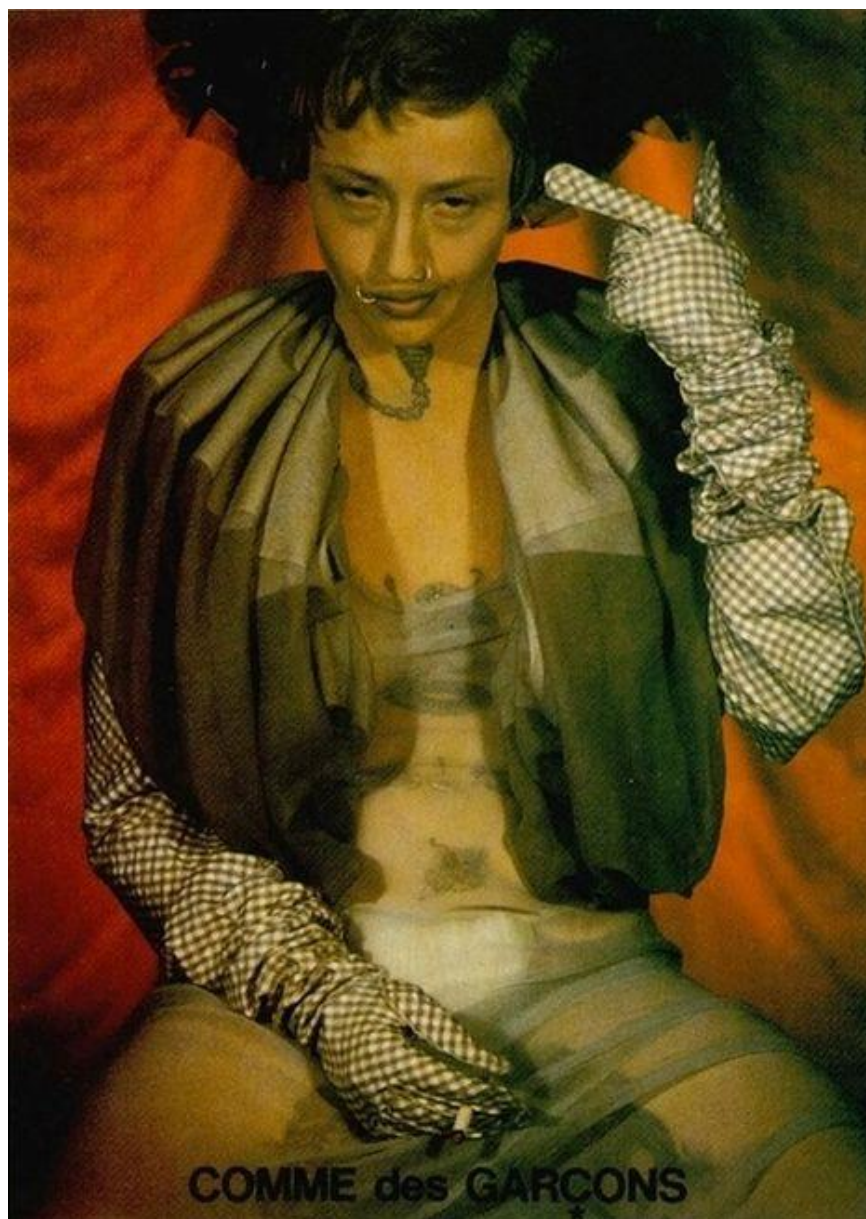
Um outro trabalho marcante entre essa parceria, foi quando Sherman protagonizou o convite da coleção Primavera/Verão, 1994 da CDG (Figura 10). A artista levou ao extremo o conteúdo vestimentar e fisionômico. A publicidade de moda mostrava uma figura andrógina e heterogênea, que encara o espectador com atitude blasé (BATISTELA; PULS, 2014).

A imagem, considerada uma contra tendência de moda, gera certo desconforto, que se acentua na medida em que a figura se reporta a uma nova leitura do corpo feminino. Com intuito de apreender o movimento de Sherman, pode-se recorrer ao capítulo anterior sobre a década de 1990. Conforme Holzmeister (2010), esse período (década de 1990) foi um divisor de águas na estética da imagem de moda que tendeu à agressão e transgressão. Pode-se dizer ainda, que a proposta elaborada por Sherman para a CDG não é de simples interpretação, pois existe uma sensação de que algo está fora do lugar. Neste lugar, “ao qual a arte transita, Sherman consegue ser de nosso tempo e pertencer a outros”. O espectador tem uma sensação de incômodo. E essa foi a intenção de Sherman ao promover a campanha da CDG (BATISTELA; PULS, 2014, p. 41).

Segundo Glassock (2010), Kawakubo e Sherman utilizam seus trabalhos para questionar sobre a maneira como nos apresentamos à sociedade e ambas subvertem as imagens tradicionais a respeito da feminilidade³². As fotografias criadas a partir dessa colaboração não têm a pretensão de vender produtos, e, sim, de desafiar as expectativas sobre o que a fotografia de moda deveria ser.

³² As questões de gênero estão inerentes principalmente nos trabalhos de Cindy Sherman, assim como podem ser visualizados nas obras de Rei Kawakubo, entretanto o objetivo da pesquisa tem como foco principal a relação artística, dessa forma esse tema vinculado ao gênero não será aprofundado nesse trabalho.

Figura 10 – Cindy Sherman para *Comme des Garçons*. Convite da coleção Primavera/Verão 1994



Fonte: Müller, 2000, p. 63.

Outra colaboração de grande importância aconteceu com o coreógrafo Merce Cunningham³³. Para a estação primavera/verão de 1997, a marca CDG lançou a coleção *Body*

³³ Merce Cunningham foi o líder e mestre de uma companhia de dança avant-garde americana até sua morte, em 2009. Foi um importante coreógrafo e um dos grandes bailarinos de seu tempo, sendo seu trabalho marcado pela constante

Meets Dress, Dress Meets Body (O Corpo encontra a Roupas, A Roupas encontra o Corpo). As peças que Kawakubo criou para o desfile ficaram ainda mais conhecidas fora do circuito da moda, pois, a partir dessa coleção, a estilista confeccionou o figurino da coreografia *Scenario* do coreógrafo Merce Cunningham, famoso por pronunciar a independência da dança da música.

Kawakubo, como designer de vanguarda cuja estética está em constante evolução, compartilhou filosofias criativas semelhantes com Merce Cunningham, incluindo interesses em envolver várias disciplinas artísticas e forçar, agressivamente, as fronteiras do desconhecido (CARPENTER, 2012).

O desfile da coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body* (O Corpo encontra a Roupas, A Roupas encontra o Corpo) apresentou vestidos que exploravam o volume e o espaço em suas silhuetas. Rei Kawakubo faz uso dos enchimentos, os mesmos utilizados em ombreiras, subvertendo sua aplicação convencional. Ao utilizar enchimentos que saltam dos ombros, quadris, da barriga e das costas, a estilista questionou, de forma espetacular, as proporções do corpo dando o aspecto de deformação. Explorando a silhueta feminina de uma perspectiva singular, o não convencionalismo formal de Rei Kawakubo apresenta-se nas corcundas da coleção, explorando a assimetria, a imperfeição, a desproporção, qualificando o corpo não como suporte da vestimenta, “mas certamente como supérstite do ato formativo. No corpo supérstite, jaz a memória do ato criativo, que é modificado ou se modifica pela intencionalidade criadora, ao contrário do corpo-suporte que apenas suporta um conteúdo que lhe é indiferente e que em si modela-se” (BATISTELA; PULS, 2014, p. 33).

A colaboração da designer japonesa com o coreógrafo Merce Cunningham, de Nova York, ocorreu logo após a apresentação da coleção primavera/verão 1997 e permitiu à Kawakubo criar roupas ainda mais acolchoadas e submetê-las a uma variedade muito maior de movimentos. Os trajes dos dançarinos vinham com áreas salientes proeminentemente "aprimoradas" na parte frontal e traseira do tronco, principalmente nos quadris e nádegas.

Além dessas importantes colaborações, vale destacar a criação dos perfumes da marca CDG. Svendsen (2010) explica que, em geral, os perfumes fazem parte de uma linha de produtos mais conservadora que as roupas e que, normalmente, não há tantas tentativas de desafiar as normas

inovação. Cunningham expandiu fronteiras não só na dança, mas também nas artes visuais contemporâneas (RODRIGUES; MESQUITA, 2011, p. 639).

que estabelecem os cheiros que os perfumes devem ter. Porém, há uma exceção à regra, os perfumes da *Comme des Garçons*.

Os perfumes da marca de Rei Kawakubo são conhecidos por desafiar o tradicional mercado da perfumaria. As fragâncias refletem a identidade da marca, que tem lançado seus perfumes desde o ano de 1993 (ENGLISH, 2012). O anti-perfume Odeur 53, uma *eau de toilette*, lançado em 1998 é um dos mais icônicos da marca, composto por cinquenta e três notas sintéticas que, segundo o anúncio, pretende ter “cheiros nunca usados, sem nomes precisos, apenas ideias abstratas”. Como “a frescura do oxigênio, a rocha flamejante, a grama recém-cortada, a secagem ao vento, as dunas de areia, o ar puro das montanhas, flash de metal e esmaltes” (COMME DES GARÇONS PARFUMS, 2020, p. 1).

Odeur 71 foi o segundo anti-perfume lançado pela marca. Segundo o anúncio do produto, ele é resultado de “um aprofundamento da pesquisa sobre a microtecnologia em fase sólida que clona os cheiros inorgânicos da vida cotidiana moderna e os mistura com ingredientes naturais”. Essa anti-fragância contém em sua formulação: “Cheiro de poeira em uma lâmpada quente, toner quente para fotocopiadora, metal quente, torradeira, alumínio recém-soldado, tinta em caneta-tinteiro, aparas de lápis frescas, madeira e musgo, folhas de louro e bambu, pimenta branca, jacinto e suco de alface” (COMME DES GARÇONS PARFUMS, 2020, p. 1). Os anti-perfumes, as roupas, os acessórios, outros produtos da *Comme des Garçons* e, sobretudo, a estética de Rei Kawakubo, são distintas formas de expressar os valores da marca, consolidando, assim, sua reputação vanguardista.

Grande parte da produção da marca CDG, desde sua criação, se tornou alvo do interesse de mostras e exposições ao redor do mundo. A *Comme des Garçons* e sua criadora são um dos principais exemplos de como a moda habita um espaço antes destinado à arte, deslocando a roupa da passarela para o museu, criando para ela novos significados e convidando o público a pensar a moda sob um viés que problematiza o próprio contexto e o universo no qual se insere (RODRIGUES; MESQUITA, 2011).

Em 1987, o *New York Fashion Institute of Technology* (FIT) exibiu a exposição *Three Women*. Os curadores, Harold Koda, Richard Martin e Laura Sinderbrand, contrapuseram Madeleine Vionnet, estilista francesa pioneira dos anos 1920 e 1930, e Claire McCardell, uma estilista esportiva americana dos anos 1940 e 1950, com Kawakubo. Como Vionnet e McCardell, Kawakubo não se prendeu a nenhum período específico; ela “se delicia com o choque do novo,

aproveitando a tecnologia avançada para a criação do vestuário, mas cria a partir de uma compreensão reconhecida do papel histórico da moda, de maneiras que evocam o passado” (SUDJIC, 1990, p. 86).

Em 1996, com curadoria de Germano Celant e Ingrid Sischy, aconteceu a *Biennale di Firenze*, que explorou a relação entre arte e moda no século XX, a exposição consistiu em várias exposições espalhadas por dezenove museus e alguns locais históricos da cidade de Florença. Para o evento, foram construídos pavilhões projetados pelo arquiteto Arata Isozaki, com colaborações de designers e artistas (SPINDLER, 1996). Cada espaço abrigava uma instalação criada a partir da colaboração entre um artista e um estilista³⁴ e, entre eles, estava a parceria entre Oliver Herring³⁵ e Rei Kawakubo. Celant (1997) afirma que o objetivo do trabalho da colaboração de Kawakubo e Herring era discutir o vazio e a imaterialidade. Por meio da construção de um espaço, eles demonstraram a cristalização do imaterial.

Em 2001, aconteceu na cidade de Antuérpia, na Bélgica, a *Mode 2001*, com curadoria de Walter Van Beirendonck, o evento foi organizado pelo *Flandres Fashion Institute* em conjunto com *Antwerpen Open* e ocupou pontos estratégicos da cidade com quatro mostras temáticas. As quatro exposições principais eram denominadas: “Mutillar?”; “Emoções”; “Radicais”; e por fim “Duas Mulheres” (WERNECK, 2001). Essa última mostra colocou lado a lado Coco Chanel e Rei Kawakubo, pois, na visão do curador, ambas desafiaram noções de beleza e de moda em sua época. Chanel teve oito ambientes ocupados por suas criações e citações, enquanto que Kawakubo ocupou o meio do espaço, com seis monitores que exibiam imagens de seu último desfile (RODRIGUES; MESQUITA, 2011).

No *Victoria and Albert Museum* de Londres, uma exposição de 2001 chamada *Radical Fashion*, com curadoria de Claire Wilcox, contou com o trabalho de onze designers visionários que tinham em comum uma abordagem radical, intransigente e altamente influente da moda. Os designers convidados a expor seus trabalhos incluem Hussein Chalayan, Azzedine Alaïa, Helmut

³⁴ Herring é um artista nascido na Alemanha em 1964, que, atualmente, vive e trabalha no Brooklyn, bairro da cidade de Nova York. Entre seus primeiros trabalhos destacam-se esculturas tricotadas com um material denominado Mylar, um filme plástico transparente feito de poliéster. A partir dessa técnica ele esculpia figuras humanas, roupas e mobília (RODRIGUES; MESQUITA, 2011, p.636).

³⁵ Os encontros e colaborações se deram entre Tonny Cragg e Karl Lagerfeld, Damien Hirst e Miuccia Prada, Mario Merz e Jil Sander, Roy Lichtenstein e Gianni Versace, Julian Schnabel e Azzedine Alaïa, Jenny Holzer e Helmut Lang, e por fim, Oliver Herring e Rei Kawakubo (CELANT, 1997, p.238).

Lang, Alexander McQueen, Maison Martin Margiela, Issey Miyake, Junya Watanabe e Yohji Yamamoto, Jean Paul Gaultier, Vivienne Westwood e Rei Kawakubo da *Comme des Garçons* (ENGLISH, 2011).

Em 2008, no Museu de Arte Contemporânea de Detroit - MOCAD, a exposição *ReFUSING FASHION: Rei Kawakubo*, dedicada inteiramente à estilista, expos grande parte de sua trajetória, seus métodos de criação e suas colaborações com diversos artistas. Contava com mais de quarenta peças-chave, figurinos, fotografias e filmagens de desfiles expostos em forma de intervenções e instalações em diferentes espaços (KODA, 2008). Segundo Koda (2008), o comitê de exposições do museu, um grupo de artistas, historiadores de arte, colecionadores e curadores, adotou uma abordagem de belas artes para a organização, vendo a exposição como uma instalação e um *Gesamtkunstwerk*, ou obra de arte total: todas as peças revelando o conjunto.

Em 2017, aconteceu uma exposição de arte sobre o trabalho da designer intitulada: *Rei Kawakubo / Comme des Garçons A Art of the In-Between*. A exposição aconteceu de 4 de maio a 4 de setembro de 2017 no *Metropolitan Museum of Art* (THE MET). Em exibição, havia 140 roupas femininas que abrangem toda a carreira de Kawakubo até 2017. Foi a primeira exposição do *Costume Institute* sobre um artista vivo, desde a exposição de 1983 sobre Yves Saint Laurent. Segundo o texto do anúncio, e corroborando as observações entre arte e moda também anunciadas na exposição *ReFUSING FASHION: Rei Kawakubo*, a exposição *Rei Kawakubo / Comme des Garçons A Art of the In-Between* “representa Kawakubo em um mundo imersivo de *Gesamtkunstwerk*, ‘obra de arte total’” (THE MET, 2017, p. 3).

A marca CDG foi o centro de diversas outras exposições ao redor do mundo, como a *Mode et Photo*, uma exibição fotográfica em Paris, no ano de 1986; a exposição *Tree Voices: Franco Albini, Kris Ruhs, Rei Kawakubo*, em Paris, em 1993; a exibição *Essence of Quality da Comme des Garçons Noir* no *Kyoto Costume Institute*, em 1993; uma exibição denominada *Mode and Art* na Bélgica, entre outras.

Rei Kawakubo sempre se preocupou em criar uma identidade forte para a *Comme des Garçons*. Ela se envolve não só na criação das roupas, mas em todos os outros aspectos que abrangem a marca. E “a aproximação com a arte pode ser vista não somente nas roupas, mas em grande parte de sua produção visual. Muito do que é produzido mostra uma grande preocupação em ir além dos padrões estabelecidos e provocar reflexões” (RODRIGUES; MESQUITA, 2011, p. 627).

Segundo Kawamura (2004), Kawakubo esticou os limites da moda, remodelou a simetria das roupas, introduziu roupas monocromáticas e deixou as roupas responderem à forma e ao movimento do corpo. Ela destruiu todas as definições anteriores de roupas e moda. “Seu conceito era, sem dúvida, diferente, original e novo em comparação com as regras de moda ocidental. Ela é considerada uma artista e não apenas uma designer” (KAWAMURA, 2004, p.140).

Segundo Steele (2012), Rei Kawakubo, juntamente com Miyake e Yamamoto, conseguiu introduzir uma estética radicalmente nova na moda; uma nova atitude para a relação entre corpo e roupa, além de uma nova ênfase na moda como arte. Embora a estilista japonesa tenha dito, inicialmente, que a moda não é arte, ela teve uma influência significativa nas atitudes em relação à moda no mundo da arte. Retrospectivamente, críticos desenvolveram em torno da moda japonesa um discurso sobre a estética da decadência e desconstrução que tentou explicar o significado desse novo estilo. E isso foi, extremamente, importante, pois “o desenvolvimento de uma estrutura teórica e estética para entender a moda é quase certamente um dos critérios principais para qualquer tentativa de definir moda como arte” (STEELE, 2012, p. 20).

O debate entre os cruzamentos sobre onde arte e moda se encontram continua a acontecer. “Arte é arte. Moda é moda”, diz Karl Lagerfeld. Contudo, Andy Warhol provou que arte e moda podem existir juntos. Depois de ver as caixas de Brillo de Warhol, o filósofo Arthur Danto chegou à conclusão de que qualquer coisa pode ser arte (DANTO, 2006a). No entanto, isso não significa que tudo seja arte.

Nesse sentido, a presente tese tem como pergunta principal quais obras de vanguarda de Rei Kawakubo podem funcionar como obra de arte? O olhar se volta especificamente para algumas obras das duas últimas décadas do século XX.

Salienta-se que não é o intuito desse trabalho afirmar que toda a moda produzida pela marca *Comme des Garçons* de Rei Kawakubo é arte em sua totalidade, pois sabe-se, claramente, que um tênis ou uma camiseta da *CDG Play* (que é uma extensão da marca CDG) não se enquadraria no funcionamento de uma obra de arte. Igualmente, não há a intenção de afirmar que apenas as obras da *Comme des Garçons* podem funcionar como arte, reconhece-se a existência de inúmeras obras de outros designers que podem se enquadrar nessa condição. A intenção é exemplificar, por meio de algumas obras escolhidas de Rei Kawakubo, que existe uma convergência e, conseqüentemente, um “funcionamento” como obra de arte, demonstrando que houve uma transfiguração do lugar-comum, nesse caso a roupa.

A partir da década de 1960, com o advento da *pop art* e, conseqüentemente, com o surgimento de uma enorme dificuldade em identificar a diferença entre obras de arte e objetos banais, o questionamento: “moda é arte?” não se sustenta mais e é possível que a única questão plausível seja: “Quando moda é arte?”³⁶. Dessa forma, aliando o uso do “Quando há arte?” (conceito goodmaniano) com a teoria dantiana (que serão analisados no Capítulo 3), a pesquisa supõe a existência de processo de emulsão entre arte e moda.

Valendo-se de uma analogia com a química, acredita-se que existe um processo de emulsão entre arte e moda, propiciada pela expansão do conceito de arte e moda a partir da década de 1960. A emulsão é “uma dispersão coloidal de um líquido em outro, geralmente estabilizada por um terceiro componente tensoativo” que pode ser denominado de agente emulsificante, que “se localiza na interface entre as fases líquidas” (JAFELICCI JUNIOR; VARANDA, 1999, p.13). Em outras palavras, emulsão é uma mistura entre dois líquidos, inicialmente imiscíveis, que são homogeneizados pela adição de um agente emulsificante, formando uma mistura estável, que a olho nu torna-se impossível diferenciar quais são as substâncias iniciais do processo. Ressalta-se que o agente emulsificante “reduz a tensão superficial na interface das fases imiscíveis, permitindo, portanto, que elas se misturem” (EMULSIFICANTES, 2013, p. 51). É uma substância adicionada à emulsão para manter sua estabilidade cinética tornando-a, razoavelmente, estável e homogênea.

Supõe-se que a arte e a moda poderiam ser emulsionadas e o agente emulsificante, que auxilia e permite a formação de uma mistura estável, seria a própria historicidade, mais precisamente a partir da década de 1960, momento em que houve uma expansão dos conceitos de arte, de modo que surgem diálogos e intercâmbios, integrando domínios multidisciplinares com diversas outras áreas, como o da moda. Acredita-se que, a partir desse período, existe a possibilidade de convergências e, conseqüentemente, emulsão entre moda e arte.

Sendo um conceito historicamente construído, o processo de emulsão entre arte e moda teve seu início na segunda metade do século XX e sua efetiva consolidação na década de 1980. Conforme Germano Celant (1999, p. 176), é a partir da década de 1980 que “a diferenciação entre arte e moda tende a desaparecer, quase como se o corte que definia seus contornos tivesse conseguido, através de um sucessivo processo de colagem, sobrepô-las e uni-las”. Ao tentar

³⁶ Salienta-se que a pergunta “Quando moda é arte?” já foi utilizada por pesquisadores, aqui cito em especial a professora Renata Pitombo Cidreira, que em seu livro *Os sentidos da Moda e Artisticidade* utiliza o questionamento “quando e como moda é arte?” (CIDREIRA, 2005, p.91).

responder à pergunta já citada anteriormente “Se algumas obras de vanguarda de Rei Kawakubo podem funcionar como obra de arte?” Acrescenta-se também “Quando as obras de Kawakubo são arte?”

Para responder às perguntas aqui propostas, é necessário entender as questões teóricas que envolvem moda e arte, sobretudo no século XX. Assim, no próximo capítulo serão abordadas questões relativas à teoria da moda, para, posteriormente, ser descrito, em uma perspectiva histórica, o diálogo e/ou a convergência entre moda e arte.

2. O DEBATE SOBRE A MODA: CONCEITO E HISTÓRIA

Souza (1996) relata que “a maior dificuldade ao tratar um assunto complexo como a moda é a escolha do ponto de vista”. A autora ainda observa que a moda está relacionada à estrutura social, acentuando a divisão em classe; além disso, ela harmoniza o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós e o socializador; como também retrata ideias e sentimentos, “pois é uma linguagem que se traduz em termos artísticos. Essa expressão artística de uma linguagem social ou psicológica – o aspecto menos explorado da moda – talvez seja uma de suas faces mais apaixonantes” (p. 29).

É importante deixar claro que o ponto de vista abordado pela pesquisa discute a relação entre moda e arte com foco no século XX, mais precisamente, a possibilidade de algumas obras específicas de Rei Kawakubo, das décadas de 1980 e 1990, terem seu funcionamento como obra de arte. Antes de entrar na discussão principal desta tese, é necessário, para uma melhor compreensão do fenômeno moda, traçar uma breve explicação entre moda e vestuário, para, posteriormente, descrever alguns conceitos e teorias sobre o assunto, demonstrando que a moda tem enorme complexidade e que pode ser analisada sob diversas perspectivas teóricas. Salienta-se que, a perspectiva teórica abordada na pesquisa está relacionada com as teorias histórico – filosóficas de Danto e Goodman (que serão discutidas no próximo capítulo) de um possível funcionamento da moda em arte. Esse capítulo visa descrever alguns “olhares teóricos” sobre costumes, vestimentas e moda, com intuito de demonstrar as várias possibilidades existentes em relação ao assunto.

Dessa forma, iniciando a reflexão sobre moda e vestimenta pode-se afirmar que não é difícil encontrar em alguns discursos que trabalham a problemática do vestuário uma associação entre os trajes primitivos com a moda. A moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações, pois é uma construção essencialmente socio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade, ou seja, ela é cultural, histórica, localizável no tempo e no espaço. O conceito moda era totalmente desconhecido por povos primitivos, ainda que suas indumentárias sirvam, atualmente, como fonte histórica e como referência estética (CIDREIRA, 2005).

A moda pode ser analisada de diversos ângulos, pois está relacionada a diferentes áreas de interesse, como vestuário, corpo, consumo, identidade, entre outros. Simmel (2008) faz uma distinção clara entre moda e vestuário, pois considera a moda um fenômeno social amplo que se

aplica a todas as arenas sociais, sendo o vestuário apenas um caso entre muitos. O vestuário e a moda, mesmo ligados, não podem ser confundidos. “O vestuário proporciona o exercício da moda, e esta atua no campo do imaginário, dos significantes; é parte integrante da cultura” (SANT’ANNA, 2009, p. 75).

Kawamura (2004) afirma que a moda no sentido mais amplo pode ser definida como o modo coletivo de comportamento, pensamento ou apetrechos valorizados em uma dada sociedade em um dado momento. A mudança é inerente ao conceito mais amplo de moda, que pode ser aplicado a praticamente qualquer fenômeno social, como literatura, arte, gestos ou atitudes. No sentido estrito, moda refere-se ao fenômeno particular de 'moda-vestuário', que é o modo de vestir institucionalmente produzido, comercializado e valorizado, característico de uma determinada sociedade ou de determinados grupos dessa sociedade em um determinado momento. A mudança também é inerente ao vestuário. As análises sociológicas e outras análises da moda geralmente se alternam entre as duas perspectivas, e é, exatamente, essa ambiguidade que confunde o tópico. Os dois devem, no entanto, ser mantidos analiticamente distintos. Salienta-se que o foco dessa pesquisa tem a moda relativa ao vestuário como objeto de estudo.

Importa ressaltar que a moda, desde sua instalação no Ocidente, não possui conteúdo próprio, é uma forma específica de mudança social, e não está ligada a um único objeto determinado, mas é, em primeira instância, um dispositivo social definido por temporalidades breves, por reviravoltas, mais ou menos, fantasiosas e que podem, com isso, afetar diversas esferas da vida coletiva. Até os séculos XIX e XX foi o vestuário, sem dúvida alguma, que encarnou mais ostensivamente o processo de moda (LIPOVETSKY, 1989).

Lipovetsky (1989) define, por meio de uma perspectiva histórica, quatro momentos para a moda. Um primeiro momento se impôs durante cinco séculos, de meados do século XIV à metade do século XIX. É a fase inaugural da moda em que “revela seus traços sociais e estéticos mais característicos, mas para grupos muito restritos que monopolizam o poder de iniciativa e de criação”. Trata-se do estágio “artesanal e aristocrático da moda” (LIPOVETSKY, 1989, p. 25).

O segundo momento, denominado pelo autor de “Moda de cem anos”, está associado ao surgimento da alta-costura. Esse período tem início na metade do século XIX e seu fim na década de 1960. Nesse período, a moda tornou-se um modelo de irradiação de tendências para todas as esferas. E “ainda que tenha favorecido a ampliação de gostos de originalidade e multiplicado o número dos modelos de vestuário” esse período que “expandiu-se em ordem agrupada, deu

continuidade à tradicional primazia do conformismo estético de conjunto, o clássico ‘despotismo’ da moda” (LIPOVETSKY, 1989, p.141).

Já o terceiro momento, denominado de “Moda aberta” inicia-se na década de 1960. Nesse momento, houve a transposição da ditadura da alta-costura para uma maior liberdade expressiva, inspirada pelas ruas e reforçada pela confirmação dos jovens como grupo de consumo. A moda não estaria mais vinculada meramente ao *status* ou a uma classe social, mas ao estilo de vida. Por fim, o quarto e último momento seria intitulado de “Moda Consumada”. Essa fase seria a consequência da “Moda Aberta”, pois é fundamentada na dilatação do sistema em vários sentidos, em suas relações e vetores. Suas bases vinculadas à efemeridade, ao individualismo e ao esteticismo são fluxos, intensamente, presentes na subjetividade contemporânea.

Nota-se que na “Moda aberta” surgem gostos, comportamento individuais e coletivos, “mudanças de atitudes testemunham, na esfera da moda, a emergência da dominante neonarcísica das personalidades contemporâneas” (LIPOVETSKY, 1989, p.141). Esse momento significa precisamente o fim do “despotismo” da “Moda de cem anos”, desse período em diante a “rua está emancipada do fascínio exercido pelos líderes de moda, já não assimila mais as novidades senão em seu próprio ritmo, ‘à escolha’. No público apareceu um poder fortemente ampliado de filtragem e de distanciamento em matéria de aparência, significativo da escalada individualista das vontades de autonomia privada” (p.141). Lipovetsky afirma que o furor da minissaia (em meados da década de 1960) foi sem dúvida o primeiro elo desse processo de autonomização.

Pode-se dizer que a moda aberta é caracterizada pela “*autonomização* do público em relação à ideia de tendência, a queda do poder de imposição dos modelos prestigiosos” (p.142). Institui-se uma espécie de sistema dual na ordem das aparências:

De um lado, uma oferta sempre muito precipitada e inconstante; do outro, uma demanda sem fidelidade e “emancipada”, que não anda a passo cadenciado. Um ciclo está fechado: a moda de vestuário, há séculos o próprio símbolo das mudanças rápidas de adoção e de difusão, colocou-se em velocidade de cruzeiro, a autonomização individualista, longe de conduzir à mudança cada vez mais rápida de gostos e de estilos, tende mais para uma certa “sabedoria” frívola, para um certo poder moderador entre os consumidores” (LIPOVETSKY, 1989, p.142).

Nesse momento o “fora de moda” e o “na moda” desaparece aos poucos, suas fronteiras se confundem³⁷. Nessa nova configuração da moda, “o novo não desqualifica mais subitamente o

³⁷ Sem dúvida há sempre uma última moda, mas sua percepção social é mais vaga, perdida que está na confusão pletórica dos criadores e dos diversos looks (LIPOVETSKY, 1989, p.142).

antigo; as injunções drásticas da moda se apagam, paralelamente ao impulso dos valores psi, comunicacionais e humorísticos” (p. 142). Esse “novo dispositivo é aberto, sem barreiras, não diretivo” (p. 143). Instaura-se uma moda em que se aceita quase todos os vestuários, em que cada vez menos se julga o Outro em relação a uma norma.

Evidentemente, ainda existem as obrigações sociais, “ainda que que numerosos códigos e modelos estruturam a apresentação de si, as pessoas têm doravante uma margem de liberdade muito maior do que antigamente: não há mais uma norma única da aparência legítima” (p. 143), os indivíduos têm a possibilidade de escolher entre vários modelos estéticos. (LIPOVETSKY, 1989).

A moda aberta pode ser considerada uma revolução na moda. Uma mudança intensa que pôde possibilitar o repensar do conceito moda. E uma dessas possibilidades de reflexão vão de encontro com o objeto dessa pesquisa, ou seja, acredita-se que a partir da expansão do conceito moda (refletida no surgimento da moda aberta) existe a possibilidade de se percebe que a roupa transcende a função de cobrir o corpo e é capaz de provocar transformações e experiências intensas e inovadoras na relação corpo-roupa³⁸.

Ressalta-se que a moda pode ser olhada por diversos ângulos, assim, diante da complexidade do estudo do fenômeno moda, das vestimentas e dos costumes, alguns teóricos adentraram nesse campo de investigação. No século XV, obras sobre a história dos costumes começaram a ser produzidas, entretanto, foi somente a partir do século XIX, com o estabelecimento da história como campo do saber científico que as primeiras produções consideradas mais “científicas” começaram a aparecer. Entre elas, encontravam-se estudos que abordavam simples descrições dos trajes que traziam dados sobre as mudanças de silhuetas, descrevendo as diversas formas vestimentares de determinadas épocas, como também reflexões científicas sobre o vestuário, acerca de sua evolução e suas possíveis causas e contextos históricos, considerando aspectos sociais, como também a indicação de eventos e sua análise (SANT’ANNA, 2009).

De acordo com Waquet e Marion (2002), existem cinco campos de conhecimento que exploram a moda como temática de pesquisa. O primeiro seria o campo econômico que visa analisar os mecanismos de consumo de moda. Entre os teóricos que estudaram essa relação está o

³⁸ Acredita-se que na década de 1960 a expansão do conceito moda pode ter sido influenciado pela surgimento da “Moda aberta”, assim como a expansão do conceito de arte foi oriundo de uma mudança histórica da arte com a inflexão do fim da arte em que qualquer objeto banal pode ser considerado arte (esse tema será melhor aprofundado no capítulo 03).

economista e sociólogo estadunidense Thorstein Veblen, que pesquisou sobre o caráter ostentatório do consumo de moda, fator de estratificação e segregação social.

O segundo campo é o sociológico. Nessa perspectiva, há ênfase para a dinâmica social como a produção, a difusão, ou o consumo de produtos de moda. Os estudos sociológicos relacionados à moda pesquisam tanto o sentido da imitação e da distinção como, também, a concepção da moda como uma dinâmica social autônoma. Herbert Spencer, Gabriel de Tarde e George Simmel são nomes importantes nesse campo de análise.

O terceiro é o campo semiológico e estuda a moda como signo da sociedade, defendendo que a roupa é um campo imagético. Como referência teórica, tem-se o pesquisador Roland Barthes, que, mesmo antes de escrever o livro *Sistema da Moda* (1967), já se dedicava em produzir pequenos ensaios sobre o tema.

Já, no campo filosófico, a moda apareceu recentemente como objeto de estudo. Lipovetsky (1989) analisa a moda a partir do conceito do novo concernente à constituição da sociabilidade moderna. Baudrillard conecta a roupa a um sistema maior de objetos-signos, considerando a moda como universal, um fato social total. O último campo de análise diz respeito à psicanálise e à psiquiatria e a pesquisa se volta para as relações inconscientes que o indivíduo estabelece com a aparência e com as roupas.

Pode-se afirmar que as teorizações mais relevantes para a discussão da moda iniciaram-se em fins do século XIX com as contribuições de Herbert Spencer, Gabriel de Tarde, Thorstein Veblen. No começo do século XX com Georg Simmel, as pesquisas desses teóricos são consideradas clássicas no estudo sobre moda. Os trabalhos que desenvolveram, em linha gerais, englobam as diferenças entre moda e tradição, a abrangência da moda na sociedade e defendem que existem duas características que regulam a moda: a imitação e a diferenciação. A pesquisa do antropólogo Edward Sapir, ainda no começo do século XX, também foi, extremamente, relevante. Posteriormente, novas considerações surgiram a partir dos anos 1960, como é o caso da tentativa de interpretação da moda a partir da semiologia de Roland Barthes e, logo em seguida, Jean Baudrillard, que contribuiu significativamente para as interpretações de Gilles Lipovetsky nos anos 1980, ou a relevante discussão ainda nos anos 1970 de Pierre Bourdieu a respeito da distinção. De qualquer maneira, ainda que exista uma distância temporal que marca tais obras, é observável um fio de continuidade que as une a partir das contribuições dos autores do século XIX.

Herbert Spencer (1820 -1903), em 1854, foi o primeiro a explicar a relação da moda com

a estrutura social, revelando que sua base se encontra nos processos de imitação e diferenciação social. Sua teoria parte da ideia de que a mutabilidade da moda decorre do fato de as classes inferiores, em busca de respeitabilidade social, copiarem os modos de ser e parecer das classes superiores. As classes mais abastadas, para manterem a distância, seriam obrigadas, então, a modificar ou a criar novas modas, substituindo as que foram adotadas pelas classes economicamente inferiores. A partir de um duplo movimento de imitação e distinção, ocorreriam as mudanças da moda. Dessa forma, para o autor a moda tem por base a imitação, sendo que essa decorre de dois motivos: o respeito inspirado por aquele que se imita ou o desejo de afirmar que está em igual situação. “A imitação competitiva teria começado no bojo da sociedade moderna europeia e na constituição de uma classe rica o suficiente para rivalizar em ostentação suntuária com grupos socialmente mais evidenciados” (SANT’ANNA, 2009, p. 82). Para Spencer, a moda se insere como elemento de identificação, como também de distinção entre grupos, e pode ser pensada a partir da articulação dos termos: imitação e distinção, que se inserem dentro de um processo simultâneo e incessante.

Gabriel de Tarde (1843- 1904), em 1880, sustenta o papel de imitação atribuída à moda por Spencer. Para Tarde, a moda é uma forma de relação social, ou seja, fundamentalmente, um meio de reunir os sujeitos em uma sociedade caracterizada por um interesse coletivo pela novidade e pelo processo de imitação entre os homens. Dessa forma, é a semelhança entre os indivíduos que institui o elo da sociedade. Para o autor, a moda esteve presente em todas as civilizações e em todas as épocas, transformando-a em uma categoria trans-histórica. Tarde dividia os períodos históricos em: “era dos costumes” e “era da moda”. Ambos, a moda e o costume, são formas de imitação, mas uma opõe-se à outra (apud LIPOVETSKY, 1989).

Nesse sentido, o costume está relacionado com a tradição, é uma imitação rotineira do passado, ou seja, é a normalidade rotineira de uma imitação que consente que as entidades sociais se reproduzam de maneira idêntica. Na “era dos costumes” há prevalência do prestígio da antiguidade e a imitação dos ancestrais. Já a moda, que é uma imitação do longínquo (no sentido temporal ou espacial), tem relação com o efêmero, é menos aguardada, é surpreendente e produz o novo. A moda é vista como algo que vai além da produção do vestuário e se estabelece em toda teia social. Além disso, Tarde (1880) afirma que a moda é muito mais do que uma simples instituição frívola, ela é uma forma de temporalidade e de uma sociabilidade específica, é uma fase e uma estrutura da vida coletiva (apud LIPOVETSKY, 1989).

Thorstein Veblen (1898), economista norte-americano, pode ser considerado um pioneiro na aproximação teórica da questão da moda a partir da perspectiva do consumo. A ideia mais frequentemente associada a ele é, seguramente, a do consumo conspícuo como pauta de distinção social. Tal noção é desenvolvida pelo teórico em sua obra *Teoria da classe ociosa*, no qual há um capítulo sobre a vestimenta como expressão da cultura pecuniária. Por classe ociosa, o autor compreende as classes cuja característica comum estaria no exercício de ocupações não industriais³⁹.

Essas ocupações se ramificam em quatro espécies: ocupações governamentais, guerreiras, religiosas e esportivas. Segundo o autor, o aparecimento da classe ociosa coincide com o da propriedade, cujo motivo estaria na emulação. “A propriedade surgiu e se tornou uma instituição humana sem relação com o mínimo de subsistência. O incentivo dominante desde o início foi a distinção odiosa ligada à riqueza; exceto temporária e excepcionalmente, nenhum outro motivo se lhe sobrepôs em qualquer estágio posterior de desenvolvimento” (VEBLEN, 1985, p. 27).

Segundo o autor, o consumo e o ócio ostentoso são símbolos de *status*, com o advento da industrialização, a forma de consumo (baseado no dispêndio de dinheiro em bens) começa a superar o ócio conspícuo (dispêndio de tempo em atividades não lucrativas):

Quando a diferenciação aumenta e se torna necessário atingir um ambiente humano mais vasto, o consumo começa a superar o ócio como meio ordinário de decência. Nessa altura os meios de comunicação e a mobilidade da população expõem o indivíduo à observação de muitas pessoas que não têm outros meios de julgar da sua boa reputação exceto mediante a exibição de bens (e talvez de educação) que ele esteja apto a fazer enquanto estiver exposto à sua observação direta (VEBLEN, 1985, p. 56-57).

Nas circunstâncias das sociedades modernas diferenciadas, o consumo passa a ocupar o lugar do ócio como manifestação de *status*. Vale ressaltar que Veblen não viveu em “nossa época” em que o mesmo ócio passa a ser encarado como um bem de consumo. Entretanto, já assinalava nessa direção ao considerar o sentido da moderna organização do trabalho, ou seja, “Veblen aponta para a mobilidade social e para a crescente individualização de nossas sociedades modernas, como outro fator que opera na mesma direção: converter o consumo ostentoso em símbolo social da própria respeitabilidade” (GONZALEZ, 2008, p. 32). Dessa forma, para manter uma boa

³⁹ Atividade industrial, segundo Veblen, é “todo esforço que tem por fim valorizar a vida humana por meio da exploração do ambiente não-humano” (VEBLEN, 1985, p. 19).

reputação⁴⁰ é necessário existirem gastos, não com objetos necessários, mas, sim, com coisas supérfluas. Consequentemente, o ato de consumo abandona seu puro *status* material e converte-se em um depositário de significados sociais, e, em última análise, em símbolo da mesma estratificação social, ou seja, o consumo não é apenas um ato material, mas transforma-se em um ato simbólico.

E dentre as formas de consumo conspícuo, Veblen destaca o vestuário, pois entre todos os elementos de exibição de poder, a vestimenta levaria vantagem sobre a maioria, pois está sempre em destaque nos corpos dos usuários e proporciona uma imediata consideração de sua força pecuniária. O autor deixa claro que existem três princípios da teoria econômica da vestimenta, quais são: (i) o consumo: “a aparência deve demonstrar a habilidade da unidade econômica do usuário de pagar por coisas que em si mesmas não têm utilidade alguma”; (ii) a novidade: “a aparência deve demonstrar que as peças foram usadas, porém por um período curto de tempo”; (iii) a inaptidão: “deve mostrar a incapacidade do usuário de qualquer lucrativa, e deve também deixar claro que é permanentemente incapaz de qualquer esforço útil” (VEBLEN, 2003, p.125 apud GONZALEZ, 2008, p. 48). Essa teoria deixa o motivo estético e ornamental em lugar secundário, mas isso não quer dizer que o motivo estético desapareça totalmente. Assim, “o vestuário não apenas deve ser conspícuamente dispendioso e incômodo (para evidenciar o não-trabalho de seu usuário): deve, ao mesmo tempo, estar na moda” (VEBLEN, 1985, p. 101).

Para o economista, é a moda a expressão mais perfeita do consumo conspícuo. Para ele, a moda em sua essência é uma forma de distinção social, na qual incidem elementos estéticos, que não são determinantes. Ao contrário, os elementos estéticos são, até certo ponto, secundários à moda. O princípio central da moda está em ser um meio para simbolizar o *status* e a classe social que interpreta, acima de tudo, em formas pecuniárias. Veblen (1985), em sua teoria, mostra a sintonia entre moda e modernidade, pois demonstra a relação entre moda e mobilidade social (característica da sociedade moderna). Ele destaca como a aparência é ressaltada, em um mundo urbano-industrial, como mecanismo de exibição de posicionamentos socioeconômicos e de interações socialmente estabelecidas.

Outro pesquisador que teve uma contribuição expressiva para a teoria da moda com foco

⁴⁰ “Salienta-se que não é que a boa reputação esteja diretamente ligada ao consumo ostentoso, mas que o consumo ostentoso guia o consumo de vestimenta em uma segunda instância: através do cânone de gosto e decência que ele mesmo inspira” (GONZALEZ, 2008, p.52).

na distinção social foi o sociólogo e filósofo alemão Georg Simmel. Segundo Cidreira (2014), pode-se encontrar nos escritos do autor uma atenção às pequenas particularidades da vida, como temas que envolvem a cidade, o feminino e a própria moda.

Simmel (2008) parte de uma concepção antropológica de que o ser humano é um ser dualista. O autor relata que o indivíduo, por um lado é guiado para uma tendência vinculada ao geral e, por outro pela necessidade de captar o individual. Dessa forma, há um tensionamento entre a diferença e a identidade, dualismo que se revela na história da sociedade, “na luta, no compromisso, nas conciliações lentamente adquiridas e depressa perdidas, que surgem entre a fusão com o nosso grupo social e o esforço individual por dela sair” (p. 22). Ou seja, tais conflitos são oriundos de lutas dicotômicas, de um lado tendências que visam singularizar e, de outro, universalizar.

Desde seus primeiros textos, Simmel (2008) sempre chamou atenção para a questão da diferenciação social. Para ele, em uma sociedade como a sociedade moderna, a moda produz um momento de homogeneidade de grande importância, que compensa, ou equilibra de certa forma, as tendências desagregadoras da diferenciação.

E no interior desses opostos, “uma vertente dos mesmos é sustentada principalmente pela tendência psicológica da imitação”. Ela opera uma espécie de “transição da vida do grupo para a vida individual”. Ela oferece ao sujeito a possibilidade de assimilar-se em meio ao grupo, tornando-se parte dele, como um “receptáculo de conteúdos sociais” (SIMMEL, 2008, p. 22-23). Mas, o fenômeno da imitação possui, também, um polo opositor, que se manifesta na diferenciação individual, ou seja, o princípio negador do imitar – o inventar. Para Simmel (2008), a moda encontra-se entre duas instâncias, aparentemente contraditórias, mas que são complementares: (i) a necessidade de o sujeito imitar e (ii) a vontade de individualizar-se, ou seja, singularizar-se por meio da originalidade. Assim, a moda:

[...] é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar (SIMMEL, 2008, p. 24).

Ligar e distinguir, aproximar e afastar. Essas são as funções dicotômicas fundamentais que se encontram unidas na moda, pois consentem que o sujeito não permaneça sozinho em sua ação e, ao mesmo tempo, possibilita a singularidade e a manifestação do gosto individual. E para Simmel

(2008), devido a essa característica dual própria, a moda é sempre uma moda de classe, ou seja, ela é um produto das lutas entre classes sociais, porque as modas da classe mais alta se diferenciam das modas da classe inferior e são deixadas de lado no momento em que essa última começa a apropriar-se daquela. A moda “é um produto da divisão de classes e comporta-se como muitas outras configurações, sobretudo como a honra, cuja dupla função é formar um círculo social fechado e, ao mesmo tempo, isolá-lo dos outros” (SIMMEL, 2008, p. 25).

Existem duas funções básicas que constituem a condição da realidade do fenômeno moda: ela ao mesmo tempo une e diferencia, ou seja, ela conjuga a tendência, a equiparação social com a tendência à distinção social. É correto afirmar que essa “dupla função” se encontra na base fundante da moda e se, por acaso, em algum momento e lugar, esse caráter duplo deixar de existir, a moda perderá suas condições de existência, ou seja, caso a necessidade de integração e a necessidade de segregação deixem de responder, o processo moda, automaticamente, paralisa.

Observa-se que os quatro teóricos (Spencer, Tarde, Veblen e Simmel) aqui citados foram retomados por muitos outros estudos posteriores. Sobre diversos pressupostos, os autores construíram a ideia da relação entre imitação e distinção como fator explicativo para o surgimento do processo moda, além disso analisaram tal fenômeno pelo viés do reforço da hierarquia social.

O sociólogo Pierre Bourdieu (1930- 2002), a partir da formulação de Simmel, acredita que a distinção, construída a partir da apropriação do poder simbólico contido nos objetos de desejo e que pode promover tanto a imitação como a diferenciação social entre grupos, se torna o motor da economia dos bens simbólicos (BOURDIEU, 2002). Ou seja, no caso da moda, a produção de bens simbólicos, como por exemplo os produtos de grife sob licença, explora a distância cultural entre a casa (*a maison*), o criador e seus consumidores que desejam se apropriar de uma parte da magia da grife (CIDREIRA, 2005).

Para Bourdieu (2015), a moda, como prática de cultura⁴¹, é um fenômeno que propicia a

⁴¹ Entende-se como prática de cultura todo tipo de comportamento cotidiano, toda ação que faz parte da rotina dos indivíduos ou dos grupos, toda prática que, compondo nosso dia a dia, explicita um modo de ser e fazer dos agrupamentos humanos. Dessa maneira, as práticas de cultura podem se enquadrar nas ações mais triviais como, por exemplo, as maneiras de se alimentar ou de se vestir; nas escolhas mais extraordinárias como as relativas à participação de uma associação política, religiosa, artística ou de uma opção de lazer ou de turismo; ou mesmo comportamentos relativos à escolha de um livro para ler, bem como a tendência por uma expressão estética. Valeria lembrar também toda sorte de ações, ora consciente ora inconsciente, expressa em um movimento corporal quase instintivo, o andar, o sentar, o falar, o gesticular com as mãos e até mesmo a ação de fazer um sinal da cruz em frente a uma igreja ou beijar uma mezuzá ao sair ou entrar em casa. Contudo, vale salientar que as opções por uma prática ou outra não são neutras ou naturalizadas. Isto é, como produtos de uma história social, todas as escolhas ou pré-

realização do diálogo entre indivíduo e sociedade. Pode-se dizer que a moda e todas as práticas de cultura, suas estratégias de sociabilidade e controle seriam práticas pelas quais os sujeitos e os grupos se mantêm ligados ou se dissociam a partir da transmissão, comunhão ou diferenciação de sentidos.

Ressalta-se que, para um melhor entendimento da moda como expressão cultural, em Bourdieu, se faz necessária a compreensão dos conceitos de *habitus* e de campo desenvolvidos pelo autor. *Habitus* surge, como um conjunto de princípios que geram e organizam práticas e representações. É um conceito que possui condições de conciliar a realidade exterior e realidades individuais. É um “sistema de disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes” (BOURDIEU, 2007, p. 191). Ou seja, pode ser entendido como um sistema individual de esquemas, socialmente formado por disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), construído nas e pelas experiências práticas, continuamente orientado para funções e ações do agir cotidiano. Portanto, pode ser interpretado “como um conjunto de esquemas de percepção, apropriação e ação, experimentado e posto em prática na medida em que a conjuntura de um campo o estimula” (SETTON, 2008, p. 128).

Dito isso, percebe-se que existe uma relação de interdependência entre os conceitos de *habitus* e campo. Para Bourdieu (2002), o espaço social é multidimensional e se apresenta como um campo de forças em disputa, ou seja, é um conjunto em aberto de campos relativamente autônomos. Cada campo possui uma lógica original, suas próprias regras, princípios e uma hierarquia própria. Eles são definidos a partir de tensões e conflitos no que concerne “à sua própria delimitação e construídos por redes de relações ou de oposições entre os atores sociais que são seus membros” (CHARTIER, 2002, p. 140). Para Bourdieu, a sociedade é formada por diversos campos. E cada campo seria um espaço de relações entre grupos com distintas posições sociais, espaço de conflitos, disputas e jogos de poder. Cada campo, como estrutura de relações objetivas, opera segundo um tipo de capital específico, como recurso de poder, definindo, assim, os posicionamentos em seu interior, entretanto, há também uma hierarquia entre os capitais nos diferentes campos.

No que se refere à moda, vale observar que Bourdieu conjuntamente com Delsaut a definem

disposições são resultado de condições de socialização específicas que traduzem nosso pertencimento numa dada estrutura social (SETTON, 2008, p. 122-123).

como campo, no texto *O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia*, publicado inicialmente em 1975 na revista francesa *Actes de la Recherche em Siences Sociales* (BOURDIEU; DELSAUT, 2001). Nesse texto, os autores procuram analisar como determinadas vestimentas transcendem sua materialidade e transformam-se em “auráticas” no universo da alta-costura. Para os autores, é o estabelecimento da grife, o momento em que ocorre a transformação da roupa, ou seja, a vestimenta, de simples mercadoria transfigura-se em um objeto dotado de alto valor simbólico e econômico. E a assinatura do estilista (ou costureiro, conforme o texto) institui o ato decisivo de marcação. Os autores discordam de que a superioridade desses artefatos é proveniente de uma excepcional manufatura dos criadores. Conforme discorrem:

No caso da alta-costura, a questão se coloca em termos bastante originais, porque todo o aparelho de produção e circulação está orientado especificamente não para a fabricação de objetos materiais, mas – como mostra perfeitamente a estratégia dos costureiros que vendem suas criações (sob a forma de licença) sem que eles mesmos produzam objetos – para a produção do poder quase mágico, atribuído a um homem singular, de produzir objetos que são raros pelo simples fato de que ele os produz, ou, melhor ainda, de conferir raridade pela simples imposição da grife, como ato simbólico de marcação, a quaisquer objetos, inclusive, não fabricados por ele (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 36).

Portanto, o imperativo da grife não requer, necessariamente, uma relação direta entre a mão do criador e a criação, o valor da assinatura não provém da raridade dos artefatos, mas da capacidade do estilista de distinguir-se, singularizar-se, de criar e promover seu nome, para então, associá-lo aos objetos, que, por identificação, obtém o *status* de raridade. Conforme os autores,

[...] é produzindo a raridade do produtor que o campo de produção simbólico produz a raridade do produto: o poder mágico do ‘criador’ é o capital de autoridade associado a uma posição que não poderá agir se não for mobilizado por uma pessoa autorizada, ou melhor ainda, se não for identificado com uma pessoa e seu carisma, além de ser garantido por sua assinatura (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 38).

Isso posto, assevera-se que o costureiro possui lugar notório nesse universo. Bourdieu e Delsaut (2001) afirmam que o poder do criador estaria em sua “capacidade de mobilizar a energia simbólica produzida pelo conjunto dos agentes comprometidos com o funcionamento do campo” (p. 45), sejam eles jornalistas incumbidos de “valorizar as operações de valorização dos criadores” (p. 45), intermediários e clientes ou mesmo outros criadores que, “na e pela própria concorrência, afirmam o valor das implicações da concorrência” (p. 45). Além disso, para um sujeito conseguir

chegar ao posto de criador de moda não basta estar munido de talento e criatividade, segundo os autores, os principais estilistas que alcançaram prestígio naquele momento foram os que conseguiram acumular capitais específicos, como por exemplo, o conhecimento sobre a área de trabalho e atuação profissional como também, a obtenção de uma vasta rede de relações oriunda de sua passagem por antigas *maisons*. Destarte, são os capitais como o conhecimento e a autoridade acumulados das experiências em algumas *maisons* que possibilitaram alguns sujeitos ocuparem um lugar de destaque. Infere-se que o campo da alta-costura é estruturado por diversos capitais distribuídos desigualmente pelas *maisons*.

O campo da alta-costura deve sua estrutura à distribuição desigual, entre as diferentes “*maisons*”, da espécie particular de capital que é o fator da concorrência neste campo e, ao mesmo tempo, a condição de entrada em tal competição. As características distintivas das diferentes instituições de produção e difusão, assim como as estratégias que elas utilizam na luta que as opõe dependem da posição que ocupam nessa estrutura (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 8).

Desse modo, existem, de um lado, as empresas dominantes, que naquele momento eram, por exemplo, a Dior e Balmain e, de outro, as dominadas como a Paco Rabane e Ungaro. As primeiras, *maisons* devotadas à antiga clientela, são confrontadas pelas *boutiques* de vanguarda dos novos ingressantes do campo; encontram-se nos espaços mais antigos e consagrados de Paris, defendem a austeridade no luxo e a elegância sóbria. As segundas estão nos espaços mais jovens e descolados e defendem as ousadias heréticas. Assim sendo, há a polarização entre o polo dominante do luxo austero da ortodoxia e o polo dominado do ascetismo ostensivo da heresia. Entre esses polos, os estilistas dividem-se em duas estratégias tanto estéticas quanto comerciais: a de conservação e a de subversão.

Para alguns, as estratégias de conservação que visam manter intacto o capital acumulado (o “renome da qualidade”) contra os efeitos da translação do campo e cujo sucesso depende, evidentemente, da importância do capital possuído e também da aptidão de seus detentores, fundadores e, sobretudo herdeiros, em gerir racionalmente a reconversão, sempre arriscada, do capital simbólico em capital econômico. Para outros, as estratégias de subversão, que tendem a desacreditar os detentores do mais sólido capital de legitimidade, a remetê-los ao clássico e, em seguida ao desclassificado, colocando em questão suas normas estéticas e apropriando-se de sua clientela presente, ou em todo caso, futura, por meio de estratégias comerciais que não poderiam ser utilizadas pelas “*maisons*” tradicionais, sem comprometerem sua imagem de prestígio e exclusividade (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 9-10).

Os dominantes não se arriscam em mudanças drásticas, ou seja, para eles “basta ser o que já são”, os novos precisam subverter as regras e se mostrar inovadores, ousados e geniais. E tal genialidade seria coletiva, envolvendo todos os agentes participantes do campo da moda.

“Entender a moda como um campo significa reconstruir as posições existentes nesse meio e as trajetórias sociais de seus ocupantes, os capitais que foram capazes de acumular ao longo de suas experiências e que lhes imputaram determinadas atitudes” (SIMIONI, 2008, p. 20). A abordagem utilizada pelos autores traz incríveis ganhos analíticos à medida em que complexifica as análises sobre a moda.

Alguns críticos tentam diminuir o trabalho de Bourdieu por interpretarem que a análise realizada é historicamente datada, visto que a alta-costura teria acabado ou diminuído, vertiginosamente, com o surgimento do prêt-à-porter⁴². Mas, no fim do texto, *O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia*, Bourdieu e Delsaut conseguiram apontar questões atuais sobre as modificações ocasionadas pelo advento da democratização do consumo. Segundo Bourdieu e Delsaut:

O que se descreve como uma crise da alta-costura não é, talvez, senão um indício, entre outros, de uma reestruturação deste aparelho ligada à aparição de novos signos de distinção (tais como esportes de luxo, viagens longas, casas de campo etc.) e a um *aggiornamento* do cerimonial tradicional da distinção burguesa que, sem dúvida, corresponde a um reforço da intolerância em relação às exibições tradicionais das marcas estatutárias de distância social (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 54).

A crise da alta-costura poderia ser interpretada como um indício da reestruturação das elites. A nova burguesia, segura de si devido às conquistas e aquisições advindas de seu trabalho, caracteriza-se pela simplicidade ostensiva e marca sua distância social não mais pelo consumo de luxo ostentatório exemplificado pela alta-costura (SIMIONI, 2008). Pelo contrário, tais mulheres, que se vangloriam de “ter mais gosto do que dinheiro” (segundo uma manchete da Revista *Jardin des Modes*), “pedem somente à alta-costura que lhes ofereça a liberdade de manifestar a certeza de seu ‘gosto’ e, simultaneamente, a ocasião de distinguir-se daquelas que, por não saber ‘descobrir’ o ‘pequeno detalhe que muda tudo’, se contentam em ir atrás e copiar” (BOURDIEU; DELSAUT,

⁴² *Prêt-à-porter* é a expressão francesa criada em 1950 para *ready-to-wear* (pronto para usar) e indica roupa comprada pronta, com caráter pluralista e confeccionada em larga escala. “Em 1949 J.C. Weill lança na França a expressão ‘*prêt-à-porter*’ tirada da fórmula americana *ready to wear*, e isso a fim de libertar a confecção de sua má imagem de marca. A diferença da confecção tradicional, o prêt-à-porter engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todos, e ainda assim ‘moda’, inspiradas nas últimas tendências do momento” (LIPOVETSKY, 1989, p.109-110).

2001, p. 60).

Entre tais detalhes, o mais perceptível é, exatamente, o mais sutil: o corpo. Objeto de estudo privilegiado nas pesquisas contemporâneas, o corpo é indicado pelos autores como, provavelmente, a mais impiedosa e efetiva das formas de dominação, pois o corpo moldado por meio de disciplinas rigorosas, dietas, exercícios específicos, procedimentos estéticos que demandam tempo e dinheiro se apresenta como algo natural, inato ao sujeito, e não adquirido. Dessa maneira, o corpo passa a ocupar um “lugar de escolha na simbólica do poder de uma parcela de classe, que deseja atribuir sua posição dominante, exclusivamente, à excelência de sua natureza” (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 62).

Infere-se que o texto traz indícios de ideias atuais, utiliza dois conceitos fundamentais quais são: campo e capital simbólico, explanando a relação entre poder econômico dos grupos sociais e poder simbólico. Evidencia a correlação entre posição social e disposições culturais, além disso propõe discutir, com base na noção de distinção, os mecanismos de produção do poder simbólico na imposição de uma tendência de moda e sua transformação em crença coletiva.

Além das teorias supracitadas vinculadas cada qual ao paradigma da distinção social, observa-se que há outra vertente que se aproxima ao paradigma do individualismo da autorrepresentação. Segundo Cidreira (2005, p. 28), por meio “da apologia do individualismo, sobretudo, nas sociedades modernas, vemos, na verdade, uma certa substituição da autorrepresentação globalizante de classe pela autoafirmação individualista”. O filósofo francês Gilles Lipovetsky, cujo tema central de pesquisa é a individualidade narcisista moderna, atualmente, é um dos autores mais conhecidos na formulação de um conceito de moda.

Em seu livro “O Império do Efêmero” o individualismo estético e opcional aparece como o espaço de recriação da autonomia individual. Tal representação da individualidade “faz da moda a alavanca histórica do processo de individualização, quebrando a cadeia da distinção social. Opera-se, portanto, uma simples substituição” (CIDREIRA, 2005, p. 29). Lipovetsky rebate as concepções sobre as análises da moda vinculadas à distinção e classes sociais, pois acredita que os mecanismos vinculados à distinção social não são suficientes para explicar a lógica de mudanças e transformações constantes da moda.

O esquema da distinção social que se impôs como a chave soberana da inteligibilidade da moda, tanto na esfera do vestuário como na dos objetos e da cultura moderna, é fundamentalmente incapaz de explicar o mais significativo: a lógica da inconstância as

grandes mutações organizacionais e estéticas da moda. Essa idéia está na origem da reinterpretação de conjunto que propomos aqui. Retomando em coro o refrão da distinção social, a razão teórica erigiu em motor da moda o que na realidade foi a sua apreensão imediata e ordinária, permaneceu prisioneira do *sentido vivido* dos agentes sociais, colocou como origem o que não é senão uma das *funções sociais* da moda. Essa assimilação da origem à função está no princípio da extraordinária simplificação que caracteriza as explicações genealógicas da “invenção” e das transformações da moda no Ocidente. Espécie de inconsciente epistemológico do discurso sobre a moda, a problemática da distinção tornou-se um obstáculo à compreensão histórica do fenômeno, obstáculo acompanhado de um jogo ostensivo de volutas conceituais capaz de mascarar a indigência da afirmação erudita. Um *lifting* teórico se impõe, é tempo de tirar as análises da moda da linha de tiro da artilharia pesada das classes sociais, da dialética da distinção e da pretensão das classes. Ao contrário do imperialismo dos esquemas da luta simbólica das classes, mostramos que, na história da moda, foram os *valores e significações culturais modernas*, dignificando em particular o *Novo* e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda da Idade Média tardia; foram eles que contribuíram para desenhar, de maneira insuspeitada, as grandes etapas de seu caminho histórico (LIPOVETSKY, 1989, p. 11, grifo do autor).

O autor valoriza a autonomia do sujeito em relação às estratégias de distinção e imitação no funcionamento do fenômeno moda. Para ele, o esquema vinculado à distinção é uma função social da moda, mas não é o responsável pelo seu surgimento. Para Lipovetsky (1989), a moda mais do que indicação dos gostos que mudam em uma certa periodicidade, é um sistema, que constitui a própria sociedade em que está presente. O sistema moda seria a própria dinâmica que produziu a modernidade. Ele analisa as mudanças ocorridas com o advento desse fenômeno, pois tais mudanças romperam com a lógica medieval e instalaram uma outra, a da própria moda.

Como seu início é datado a partir do desenvolvimento da modernidade ocidental, é impossível localizar a moda antes do final da Idade Média, pois para que o fenômeno exista é necessária uma relativa desqualificação do passado. A sociedade primitiva, que é extremamente conservadora, impede o aparecimento da moda, pois é centrada “no respeito e na reprodução minuciosa do passado coletivo”, e “não pode em nenhum caso deixar manifestar-se a sagração das novidades, a fantasia dos particulares, a autonomia estética da moda”, ela é organizada para barrar e refutar a dinâmica da mudança e da história (LIPOVETSKY, 1989, p. 27). Dessa forma, se faz necessária uma desqualificação do passado, um prestígio ao novo e uma valorização da noção do moderno em oposição ao antigo.

Contudo, a institucionalização do sistema moda, para o autor, não está relacionada apenas à ruptura com a tradição, por afastar o antigo em detrimento do novo. Está também relacionada à crença no poder do sujeito para modificar a organização da sociedade e, ulteriormente, a autonomia parcial dos agentes sociais no tocante à estética das aparências. “Antes de ser signo da desrazão

vaidosa, a moda testemunha o poder dos homens para mudar e inventar sua maneira de aparecer; é uma das faces do artificialismo moderno, do empreendimento dos homens para se tornarem senhores de sua condição de existência” (LIPOVETSKY, 1989, p. 34). Ou seja, há um reconhecimento de que o homem é capaz de criar e dominar seu mundo por meio da racionalidade, afirmando sua soberania e autonomia individual.

Outro fator que está ligado diretamente com a efetivação da moda diz respeito à adoção da mudança e das novidades como regras definitivas para a vida. Para Lipovetsky (1989), a mudança não é um fenômeno acidental, ela tornou-se regra permanente. Há sistema de moda “quando o gosto pelas novidades se torna um princípio constante e regular” e “quando funciona como exigência cultural autônoma, relativamente independente das relações fortuitas com o exterior” (p. 29).

Outro elemento que fez parte da instalação da moda foi a mudança de percepção do tempo presente, ou seja, a definição do tempo presente como eixo temporal da vida. A valorização da continuidade social e a repetição do passado se impuseram por muito tempo. A moda com seus ciclos curtos e passageiros não conseguiria se estabelecer em um ambiente dominado pela estabilidade dos valores tradicionais. Apenas quando o antigo e o tradicional não são mais cultuados e não se impõe como regra, é que a mudança e o novo se instalam na cultura. Dessa maneira, o tempo presente passa a ser privilegiado. “O surgimento da temporalidade breve da moda significa a disjunção com a forma de coesão coletiva que assegura a permanência costumeira, o desdobramento de um novo elo social paralelamente a um novo tempo social legítimo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 33).

A moda pode ter auxiliado a liberação de uma instância da vida coletiva, além da instalação de um novo tempo legítimo e uma paixão própria do Ocidente: a do moderno. E isso só foi possível a partir do reconhecimento do poder do homem e da mulher para modificar a organização da sociedade, compreendendo o indivíduo enquanto ser agente, que possui uma certa autonomia e um poder de decisão. Observa-se que o espaço social da ordem tradicional se dissolveu em benefício de outras formas de sociabilidade, fundadas nos decretos versáteis do presente.

Outro elemento inerente ao fenômeno moda foi a aceitação das mudanças estéticas, seguida do refinamento do gosto e do aguçamento da sensibilidade estética, possibilitando o aparecimento de gostos autônomos, ou seja, o sujeito pode desprender-se de normas tradicionais e antigas passando a apreciar mais individualmente as formas, afirmando, dessa maneira, um gosto mais

pessoal, podendo julgar mais livremente a vestimenta dos outros. “Aparelho de gerar juízo estético e social, a moda favoreceu o olhar crítico dos mundanos, estimulou as observações mais ou menos amenas sobre a elegância dos outros, foi um agente de autonomização do gosto, qualquer que seja, aliás, a amplitude das correntes miméticas que a sustentaram” (LIPOVETSKY, 1989, p. 39).

Um outro fator propiciado pela moda foi a exaltação da iniciativa estética, da fantasia e da originalidade, como diferencial positivado entre indivíduos. Assim, “com a moda começa o poder social dos signos ínfimos, o espantoso dispositivo de distinção social conferido ao porte das novidades sutis” (LIPOVETSKY, 1989, p. 32). Segundo o autor, a novidade transformou-se na fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir a tendência do novo e usar as últimas mudanças do momento: “o presente se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial mas prestigiosa da vida das elites” (LIPOVETSKY, 1989, p. 33).

No final da Idade Média na Europa ocidental, por meio das transformações e modificações sociais vividas naquele momento, foi instaurado um processo de individualização evidenciado pelo prazer da vida presente, ligado ao aparecimento do sistema moda. Tal contextualização histórica do surgimento da moda “implica diretamente sua conceituação, e se tais mudanças configuram a sociedade moderna, essa não é outro senão a sociedade de moda” (SANT’ ANNA, 2009, p. 88).

Lipovetsky (1989) afirma que, a partir do surgimento do amor cortês, bem como do humanismo, houve uma relativização e uma reconstrução de algumas verdades eclesiásticas que, até então, estavam vigentes, ou seja, por meio do aparecimento do humanismo e também pela dinâmica do amor cortês as concepções referentes ao homem e à sociedade se modificaram, surgindo uma ênfase ao tempo presente e ao prazer que poderia ser alcançado.

O amor cortês traz consigo um novo código de conduta em que existe uma “sublimação do impulso sexual, culto ‘desinteressado’ do amor, acompanhado da superestima e da celebração lírica da mulher amada, submissão e obediência do amante à dama” (LIPOVETSKY, 1989, p. 64). Observa-se uma vasta transformação no estabelecimento das relações entre os homens e as mulheres, especialmente, nas relações ligadas à sedução. Essa nova dinâmica amorosa, vinculada à cultura do amor cortês, demanda uma atitude poética no ato de cortejar, a sedução exige atenção e delicadeza em relação à mulher, os jogos amaneirados, a poética do verbo e dos comportamentos.

A moda, com suas transformações e mudanças, pode ser considerada uma continuação dessa nova poética da sedução, pois o homem, ao mesmo tempo que precisa agradar às mulheres por meio de seu bom comportamento, preocupando-se com sua maneira, sua linguagem e seus

modos, deve, da mesma forma, sofisticar sua aparência, escolher cuidadosamente seu vestuário. Dessa forma, afirma-se que a moda é com certeza um dos motores da realização da concepção cavalheiresca. Um sintoma dessa estética preciosista da sedução se deu na mudança da estrutura da vestimenta masculina e feminina a partir de 1350. Desde então, o vestuário marca uma diferença radical entre masculino e feminino, sexualizando como nunca a aparência.

O vestuário masculino desenha a cintura no gibão curto e valoriza as pernas apertadas em calções longos; paralelamente, a nova linha do vestuário feminino molda o corpo e sublinha as ancas, faz aparecer nos decotes os ombros e o colo. O vestuário empenha-se, assim, em exibir os encantos do corpo acentuando a diferença dos sexos: o gibão estofado dá relevo ao tórax masculino, as braguilhas terão por vezes formas fálicas; um pouco mais tarde, o espartilho, com sua armação, permitirá durante quatro séculos afinar a cintura feminina e erguer o colo (LIPOVETSKY, 1989, p. 66).

O vestuário marca a diferença dos gêneros e acentua as diferenças entre feminino e masculino, além de se consagrar como instrumento de sedução, uma forma de agradar e se fazer notar e, também como um modo de ser e de atuar na vida coletiva.

Diante disso, pode-se afirmar que a dinâmica histórica, instaurada no ocidente, a partir da Idade Média, fez surgir o sistema de moda. Ela é um fenômeno que é fruto da fusão entre a experiência estética e a experiência histórica. Pode-se considerar, então, que moda e modernidade são inseparáveis.

A moda não é só um dos mais importantes fenômenos sociais e econômicos do nosso tempo, é, também, um dos meios mais seguros de captar as motivações psicológicas, socioeconômicas, culturais e artísticas da humanidade, um dos indicadores mais sensíveis do “gosto epocal” que constitui a base de toda a valoração estética e crítica de um período histórico determinado (DORFLES, 1990).

Ao reunir algumas das contribuições teóricas a respeito da moda, afirma-se que tal fenômeno possui vinculação com diferentes paradigmas e que se constituiu um campo com várias interpretações. Uma das interpretações possíveis, além das já citadas, se encontra no campo estético. Nos últimos tempos, segundo Negrin (2012), surgiu a argumentação de que a moda (no caso aqui vestimentar) deve ser vista como uma forma de arte, e que os conceitos filosóficos da estética e da metodologia da história da arte devem ser aplicados em sua análise.

Exemplificando essa abordagem está a obra da historiadora de arte Anne Hollander (1930-2014), que afirma que “o vestuário é uma forma de arte visual, uma criação de imagens com o eu

visível como seu meio. O aspecto mais importante da roupa é a aparência dela; todas as outras considerações são ocasionais e condicionais” (HOLLANDER, 1993, p. 311). Ou seja, segundo a historiadora, a moda é uma forma de arte visual tanto quanto a pintura ou a escultura, sendo sua evolução determinada, principalmente, por considerações estéticas, e não por imperativos sociais, políticos, econômicos ou funcionais.

Negrini (2012) assevera que “embora a maioria das histórias de vestimenta explique as mudanças de moda em termos de fatores externos, como a rivalidade de classes ou o desejo de aumentar a atração sexual, Hollander propõe que elas devem ser entendidas principalmente como resultado de experimentação estética e inovação” (p. 47).

Ao invés de analisar as modas em relação aos significados sociais que elas expressam, Hollander (2003) defende uma abordagem que evidencia uma análise delas como formas visuais por si mesmas. Como afirma a autora:

[...] a moda é uma arte moderna, porque suas mudanças formais ilustram a ideia do processo como uma outra arte moderna; ela é sempre uma representação. A moda faz sua própria sequência de imagens imaginativas em seu próprio meio formal, que tem sua própria história; ela não cria simplesmente um espelho visual direto dos fatos culturais. (p.18).

Hollander assevera que as ombreiras, que se tornaram populares nos anos 1980 na moda feminina, não podem ser adequadamente explicadas pelo motivo político de que as mulheres desejavam projetar uma imagem poderosa, pois, ao mesmo tempo em que eram usadas em conjunto com calças e cabelos curtos para criar um visual masculinizado, eram usadas também com saias curtas, saltos altos e cabelos compridos, sugerindo que a popularidade do visual de ombros largos está mais em seu apelo visual do que em sua associação com o empoderamento do vestir (HOLLANDER, 2003).

Ainda para Hollander (1993), a moda difere da vestimenta tradicional, que ela vê como sendo governada muito mais diretamente por fatores sociais externos. Enquanto a vestimenta tradicional é limitada pelo costume, a moda é muito mais autorreflexiva e representa um nível superior de realização estética. Ao enfatizar o aspecto estético da moda, a autora argumenta, ainda, que as formas visuais da moda estão mais diretamente relacionadas às representações pictóricas existentes do corpo ideal do que à fisionomia de corpos reais.

Hollander (1993, p. 454) argumenta que “na vida ocidental civilizada a figura vestida parece

mais persuasiva e abrangente na arte do que na realidade”. Sua teoria, afirma que: “a história da vestimenta ou do estudo da roupa não tem substância real senão em imagens de roupas, nas quais sua realidade visual realmente vive, naturalizada, por assim dizer, pelo persuasivo olho da arte” (p. 454).

Tal argumento desconsidera, ou minimiza, as várias maneiras diferentes pelos quais os vestuários são relacionados aos fatores econômicas, culturais, sociais, psicológicos e assim por diante. É correto afirmar que as histórias da arte e da roupa estão profundamente entrelaçadas. “Ambas são linguagens não-verbais e ambas são experiências públicas e privadas; pinturas penduradas nas paredes, roupas em corpos” (RIBEIRO, 2012, p. 173).

A presente tese acredita na possibilidade de a moda contemporânea, em alguns casos específicos, convergir com a arte, mas reitera-se que refuta a ideia de que mudanças nas indumentárias se devem principalmente a imperativos estéticos e não funcionais, econômicos, sociais ou políticos. Sabe-se que a moda, fenômeno de extrema complexidade, pode ser estudada por várias vertentes. Ressalta-se que o objetivo aqui é articular uma reflexão para demonstrar que o fenômeno moda também pode ser vinculado às questões estéticas e plásticas. Dessa forma, para melhor explicar essa questão, a seguir serão abordados os diálogos e/ou convergências entre arte e moda com foco no século XX.

3. ARTE E MODA: RELAÇÕES, DIÁLOGOS E/OU CONVERGÊNCIAS

As parcerias entre arte e moda não são novidade, pelo contrário, elas têm inúmeras e antigas conexões⁴³. Segundo Cidreira (2005), a ligação entre esses domínios é muito maior do que deixam supor os discursos e a crítica. A relação entre arte e moda revela diversos aspectos que se modificam de acordo com o contexto histórico.

Duarte (2012, p. 13) sugere “que arte ocupa um lugar *sui generis* no seio da vida e da cultura humanas, e exatamente por isso, ela atraiu a atenção dos primeiros pensadores que formaram a base da filosofia já nas suas primeiras tentativas de refletir sobre a realidade”.

Da Grécia Antiga até meados do século XIX, em que pesem as diferentes conceituações do que poderia ser a arte, existe uma ideia que permeia as teorias: a beleza como fator comum, ou seja, o conceito de beleza dominou tais discussões estéticas por meio dos tempos. Foi apenas no Renascimento que se deu a união teórica do belo com a arte. Dessa forma, pode-se dizer que foi a mentalidade implantada no Renascimento que atribuiu às belas-artes uma função espiritual privilegiada de união entre a práxis formadora e a essência contemplativa do Belo (NUNES, 2009).

No século XVIII, surgiu uma nova disciplina filosófica denominada Estética, com objetivo de estudar o belo e suas manifestações na arte. Seu fundador, Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762), publicou em 1750 a *Aesthetica siva theoria liberalium artium* (Estética ou Teoria das Artes Liberais), que conceitua essa disciplina como ciência do Belo e da Arte. Dessa forma, a reflexão filosófica em torno da arte derivou para uma ciência que fez da apreciação da beleza seu tema fundamental (NUNES, 2009).

O conceito de beleza, como fator comum nas diversas conceituações do que poderia ser arte, tem seu fim no século XIX. Para entender tal processo, retomamos a teoria hegeliana sobre o “fim da arte”. Quando Hegel falou sobre tal teoria, “ele queria dizer que a arte havia atingido seus limites enquanto veículo cognitivo pelo qual o autoconhecimento do Espírito podia progredir, cedendo tal papel à religião e, depois, à filosofia” (DANTO, 2015b, p. 13). Dessa forma, a arte não era mais a manifestação sensível do espírito absoluto. O espírito buscou novas formas de efetivação e a arte, depois desse fim, é “libertada”, significando que ela não deixa de ser produzida, “mas que

⁴³ Ressalta-se que inicialmente os elos estabelecidos eram entre arte e ‘arte da vestimenta’, já que a moda se instala apenas em meados do século XIV.

ela já não porta o fardo de ser o modo de organização do princípio da autoconsciência do Espírito” (DANTO, 2015b, p. 14). Pode-se afirmar que houve a morte da arte bela, que tem como princípio a beleza. Tal momento, em que a beleza não é mais o princípio fundamental da arte, é considerada uma ruptura para um segundo período muito conhecido na história da arte como Modernismo. Ressalta-se que é a partir desse momento que a pesquisa tem interesse em demonstrar as articulações entre a moda e a arte.

Embora o século XIX e, posteriormente, o século XX constituam nosso foco principal, o mapeamento da supremacia francesa na moda se faz necessário, pois por meio desse pode-se obter o contraponto que permitirá dimensionar a radicalidade das transformações ocorridas nos referidos séculos.

Conforme Lipovetsky (1989), na Idade Média há um despertar para a possibilidade da utilização da vestimenta enquanto prazer estético, ou seja, o sujeito começa a utilizar o vestir-se para atender a uma exigência, sobretudo, estética. Ainda que exista uma documentação limitada, essa informa que foi a partir do século XIV na Europa Ocidental que as vestimentas começam a delinear novas modelagens, deixando de lado a toga-túnica que, no Egito antigo, manteve-se como peça hegemônica por quinze séculos. Assim, “passa-se a reconhecer o fenômeno da consagração de um modelo e sua imediata deposição tão logo outro ganhe aceitação” (CIDREIRA, 2005, p. 41). Portanto, a moda como movimento surge, e seu desenvolvimento e trocas de estilos são oriundos do processo civilizacional ocorridos nesse período.

Obviamente, não se pode compreender o aparecimento da moda sem ligá-la a um conjunto de condições gerais próprias à Europa Ocidental depois do ano mil. Com certeza, as condições econômicas e sociais influenciaram esse processo, mas, também, outro fator teve relevância nesse momento, o fim das invasões, ou seja, com a suspensão das “devastações e das pilhagens bárbaras, o Ocidente vai conhecer uma imunidade que não se reencontra em quase nenhuma outra parte do mundo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 49). As guerras europeias foram múltiplas e devastadoras, contudo, foram feitas sempre em família, em uma redoma de vidro como afirmava Marc Bloch (1939 apud LIPOVETSKY, 1989, p. 50). Não sofreram rupturas oriundas de forças estrangeiras em seu solo cultural. Dessa maneira, a civilização ocidental pode entregar-se a “prazeres da sofisticação das formas e às loucuras do efêmero, em razão dessa estabilidade cultural, que assegurou um ancoradouro permanente à identidade coletiva: na raiz do princípio de inconstância,

a constância da identidade cultural ocidental, excepcional na história” (LIPOVETSKY, 1989, p. 50).

Além dessa constância cultural, os fatores econômicos tiveram uma incidência mais direta na formação do conceito moda. Foi sobre a ascensão econômica do Ocidente, do enriquecimento das classes senhoriais e burguesas que a moda pode estabelecer-se. De um lado, uma alta burguesia começa a copiar as maneiras e os gostos da nobreza com objetivo em exibir os signos de seu novo poder, por outro, há uma classe senhorial, que se preocupava em manter sua posição. Paralelamente às flutuações da vida econômica. Outras dimensões igualmente influenciaram de formas diferentes o desenvolvimento da moda, quais sejam: a amplitude das trocas internacionais, o renascimento urbano e o novo dinamismo do artesanato (LIPOVETSKY, 1989).

A moda tem origem nas contradições da sociedade capitalista e funciona como uma máscara essencialmente urbana. Com o advento da moda, percebe-se que a mudança e o novo passam a ser cultuados. Dessa maneira, voltando à história política da Europa, pode-se afirmar que a moda nasceu na Itália⁴⁴ (LIPOVETSKY 1989; STEELE 1999), onde estava, intimamente, associada ao surgimento da vida urbana e da classe média na Europa em meados do século XIV, os quais favoreceram o desenvolvimento da inovação e da concorrência da moda. Nos séculos XIII e XIV na Itália, de acordo com Sombart (1967), as riquezas não eram mais baseadas na economia feudal, e a acumulação de capital era proveniente do comércio com a exploração da Ásia, das descobertas de novas fontes de prata e outros metais, e de empréstimos privados a altas taxas de juros.

Braga (2007) observa que o momento do final da Idade Média e princípio do Renascimento foi extremamente importante, visto ter sido nessa passagem cronológica que surgiu o conceito de moda. Pezzolo (2013) relata que o renascimento resgatou valores da cultura clássica greco-romana e uma nova concepção de vida foi difundida. As “artes plásticas e moda se mesclavam, já que a nobreza encomendava aos pintores, os desenhos de seus trajes” (PEZZOLO, 2013, p.29).

No século XV, a Alemanha seguiu o padrão de acumulação de capital e, depois da descoberta da América por Colombo em 1492, a Espanha se tornou política e economicamente próspera, dominando e influenciando a moda na Europa. O poder também mudou para a França e a Holanda, lançando o caminho duplo da moda francesa e holandesa, e a moda moderna se espalhou pela corte de Borgonha, que foi chamada de "berço da moda" e "a corte mais voluptuosa e

⁴⁴ Não há, na bibliografia especializada, consenso sobre as datas e locais de surgimento da moda.

esplêndida da Europa" (STEELE, 1999, p.19). Então, a Inglaterra acompanhou o crescimento da riqueza no século XVII. Dessa forma, houve um enorme aumento no consumo de luxo no século XVII e, até o final do mesmo século, o aumento da riqueza prevaleceu na Europa (STEELE, 1999).

A aristocracia não dominava mais a sociedade europeia e perdia paulatinamente seu absoluto privilégio social, pois era ameaçada pela burguesia. Uma fase no surgimento de uma nova sociedade começara e as posições sociais transformaram-se, ou seja, existia a possibilidade cada vez maior de uma mobilidade social. Os burgueses recém-ricos desejavam títulos nobres, embora dentro dos círculos da classe alta durante os séculos XVII e XVIII, ainda não era respeitável ganhar dinheiro por comércio (SOMBART, 1967). A aceitação em uma classe socialmente superior, a nobreza, era o objetivo final do homem rico.

Na França, esse desejo de crescer socialmente era, possivelmente, ainda mais forte do que em outros países, porque a nobreza estava em uma posição privilegiada e pertencer a ela significava não apenas vantagens sociais, mas também materiais. No decorrer entre os séculos XVI e XVIII, um estrato inteiramente novo da sociedade foi formado a partir da fusão da antiga nobreza e da nova riqueza (novos ricos) (SOMBART, 1967).

A ascensão da moda na França ocorre exatamente neste momento. Segundo Pezzolo (2013) é nesse período que a França começa a impor seu domínio na moda, sendo que vinte por cento de sua produção econômica era voltada ao vestuário. A cultura de moda no Antigo Regime recebeu seu apoio estrutural da corte de Luís XIV (1638-1715), também conhecido como o Rei Sol. A moda, como também a arte, são fundamentais para qualquer relato do desenvolvimento histórico da soberania de Luís XIV, porque a aparência da moda era uma característica específica do caráter nacional, e vestir-se, esteticamente, era vital para as elites da época. O Rei fez uso do ato de propagandear a moda, como também a arte nacional como maneira de impor a superioridade cultural e política do estado francês.

O Rei Sol obteve sucesso considerável em tornar a França o árbitro da Europa, não apenas politicamente como também em questões de gosto (LAVÉR, 1989). Ele organizou festas, bailes de máscaras e banquetes na corte. Foi a corte francesa que deu o tom da última moda com a ajuda de rainhas, príncipes, princesas e cortesãs. Sob a influência e comando de Luís XIV, os franceses promoveram amplamente sua moda e cultura. Pode-se afirmar que o significado social da aparência, luxo e moda era uma demonstração visual do poder político de Luís XIV.

É importante salientar que a posição da França como principal centro histórico da moda deve muito não apenas ao Rei Sol, mas também a seu ministro das Finanças, Jean Baptiste Colbert (1619-1683). As políticas econômicas de Colbert, que ficaram conhecidas como Colbertismo, foram baseadas no mercantilismo. O Colbertismo, de cunho protecionista, incentivou o desenvolvimento de manufaturas, com intuito de aumentar as exportações francesas de manufaturados, em vista disso o mercantilismo defendido era basicamente de caráter industrial; estimulou também à expansão marítima com objetivos comerciais; visou uma política de expansão territorial; realizou intervenção do Estado na economia; adotou medidas voltadas para o estímulo do comércio; e teve a balança comercial favorável como um dos seus objetivos principais (FERREIRA; MÈRCHER, 2015).

O ponto central das políticas de Colbert era a economia de luxo, que incentivava a ostentação e a imitação. Um dos seus objetivos era centralizar a fabricação dos produtos de luxo em Paris, promovendo as exportações, para que o poder da França pudesse se manifestar por toda a Europa. Contudo, na época, os artefatos italianos definiam o gosto estético e eram essenciais para a moda europeia, e era da Itália que as elites aristocráticas estavam trazendo os produtos da moda. Preocupados com essa centralidade da moda na Itália, o Rei Sol e seu ministro sabiam que para que o Estado francês se tornasse um centro da civilização europeia era necessário também assumir a liderança cultural. Dessa forma, Luís XIV seguiu o precedente clássico e teve suas realizações monumentalizadas por meio de obras de arte, enquanto Colbert manipulou a moda para tornar os produtos franceses desejáveis para os consumidores de elite em toda a Europa (MUKERJI, 1997).

Nessa empreitada em assumir a liderança cultural, de um lado estava Luís XIV que tinha consciência de que o momento que vivenciava existia um alto índice de analfabetismo, e os meios de comunicação mais acessíveis eram as obras de arte que eram de fácil entendimento dos espectadores. Dessa forma, o Rei Sol, que foi um assíduo patrocinador das artes, fez uso de vários tipos de representação da indumentária como “elemento midiático no processo de construção da autoimagem real. Incentivando a arte Luís XIV manteve o poder sobre toda a produção artística de sua época e conseqüentemente sobre as pinturas e as representações que eram feitas de sua pessoa”. (FRASQUETE, 2014, p. 9). É nítido que o interesse do Rei pelas artes visava a uma estratégia de construção de sua imagem, mas correspondia também a influência de seu padrinho, o cardeal Mazarino, que foi um dos maiores colecionadores de arte do seu tempo. O gosto de Luís XIV pelas

artes desenvolveu-se também no contato direto com alguns dos grandes criadores franceses da época, que integravam o seu círculo de amigos⁴⁵ (QUEIRÓS, 2009).

Com mesmo objetivo, visando à promoção da França como centro cultural, estava Colbert, que sabia que os gostos das elites estavam se tornando econômica e culturalmente influentes e, portanto, itens de moda estavam começando a ser reconhecidos como forças que afetavam o comércio internacional. O estado estava tentando usar a legislação para regular as importações e promover as exportações. As leis suntuárias foram promulgadas para limitar as escolhas de roupas, e foram impostas sanções e obrigações comerciais para restringir o acesso a produtos estrangeiros. Colbert acreditava que, se as elites importassem roupas e outros itens de consumo para permanecerem na moda, isso poderia facilmente destruir a manufatura local, então, ele queria fazer produtos finos para aristocratas e financiadores, que tinham o dinheiro para gastar em itens de luxo (MUKERJI, 1997).

Colbert tinha o objetivo de que os consumidores franceses comprassem produtos franceses. Para conseguir tal feito, ele teve que modificar algumas estruturas com finalidade em obter bons resultados para a moda francesa. Assim, se os artesãos e artífices franceses pudessem produzir mercadorias que agradassem aos gostos aristocráticos em toda a Europa, eles também poderiam receber benefícios financeiros do mercado internacional para seus produtos. Dessa forma, Colbert levou artesãos da Itália para treinar trabalhadores franceses na fabricação de objetos da moda, e esses combinaram as técnicas recém-aprendidas com gostos, materiais e tradições artesanais francesas distintas (KAWAMURA, 2004).

Além disso, Colbert, sabendo que os tecidos eram a base da indústria da moda, trabalhou para criação da indústria da seda em Lyon. O governo francês iniciou uma política protecionista destinada a promover a tecelagem francesa de seda para competir com os tecidos de luxo italianos.

⁴⁵ Como os pintores Charles Le Brun e Pierre Mignard, os arquitetos Louis Le Vau e Jules Hardouin-Mansart, o paisagista André Le Nôtre, o compositor Lully ou o dramaturgo Jean-Baptiste Poquelin, mais conhecido como Molière. Muitos deles, como Le Brun, Le Vau e Le Nôtre, estiveram diretamente envolvidos na construção e decoração do Palácio de Versalhes (QUEIRÓS, 2009).

É importante ressaltar que Colbert organizou trabalhadores em guildas⁴⁶ profissionais altamente especializadas e estritamente regulamentadas, garantindo o controle da qualidade ajudando-os a competir contra as importações estrangeiras enquanto, efetivamente, impedia-os de competir uns com os outros. O incentivo de Colbert ao setor de bens de luxo se estendeu não apenas à manufatura, mas, também, à associação de comerciantes, aos quais foi dado direito ao comércio mais livremente do que qualquer outra corporação parisiense. Com o apoio do ministro, eles desempenharam um papel fundamental no mercado de luxo. Durante o século XVIII, suas lojas tornaram-se espaços para exibição, exame e consumo de itens novos. Embora não se dediquem à manufatura, o acesso dos comerciantes aos melhores artesãos e fabricantes e também aos materiais importados negados a outros negócios, além de seus direitos de acabamento de mercadorias, lhes permitiu manipular esses mercados da moda (KAWAMURA, 2004).

Por outro viés, costureiras e alfaiates que faziam parte do mundo artesanal do Antigo Regime pertenciam a sistemas de guilda separados que regulavam e controlavam, rigorosamente, o processo de produção de roupas. “As guildas de alfaiates tinham tanta importância quanto as outras instituições artesanais e profissionais e, como elas, eram totalmente masculinas” (HOLLANDER, 2003, p. 89). Ou seja, as guildas de alfaiates eram de natureza patriarcal, e as mulheres que pertenciam às famílias dos alfaiates, como esposas e filhas, eram contratadas como costureiras tornando-se cruciais para os negócios. Somente em 1675 as costureiras francesas foram autorizadas a formar uma guilda de alfaiates femininos, pois havia desvantagens em homens vestirem mulheres por modéstia, ou seja, a confecção das roupas por pessoas do mesmo sexo garantia a decência e o recato das mulheres e moças (HOLLANDER, 2003).

Portanto, costureiras, alfaiates, comerciantes e a economia de luxo promovida por Colbert prepararam o terreno para a moda francesa prosperar. Salienta-se que, nesse período eles ainda não eram responsáveis por popularizar as tendências da moda. Os aristocratas e a nobreza eram os influenciadores dos estilos que ainda se originavam na corte.

É importante lembrar que as regulamentações foram impostas não apenas a alfaiates, costureiras e comerciantes, mas, também, a consumidores. Para esses últimos o controle era feito por meio de leis suntuárias. Instrumento de regulação política, social e econômica, as leis suntuárias

⁴⁶ Associações que surgiram na Idade Média, que agrupavam indivíduos com interesses comuns (negociantes, artesãos, artistas) e visavam proporcionar assistência e proteção aos seus membros. Regulamentavam profissões e os processos produtivos artesanais.

que ocorreram na Europa representaram, para a nobreza, a manutenção da visibilidade dos degraus da hierarquia social por meio de um exclusivismo do luxo que devia diferenciar os nobres das classes ascendentes (PERROT, 1994).

A lei não apenas regulava a quantidade de roupas que uma pessoa poderia usar, mas quem poderia usar qual estilo. Os tipos de tecido foram atribuídos por classe, e qualquer pessoa que se vestisse fora dessas normas poderia ser penalizada. Luís XIV, que incentivou a moda a prosperar, ao mesmo tempo deu regulamentos precisos para o consumo de moda, de acordo com pequenas distinções de classificação. O rei limitou o processo e a extensão da difusão da moda para manter alguns itens inacessíveis, para que sua exclusividade e escassez fossem preservadas (KAWAMURA, 2004).

As leis suntuárias centralizaram a moda na corte, garantindo que os estilos mais modernos pudessem vir apenas dos aristocratas. Cidreira (2005), ao relatar a relação entre moda e artisticidade, afirma que “em tempos de monarquia, a vestimenta adquiriu uma importância considerável, medida através das extravagâncias suntuárias, participando, assim, da teatralização da vida da corte em perfeita simbiose com arquitetos, decoradores e pintores, etc.” (p.78).

Dessa forma, pode-se afirmar que o vestuário revela aspectos da estrutura e do funcionamento das sociedades, porque apoia e proclama a hierarquização, regulação, mobilidade ou imobilidade dos grupos sociais (PERROT, 1994). Esses marcadores evidentes foram exibidos para preservar as distinções sociais e, assim, o sistema de controle foi instituído. À medida que a sociedade se tornou mais democrática e a distinção social menos evidente, a autoridade da moda passou da corte para costureiros e criadores.

Consequentemente, por patrocínio real, incentivo, por meio do recrutamento de artesãos italianos qualificados, pelo fortalecimento e organização das guildas, pela expansão do mercado externo, pelo uso de leis suntuárias, foi estabelecida uma indústria doméstica próspera. Na década de 1660, a corte de Versalhes começou a ser imitada pelas elites em toda a Europa. Paris, como cidade, conseguiu criar uma reputação internacional de luxo (STEELE, 1999). O esplendor da vida na corte e o tecido de qualidade produzido em Lyon e em outros centros prepararam a base do período de trezentos anos de supremacia da moda francesa⁴⁷ (SOMBART, 1967). Assim, o

⁴⁷ Atualmente, em tempos de globalização da economia e de mundialização da cultura, Paris não pode ser considerada como a única capital mundial da moda, devido à importância que adquirem centros como Londres, Nova Iorque e

prestígio da corte francesa sob o reinado de Luís XIV, seria um dos fatores que, inicialmente, explicariam a predominância francesa na moda

Outro fator de enorme importância e que teve influência direta na moda e na arte foi a Revolução Francesa. Dentre as mudanças que foram por ela desencadeadas, pode-se afirmar que “os regulamentos corporativos foram modificados e as leis suntuárias revogadas” (MICHETTI, 2009). Na véspera da Revolução, a França possuía uma “população próspera e um governo falido. Uma classe média em rápido crescimento, geralmente excluída da política, um monarca ineficaz e um mecanismo governamental ineficiente, um grupo articulado de filósofos, cujas críticas aos males sociais e políticos estavam encontrando uma ampla audiência” (KAWAMURA, 2004, p. 31), fatores esses que contribuíram para o fim da antiga ordem. Após a Revolução, os costumes da corte e os privilégios aristocráticos foram abolidos, assim como itens luxuosos, como brocados, jóias e panniers⁴⁸.

Os revolucionários queriam romper com o sistema de distinções sociais individuais. Eles tinham como objetivo eliminar as conexões simbólicas com a monarquia, pois a retórica revolucionária insistia em uma ruptura completa com o passado, e questionava todos os costumes, tradições e modos de vida. A indumentária era um aspecto importante da definição de prática revolucionária, dessa forma, o vestuário foi utilizado como símbolo visual de sua oposição ao *status quo*. Houve uma simplificação nos trajes e uma aproximação com o vestuário de trabalho. Os emblemas visualmente desafiadores da Revolução eram as calças, denominadas de *sans-culottes* e um lenço grosso conhecido como *sans-cravates*. A touca vermelha, adotada na Roma antiga e na Grécia, onde, supostamente, era um emblema da liberdade, simbolizava seus sentimentos republicanos (HUNT, 1984).

Além disso, com o declínio da indústria francesa da seda durante a Revolução, esse têxtil teve que ser substituído. As novas substituições se basearam em finos algodões e musseline, que eram mais adequados ao estilo Império, que trazia vestidos soltos e fluídos, a marca desse estilo era a cintura alta logo abaixo do busto, a opulência do rococó foi substituída por vestidos simples muito semelhantes a camisolas soltas. Esse estilo assimilou referências dos trajes “da Antiguidade

Milão, por exemplo. Contudo é conveniente destacar que, embora a moda já não pareça contar com uma única força centrípeta hegemônica, Paris continua sendo uma referência principal no setor (MICHETTI, 2009, p. 230).

⁴⁸ Panniers eram estruturas laterais, feitas em barbatanas de baleia, galhos de vime ou salgueiros, e possuíam a função de ampliar a saia vários metros para cada lado. O nome tem origem em um termo francês para cestas que são penduradas uma de cada lado de um animal de carga.

Clássica; todavia, não foi exatamente uma cópia de como especialmente as gregas se vestiam, mas uma lembrança considerável dessas roupas” (BRAGA, 2007, p. 57).

Dessa forma, a Revolução trouxe “o fim da moda que se originou na sociedade de corte, uma vez que resultou na crise dos negócios de luxo, e a guilda com seu sistema de treinamento prático de mestres-aprendizes, foi dissolvida” (KAWAMURA, 2004, p. 32). A extinção dessas restrições deu aos fabricantes maneiras novas e potencialmente lucrativas de combinar as duas atividades.

Vale ressaltar que Napoleão Bonaparte proibiu a importação de musseline de algodão da Índia, não apenas pelos problemas políticos com a Inglaterra, que colonizava a Índia, mas, também, para acelerar o desenvolvimento da indústria têxtil francesa. Outra medida imposta tocante à moda foi a proibição da repetição pública das indumentárias das damas de sua corte com objetivo de gerar um consumo têxtil maior e ainda de resgatar para a França o poder de tornar-se um epicentro divulgador de moda em geral, visto que a Inglaterra, naquele momento, possuía uma grande influência na moda masculina (BRAGA, 2007).

Com o passar do anos (pós-Revolução) as modas das mulheres logo começaram a recuperar sua forma mais elaborada, enquanto as modas masculinas refletiam uma mudança real pois um valor social positivo agora era colocado no trabalho e os homens que trabalhavam eram vistos sob uma melhor perspectiva. Seus novos estilos eram mais adequados à classe mercante, a nova elite (KAWAMURA, 2004).

Como a moda, a arte também passa por modificações nessa época. Surgindo como uma reação ao Barroco e ao Rococó, caracterizados como requintados, aristocráticos e convencionais, a arte neoclássica refletiu mudanças que ocorriam na época marcada pela ascensão da nova e fortalecida burguesia. Esse estilo expressou os valores, interesses e hábitos da burguesia manufatureira e mercantil, como também valores políticos e civís quando patrocinado pelo Estado. Essa arte fundamentou-se no formalismo e no racionalismo, retomou os princípios da arte da Antiguidade greco-romana tendo como foco o aprendizado das técnicas e convenções da arte clássica. Por essa razão, o convencionalismo e o tecnicismo imperaram nas academias de belas-arte, até serem questionadas pela arte moderna que teve seu início no século XIX (PROENÇA, 2005).

Diante dessa breve e necessária explanação, sobre a moda e a arte relacionadas ao domínio francês, chega-se ao século XIX. Nas próximas páginas será descrita a relação entre arte e moda

especificamente durante os séculos XIX e XX. Inicialmente, o texto especificará as articulações entre arte moderna e moda para depois descrever experimentos entre essas duas áreas no pós-Segunda Guerra⁴⁹. O trabalho com foco na diluição entre as fronteiras da arte e da moda, busca pontuar algumas considerações históricas a respeito dessas duas áreas do saber. Infere-se que durante o século XIX e até a primeira metade do século XX, a relação, diálogos e as articulações entre moda e arte foram extremamente profícuas. A partir da segunda metade do século XX, devido à expansão do conceito de arte e moda e suas conseqüentes diluições de fronteiras, moda e arte podem, em determinados momentos dialogarem e/ou convergirem, ou seja, com a expansão dos conceitos de arte e moda, existe a possibilidade, de algumas obras de moda funcionarem como obras de arte.

3.1 Diálogos entre arte moderna e moda

No decorrer, do século XIX, mas principalmente, do século XX, ocorreram inúmeras ações e movimentos que mostraram o interesse recíproco entre moda e arte. “As afinidades observadas visualmente correspondem a atitudes bem diferenciadas: repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema da moda, criar sinergias arte-moda para imprimir alma à indústria, enfim empregar o vestuário como suporte da expressão artística” (MÜLLER, 2000, p. 4). As novas atitudes alteraram o *status* de ambas. Dependendo da época e de seu intérprete (artista ou estilista), o vestuário “será tanto a expressão de uma ideologia quanto a crítica de uma sociedade ou o reflexo de uma confusão de gêneros” (MÜLLER, 2000, p. 4). A criação de moda foi assimilada pelas artes e vice-versa, construindo um caminho comum: os corpos e suas inúmeras codificações. A busca pela mudança e pelo novo transformaram a moda em um dos maiores polos de criatividade do século XX, uma possibilidade ideal para as experimentações das artes em relação às suas formas, cores e materiais.

Michetti (2009), relata que é possível inferir que a Revolução Francesa inaugurou o século XIX. Mas, nesse século, também se fizeram presentes na França os desdobramentos de uma

⁴⁹ A pesquisa faz uso das considerações de Giannotti (2009, p.13) que apoia a ideia de que “a partir da década de 1960, a arte contemporânea efetivamente se desprende do período moderno”. Assim, a presente pesquisa considera que a arte moderna tem seu início em meados do século XIX e seu fim em meados do século XX, já a arte contemporânea tem seu início na década de 1960.

outra revolução: a Revolução Industrial. Paris não teria sido a “capital do século XIX” sem o conjunto de transformações oriundas dessas duas revoluções. Ainda, Kawamura (2004, p. 35) afirma que, “durante o século XIX, Paris se tornou o centro de arte da Europa e do mundo e também era sem dúvida o centro da moda, geralmente considerado o epítome do bom gosto”.

Em meados do século XIX, a moda, os movimentos artísticos, e de design se rebelam contra os formatos tradicionais. O poeta e crítico francês Charles Baudelaire (1821-1867) aponta rupturas com os principais cânones da estética da tradição que vigoraram durante séculos, “como a questão do belo ideal, da arte mimética, da aura e perdurabilidade da obra de arte, dentre outros, contrapondo ao *status quo* estético da sua época” (MIRANDA, 2012, p.75). A sua ênfase dada à subjetividade criadora do artista abriu caminhos para o que passou a ser conhecido como arte moderna⁵⁰.

Esse período vivenciado pelo poeta e crítico francês, em Paris no século XIX, foi marcado, como já relatado, por transformações devido à Revolução Industrial, vivenciava-se igualmente, desde a Revolução Francesa, uma febre especulativa de terrenos urbanos, a partir das desapropriações das propriedades da nobreza destronada e dos prédios da igreja vinculados ao Antigo Regime. Muitas edificações religiosas foram demolidas, permitindo que seus terrenos passassem a servir à especulação privada, dessa forma a Revolução de 1789 propiciou o processo de aumento de riquezas ao inserir no mercado um grande número de imóveis em que o capital acumulado pudesse investir de maneira rápida e obter bons resultados (DELORME; DUBOIS, 2002). Em contrapartida, o fim das guerras napoleônicas, que aconteceram no início do século XIX, possibilitou uma relativa paz, ao interromper a destinação de recursos públicos para a guerra, produzindo um clima favorável à prosperidade econômica e à transformação física e social de Paris.

Entre 1820 e às vésperas da revolução de 1848, o enriquecimento de setores do comércio e do capital financeiro aumentou consideravelmente. A febre imobiliária fez multiplicar edifícios, riquezas e fortunas. Os especuladores se condescendiam em construir quarteirões inteiros, ligados pelas famosas passagens cobertas. Essas passagens significaram uma mudança urbanística

⁵⁰ Há controvérsias sobre os limites temporais do moderno e alguns de seus traços distintivos: como separar clássico/moderno, moderno/contemporâneo, moderno/pós-moderno. Divergências à parte, observa-se uma tendência em localizar na França do século XIX o início da arte moderna. Pode-se dizer que arte moderna é um termo que se refere às expressões artísticas surgidas no século XIX que se estenderam até metade do século XX (ARTE, 2019).

profunda em Paris, oportunizando novas maneiras de consumir e caminhar (DELORME; DUBOIS, 2002).

Vale ressaltar que Paris antes de Haussmann⁵¹, além dos espaços mais abertos das *places royales* (praças da realeza) e vestígios do Antigo Regime, era considerada velha, insalubre, insegura e cheia de heranças medievais, como estreitas e tortuosas ruelas e becos, além de ruas sujas e escuras. Dessa forma, a cidade demandava de um planejamento urbanístico. Benjamin relata sobre esse período pré-Haussmann, citando Maxime Du Camp, que muito comentara sobre a Paris da segunda metade do século XIX.

Haussmann começou sua obra em 1859. Já estava esboçada por projetos de lei e pressentida na sua necessidade. Du Camp escreveu [...]: ‘Paris, após 1848, estava na iminência de se tornar inabitável. A constante expansão da rede ferroviária ... acelerava o tráfego e o aumento da população da cidade. As pessoas sufocavam nas velhas ruas, estreitas, sujas, confusas, em que estavam metidas como em redil porque não havia outra solução’ (BENJAMIN, 2000, p.20).

Com uma grande falta de infraestrutura urbana e, conseqüentemente, uma dificuldade de locomoção, a vida do transeunte em Paris era extremamente árdua. O comércio, com intuito de criar novas demandas às sociedades urbano-industriais, estimulando novos hábitos de consumo, descobre nas galerias cobertas uma maneira de ofertar aos seus possíveis clientes um conforto e uma segurança, um abrigo das intempéries, sem precisar pisar na rua e longe do movimento das carruagens, ou seja, um local seguro e luxuoso para exibir produtos em deslumbrantes vitrines.

Essas passagens são galerias, uma espécie de pequenas ruas interiores, cobertas com teto envidraçado, detentoras de uma exuberante e luxuosa arquitetura, possuem paredes revestidas de mármore que “atravessam quarteirões inteiros, cujos proprietários se uniram para este tipo de especulação. Em ambos os lados destas galerias, que recebem a luz do alto, alinham-se as lojas mais elegantes, de modo que tal passagem é uma cidade, um mundo em miniatura” (BENJAMIN, 2006, p. 40). Essas galerias possibilitavam, ainda, ao transeunte o flunar de uma loja a outra.

⁵¹ Em 1853 Napoleão III nomeou o barão George-Eugène Haussmann (1809-1891), prefeito de Paris (1853-1870). Haussmann foi autor da primeira e gigantesca intervenção urbana dos tempos modernos da Europa, pondo abaixo a Paris de herança medieval, seu objetivo foi modernizar a capital, tornando-se um paradigma do planejamento urbano moderno (NEEDEL, 1993). Entretanto para efetivar seus planos fez surgir a especulação fraudulenta de maneira que a população proletária, pelo forte aumento dos aluguéis, foi obrigada a se mudar para os subúrbios. Essa população não se sente mais na cidade como em sua própria casa. Os bairros não parecem ter mais uma própria fisionomia. É despertada uma consciência de que a cidade é desumana (BENJAMIN, 2006).

Baudelaire traduziu esse processo de urbanização das cidades e, conseqüentemente, as mudanças de suas visualidades. A experiência urbana relacionada à multidão, ao anonimato, ao contingente e ao transitório é salientada por ele como âmago da vida e da arte modernas. O poeta criou o conceito de *flâneur* (cujo significado é andarilho, vadio ou vagabundo), um indivíduo que caminha sem rumo e observa as sutilezas da cidade moderna. Para Walter Benjamin (1892-1940), os textos de Baudelaire revelam as mais finas e sutis articulações do indivíduo moderno com o cenário urbano. Dessa forma, “a cidade é o templo do *flanêur*, o espaço sagrado de suas perambulações. Nela ele se depara com sua contradição: unidade na multiplicidade, tensão na indiferença, sentir-se sozinho em meio a seus semelhantes” (MASSAGLI, 2008, p. 56).

O *flâneur* ainda está no limite tanto da burguesia quanto da grande cidade, pois procura um amparo na multidão. Caminhava pelas ruas parisienses sem rumo, anônimo, observando tudo, como em um panorama cuja paisagem é a multidão. Como as transformações urbanísticas dirigidas por Haussmann ainda não tinham sido realizadas, o caminhar do *flâneur* só pôde ser pleno nas galerias (passagens cobertas). Pode-se dizer que as passagens foram as “casas” e, ao mesmo tempo, foram as “ruas” visitadas por esse habitante. O *flâneur* se tornará, quase que sem querer, um detetive. A sua desocupação fazia com que essa tarefa fosse adequada, vinculando-se ao seu olhar sempre vigilante a multidão (MIRANDA, 2012). “No interior dessa multidão pode-se encontrar o próprio Baudelaire, um *flâneur* especial, que, como o instantâneo de um clique fotográfico, capta os choques originários das multidões e os transmuda em inspiração poética da modernidade (MIRANDA, 2012, p. 81).

Por volta de 1857, a galeria se torna decadente, com o surgimento da luz elétrica. A loja passou ser o outro local de andar do *flâneur*. Esse flunar não era o mesmo. “Não havia a mesma magia do caminhar lentamente nas passagens, pois, na loja, as mercadorias já não se escondem sob o véu da multidão. Tudo está visivelmente próximo e tátil e o *flâneur* não mais se sente em sua própria casa da mesma maneira” (ABREU, 2009, p.10).

Baudelaire, um *flâneur* do século XIX, vive e capta profundamente esse momento em que o capitalismo industrial recém instaurado molda a vida cidadina dos grandes aglomerados, os indivíduos, no interior das multidões, se chocam, as vitrines envidraças das galerias exibem fetiches mercadológicos, a última moda exposta sedutoramente, oferece-se ao consumo imediato, a fotografia, recém inventada, estabelece um novo olhar perceptivo (MIRANDA, 2012).

Surge, nesse período, o sujeito isolado, exilado ou alienado, ele é um pano de fundo da multidão ou da metrópole anônima e impessoal, pois está imerso nas “maquinarias burocráticas e administrativas do estado moderno” (HALL, 2006, p. 30). O filósofo Walter Benjamin discorre sobre esse sujeito da modernidade, habitante das grandes cidades, que teve sua percepção afetada e comprometida na sua capacidade de conservar traços mnemônicos mais duradouros, em vista da dinâmica acelerada das metrópoles. Dessa forma, Benjamin (1989) passa a considerar que a percepção do indivíduo foi modificada, frente à “agitação” das metrópoles. O autor considera os conceitos de experiência ou experiência tradicional (Erfahrung) e vivência ou experiência vivida (Erlebnis), importantes para o entendimento da percepção do indivíduo da modernidade.

Benjamin (1989) apresenta seu conceito de vivência como polo oposto de experiência. A partir de tal distinção pode-se analisar o papel decisivo do empobrecimento da percepção dos indivíduos. As categorias experiência e vivência são fundamentais na abordagem da modernidade realizada por Benjamin, centrada na análise dos modos de perceber e sentir o mundo, que se alteraram a partir de transformações sociais profundas. Compreende-se a experiência (Erfahrung) em um plano individual, como conteúdo grandioso e pleno de sentido, além disso, constitui um traço cultural enraizado na tradição, “representa o corpo de conhecimentos acumulados sem a intervenção da consciência e que permite que um indivíduo inserido em uma comunidade disponha de critérios que ordenem sua própria vida” (TROMBETTA, 2010, p. 394). Já a vivência (Erlebnis), que nada se assemelha ao compartilhamento da experiência e possui relação com a individualização e o isolamento “diz respeito às impressões fortes (choques⁵²), experimentadas pelo indivíduo privado e que, assimiladas às pressas, produzem efeitos imediatos e subordinados às exigências do consciente” (TROMBETTA, 2010, p. 394).

Pode-se resumir que Erfahrung é a experiência comunitariamente partilhável que se perde com o advento da fragmentação da vida moderna. Em seu lugar, impõe-se a privacidade de Erlebnis. “Essa postulação da vida moderna chega a um impasse formulado na literatura por Proust e Kafka: reconhecer a impossibilidade da experiência coletiva não significa se resignar à condição de uma existência reduzida a meras vivências” (SALLES, 2016, p. 5).

⁵² Recorrendo a teoria freudiana dos choques, Benjamin procura explicitar o impacto dos choques traumáticos no aparelho psíquico dos indivíduos: a consciência dos indivíduos atua sobre o amortecimento destas excitações traumáticas, e o funcionamento deste mecanismo de proteção resulta no desenvolvimento de um novo tipo de percepção voltada para a interceptação do choque (AVELAR, 2010, p. 132).

Erlebnis (vivência) pode ser traduzida por diferentes vias, como por exemplo, o comportamento do operário com relação à máquina, pois tal relação (operário/máquina) “é uma relação de respostas aos choques, no nível da simples vivência” (TROMBETTA, 2010, p. 396). Destarte, o que Benjamin busca enfatizar é o caráter autômato dessa existência isolada, individual.

Baseada na teoria freudiana do choque traumático, a relação entre os choques e a vivência pode ser exemplificada como a existência do passante moderno que caminha por entre a multidão e sofre a experiência dos choques resultantes dos atritos com outros transeuntes (PALHARES, 2006).

A modernidade termina por causar um aumento radical na estimulação nervosa e no risco corporal, no fim do século XIX, as sobrecargas sensoriais começavam a fazer parte do cotidiano do cidadão. Nas grandes metrópoles se multiplicam e se intensificam os estímulos sensoriais de ordem tátil. Multidão, automóveis, publicidade, ruídos, perigos urbanos, encontros entrecortados constroem uma nova experiência do homem com a cidade. No âmbito da vida cotidiana o choque se faz realidade onipresente. Baudelaire compara o contato do indivíduo moderno com a multidão a um choque elétrico. Para transitar em meio à densa massa que configura essa multidão, o transeunte abre caminho auxiliado por gestos convulsivos (abruptos), como os de um esgrimista. Na ausência de tais gestos automáticos, a cidade não seria transitável (TRAVASSOS, 2009, p. 80).

A vida moderna das grandes cidades, caracterizada por um ritmo acelerado e fugaz, os estímulos de choques surgem e se evaporam rapidamente, acontecendo na efemeridade do momento. Como consequência desse processo, o sujeito ao receber as “descargas elétricas” da multidão, se vê obrigado a desenvolver um olhar disperso, ou seja, surge um novo tipo de percepção concentrado na interceptação do choque. “Por meio dos choques, há um afastamento dos domínios da experiência, e os comportamentos automatizados dos indivíduos acometidos por um novo tipo de percepção compõem a vivência” (AVELAR, 2010, p. 99). É por meio dos choques que o indivíduo moderno caracterizado por um novo tipo de percepção, um tanto quanto “embrutecida” passa a se inserir no plano da vivência cotidiana nas cidades, que se encontravam em constantes mudanças.

Nesse momento de transformações, de uma sociedade marcada pelo desenvolvimento da economia de mercado apoiada na ideologia da modernização como símbolo de progresso, uma classe social se instaurou, enriquecida pela indústria e se tornaria hegemônica: a burguesia⁵³. E

⁵³ A modernização de Paris – traduzida nas reformas urbanas implementadas por Haussmann, entre 1853 e 1870 – relaciona-se diretamente à sociedade burguesa que se define ao longo das revoluções de 1830 e 1848. A ascensão da burguesia traz consigo a indústria moderna, o mercado mundial e o livre comércio, impulsionados pela Revolução Industrial. A industrialização em curso e as novas tecnologias colocam em crise o artesanato, fazendo do artista um

para legitimar-se culturalmente essa nova classe precisava de uma nova forma de arte. Assim, a arte acadêmica moldada nos ditames aristocráticos, passa a dar lugar a propostas construídas em movimentos e contextos específicos (CANTON, 2009a). Diversas práticas artísticas eram consideradas modernas uma vez que reagissem às condições determinadas pela modernidade.

A arte moderna mostra-se como expressão de novos arranjos sociais, consequência de transformações políticas e econômicas que se instituíam no período, proporcionando, assim, novas formas de experimentar e perceber. Isso, por sua vez, requeria um novo modo de olhar para o mundo e novas propostas estéticas.

Surgem correntes organizadas em escolas, como Impressionismo, Pós-impressionismo, Expressionismo, Fauvismo, Cubismo, Futurismo entre outras. Segundo Canton (2009a), a história da arte modernista é impulsionada por duas premissas: a primeira seria a busca pelo novo, já a segunda pelo desenvolvimento de uma linguagem de autonomia para a obra de arte.

E foi exatamente a busca pelo novo e a vontade de romper com o *status quo* que foram os propulsores desses movimentos que se iniciaram na metade do século XIX e adentraram o século XX. Importante salientar que essas mudanças e esses rompimentos possuem íntima ligação com o momento histórico daquele período, pois os artistas haviam vivenciado a Revolução Industrial, a crescente urbanização, o desenvolvimento tecnológico, além de “testemunharem” as duas Grandes Guerras Mundiais (1914–1918 e 1939–1945), além da Revolução Russa (1917), e, posteriormente, a divisão do mundo em dois blocos (capitalismo e socialismo). “Era preciso que a arte se tornasse tão inovadora e radical quanto a vida” (CANTON, 2009a, p. 19).

Pode-se afirmar que o interesse dessas experiências estéticas residia, sobretudo, no confronto do artista com as práticas modernas relativas à vida na cidade e com as recentes transformações de sociabilidade ali surgidas devido às novas configurações arquitetônicas⁵⁴ e urbanísticas do período moderno.

intelectual apartado da produção (ARTE, 2019). Com a industrialização, esse sistema entra em crise e a arte moderna é a própria história dessa crise (ARGAN, 1992).

⁵⁴ A Revolução Industrial, impulsionou e, de certa forma, exigiu novas soluções de arquitetura e engenharia capazes de atender a nova configuração de sociedade, com a construção de prédios, arranha céus, pontes, estradas, viadutos e residências urbanas. O surgimento da indústria e as novas tecnologias proporcionaram aos arquitetos a utilização de novos materiais, especialmente o aço, o ferro, o vidro e o concreto armado. Diante de uma nova realidade social e com materiais totalmente novos, os arquitetos tiveram pela primeira vez a oportunidade de criar obras com liberdade de formas, estruturalmente mais leves, altas e fortes. A arquitetura passa agora a ser funcional, fluida, orgânica.

Quando Michael Boodro, em seu texto “*Art and Fashion*”, considera o papel em mudança da moda na arte, ele concebe o final do século XIX, com a invenção da fotografia e a ascensão do impressionismo, um ponto de virada crítica (BOODRO, 1990 apud KIM, 1998). No caminho da construção da liberdade e da autonomia, experimentações aconteceram, como o Movimento Impressionista, que segundo Argan (1992, p.75), “rompeu decididamente as pontes com o passado e abriu caminho para a pesquisa artística moderna, formou-se em Paris entre 1860 e 1870; apresentou-se pela primeira vez ao público em 1874, com uma exposição de artistas ‘independentes’ no estúdio do fotógrafo Nadar”. Os impressionistas, que abandonaram a arte acadêmica, ensinada em escolas artísticas da Europa, deixaram seus ateliês e passaram a pintar ao ar livre, pois pretendiam estar próximos da natureza, argumentando que essa proximidade propiciava uma representação com enfoque na incidência da luminosidade na matéria, ou seja, buscavam a partir de observação direta do efeito da luz solar sobre os objetos, registrar as constantes alterações que essa luz provocava nas cores (PROENÇA, 2005). Nota-se que, dada a “preocupação radical dos impressionistas com os acontecimentos cotidianos da classe média”, as roupas retratadas tornaram-se “não muito diferentes das do espectador” e incentivaram o espectador a considerar a arte como “não mais uma busca rarefeita, removida ou espiritual” (BOODRO, 1990, p. 124 apud KIM, 1998, p. 55).

Além disso, a fotografia, surgida no século XIX, teve um grande impacto na arte e na moda. Boodro (1990 apud KIM, 1998, p. 55) salienta que “a facilidade de duplicação das fotografias transformou a moda em uma experiência universal”. Pode-se afirmar que a “máquina fotográfica ajudou a descobrir o encanto da cena fortuita e do ângulo inesperado” (GOMBRICH, 1999, p. 524). Além disso, a invenção da fotografia impulsionou ainda mais os artistas a explorações e experimentações, pois já não havia necessidade de a pintura registrar pessoas, paisagens e fatos históricos, sendo que a câmera fotográfica poderia realizar tal ação de uma maneira mais eficiente e mais barata. Os artistas compelidos com maior liberdade poderiam explorar, criar e realizar novos experimentos. Segundo Gombrich (1999), a arte moderna, dificilmente, se converteria no que foi sem o impacto da invenção da fotografia.

Por consequência, o modernismo deixa para trás a ideia de representação do mundo como esse se apresentava (características miméticas) para dar ênfase às próprias condições de representações, ou seja, essas tornaram-se centrais, de modo que a arte, de certa maneira, se tornou seu próprio assunto (DANTO, 2006a). Greenberg (1997) salienta que o Modernismo é, antes de

qualquer coisa, a consciência manifesta no próprio fazer artístico e que a reflexão é mais importante que a representação mimética.

O modernismo do século XIX e da primeira década do século XX era constituído por algumas correntes artísticas que pretendiam interpretar, reagir, apoiar e acompanhar o esforço progressista, econômico-tecnológico, da civilização industrial. Argan elenca algumas tendências comuns a esse momento. A primeira tendência seria a deliberação de fazer uma arte em conformidade com sua época e a recusa à invocação de modelos clássicos, tanto no tema como no estilo; a segunda diz respeito ao desejo de diminuir a distância entre as artes “maiores” (arquitetura, pintura e escultura) e as “aplicações” aos diversos campos da produção econômica (construção civil corrente, decoração, vestuário etc.); a terceira traz a procura de uma funcionalidade decorativa; a quarta tendência conduz para uma aspiração a um estilo ou linguagem internacional ou europeia; e a quinta fundamenta-se em um esforço para interpretar a espiritualidade que se dizia (com um pouco de ingenuidade e um pouco de hipocrisia) inspirar e redimir o industrialismo. Verifica-se que “mesclam-se nas correntes modernistas, muitas vezes de maneira confusa, motivos materialistas e espiritualistas, técnico-científicos e alegóricos-poéticos, humanitários e sociais” (ARGAN, 1992, p. 185).

Em meados de 1910, quando a euforia pelo progresso industrial foi prosseguida por uma consciência de transformação em relação às estruturas da vida e à atividade social, formou-se, no interior do Modernismo, as vanguardas artísticas, preocupadas não mais apenas em modernizar e atualizar, mas, sim, em revolucionar as modalidades e finalidades da arte (ARGAN, 1992). Dessa forma, a arte de vanguarda, tomada como guia de um progresso social, adquire um viés político e realiza um combate ideológico cujo tom é constantemente o do manifesto (CAUQUELIN, 2005).

Portanto, para a fruição desse tipo de arte era necessário aliar a sensibilidade do observador, a um entendimento tanto dos processos internos que impulsionavam o artista como dos processos históricos-sociais que davam origem a suas obras (CANTON, 2009a).

No século XIX, enquanto de um lado, a arte se remodela com novas diretrizes e de certo modo começa a abrir possibilidades para um diálogo mais profícuo com a moda por meio do desejo de reduzir as distâncias entre as “artes maiores” e as “aplicações” (como por exemplo o vestuário), do outro lado surge a alta-costura, cujo advento tornou-se um momento chave para o início da análise da relação arte-moda.

Charles Frederic Worth é considerado o primeiro costureiro a estabelecer uma *maison* de alta-costura. Ele nasceu na Inglaterra e seu primeiro contato com o ramo da moda se deu na loja inglesa de alfaiataria masculina Swan & Edgar, onde permaneceu até 1845. Nesse mesmo ano, outra importante loja têxtil britânica, a Lewis & Allenby, empregou Worth. Em 1848, conseguiu um emprego na empresa francesa Gagelin & Obigez. Foi contratado como vendedor de tecidos. Inicialmente, a empresa trabalhava apenas com o comércio têxtil. No início dos anos 1850, a empresa começou a trabalhar com alfaiataria masculina e, posteriormente, confecção de vestidos. Como forma de chamar a atenção dos clientes para os produtos ali confeccionados, a empresa contratou moças, as *demoiselles de magasin*, para usarem suas peças e desfilarem pela loja em horários específicos, essa prática deu origem aos tão famosos desfiles de moda. Marie Augustine Vernet (1825-1898), uma das *demoiselles de magasin* torna-se esposa de Worth e juntos conseguem convencer o empresário Gagelin a deixar a costura feminina sob o comando de Worth. Esse convencimento foi um grande feito, visto que, após a queda de Napoleão I, o ofício de costurar peças femininas voltou a ser praticado somente por costureiras, pois era considerado indecoroso um homem ter um contato tão próximo com o corpo das clientes (GRUMBACH, 2009).

Naquele período, as Exposições Universais tomavam força no cenário europeu. Elas apresentavam festas esplêndidas e exposições das últimas inovações das mais diversas áreas. Em 1851, a Gagelin & Obigez participou da Exposição Universal em Londres com algumas indumentárias. Em 1855, a edição do evento foi em Paris. A empresa participou novamente no setor têxtil, enviando diversos vestidos que, dessa vez, foram desenvolvidos por Worth. Esse momento foi crucial para a trajetória do costureiro, visto que possibilitou o alcance de um reconhecimento público, fazendo com que mulheres da burguesia e algumas da aristocracia desejassem obter roupas planejadas por ele. Desde então, o nome de Worth tornou-se cada vez mais forte na moda parisiense (COSGRAVE, 2012).

Em 1857 na *rue de la Paix* em Paris, ele abre, em sociedade com o suíço Otto Gustave Bobergh, a Maison Worth & Bobergh, Worth era o gênio criativo, sua esposa Marie Augustine desfilava as criações do marido e comandava outras manequins e Bobergh, desenhista, também tinha talento para os negócios. Com Worth há o advento de uma nova figura, a do costureiro-criador, que possui uma nova e melhor condição social, hierarquicamente superior se comparada a de um técnico produtor de trajes (NERY, 2009).

O reconhecimento e o sucesso de Worth são oriundos, em grande medida, de uma iniciativa, ao que se parece, partiu de sua esposa. Marie Augustine, visando à expansão dos negócios do marido, objetivou conquistar a Imperatriz Eugênia, esposa de Napoleão III, como cliente. Para conseguir tal feito, Marie Augustine apresenta os desenhos de Worth, que foram executados em parceria com Bobergh, para Princesa Pauline de Metternich, esposa do embaixador da Áustria na França. Pauline pagou 600 francos por duas criações do costureiro. A Imperatriz quando “entrou na sala do trono, onde o corpo diplomático se reúne para a reverência”, observou uma das obras de Worth em Pauline e a indagou quem teria realizado aquele “vestido tão maravilhosamente belo em sua simplicidade e elegância” (PERROT, 1994, p. 250).

A partir de 1860, a Imperatriz se torna a principal cliente de Worth. A influência dela foi de grande importância para o sucesso do costureiro. Ela era a única cliente por quem Worth se deslocava. Em épocas anteriores eram os costureiros e costureiras que visitavam seus clientes. Worth realizou a inversão dessa prática, assim, com exceção da Imperatriz, as clientes se deslocavam para sua Maison, que era minuciosamente decorada, e mais parecia com um verdadeiro palácio da moda. Além disso, as novas clientes deveriam ser indicadas por outras clientes já estabelecidas, caso contrário Worth não as atenderia (LAVÉ, 1989).

Ainda que existisse uma ampla clientela aristocrática, as mulheres procedentes da burguesia industrial e comercial eram as mais vistas na Maison. Aquele era um período em que os grupos sociais, apesar de ainda separados, encontravam-se cada vez mais nos bailes e cerimônias oficiais. Muitos ministros e importantes funcionários da corte eram oriundos de famílias de comerciantes e industriais (HOBSBAWM, 1988). A elite do Segundo Império francês, diferentemente da elite do Antigo Regime que possuía certa homogeneidade em sua constituição, era formada por indivíduos originários de diversos grupos: “aristocratas de estirpe comprovada, ricos comerciantes e industriais, poderosos militares, nobres que haviam recebido ou comprado seus títulos recentemente, entre outros” (DEBOM, 2017, p. 92). O governo de Napoleão III tentou construir sua imagem buscando resgatar valores da sociedade de corte, o que se tornava uma enorme contradição. A burguesia, que passou a fazer parte dos setores dominantes devido aos capitais econômico e social conquistados por meio do trabalho, buscava adotar o estilo de vida da nobreza pois esse era sinônimo de prestígio. Os novos ricos acharam no consumo conspícuo uma maneira de se aproximar cada vez mais do modo de ser dos aristocratas tradicionais.

Era necessário apreender como comer, beber, ouvir o que era considerada como boa música, saber o que deveria ser lido, frequentar a ópera e comparecer aos bailes, festividades propícias para se estabelecer contatos, ver e ser visto. Todavia, de nada adiantaria tudo isso sem o melhor dos meios para se ostentar o que foi adquirido por meio do capital econômico, as roupas. Com elas, a diferença de classes tornava-se mais discreta, pois os trajes proporcionam a leitura sobre a condição pecuniária de quem os veste. Sendo assim, o consumo conspícuo, ou seja, ostensivo, levava o indivíduo à respeitabilidade pública (DEBOM, 2017, p. 93).

É possível afirmar que surgiu uma espécie de aristocratização da burguesia por meio da ressignificação de padrões comportamentais do Antigo Regime, em meio a um momento de extremas mudanças sociais, econômicas e tecnológicas. É importante relatar que naquele momento havia um clima de prosperidade que contribuiu para o empreendimento de Worth. Ele vivenciava uma época em que se articulavam o desenvolvimento industrial, dos meios de transporte e do consumo geral; existia também um estímulo ao conhecimento generalizado de obras artísticas; a vigente classe dominante buscava um estilo próprio, além disso existia uma certa vulnerabilidade da burguesia que não era associada ao bom-gosto e necessitava de aconselhamentos, o que permitiu a Worth se colocar como conselheiro desses que não possuíam conhecimento relacionado a um gosto socialmente aceito. Existiam uma série de afinidades que tornaram o momento favorável para que o profissional passasse a criar e obter o reconhecimento de possuir um conhecimento e gosto privilegiados (NERY, 2009).

Worth, mesmo comercializando em sua Maison trajes não exclusivos e produzidos por meio do uso da máquina de costura⁵⁵, criou um setor vinculado ao desenvolvimento de vestidos costurados principalmente à mão, nas medidas das clientes e com a garantia de exclusividade. Com essa prática ele atendeu aos desejos tanto das clientes oriundas da nobreza que ambicionavam se distinguir de todo o resto, como também de senhoras de origem burguesa que procuravam ascensão social.

Em 1868 Worth fundou a *Chambre Syndicale de la Confection et de la Couture pour Dames et Filletes* com a intenção de proteger as criações de moda de cópias indevidas. Vale ressaltar que Worth participou do grupo que a fundou, mas nunca a presidiu. Gaston, um de seus filhos, dirigiu-a entre 1885 e 1888. Em 1910, houve uma separação entre a *couture* e a *confection* com a fundação de *La Chambre Syndicale de la Haute Couture*. Mais uma vez, Gaston se tornou o primeiro

⁵⁵ A máquina de costura é patenteada por Isaac Singer em 1846.

presidente do órgão. Jean-Philippe, outro filho de Worth, esteve à frente da instituição entre 1933 e 1935.

A *Chambre Syndicale de la Haute Couture* é uma entre várias que compõem a *Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*, estabelecida em 1973, e é mais conhecida por *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. É uma instituição reguladora que estipula regras para que uma Maison possa ser classificada como exemplo de alta-costura. Salienta-se que Paris permanece o centro da Alta Costura desde a época de Charles Frederick Worth não apenas por causa do nacionalismo e uma tradição permanente de recursos criativos, mas, também, por conta de uma instituição poderosa que é sua Federação (KAWAMURA, 2004).

As diretrizes para que uma marca seja considerada como alta-costura foram estabelecidas no início do século XX. Conforme a Federação, para uma marca usar o termo *Haute Couture* ela deve: “estar registrada no órgão, ter uma sede em Paris, mesmo que seja estrangeira, confeccionar peças exclusivas e feitas em sua maior parte à mão, apresentar, em Paris, a cada estação uma coleção com roupas originais para o dia e para a noite” (DEBOM, 2017, p. 95).

Salienta-se que a Maison Worth foi um empreendimento muito rentável, mas seu sistema de produção era híbrido, ou seja, ao mesmo tempo que ele cria os parâmetros para o sistema da alta-costura baseados na exclusividade, no trabalho artesanal e na colocação de etiquetas⁵⁶ que focavam a distinção, ele também desenhava peças para serem copiadas por outras lojas no exterior, bem como para a venda em lojas de departamento. É significativo apontar que a alta-costura tenha se desenvolvido quase que concomitantemente à produção industrial em massa de roupas prontas para uso; esses são os dois lados da moderna indústria da moda. Simultaneamente, houve uma revolução no varejo com a ascensão da loja de departamentos. Lipovetsky (1989) ressalta que a confecção industrial precedeu o aparecimento da alta-costura. A produção de roupas em série instala-se na França nos anos de 1820, mas tem um verdadeiro impulso após 1840. “À medida em que se implantam os grandes magazines, que as técnicas progridem, que diminuem os custos de produção, a confecção diversifica a qualidade de seus artigos, dirigindo-se à pequena e média

⁵⁶ Colocar etiquetas com o nome do fabricante em peças de roupas e acessórios não foi uma invenção que ocorreu no Segundo Império. Desde os anos 1820, já eram encontradas lojas que tinham essa prática. Entretanto, percebe-se que foi ao longo do Segundo Império que esse procedimento se cristalizou, como um meio encontrado na época para evitar falsificações (TÉTART-VITTU, 2012 apud DEBOM, 2017, p. 94).

burguesia” (LIPOVETSKY, 1989, p. 71). Pode-se afirmar que, ao mesmo tempo em que os grandes magazines atendiam às camadas médias parisienses, o mercado de luxo teve como um dos focos a nova aristocracia em ascensão que buscava assemelhar-se com aqueles que possuíam títulos de nobreza.

E Worth, fazendo uso de uma estratégia brilhante, teve seu nome na história vinculado à criação da alta-costura, ele também pode ser reconhecido como o inventor da ideia de vender roupas prontas e em série, ou seja, ele pode ser considerado o fundador do princípio do prêt-à-porter. Entretanto, não se pode ignorar que em vários textos sobre moda Worth é vinculado apenas à alta-costura, e o fato de que ele também viabilizou a implantação do que veio, posteriormente, a ser conhecido como prêt-à-porter, normalmente, é esquecido ou pouco comentado. Essa imagem vinculada à alta-costura e ao luxo foi, habilmente, planejada e construída pelo próprio Worth. Ele se recusava a ser conhecido simplesmente por um homem de negócios, daí surge a necessidade da persona artística, essencial para seu sucesso como *couturier*.

Dessa maneira, além da organização da moda como a conhecemos atualmente, pelo menos em suas grandes linhas, quais sejam: renovação sazonal; apresentação de coleções por manequins vivos; surge com Worth uma nova vocação, associada a um novo *status* social do costureiro. Ou seja, desde Worth o costureiro se impõe como criador, nasce, assim, a expressão individual do criador-artista (LIPOVETSKY, 1989).

Foi quando as vestimentas começaram a assumir o *status* de objetos substantivos e esculturais, que por acaso tinham o suporte humano para ativá-las. Os talentos de Worth, assim como sua agressiva autopromoção foram fundamentais para trazer a moda para o primeiro plano do avanço social. Ele lutou para avançar a noção de criação para a moda e do costureiro para um artista, ou seja, o projeto de Worth, considerado pelos estudos de história da moda como o primeiro costureiro-criador, foi afirmar e firmar a moda como uma arte (GECZY; KARAMINAS, 2012).

Worth foi fundamental na criação da imagem da alta-costura como arte, mas o fez dentro de um contexto histórico particular, quando a moda em geral estava se tornando cada vez mais democratizada. Ele considerou seus vestidos obras de arte e sondou fontes artísticas desde o Renascimento até os períodos neoclássico e do Primeiro Império para seus projetos, além disso ele assinava e patenteava seus croquis; desenvolveu, dessa forma, uma estética que considerava “a história da arte e a história da indumentária alicerces geminados” (MARLY, 1990, p. 110). Seu autorreconhecimento como artista podia ser observado também por meio de sua composição da

aparência pessoal, pois na metade de sua carreira, Worth (Figura 11) passou a se vestir como um artista.

Figura 11 – Charles Frederick Worth



Fonte: The Metropolitan Museum of art.

Criando a mística do estilista como artista, Worth construiu uma personalidade chocante para época (COLE, 2011). Considerando-se um artista, ele adotou o estilo boêmio de vestuário usado pelos artistas de sua geração. Como observado na Figura 9, sua vestimenta resulta no uso de uma boina de veludo, um casaco volumoso e sem forma e um pequeno lenço de seda no lugar da gravata, esse vestuário romantizado foi planejado e calculado e possui inspiração em Rembrandt (MACKRELL, 2005). “Esse traje satisfazia a ilusão de um gênio criativo em ação” (COLEMAN,

1989, p. 25). Worth necessitava dessa transferência de discurso voltada à arte para distanciar sua persona de criador daquele homem de negócios. Ele era visto como o criador-gênio incontestável e não apenas como um comerciante bem-sucedido. Manter a aura do artista seria o que tornaria ele e seu estabelecimento especiais.

Em 1870, com a queda do Segundo Império, em virtude da guerra franco-prussiana, e o exílio para Inglaterra de sua cliente de maior importância, a Imperatriz Eugênia, obriga Worth a fechar suas portas, ele reabriu sua Maison apenas em 1871. A situação era complexa, pois o costureiro, que possuía seu nome diretamente ligado ao regime derrubado, receava ser extraditado para a Inglaterra. Seu sócio, Otto Bobergh, optou por voltar para a Suíça. Com o fim dos conflitos militares, algumas mulheres, esposas de políticos do alto escalão ligados à Terceira República o procuraram, requerendo seus serviços. Mackrell (2005) aponta que, após a abertura de seu salão em 1871, Worth continuou aliando moda à arte até quase o final do século. A autora ainda enfatiza que o costureiro adotou o esteticismo, um desdobramento do romantismo, compondo roupas estéticas.

Na literatura, Baudelaire (1821-1867) escreve vários textos sobre as novas linguagens visuais e sensibilidade que se instituem na vida moderna. Entre tais escritos, existem alguns que são dedicados à moda e à aparência. O poeta considerava a moda como um elemento constitutivo do belo, ou seja, é um sintoma do “gosto pelo ideal”. Para ele, “todas as modas são encantadoras, ou seja, relativamente, encantadoras, cada uma sendo um esforço novo, mais ou menos bem-sucedido, em direção ao belo” (BAUDELAIRE, 2006, p. 875). Baudelaire (2006) identifica não só a moda, mas o novo caráter do belo fugidio da sociedade moderna:

O belo é constituído por um elemento eterno, invariável, cuja quantidade é excessivamente difícil de determinar, e de um elemento relativo, circunstancial, que será, se quisermos, sucessiva ou combinadamente, a época, a moda, a moral, a paixão. Sem esse segundo elemento, que é como o invólucro apazível, palpitante, aperitivo do divino manjar, o primeiro elemento seria indigerível, inapreciável, não adaptado e não apropriado à natureza humana. Desafio qualquer pessoa a descobrir qualquer exemplo de beleza que não contenha os dois elementos (p. 852).

Essa concepção, que entende o vestuário como componente de uma experiência estética, ganhou voz na Inglaterra com o Esteticismo⁵⁷. Esse é formado por um grupo de artistas que prioriza

⁵⁷ O Movimento Estético, que tem seu início por volta de 1869, foi uma associação entre escritores e artistas; incluía Walter Pater, Dante Gabriel Rossetti, Oscar Wilde, Algernon Charles Swinburne e Whistler. O movimento afetou todos os aspectos da vida e criou uma nova preocupação pelo gosto e beleza nas artes da pintura, música, teatro, arquitetura e mobiliário doméstico (DENNEY, 2000).

a sensibilidade visual. Os defensores desse movimento, assim como a coetânea Sociedade de Traje Racional⁵⁸ estabelecida em Londres em 1881, se opunham à moda que aprisionava, cerceava e tolhia os movimentos. Os defensores do movimento Estético distinguiram-se desse último por defender que a beleza era tão importante quanto a racionalidade (MACKENZIE, 2010).

A reforma da vestimenta feminina, no final do século XIX, tornou-se uma pauta desenvolvida por movimentos feministas. Os estilos defendidos pelas reformas no vestuário feminino apontavam uma mudança das noções da roupa como indicativos de distinção, de classes e de ocupação, para uma preocupação moderna com a vestimenta como significado de identidade criativa (SANT'ANNA, 2010). O Esteticismo, na Inglaterra, aliou-se aos debates feministas e construíram vestimentas denominadas de traje estético (Figura 12).

Tais trajes, como o usado pela Sra. Jane Morris (1839-1914) na Figura 3, eram inspirados nas vestimentas e no estilo retratados nas pinturas pré-rafaelitas⁵⁹ e consistiam em vestidos longos, fluidos e sem espartilho, com poucos detalhes e adornos, evitando assim, ostentações pretenciosas. Além disso, os cabelos das defensoras do Esteticismo, normalmente, eram compridos e levemente frisados, por vezes soltos na frente dos olhos. O senso comum do período desaprovava a aparência deselegante das adeptas dessa tendência, tanto que elas eram descritas como pálidas, desarrumadas com cabelos despenteados. Quando comparado às vestimentas do período, o traje estético pode ser considerado uma revolução visual, pois vinculava-se a novas noções de beleza, e, concomitantemente, se apresenta como um enunciado da modernidade.

Figura 12 – Exemplo de traje estético usado pela Sra. Jane Morris fotografada por Dante Gabriel Rossetti, 1865

⁵⁸ A Sociedade do Traje Racional tinha intenção de revolucionar a moda feminina. Indignados com os riscos à saúde inerentes aos modelos da época, os criadores do movimento promoviam vestimentas alternativas, confortáveis, práticas e leves (MACKENZIE, 2010, p. 56).

⁵⁹ Defendendo a veracidade para com a natureza e a beleza em todas as coisas, a Irmandade Pré-rafaelita era um grupo de artistas cuja admiração pela pintura medieval refletia a insatisfação com as manufaturas modernas celebradas pela Exibição Internacional de 1851. Os pré-rafaelitas adentraram o debate sobre o vestuário feminino em 1848, promovendo, por meio de suas pinturas, um jeito fluido de se vestir, livre de espartilhos, menos constritivo e mais saudável (MACKENZIE, 2010, p. 52).



Fonte: TUMBLR, 2018.

No final do século XIX e início do XX, nasce uma nova forma de expressão artística, que conglomerou as mais diversas tendências, se difundiu por toda a Europa e ficou mais conhecida por *Art Nouveau* (Arte Nova). Ela propunha a ideia de que a arte deveria ser introduzida em cada aspecto do cotidiano, além disso apresentava um estilo que visava fazer uma reflexão e que acompanhasse as inovações da sociedade na era industrial. Ela atingiu alguns setores artísticos, como o design, a arquitetura, as artes decorativas, as artes gráficas e as artes imobiliárias. De acordo com Pezzolo a “*art nouveau* foi o primeiro movimento artístico a se adequar à moda, com prioridade ao design, e acabou marcando a Belle Époque” (PEZZOLO, 2013, p. 121).

Por volta de 1880, por meio da iniciativa de alguns arquitetos e *designers*, surge o conceito *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total). Tal conceito se baseava na ideia de unificação das expressões artísticas e do design. O termo vincula-se a uma obra de arte que conjuga vários meios expressivos, culturais e comunicacionais. Em princípio, a experiência da “arte total” foi executada no teatro, alguns arquitetos do período da *Art Nouveau* foram inspirados pelo conceito e transferiram a ideia para suas arquiteturas, criando inúmeras possibilidades de complementos para suas construções como maçanetas, portas, tapetes e vestidos. Por meio dessa ideia baseada na tentativa de unir inúmeras expressões artísticas, observa-se, em alguns lugares da Europa, a possibilidade da interação e do diálogo entre moda e arte. Nesse cenário, podem ser citados os trabalhos de Henry Van de Velde (1863-1957) como expoente desse conceito.

O arquiteto belga, influenciado pelo movimento *Arts and Crafts*⁶⁰, como também por William Morris (1834-1896), ficou obstinado pela ideia de integração, ele acreditava que a harmonia estava nos detalhes (STERN, 2004). Baseado nessas premissas, Van de Velde pregava o abandono da diferença entre arte maior e arte menor, na qual se insere, também, a moda (MÜLLER, 2000). Vale ressaltar, também, que o arquiteto criou o *Künstlerkleid* que seria a definição para “roupa de artista” ou “vestuário artístico”. Essas vestimentas possuíam, em sua essência, a beleza da estrutura, em parte, pois eram construídas e interpretadas como uma arquitetura. Esse conceito foi levado tão a sério, que Maria Sèthe (1894-1943), esposa de Henry van de Velde, só usava vestimentas criadas por ele (Figura 13).

⁶⁰ Relacionando-se de perto com o Pré-raphaelismo, o movimento Arts & Crafts foi motivado tanto por preocupações sociais quanto estéticas. Desiludido com os efeitos desumanizadores da industrialização e da produção em massa, os seguidores do Arts & Crafts dedicavam-se ao resgate da habilidade e maestria artesanais tradicionais. Originário da Inglaterra, o movimento teve seus princípios adotados em outros países e influenciou os têxteis, as artes decorativas e a arquitetura do fim do século XIX e início do século XX (MACKENZIE, 2010, p. 58). O movimento Arts & Crafts, em contraposição à produção industrializada de tecidos passa a propor a retomada do fazer artesanal dos têxteis (BONADIO, 2017).

Figura 13 – Henry van de Velde, Maria Sèthe, usando vestido criado por seu esposo, publicado na revista *Dekorative Kunst*, 1901



Fonte: University of California Press, 2018.

O conceito de arte total inclui todas as áreas da vida e é ilustrado na foto da casa que foi completamente projetada até seu último detalhe. Maria Sèthe, em pé ao piano, se apresenta como uma parte do novo design de acordo com os princípios modernos. Sua vestimenta construída por premissas estruturais exemplares, expressam uma composição e estrutura lógicas e consistentes,

sublinhando os objetivos determinados e as técnicas de projeto aplicadas. Seu vestuário possui uma simplicidade estrutural, mas, ao mesmo tempo, faz uso de uma ornamentação abstrata, pois na ornamentação, a tectônica do corpo só pode ser expressa usando ornamentação abstrata, que vêm da "capacidade de se movimentar livremente as articulações e quadris, e o corpo humano em geral, roupa deve cobrir, mas não esconder" (VAN DE VELDE, 1900, p. 26 apud THREUTER, 2005, p. 36).

De certa forma, o conceito da integração reiterava a vida doméstica aliada à figura feminina. A mulher era a responsável por administrar a casa, enquanto seu marido participava da vida pública. Dessa maneira, o cuidado doméstico se estendia à aparência feminina, suas vestimentas eram, extremamente, importantes na composição do ambiente, tanto quanto a decoração, a mobília e a arquitetura (STERN, 2004). Salienta-se que, como outros artistas⁶¹ do movimento de reforma, van de Velde construiu sua teoria apenas no campo do design feminino, justificando sua teoria na necessidade da reforma da roupa feminina em oposição à dos homens, defendendo a tese de que o caráter da mulher demonstra uma tendência à passividade, enquanto os homens assumem um papel ativo e pioneiro nas mudanças sociais. Ele afirma que “os homens são menos pacientes e esse traço de caráter tem impedido alfaiates de ir muito longe em suas invenções”. De outro modo, justifica que é diferente com as mulheres, "as mulheres carregam os inconvenientes físicos para ser confortável com eles próprios [...]" e como o "alfaiate material", a sua "paciência e passividade [...] não conhece limites" (VAN DE VELDE, 1900, p. 12 apud THREUTER, 2005, p. 36). Fica claro que a proposta de van de Velde está alinhada aos discursos da época, fundamentados em teorias supostamente científicas entre os sexos e a polarização dos sujeitos.

Observa-se, ainda, que a ideia da construção do “vestuário artístico” coaduna com a abordagem defendida por alguns médicos do período, que recriminavam o uso do espartilho, além de ser compatível aos debates feministas que apoiavam as modelagens que visavam a uma liberdade dos corpos (STERN, 2004).

Outras manifestações semelhantes ao conceito de obra de arte total (*Gesamtkunstwerk*) propagaram-se em outros países, como na Áustria e depois em Paris. Em Viena, na Áustria tem-se

⁶¹ Como por exemplo William e Jane Morris, Hermann e Anna Muthesius, Peter e Lili. Behrens, Josef Hoffmann, Adolf Loos, Paul Schultze-Naumburg, Else Oppler e outros.

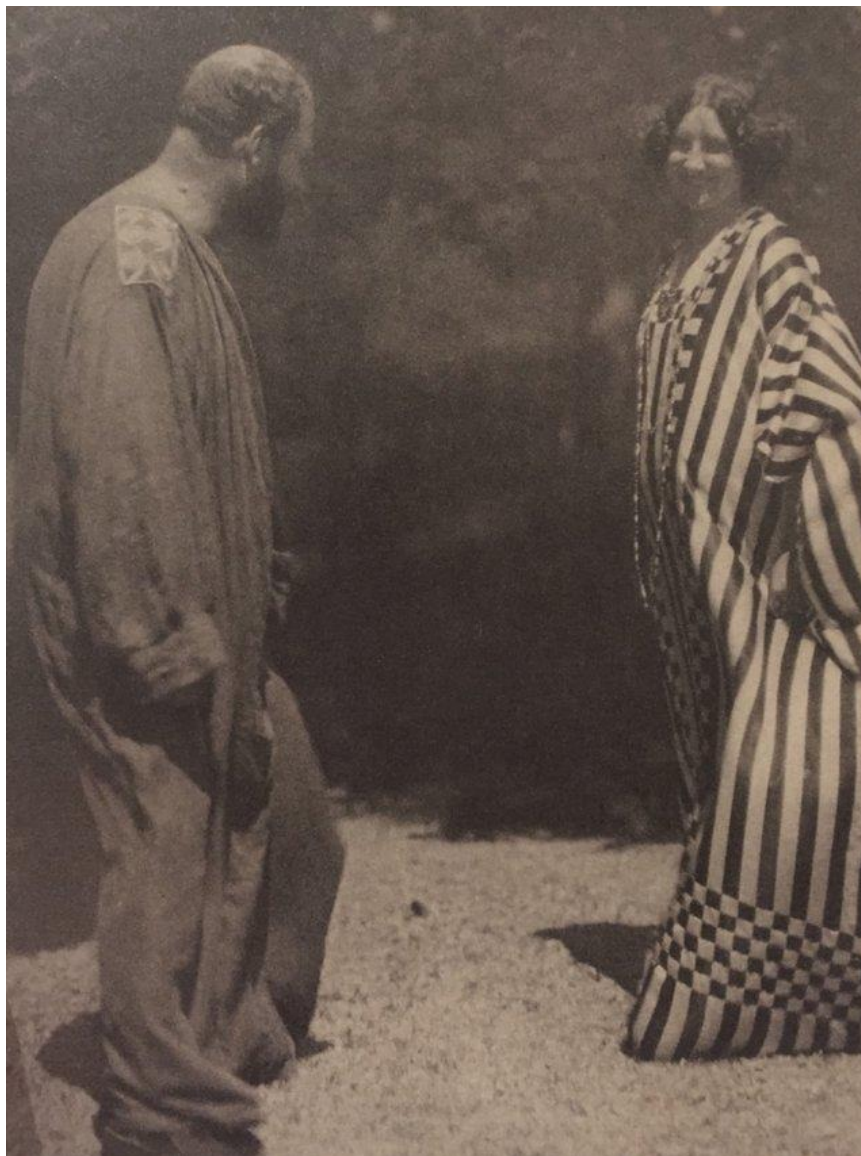
as oficinas *Wiener Werkstätte* (WW)⁶² que visavam à criação de uma harmonia entre os vários setores da vida do sujeito. Diferente da proposta de *Gesamtkunstwerk*, a *Wiener Werkstätte* contemplava os trajes femininos e masculinos. As oficinas possuíam ênfase na completa liberdade artística, elas eram multidisciplinares, vários artistas utilizaram as vestimentas como suporte de suas obras, sobretudo na estampa. Vale notar que as linhas plásticas utilizadas pela WW eram bem mais sóbrias, industriais e racionais se comparadas às usadas pela *Art Nouveau*. A moda apresentada pela *Wiener Werkstätte* baseava-se na construção de linhas retas e caso fossem onduladas, seriam extremamente amenas. Os elementos construtores da aparência ganharam outras soluções, bem diferentes das utilizadas em Paris. “Trata-se de estampas abstratas e expressivas, em cores fortes, silhueta reta em vestidos amplos que não tolhiam o movimento do corpo feminino, e adornos e joias em linhas geométricas, industriais” (SANT’ANNA, 2010, p. 49).

Já em 1903, “os *Wiener Werkstätte* (WW) unem pintura, escultura, arquitetura e artes aplicadas na criação da cena da vida cotidiana”, como Josef Hoffmann (1870-1956), que cria bijuterias e vestimentas de acordo com seus projetos arquitetônicos, ou ainda, Gustav Klimt (1862-1918), que desenha “tecidos e vestidos cuja sobriedade de corte confere toda a dimensão das peças aos grafismos poderosos” (MÜLLER, 2000, p. 5).

Inúmeras peças criadas pela WW foram reunidas em uma boutique de moda vanguardista, que era chefiada por Emile Flöge (1874-1952) (a *Schwester Flöge*, traduzida como Casa das Irmãs Flöge), amiga de Gustav Klimt, com quem se uniu para criar várias peças de roupas. Observa-se que a parceria entre Flöge e Klimt resultou em coleções de vestimentas que exibiam inovação na estrutura e na estampa. Como, por exemplo, na imagem (Figura 14) de 1909, em que Klimt usa uma bata e Flöge um vestido reformista.

⁶² O *Wiener Werkstätte* (Oficinas Vienenses) surgiu como uma extensão da Secessão de Viena. Visava romper com a arte tradicional e os exageros de ornamentos da época. Centrada na capital austríaca, ficava à porta entre os métodos tradicionais de fabricação e uma estética distintamente vanguardista. Liderado pelo arquiteto Josef Hoffmann e seus associados, como Dagobert Peche e Koloman Moser, o *Wiener Werkstätte* se inspirou em movimentos como o *Arts & Crafts* e o *Art Nouveau*, bem como na arte popular tradicional, e previu o florescimento da *Art Deco* e do *International Style* no período entre as guerras (CLERICUZIO, 2018).

Figura 14 – Gustav Klimt e Emilie Flöge, 1909



Fonte: Widewalls, 2019.

Percebe-se na imagem que a indumentária utilizada tanto por Klimt como por Flöge propõe uma praticidade e um conforto, e construía um ideário de liberdade de forma e estilo. Uma experiência revolucionária muito à frente de seu tempo.

Essas experiências entre moda e arte de vanguarda foram inovadoras para a época, e torna-se relevante observar que quanto mais afastado se está de um espaço extremamente vigiado pela

crítica, como é o caso de Paris⁶³, mais fácil fica de se realizar um diálogo, em que experimentos realmente novos podem ser criados. Dito isso, compreende-se que a vestimenta concebida como meio de empreender e desenvolver a estética do cotidiano tem uma experiência mais profunda e radical em ambientes fora de Paris, como em Viena (BRANDSTATTER, 2000).

O costureiro Paul Poiret (1879-1944) visitou os ateliês vienenses e reconheceu ter se inspirado nas criações de moda de Gustav Klimt, Emile Flöge e seus companheiros da WW. Poiret foi um dos primeiros costureiros a utilizar a colaboração de artistas da arte de vanguarda em Paris. O costureiro usou da arte moderna e trouxe uma nova abordagem do ponto de vista estético para a época. Criou uma linha de vestuário completamente nova, foi pioneiro em trazer influências orientais para a moda ocidental e desenhou uma coleção para “libertar as mulheres dos espartilhos”, com formas amplas e confortáveis.

Salienta-se que ao se analisar o contexto dos séculos XIX e XX, percebe-se que houve uma grande mudança na vida dos indivíduos. O fim do século XIX e início do século XX, até a eclosão da Primeira Guerra Mundial, foi nomeado por Hobsbawm (1988) como Era dos Impérios (1875-1914). Foi um período de paz sem paralelo no mundo ocidental. Em 1871, na segunda fase da Revolução Industrial, França e Alemanha assinaram o Tratado de Frankfurt que permitiu um novo período de paz entre as potências europeias. Foi também uma era de estabilidade social crescente dentro da zona de economias industriais desenvolvidas, além disso “as instituições políticas e culturais do liberalismo burguês foram estendidas, ou estavam em vias de se estender, às massas operárias que viviam em sociedades burguesas, até mesmo (pela primeira vez na história) às suas mulheres” (HOBSBAWM, 1988, p.16). Foi possível, nesse momento, fomentar o liberalismo econômico e a interdependência comercial que possibilitou avanços em descobertas e trocas tecnológicas.

De acordo com Mèrcher (2012), desde 1871, uma estabilidade político-econômica propiciou aos franceses uma maior sensação de segurança conjuntamente à noção de progresso atrelada ao desenvolvimento urbano-industrial. A expansão imperialista europeia em direção aos continentes africano e asiático, permitiu às metrópoles um enorme acúmulo de capital, e este capital subsidiou as grandes reformas urbanas, bem como a efervescência das novas tecnologias e a democratização dos espaços urbanos pelas novas classes sociais, como a operária.

⁶³ Ressalta-se que a centralidade de Paris, no quesito moda, é inegável, e é a partir dela que se irradia para o mundo as formas dos trajes em voga.

Devido aos impactos causados pelo “avanço da urbanização, da industrialização, da ampliação e diversificação de produtos, bem como de consumidores, muitas mulheres francesas passaram de camponesas e donas de casa para operárias de Paris, tendo muitas conquistado posições dentro da aristocracia pelos mais diversos caminhos” (MÈRCHER, 2012, p. 2). Nesse momento, a mulher, independentemente de sua classe social, começa a ser percebida como uma consumidora em potencial, alimentando diversos nichos do mercado que colaborarão com o processo inicial de autonomia feminina.

Vale notar, que o liberalismo francês, além de diminuir as distâncias entre as camadas sociais, também estimulou a diminuição inicial da distância entre os sexos. Na década de 1880, leis francesas, essenciais para a manutenção do sistema de produção e da dinâmica liberal do período, foram criadas e elevou o grau de percepção de uma possível autonomia feminina. Com isso as mulheres conseguiram conquistas jurídicas de grande importância como por exemplo: em 1884 o divórcio, ainda que difícil, se tornou possível; em 1886 elas puderam abrir poupanças sem a permissão dos maridos; em 1893 mulheres solteiras tiveram capacidade legal reconhecida; em 1897 tiveram o direito de testemunhar em ações civis. Ressalta-se ainda, que as novas tecnologias e a popularização de métodos contraceptivos, como o coito interrompido e a amamentação⁶⁴ auxiliaram no início da “autonomia feminina ao iniciar sua desvinculação do arquétipo tradicional da mulher construído ainda no iluminismo” (MÈRCHER, 2012, p. 3).

Muitos estilistas da época refletiram o sentimento dessa época em um desprendimento nas limitações dos vestidos femininos, mas Poiret foi o que levou mais crédito por essas mudanças, provavelmente, por sua capacidade de se auto promover (PALOMO-LOVINSKI, 2010). A partir de 1906, Poiret começou a apresentar coleções cujos vestidos possuíam inspiração no período do Império do início do século XIX, retirando o uso do espartilho. É interessante notar que o estilo império, usado inicialmente na corte napoleônica com influência neoclássica, possui uma leitura fortemente ligada à ideologia revolucionária. Assim, a abolição do espartilho, no século XX, pode e deve ser considerada uma vitória em relação aos direitos da mulher. Além disso, os vestidos

⁶⁴ A amamentação é um método contraceptivo natural, mas apenas quando o bebê está em aleitamento materno exclusivo e várias vezes ao dia, pois a sucção do bebê e a produção de leite aumentam a quantidade de progesterona, que é um hormônio que impede a ovulação. Porém, este não é um método muito eficaz, já que muitas mulheres acabam engravidando neste período.

marcaram a passagem de uma roupa volumosa para a silhueta mais fina que seria usada na próxima década.

As casas Callot Soeurs, Jeanne Paquin, Charles Frederick Worth, Gustav Beer e Jacques Doucet aderiram à inovação do Revival Império, mas foi Paul Poiret que chamou para si o mérito de, sozinho, ter libertado as mulheres de seus espartilhos. Liberar as mulheres do espartilho foi um processo cultural longo e demorado, que teve seu início com os movimentos críticos ao seu uso em meados do século XIX, passando pelo impacto dos figurinos e da corporalidade do balé moderno (*Ballets Russes*⁶⁵, Isadora Duncan etc.), o contínuo processo de envolvimento das mulheres em esportes (tênis, bicicleta, equitação, ciclismo, golfe etc.) e seu avanço no espaço público.

Portanto, Poiret não é o único responsável por retirar o espartilho das roupas femininas e alterar sua silhueta, mas todo um encontro de alguns campos gerou várias transformações socioculturais, às quais o estilista foi sensível, a partir do que adaptou a mudança para o universo da moda.

Lipovetsky lembra, também, que Poiret, ao criar vestimentas que não faziam uso do espartilho, primou pela liberdade, como pode ser observado em sua própria fala: “Foi ainda em nome da Liberdade que preconizei a queda do espartilho e a adoção do sutiã” (POIRET, 1930, p. 53 apud LIPOVETSKY, 1989, p. 103). No entanto, pode-se dizer que o costureiro-artista prezava, sim, pela liberdade, mas a sua, pois, ele encontrava “no espartilho um código secular que colocava um obstáculo à imaginação de novas linhas, uma armadura refratária à criação soberana” (LIPOVETSKY, 1989, p. 103). Prova disso foi a criação da saia entravada em 1910, que, como o nome sugere, aprisionava a mulher obrigando-a a dar passos extremamente curtos. Dessa forma, infere-se que Poiret prezou muito menos pela liberdade das mulheres do que pela sua liberdade criadora como artista-costureiro, tentando se desvencilhar dos grilhões de formas e de linhas impostas pelos códigos da época.

O costureiro visitava galerias de arte para reavivar a sua sensibilidade artística e, além disso, tinha gosto pelo teatro, que lhe serviu, em inúmeras ocasiões, de inspiração para suas criações de

⁶⁵ Observa-se que “entre os mais momentos memoráveis encontros de arte e moda estão os Ballets Russes de Diaghilev. Como Poiret escreve: “Como muitos artistas franceses fiquei impressionado com os Ballets Russes e não fiquei surpreso que isso tenha exercido uma certa influência sobre mim” (GECZY, 2012, p. 81).

alta-costura. Era comum Poiret contratar artistas para criar ilustrações, e levou artistas talentosos para o seu atelier.

Em 1908, Poiret encarregou Paul Iribe (1883-1935) de ilustrar *Les Robes de Paul Poiret*. Em 1911, contratou Georges Lepape (1887-1971) para realizar o seu segundo álbum, *Les Choses de Paul Poiret* (BAUDOT, 2008). Hoje, pode-se chamar esses álbuns de catálogos de moda. “Como nessa época ainda não existia a fotografia colorida, Poiret achava que as imagens em preto e branco não dialogavam com o seu conceito. Assim, convidou ilustradores para registrar seus vestidos em cores, por meio de seus álbuns” (BRAGA, 2016, p. 20).

No início do século XX, alguns ilustradores, como Iribe e Lepape, passaram a buscar efeitos estéticos mais artísticos, deixando de lado os desenhos descritivos do século XIX. Os artistas não se preocuparam em representar as proporções de corpo humano fidedignamente, ou mesmo em criar volumes por intermédio da luz e da sombra. Além disso, construíram, cada um em seu álbum, imagens com cenas relativamente movimentadas, com figuras de frente e de lado, interagindo com o cenário, ilustrando uma cena social (Figura 15). Tal ação foi dada como inovadora, pois, antes disso, as ilustrações representavam figuras, posando estaticamente para o artista.

Os estilos de ilustrar dos anos 1900 a 1910, como o de Iribe e, posteriormente, o de Lepape, foram referência para o desenvolvimento da ilustração do século XX. Essas parcerias entre Iribe e Poiret, e logo em seguida, em 1911, a de Lepape e Poiret ajudaram a alavancar as publicações de moda e as técnicas que seriam usadas na *Art Déco* (REIS; ANDRADE, 2011). Desse modo, o contexto dessas ilustrações, muito mais do que ser uma possível interação social entre as mulheres parisienses, fomentando o desejo de consumo das peças de Poiret, é o contexto da história das ilustrações do século XX, especificamente das ilustrações de moda.

O costureiro, em 1913, trouxe George Barbier (1882- 1932) para ilustrar “*Shéhérazade*”. Outros artistas, como Pablo Picasso (1881-1973), Le Courbusier (1887- 1965), Bakst (1866-1924), Erté (1892-1990), Mariano Fortuny (1871-1949), Vlaminck (1876-1958), André Derain (1880-1954) e Raoul Dufy (1877- 1953), também trabalharam para Paul Poiret (BAUDOT, 2008).

A partir de 1909, depois da primeira apresentação dos Balés Russos, em Paris, Poiret criou o conceito de orientalismo para suas propostas – atualmente, denominado multiculturalidade (BRAGA, 2016). Em 1910, a exposição pós-impressionista organizada pelo pintor Roger Fry (1866-1943) também, influenciou a moda e os estilos de vida. Foi nesse ambiente artístico que os modelos de Paul Poiret assumiram proeminência (SILVEIRA; FERNANDES, 2006). Inspirado no

orientalismo, no âmbito das formas, cores e tecidos, criou o casaco quimono, as saias afuniladas, os vestidos amplos, os drapeados suaves e as calças estilo odalisca, diferenciando-se pelo uso de tons vibrantes de roxo, laranja, azul e verde e estampas audaciosas (MACKENZIE, 2010).

Figura 15 – Paul Iribe, Ilustração do álbum Les Robes de Paul Poiret, 1908



Fonte: Internet Archive, 2011.

O estilista apropriava-se das linguagens das vanguardas artísticas e as transpunha para sua obra. Outro fato decorrente de sua visita aos ateliês vienenses foi a inspiração para criação de ateliês dedicados às artes decorativas. Segundo Müller (2000), Poiret reconheceu ter se inspirado nesses

ateliês para o lançamento, em 1911, de sua *École Martine*⁶⁶. Além da *École Martine* o estilista criou vários outros ateliês como o *Atelier Colin* e ateliê *La Petite Usine*⁶⁷.

Ainda em 1911, Poiret “foi o primeiro profissional da área de moda a unir um ateliê de costura à cosmética e à perfumaria. Assim, lançou o primeiro perfume a ter vínculo com a área de moda e criou uma série de produtos de beleza, como cremes, batons, esmaltes e produtos de maquiagem” (BRAGA, 2016, p. 21). Poiret investiu no que, na época, era pouco usual, mas que hoje se tornou um padrão entre as grandes marcas: a expansão vertical da linha de produto. Em sua *maison*, era possível encontrar, além de suas roupas, móveis, artigos para decoração e perfumes. Ele também ajudou a estabelecer a prática que é chamada no mundo de moda contemporânea de “marca como estilo de vida”, visível em estratégias de marketing de inúmeras marcas da atualidade (PALOMO-LOVINSKI, 2010). Mas, certamente, uma de suas maiores inovações no mundo da moda foi seu desenvolvimento da técnica de *moulage* ou *draping*, uma radical inovação em um mundo dominado pelo método de modelagem da alfaiataria. Essa técnica permitiu a Poiret criar suas peças com formas retas e alongadas, mas ainda fluidas (RESENDE, 2013). O foco na elaboração de trajes passou a ser o drapeado, garantindo que as peças tivessem bom caimento sem que o corpo fosse forçado a se encaixar nos moldes e padrões da época. Para Harold Koda, curador-chefe do *Costume Institute* (CHAGAS, 2007, p. 1) “enquanto Chanel leva o crédito por criar o padrão de moda moderno, é o processo de design de Poiret, usando drapeado, a verdadeira fonte das formas modernas”.

Ainda em 1911, o estilista organizou a primeira turnê de manequins, para apresentar suas coleções, por meio de desfiles, nas cidades de Londres, Berlim, Viena, Moscou, Bruxelas e São Petersburgo. Após sua turnê em Nova York, em 1913, assinou contrato com empresas norte-americanas para produção de artigos de moda.

Pode-se afirmar que Poiret foi um verdadeiro modernista, ao conceber a moda como ponto de partida nacional para uma revolução mais profunda, que englobaria vários campos do saber. Parcerias realizadas com artistas de diferentes áreas enriqueceram seus trabalhos, pois criaram um olhar ampliado sobre a moda, dando à roupa novos significados (RESENDE, 2013).

⁶⁶ A partir de 1911, Poiret criou vários ateliês dedicados às artes decorativas. O primeiro foi a *École Martine* (nome de uma de suas filhas), no qual produzia desenhos para tecidos, objetos em geral, tapetes, vasos, luminárias, móveis etc.

⁶⁷ *La Petite Usine* foi um ateliê de impressão sobre tecidos exclusivos elaborados por Paul Poiret e Raoul Dufy. A parceria foi curta, pois, o industrial têxtil, Bianchini, tendo descoberto o talento de Dufy, contrata-o lhe oferecendo “meios industriais mais dignos” (MÜLLER, 2000, p. 5).

De acordo com Grumbach (2009, p. 27), “ele (Poiret) é, assim como Doucet e antes de Chanel e Schiaparelli, um ardoroso promotor da arte moderna, mas seria, antes de mais nada, até a Exposição de Artes Decorativas de 1925, aquele que iria enobrecer as artes aplicadas”.

A Exposição Internacional de Artes Industriais e Decorativas⁶⁸, realizada em Paris em 1925, tinha como objetivo exaltar a união entre arte, moda, indústria e empresas comerciais de design decorativo. Estimular e institucionalizar o diálogo entre arte e moda era uma política do Estado francês para promover ambas, com o intuito de propagandear a cultura francesa e, também, sua superioridade em estilo, gosto, refinamento e sofisticação. Tal prática não era nova. Desde Luís XIV, os governos franceses faziam uso do ato de propagandear as artes e a moda nacional como maneira de impor a superioridade cultural e política do estado francês (GECZY; KARAMINAS, 2012).

Uma das estratégias usadas pelas instituições oficiais francesas para exaltar sua cultura foram as mostras universais, principalmente a de 1889 e a de 1900, que exibiram Paris como a capital da tecnologia e da cultura. Contudo, na década de 1920, vender a identidade e a cultura francesas era uma estratégia para melhorar as finanças públicas nos conturbados anos pós-guerra. Assim, na Feira de Artes Decorativas de 1925, o governo francês adotou a cultura do espetáculo e seus atores principais foram os costureiros-artistas. Para o efetivo sucesso da feira, foram essenciais as alianças desses costureiros com as lojas de departamento (RESENDE, 2013).

Para o governo francês, as alianças foram de extrema importância tendo em vista que a indústria de confecção e vestuário norte-americana começava a fazer frente à indústria francesa no mercado internacional. Se os franceses não podiam competir em quantidade, competiriam em qualidade e refinamento (RESENDE, 2013).

Várias alianças entre artistas e costureiros foram montadas para a feira de 1925. Paul Poiret teve grande participação no evento, pois foi convidado para assumir a direção artística da *Fête Du Théâtre et de la Parure*, um desfile espetáculo cujo objetivo era demonstrar e vender o alto nível e a sofisticação das artes decorativas francesas a partir da moda (NOBRIGA, 2011). Além disso, para reforçar a demonstração do poderio parisiense em relação à moda, foi montado o

⁶⁸ A expressão *art déco* surgiu na Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas. Esse estilo luxuoso, surgido na década de 1920 e inicialmente direcionado à classe burguesa enriquecida do pós-guerra, nasceu da fusão de vários movimentos: cubismo, futurismo, *art nouveau* e abstracionismo geométrico. E possui o predomínio de motivos compostos por linhas retas ou circulares. Sua influência se estendeu ainda à arquitetura, ao design industrial e de interiores, à escultura e à moda, incluindo a joalheria (PEZZOLO, 2013, p. 156).

Pavillon de l'Élégance no pavilhão francês da exposição, que foi decorado por Raul Dufy e contou com as criações das *maisons* de Paul Poiret, Jeanne Lanvin (1867- 1946), Jeanne Paquin (1869-1936), Irmãs Callot e Madeleine Vionnet (1876-1975).

A única artista convidada para participar desse pavilhão com criações de moda foi Sonia Terk-Delaunay (1885-1979)⁶⁹. Ela foi convidada para montar uma loja com Jacques Heim (1899-1967). Em outros pavilhões nacionais, havia criadores de design de moda e os que mais chamaram atenção, junto com Delaunay, foram os artistas soviéticos (SANT'ANNA, 2010).

Na feira, havia duas propostas para a moda feminina: uma era delicada e com silhuetas longilíneas e com suaves curvas da alta-costura Francesa, e a outra voltava-se a linhas tubulares, abstratas e modernas, apresentadas por Delaunay e pelos artistas soviéticos.

Os artistas-designers de vanguarda do pavilhão da União Soviética (URSS) apresentaram novidades relacionadas a uma proposta construtivita-productivista. Esse grupo era influenciado pelas ideias do construtivismo russo, movimento idealizado por Aleksander Rodchenko, Natalia Goncharova e Vladimir Tatlin. Esses artistas criaram um estilo original de representar a arte, o design de objetos, as roupas, os pôsteres e a produção de cinema. Tal movimento visava a um modo de representação geométrica com formas simples e seriadas “que retratavam o ser humano vivendo em um mundo industrial veloz e eficiente, habitado por pessoas com os mesmos direitos e deveres” (CANTON, 2009a, p. 38), ou seja, eles prezavam pela reflexão da experiência de um mundo industrial, tecnológico e moderno. O construtivismo russo só floresceu anos depois, pois Stálin proibiu as experiências da arte moderna, permitindo apenas a arte convencional e realista que tinha por objetivo reproduzir a realidade. Esse tipo de arte foi intitulado como realismo soviético. Percebe-se assim, que fora do eixo capitalista, também aconteceram experimentações que coadunam debates estéticos de vanguarda e de vestimenta.

Outro movimento que participou do diálogo entre arte e moda foi o Cubismo. Esse movimento abandonou a ilusão da perspectiva ou das três dimensões dos seres, assim, a imagem pictórica era representada em uma única dimensão, ou seja, apresentava uma noção de

⁶⁹ Sonia Delaunay é reconhecida como uma das maiores designers têxteis do século XX. Ela experimentava em campos diversos e elaborava uma rede de relações criativas que se estabeleciam no próprio espaço de suas obras, fossem telas, tecidos, roupas ou ilustrações para livro. Suas obras possuem características transdisciplinares e desafiam as categorizações das fronteiras entre arte, moda e design. Haveria necessidade de se criar uma área que pudesse ser chamada de “permeabilidade entre categorias” - e o trabalho de Delaunay lá se encontraria, compreendido de maneira interdisciplinar (RESENDE, 2013, p. 73-76).

simultaneidade, “mostrando numa única imagem vários tempos vividos por um mesmo objeto” (CANTON, 2009a, p. 21). Em resumo, o cubismo abandonou a ideia de perspectiva e os objetos poderiam ser vistos sob vários ângulos simultaneamente.

Esse movimento foi fundamental para mudar a sensibilidade do mundo sobre as coisas cotidianas. Celant (1999) afirma que, na arte moderna, a experiência construtiva passou da imitação do real à construção do real, ou seja, a arte como ato autônomo do conhecer. Ele utiliza a noção de “corte” para fazer a ligação entre a moda e a arte, assim, “cortar é pensar e ver”. “A instância fabular do corte que demarca o vestido atravessou assim todos os limiares da criatividade artística” (CELANT, 1999, p. 176). O corte é um instrumento criativo, por meio dele, tanto na obra de arte, quanto na roupa, surge a possibilidade de mudanças cognitivas na forma. Além disso, para o autor, foram os cubistas que cortaram as imagens para decompô-las e recompô-las com o intuito de libertar novas relações com o objeto visto e vivido (CELANT, 1999).

Para Celant (1999, p. 169), “a primeira concepção moderna do design, da fotografia, da gráfica, da moda e do cinema deriva do cubismo e de seu corte, no sentido pragmático e linguístico”. O pensamento que nasceu do corte cubista abriu espaços infinitos para novas interpretações do mundo e trouxe mudanças significativas para as formas em geral, que se tornaram mais simples e geométricas.

Vionnet⁷⁰, por exemplo, faz uso de forma, caimentos, silhuetas em planos sobrepostos para a confecção da vestimenta, construindo uma interpretação cubista ao corpo. A experiência cubista que, inicialmente, parecia ser uma experimentação que ficaria apenas nos círculos das classes artísticas e intelectuais, torna-se algo voltado ao consumo da massa. O vestuário é simplificado por meio da geometria da silhueta e das modelagens. Pode-se dizer que as formas orgânicas foram substituídas por valores modernistas e que houve uma consonância entre a geometrização da arte e o androginismo do corpo (LIPOVETSKY, 1989).

A exaltação da velocidade e da produção, produzida a partir da mecanização da indústria levou ao surgimento de outro movimento: o Futurismo. “Tal experimentação traduzia um encantamento com o ritmo urbano das cidades e a crescente industrialização” (CANTON, 2009a, p. 21). Os futuristas saúdam a era moderna, aderindo, entusiasticamente, à industrialização.

⁷⁰ Madeleine Vionnet era considerada um gênio do corte enviesado. Seus vestidos de noite adaptavam-se ao corpo com perfeição e possuíam uma aparente simplicidade que dissimula longas pesquisas. A liberdade de movimento que seus modelos permitem torna madame Vionnet uma precursora (BAUDOT, 2008, p. 82).

Idealizado e fundado em 1909 por Filippo Marinetti, o Futurismo tinha como objetivo o rompimento com o culto à tradição artística europeia, a meta seria destruir a cultura do passado para fundar um mundo futuro. Os futuristas queriam introduzir na arte, o ritmo e a dinâmica industrial em sintonia com a nova realidade do século XX.

O futurismo era um movimento artístico que possuía propostas abrangentes para os mais variados setores da sociedade. Alguns artistas colaboravam para os segmentos que pretendiam realizar uma reforma no teatro, na arquitetura, nos interiores, na publicidade, na arte gráfica e na moda entre outros setores. Observa-se que a política também integrava o programa futurista, fato que possibilitou uma maior sobrevivência desse movimento, já que adquiriu um caráter nacionalista ao lado do fascismo (GARCIA, 2014).

Os futuristas defendiam modificação e reconstrução do universo conforme suas ideias, assim, arquitetura, tapeçaria, mobílias, comida, música, vestimentas entre outros objetos e usos do cotidiano estavam no projeto de transformação.

A partir de 1914, Giacomo Balla sistematiza tais premissas por meio de seus manifestos sobre a roupa masculina, “O vestuário masculino futurista” e “Roupa Anti-Neutral”, afirmando que a vestimenta é um elemento dentro de um frenesi de transformações, em que a base era a procura pela novidade. Ele traduziu em tecido os conceitos desenvolvidos na pintura, como “a linha-velocidade, as formas-barulhos e os ritmos cromáticos”, simultaneidade e interpenetração de planos. Contra a moda artificial e passadista e a favor de uma roupa lúdica, o futurismo propõe a criação de um dinamismo pelo uso de cores fortes, assimetria e justaposição de formas dinâmicas em variados modelos, além do acréscimo de modificadores⁷¹ (MÜLLER, 2000, p. 5-6).

Para os defensores desse movimento, a roupa deveria estar mais conectada com o movimento e a velocidade da vida moderna nos grandes centros e menos orientada ao corpo. Os materiais usuais seriam substituídos por outros. Balla vestia trajes quadriculados e “gravatas de celuloide, plástico, papelão ou madeira, ornamentadas de lâmpadas elétricas acionadas nos momentos mais eletrizantes da conversação” (Figura 16) (MÜLLER, 2000, p. 6). A roupa deveria reposicionar o sujeito no espaço urbano, favorecendo a comunicação entre os indivíduos.

⁷¹ Balla afirmava que pensamos e agimos como nos vestimos e, portanto, as roupas deveriam ser alteradas de acordo com o estado de espírito de quem as usava, por meio de “modificadores”.

Figura 16 – Giacomo Balla - Terno futurista, 1914



Fonte: I.Pinimg, 2018.

Percebe-se no terno futurista de Balla grandes cortes em diagonal, uma rejeição pela simetria, conferindo-lhe um olhar animado, quase cinético. O artista aplicou na construção de seu traje os mesmos princípios teóricos que já desenvolvia em suas telas: presença de ritmos cromáticos, dinamismos que se originam e se desenvolvem por meio das formas geométricas e contrastes de cores.

Nos manifestos de Balla, existe muito dos experimentos pioneiros de Delaunay, e seus esboços e projetos, tanto em Paris quanto em Milão, resultavam em mudanças que estavam acontecendo em vestuários masculinos, frutos “do impacto da primeira Guerra Mundial, da Revolução de Outubro de 1917, das invenções do início do século e da mudança de hábitos cotidianos” (SANT’ANNA, 2010, p. 65).

As ideias futuristas de Balla encorajam uma série de artistas a montar a Casa D’Arte, local onde eles desenvolviam, artesanalmente, objetos, roupas e projetos de decoração de interiores. A proposta dessa Casa, no que se refere ao vestuário, era criar uma nova visualidade para os indivíduos do mundo moderno. As propostas de Ernesto Michelles (1893-1959), dito Thayah, são especialmente inovadoras. Ele propõe a construção de um macacão nomeado por ele de Tuta (Figura 17) (MÜLLER, 2000).

Figura 17 – Thayah usando a Tuta



Fonte: Dispersión y serendipia, 2017.

Tentando encontrar novas formas de indumentária para os sujeitos imersos no mundo mecanizado do início do século XX, ele cria o “La Tuta”, que deveria ser funcional e elegante, para ser usado em todas as ocasiões tanto por homens como mulheres, com um processo de fabricação simples e econômico.

Depois da primeira grande Guerra, Thayaht foi para Paris e colaborou com Madeleine Vionnet entre 1921 e 1925. O artista aprofundou suas pesquisas sobre vestuário, pois ao conhecer o método de trabalho de Vionnet, ele notou que outras técnicas construtivas poderiam ser usadas de maneira expressiva para criar vestimentas.

As teorias futuristas sobre a visualidade, exploradas na pintura e na escultura foram utilizadas em projetos de vestuário. “As roupas futuristas trazem a ideia de interação entre arte e moda, especialmente influenciadas pelos experimentos inequívocos de Sonia Delaunay e Madeleine Vionnet” (SANT’ANNA, 2010, p. 65).

Para os futuristas, a moda era uma arte, e vestir a obra de arte fazia parte do envolvimento com o sujeito, “impedindo-o de se perder em um processo abstrato, ou seja, que o indivíduo não caia em um processo de generalização por redução de informação de um conteúdo ou conceito”. A ideia era tentar impedir que o indivíduo fosse absorvido pela passividade (GARCIA, 2014, p. 113).

A preocupação com o relacionamento de 'Homem e Máquina' era tão central na Bauhaus quanto nos movimentos futuristas e construtivistas. Em abril de 1919, a Escola Bauhaus de Artes foi aberta aos estudantes, pedindo uma unificação progressiva das artes. O diretor e fundador, arquiteto “Walter Gropius, juntamente com artistas como Wassily Kandinsky, Lyonel Feininger, Laslo Maholy-Nagy e Paul Klee, estabeleceram um currículo com o objetivo de remover a barreira entre artista e artesão e reconhecer a possibilidade da influência dos artistas na produção industrial” (CLARK, 1999, p. 86). Oskar Schlemmer, que era pintor, escultor e designer, foi convidado a assumir as oficinas de teatro da Bauhaus, ele permaneceu lá de 1923 a 1929, período em que transformou o teatro em um foco multidisciplinar de trabalho experimental. Os 'eventos' de Schlemmer refletem de forma dinâmica as sensibilidades artísticas e tecnológicas da Bauhaus, ganhando reputação internacional.

As performances mais documentadas e repetidas foram The Triadic Ballet, realizado pela primeira vez por Schlemmer quando ainda estava em Stuttgart em 1922 e desenvolvido em suas oficinas na Bauhaus. Tratava de uma performance em que os atores foram transfigurados em formas geométricas. Três figuras, vestindo vermelho, amarelo e azul, respectivamente, executaram

gestos "geométricos" complexos dentro de uma teia espacial predeterminada, não apenas traçada literalmente no chão, mas tridimensionalmente no espaço. O corpo tornou-se a força motriz por trás de trajes extravagantes que, por sua vez, estendiam os contornos do corpo para o espaço, racionalizados em formas platônicas por meio de estofamento pesado ou distorcidos pelo uso de círculos concêntricos de metal. Todos os traços de expressão foram literalmente ocultados por máscaras. Schlemmer é considerado o criador definitivo do Teatro de Bauhaus, embora não fosse coreógrafo. O balé continha toda a gama da teoria da performance de Schlemmer e continua sendo a fusão mais interessante e completa de dança, figurino e música (CLARK, 1999).

Clark (1999) afirma que, na França, Itália, Rússia e Alemanha, os artistas se voltaram para o teatro como um lugar para experimentar livremente, a fim de encontrar soluções para o desafio da representação artística modernista. Separados pela geografia e pela política, os artistas europeus da década de 1920 compartilhavam o sentimento de que uma natureza morta ou uma figura em repouso não podia mais refletir a emoção da cidade moderna, ou o relacionamento entre o homem e seu ambiente cada vez mais mecanizado. No teatro, a arte estava livre para se mover.

Outra tendência da arte moderna foi o Dadá. Diferentemente dos outros movimentos que nasciam de uma ânsia por conhecer, interpretar e participar da realidade, os dadaístas possuíam ligações com a face irracionalista das vanguardas, ou seja, propunham a contestação absoluta dos valores e o abandono de todo o controle sobre nós mesmos. “Como rejeitavam toda a arte, não tinham características formais, embora tomassem emprestados alguns truques das vanguardas cubista e futurista pré-1914, entre elas a colagem, ou a montagem de pedaços de imagens, inclusive de fotos” (HOBSBAWM, 1995, p. 179).

Os dadaístas preconizavam que a criação artística se libertasse do pensamento racionalista e propunham “que ela fosse o resultado do automatismo psíquico, selecionando e combinando elementos ao acaso” (PROENÇA, 2005, p. 165). O movimento dadaísta surgiu quase concomitantemente em Zurique, com início em um “ grupo de artistas e poetas (Arp, Tzara, Ball), e nos Estados Unidos (depois da exposição de 1913, o *Armony Show*), com dois pintores europeus, Duchamp e Picabia, e um fotógrafo americano, Stieglitz, aos quais logo se somará outro pintor-fotógrafo americano, Man Ray” (ARGAN, 1992, p. 353).

Diferentemente dos futuristas, os integrantes do Dadá não se interessaram diretamente pelo tema do vestuário, ele servia apenas como um objeto para contestação à exceção da Baronesa Elsa Von Freytag-Loringhoven (1874-1927). Contemporânea de Duchamp, a Baronesa era pintora,

escritora, poeta e modelo, transformava sua vestimenta em um elemento explicativo da vanguarda à qual pertencia, ou seja, ela “vestia-se de Dadá,” demonstrando sua intenção niilista. A artista considerava seu próprio corpo uma obra de arte e usava trajes e adornos obtidos na rua ou até mesmo furtados de algumas lojas (GARCIA, 2014).

Marcel Duchamp, também usou da indumentária como campo de experimentação. Possivelmente, uma das primeiras obras nomeadas de “artes de ação” que se assemelha ao conceito de performance⁷², atualmente, foi proposta pelo artista, quando ele usou vestimentas femininas para construir sua personagem Rose Sélavy (Figura 18). A persona feminina apareceu pela primeira vez em retratos feitos pelo fotógrafo Man Ray⁷³ em Nova York no início da década de 1920, quando Duchamp e Man Ray estavam trabalhando conjuntamente em vários trabalhos fotográficos conceituais.

Figura 18 – Man Ray e Marcel Duchamp, Rose Sélavy, 1920-21



Fonte: Philadelphia Museum of Art, 1995.

⁷² Performance surgiu na década de 1960, como uma modalidade artística que pode combinar expressões como o teatro, o cinema, a dança, a poesia, a música e as artes plástica.

⁷³ Man Ray foi um pintor, fotógrafo e cineasta anarquista norte-americano, importante figura do dadaísmo em Nova York e, depois, do surrealismo em Paris. Foi um dos nomes mais importantes do movimento da década de 1920, responsável por inovações artísticas na fotografia. Man Ray “volta-se para a fotografia de moda por motivos financeiros. Mas, o que era uma atividade necessária mostra-se, conforme ele mesmo confessou, estimulante para seu trabalho de artista”. (MÜLLER, 2000, p. 10).

Na imagem Duchamp explora a feminilidade por meio da expressão do rosto e das mãos, assim como na construção de uma aparência que traz os elementos visuais interpretados como características da imagem feminina. Rose Sélavy, o alter ego feminino criado por Duchamp, é uma das peças mais complexas no quebra-cabeça enigmático da obra do artista. Rose Sélavy viveu como a pessoa a quem Duchamp atribuiu obras de arte específicas, *ready mades*, trocadilhos e escritos ao longo de sua carreira. Além disso, Duchamp criou seu *ready made Belle Haleine*, que consistia em um frasco de perfume vazio da marca Rigaud, no qual Duchamp colou uma foto de si próprio como Rose (Figura 19).

Figura 19 – Marcel Duchamp e Man Ray, Belle Haleine, 1920-21



Fonte: Centenaire Duchamp, 2016.

Abaixo da foto de Rose Sélavy, ele escreveu o nome do perfume e, mais abaixo os nomes das cidades de Nova York e Paris. Essa obra pode ser interpretada como uma menção ao sistema comercial da moda e da arte, ao lembrar os frascos de perfumes de estilistas como Paul Poiret.

Segundo Resende (2013, p. 81), os *ready mades* de Duchamp foram precursores das mudanças dos rumos da arte e do discurso crítico: “a ideia central contida nos ready mades, da

intenção artística, do gesto criador não necessariamente formalizado, mas artificador, tornava-se uma ideia poderosa dentro da esfera artística.” Dessa forma, o meio era secundário, o principal era a ideia. A arte conceitual e o minimalismo derivam das ideias e forma sintética dos *ready mades*, como por exemplo a emblemática “Fonte” (Figura 20), de 1917.

Figura 20 – Marcel Duchamp, Fonte, 1917



Fonte: História das Artes, 2018.

Um *ready made* é um objeto qualquer, como nesse caso, um mictório apresentado como uma obra de arte. Duchamp assinou o objeto com o pseudônimo R. Mutt e depois o inscreveu numa exposição. A Fonte é uma escultura *ready made* que se tornou a obra de arte mais influente criada no século XX. As ideias que representavam influenciaram importantes movimentos artísticos como o dadaísmo, o surrealismo, o expressionismo abstrato, a pop art e o conceitualismo (GOMPERTZ, 2013).

Os *ready mades* evidenciavam o questionamento: O que é arte? E a resposta, de maneira perturbadora, apontava que ela poderia ser qualquer coisa. Ou seja, um *ready made* era uma

maneira de negar a possibilidade de definir a arte. Desse modo, a arte sem classificação, assume uma liberdade total e abre possibilidades para ser qualquer coisa. Os *ready mades* podem ser considerados os precursores de uma revolução na história da arte, que de acordo com as teorias filosóficas de Danto acontece na década de 1960, quando há possibilidades de um objeto banal se tornar arte, como por exemplo o vestuário.

O dadaísmo, principalmente com seu conceito de automatismo psicológico oportunizou o surgimento de outro movimento: o Surrealismo. “*Dada* se transformou no Surrealismo, isto é, na teoria do irracional ou do inconsciente na arte, ainda que não tenha ocorrido uma fusão entre os dois movimentos” (ARGAN, 1992, p. 360). Além de ter sido propiciado pelo dadaísmo, seu surgimento deve-se a um Manifesto redigido por André Breton⁷⁴. Assim, propunha exteriorizar as imagens do inconsciente e foi batizada de Surrealismo com propósito de ressaltar a ideia de estar acima ou além da realidade.

O surrealismo, que fez com que algumas pessoas repensassem suas concepções artísticas e suas expressões plásticas, almejava criar, por meio de seus experimentos, uma forma de expressão livre de julgamento, propiciando o diferente e o incomum, algo que poderia ir ao encontro do desejo do original. O resultado foi a geração de inúmeras possibilidades singulares que criou uma linguagem própria de seus desejos (GARCIA, 2014). No Surrealismo, pode-se encontrar duas concepções persistentes: (i) a crítica da crise da cultura ocidental e (ii) a procura por restaurar os valores da sociedade que, naquele momento, eram inspirados pelas teorias psicanalíticas de Sigmund Freud. “Os investimentos imaginários que tocam a moda, na época do surrealismo, nascem da nova relação entre objeto e corpo, que leva a uma nova figura centáurica, ao transpasse entre coisa e ser humano” (CELANT, 1999, p. 172), ou seja, há uma necessidade de construir/desconstruir o corpo, motivada em investimentos imaginários contidos na relação entre corpo e objeto.

Por meio dos trabalhos de Salvador Dalí (1904 -1989), pode-se observar um olhar crítico sobre o objeto que encobre, por exemplo a fotografia tirada por George Platt Lynes (1907-1955) (Figura 21), em que o artista (Dalí) coloca uma lagosta sobre o púbis nu de uma modelo, além de “vesti-la”, demonstra uma tensão enigmática e agressiva da sexualidade.

⁷⁴ “O ‘Manifesto’ do Surrealismo é de 1924; em 1928, Breton publica *Le Surréalisme et la peinture*, uma verdadeira estética surrealista” (ARGAN, 1992, p. 360).

O excêntrico artista utiliza de metáforas, fazendo uma relação entre as pinças cortantes do animal com uma tesoura, que pode criar o corte que deriva o vestido. Além disso, demonstra uma relação entre a libido e o sexo, o prazer e a sedução, refletindo um diálogo entre o corpo e a roupa. “A metamorfose da coisa e do animal em vestido torna-se um prolongamento de um circuito complexo de formas de identidade. A fluidez entre signos torna possível o *travestimento*, o deslocamento e a simulação de uma mobilidade entre objetos e imagens, coisas e corpos” (CELANT, 1999, p. 173).

Figura 21 – George Platt Lynes, *Dalì and gala on the set of dream of venus*, 1939



Fonte: Pinterest, 2018.

Reconhece-se, dessa forma, as conotações antropomórficas e sexuais do vestir-se como constituintes da moda e pode-se afirmar que a essa foi um espaço frutífero para as ideias do

Surrealismo se espalharem. Uma colaboradora de fundamental importância que alavancou o diálogo entre moda e arte surrealista foi a célebre estilista Elsa Schiaparelli (1890-1973)⁷⁵.

Nota-se que a rivalidade entre Schiaparelli e Coco Chanel (1883-1971) surgiu, vigorosamente, no mundo da moda e das artes na década de 1930. As duas estilistas acompanhavam de perto os debates artísticos e produziram vestimentas que dialogavam com o universo das artes.

Gabriele Coco Chanel, conhecida como uma das maiores influências no estilo do traje feminino, propôs uma vestimenta simplificada, versátil e prática. Chanel passava muito tempo cultivando contatos com artistas, fazendo uso, principalmente, de preceitos do cubismo em suas criações, representando, assim, o aspecto funcionalista do modernismo (SVENDSEN, 2010). Prova disso, foi a redução, feita pela estilista, da silhueta feminina a vestimentas geométricas puras e em planos de cor contrastantes, muito similares aos da fase analítica do movimento cubista. Por meio dessas experiências, o básico do guarda-roupa feminino moderno é composto: malharia, saias curtas, calças, cardigãs, vestidos pretos, joias e falsas joias misturadas (SANT'ANNA, 2010).

Enquanto Chanel representou uma concepção funcional do modernismo, em conformidade com a “pureza” modernista teorizada por Greenberg, Schiaparelli se aliou ao surrealismo e colaborou com Salvador Dalí. Schiap levou para o universo da moda a noção de ideias plásticas mais radicais, aplicando a definição de André Breton: “A beleza será convulsiva ou não será”. A estilista italiana possuía uma estreita relação com artistas, enriquecendo, dessa forma, suas criações. Influenciada pelos amigos Tristan Tzara (1896 - 1963) ou Picabia (1879-1953), Schiap, em 1927, estreou na moda com seus suéteres *trom-l'oeil*, tatuagens de marinheiros e malhas-esqueleto. Em 1935, a estilista implantou sua *Maison* em Paris. Ela criava roupa com um objetivo que lembrava as atitudes dos surrealistas: chocar a burguesia.

Para a estilista, Louis Aragon (1897- 1982) e sua esposa Elsa Triolet (1896-1970) idealizaram colares com comprimidos de aspirina. Jean Cocteau (1889-1963) colaborou com Schiap com modelos de bordados para costumes de noite. Já Salvador Dalí criou vestidos e acessórios e, a partir de 1936, desenhou para ela vestidos de lagosta gigante, bolsa-telefone, chapéu-sapato, chapéu-costeleta. Porém, a contribuição do excêntrico artista à arte do vestuário

⁷⁵ Depois de Lanvin, Vionnet e Chanel, Elsa Schiaparelli chega para completar o quarteto de ases da costura parisiense no entre guerras. De origem italiana, atua em Paris e desenvolve a ideia de coleções temáticas. As coleções de Schiaparelli passam a suceder-se, atraindo uma clientela cujo entusiasmo surpreendentemente a colocara na posição de rival de *Mademoiselle* Chanel (BAUDOT, 2008, p. 89-90).

não cessou por aí: “broche-olho lacrimejante, televisão-bracelete ou joias representando suas pinturas, como o broche Ferida atávica, a cruz A luz de Jesus Cristo, uma linha de maiôs com seios nas costas de 1965 e a escandalosa vitrine da loja de departamentos Bonwitt Teller, em 1939, sobre o tema de Narciso” (MÜLLER, 2000, p. 10).

A influência do movimento surrealista foi além das artes literárias e visuais, suas ideias espalharam-se por cinema, fotografia, design, moda. O Surrealismo transformou o vestir em um espaço de mutação e questionamento constante sobre a compreensão do corpo e do vestuário. A propósito, esses últimos (corpo e roupa) passaram a ser pensados em uma comunhão íntima e constituinte da experiência artística e do design de moda (SANT’ANNA, 2010).

Dessa forma, a relação entre moda e arte moderna se mostrou profícua. Os artistas modernos se rebelaram contra as convenções estéticas da arte tradicional, abraçando novos objetos e se apropriando de todos os elementos do real, com fins puramente estéticos. Lipovetsky (2015) explana que houve dois caminhos principais: de um lado, existe o estetismo radical da arte pura, da arte pela arte preconizado por Greenberg; por outro lado, encontram-se projetos de uma arte revolucionária, “uma arte útil que se faça sentir nos menores detalhes da vida cotidiana e voltada para o bem-estar da maioria” (LIPOVETSKY, 2015, p. 25).

Como opção metodológica, a presente pesquisa adentrará em um viés filosófico-conceitual na teoria do projeto modernista embasado na teoria greenberguiana. O objetivo é demonstrar que algumas experiências na moda pegaram de empréstimo concepções vinculadas a esta teoria modernista.

Danto (2006, p. 10), em seu livro *Após o fim da arte*, considera Clement Greenberg (1909-1994) “como o grande narrador do modernismo”. Yve-Alain Bois (1990) também ressalta que Greenberg conseguiu articular a teoria modernista de forma brilhante, construindo um vetor de análise e de julgamento categórico, além do mais, foi Greenberg quem a batizou (a teoria modernista).

A pesquisa fará uso de alguns conceitos utilizados por Greenberg. No entanto, reconhecer seu valor teórico não implica em concordar por completo com sua tese. Do mesmo modo, indicar suas limitações não significa desprezá-la, mas compreendê-la como uma explicação possível (mas, não a única) para o desenvolvimento da “tendência⁷⁶” modernista.

⁷⁶ Para Greenberg (1971, p. 171), “o modernismo se define a longo prazo não como um “movimento”, muito menos como um programa, mas como um tipo de tendência ou tropismo: em direção ao valor estético, ao valor estético

Antes de Greenberg desenvolver sua teoria sobre o Modernismo, alguns artistas vanguardistas assumiram, teoricamente, o novo tipo de arte que estavam produzindo, pois existia uma necessidade de explicar uma arte que não estava contida no aparato conceitual da narrativa mimética. Cada movimento vanguardista buscou, por meio de seus manifestos, estabelecer-se como representante da única, essencial e verdadeira forma de produzir arte, como o sarcástico *Art-as-Art* de Ad Reinhardt (1913-1967); o Manifesto Cubista de Guillaume Apollinaire (1880-1918); o famoso Manifesto Futurista de Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944); o Manifesto Suprematista de Kazimir Malevich (1879-1935); o Manifesto Surrealista de André Breton (1896-1966); os ensaios de Mondrian (1872- 1944) sobre o neoplasticismo publicados junto com outras contribuições de artistas na revista *De Stijl*⁷⁷; os escritos dos artistas expressionistas, publicados no *Almanach der Blaue Reiter*⁷⁸; os Sete Manifestos Dadaístas de Tristan Tzara (1896-1963). Como exemplos brasileiros, podem ser citados o Manifesto da Poesia Pau-Brasil e o Manifesto Antropofágico, de Oswald de Andrade (1890-1954), e, ainda, o Manifesto Regionalista de Gilberto Freyre (1900-1987) (FERREIRA, 2014).

Os manifestos foram “tentativas de definir o que é a arte e qual o verdadeiro tipo de arte” (FERREIRA, 2014, p. 122), mas, de acordo com Danto (2006a), foi Greenberg que atingiu um nível de consciência filosófica que o capacitou a teorizar a nova arte como realmente nova: “para esse reconhecimento, é preciso que nos voltemos para a escrita de Clement Greenberg, que alcançou, pode-se dizer, uma autoconsciência da ascensão à autoconsciência, e cujo pensamento foi guiado por uma poderosa e convincente filosofia da história”. Ou seja, na perspectiva dantiana, apenas Greenberg conseguiu transformar esse ‘espírito da época’ em uma visão histórica do modernismo.

Para Couto (2004, p. 98), Greenberg conseguiu reconhecer e sistematizar as teorias que tratavam da “busca do ‘grau zero’ da pintura e do desejo de fundação de novas linguagens plásticas”. Sob o ponto de vista histórico, “baseado na análise da obra dos pioneiros da arte

como tal e como um supremo. a especificidade do modernismo reside em ser um tropismo tão elevado a esse respeito.”

⁷⁷ O nome *De Stijl* é revelador sobre as ambições dos neoplasticistas e construtivistas, significa “O Estilo”, com letra maiúscula e precedido de artigo definido singular.

⁷⁸ Com uma orientação decididamente espiritualista, *Der Blaue Reiter* editou uma revista, *Almanach der Blaue Reiter*, datada de 1912, e organizou diversas exposições. O almanaque foi uma importante afirmação da intenção artística do grupo, que aspirava criar uma nova imagem da história da arte.

moderna”, a argumentação do crítico norte-americano sobre o processo de autodefinição das artes pareceu pertinente. Conforme essa autora, a teoria de Greenberg, “em um plano ideológico, estava longe de ser neutra”. Ele desempenhou um papel importante para a efetivação de um projeto de exaltação e afirmação da cultura norte americana, pois Greenberg estava convencido de que, somente a partir da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) que a verdadeira arte de vanguarda se estabeleceu nos Estados Unidos.

Com a mesma percepção, Ferreira (2014) afirma que o programa crítico de Greenberg era americanista. O discurso do filósofo alega que o expressionismo abstrato⁷⁹ é uma arte, genuinamente, americana e é a mais capacitada para rastrear as formas puras da pintura de modo direto e sustentável. Greenberg exalta apenas um pequeno grupo de pintores nova-iorquinos. Esse grupo assume um projeto nacionalista: “esse país ainda não tinha feito nenhuma contribuição para a corrente dominante de pintura ou escultura. O que uniu os ‘expressionistas abstratos’, mais do que qualquer outra coisa, foi sua resolução para romper com essa situação” (GREENBERG, 1961, p. 228). Está claro que existe uma estratégia cultural relacionada com a perda do monopólio artístico internacional de Paris nas décadas de 1930 e 1940, “com a transferência parcial desse núcleo para Nova Iorque. Na dianteira desse projeto, a estética de Greenberg revela-se como um panegírico à arte americana e, portanto, é tão ideológica e restritiva quanto os manifestos vanguardistas” (FERREIRA, 2014, p. 135).

De acordo com Greenberg (1997, p. 102), o modernismo teve início com a obra de Manet (1832-1883). Segundo o crítico norte-americano, “as pinturas de Manet tornaram-se as primeiras pinturas modernistas em virtude da franqueza com que declaravam as superfícies planas em que estavam pintadas”.

O modernismo se preocupava com a pureza do meio. Quando um artista modernista, um pintor, por exemplo, se volta sobre o meio, ele quer definir uma dimensão conceitual que melhor caracteriza esse meio, no caso da pintura, segundo Greenberg, essa dimensão é a planaridade. E por “ser a planaridade a única condição que a pintura não partilhava com nenhuma outra arte, a pintura modernista se voltou para a planaridade e para mais nada” (GREENBERG, 1997, p. 103).

⁷⁹ Expressionismo abstrato foi um movimento artístico com origem nos Estados Unidos, cujo auge foi atingido nas décadas posteriores à Segunda Guerra Mundial. Esse movimento antecedeu o pop da década de 1960 e foi representado, entre tantos outros artistas, por Jackson Pollock.

Nota-se que o crítico norte-americano considerava o conceito de planaridade mais como um ideal desejado do que como uma meta possível de ser alcançada (COUTO, 2004).

A essência do modernismo, conforme Greenberg (1997, p. 101), “reside no uso de métodos característicos de uma disciplina para criticar essa mesma disciplina, não no intuito de subvertê-la, mas para entrincheirá-la mais firmemente em sua área de competência”. Segundo Yve-Alain Bois (1984), Greenberg utiliza, abertamente, como base de sua perspectiva histórica, a filosofia crítica de Kant. Greenberg (1997, p. 101) identifica “o modernismo com a intensificação, a quase exacerbação dessa tendência autocrítica que teve início com o filósofo Kant”. Kant seria, assim, “o primeiro verdadeiro modernista”. E o que motiva essa constatação é a ideia de que o filósofo foi “o primeiro a criticar os próprios meios da crítica”. A ideia de autocrítica levou à eliminação de elementos importados de qualquer outra arte ou obtidos por meio dessa, buscando a "pureza" de uma elaboração exclusiva de seus meios específicos.

Como ocorre com a noção de crítica, o uso do termo "puro" remete a Kant. A arte modernista é pura porque se volta para a explicitação de seus próprios meios e de seus próprios limites, da mesma maneira que, na "Crítica da razão pura", a crítica empreendida pela razão se volta para a própria razão, explicitando seus usos específicos e suas limitações (SÜSSEKIND, 2014).

Para Greenberg (1997), cada uma das artes tinha que determinar o que era específico a si mesma, ou seja, o que pertencia somente a ela. Destarte, a prática de uma arte foi, ao mesmo tempo, uma autocrítica daquela arte. “Com isso, toda arte se tornaria ‘pura’, e em sua pureza encontraria a garantia de seus padrões, bem como sua independência”. Dessa forma, pureza significa autodefinição. Uma arte seria impura se contivesse uma mistura de qualquer outro meio exceto ela mesma (DANTO, 2006a, p. 77).

Sobre o conceito de purificação da arte, Danto faz uma crítica a Greenberg, pois as noções de pureza e purificação ecoam com algumas questões políticas como as disputas nacionalistas e a noção de limpeza étnica. Além disso, Danto (2006a, p. 78) ressalta que “não é surpreendente, simplesmente chocante, reconhecer que o análogo político do modernismo na arte foi o totalitarismo, com suas ideias de pureza racial e sua agenda de expulsar qualquer agente contaminador percebido?”.

Danto (2006a) ainda afirma que Greenberg foi uma pessoa intolerante e dogmática, mas que essas “qualidades” são inerentes à sintomatologia da Era dos Manifestos e, ainda, que não pode

se esperar que alguém que use os conceitos de pureza, de purificação e de contaminação tenha ao mesmo tempo simpatia com posturas de aceitação e tolerância.

Ao detectar a pureza como elemento principal da arte moderna, ou seja, “sua progressiva rejeição de todas as convenções históricas para lidar apenas com os constituintes específicos de seu meio”, a teoria modernista acabou por impetrar algumas direções e normas de julgamento sobre o que poderia ser uma “boa arte” (COUTO, 2004, p. 96).

Por meio dessas premissas, todo pintor vanguardista deveria primar o caráter bidimensional da tela ou não seria considerado moderno. Por meio dessas proposições, experiências estéticas de igual importância para a arte foram rejeitadas na categoria “moderno”, como a tentativa de “reprimir” o Surrealismo. Tal movimento, para Greenberg, encontrava-se “além do limite da história”, para ele “a arte pura foi, de maneira análoga, a arte aplicada à arte”. E o Surrealismo era quase a materialização da impureza, ligado como estava aos sonhos, ao erotismo, ao inconsciente (DANTO, 2006a, p. 12).

Outra exclusão, considerada uma das mais conhecidas, foi o repúdio ao trabalho de Marcel Duchamp. Greenberg alertava para o perigo da “primazia da ideia no processo artístico”, a qual origem ele atribui a Duchamp. Para Greenberg (1971, p. 174), “a primeira investida frontal contra o ‘formalismo’ surgida no seio da vanguarda, ou do que era conhecido como tal, foi a de Duchamp e do dadá, e ela se firmou imediatamente como rebaixamento de aspirações”.

Além disso, outra questão inerente à teoria de Greenberg sobre o Modernismo, e que foi alvo de críticas, reside no fato de que ele, insistentemente, afirmava a relação de continuidade da arte moderna com a grande tradição pictórica do passado. Em suas palavras, a arte modernista “toma seu lugar na continuidade inteligível do gosto e da tradição” (GREENBERG, 1997, p. 109). Para o autor, o modernismo nunca almejou uma ruptura com o passado, de modo que poderia “significar uma transição, uma separação da tradição, mas significa também o prolongamento de sua evolução” (GREENBERG, 1997, p. 107), estabelecendo, dessa forma, uma sucessão, “e seja qual for seu término, nunca deixará de ser inteligível em termos de continuidade da arte” (GREENBERG, 1997, p. 109).

De modo geral, “o que marcou as diretrizes do modernismo foi elaborar uma definição filosófica da arte. Greenberg reconheceu tais definições como uma verdade histórica geral, e ao mesmo tempo, tentou elaborar a sua própria definição filosófica” (DANTO, 2006a, p. 75).

Segundo Lipovetsky (1981), houve uma influência considerável das correntes da arte moderna na moda. O autor relata que, a “dessublimação relativa da moda⁸⁰ corresponde à da arte modernista” (LIPOVETSKY, 1989, p. 81). A silhueta feminina pós-Primeira Guerra era reta e lisa, e estava em conformidade com o espaço pictórico cubista construído de planos nítidos e angulares, de linhas retas verticais e horizontais, cores uniformes e contornos geométricos; fazia eco ao universo tubular de Léger, ao despojamento estilístico desenvolvidos por Picasso, Braque, Matisse, depois de Manet e Cézanne.

A moda tirou lições do projeto modernista começado por Manet, abandonou a ornamentação e a exibição da lantejoula, visou a uma aparência depurada. A moda, da primeira metade do século XX, tendeu “parcialmente para dessublimar e desidealizar o aspecto feminino, democratizou o estilo do vestuário no clima dos novos valores estéticos modernistas, dirigidos para a depuração das formas e a recusa do decorativo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 78).

A vanguarda artística pertencia a uma mentalidade que havia delimitado orgulhosamente a prática da arte como algo autônomo. A arte tornou-se obcecada com sua própria pureza. Portanto, esse é um período em que a arte estava fazendo grandes reivindicações por si própria em termos de sua própria mestria, quando se afastou da natureza e das fraquezas humanas – os traços de capricho em que a moda era a principal culpada. A promessa dentro da arte foi escrita em grande escala e procurou ser independente. Essa narrativa é fundamental para a compreensão do cânone artístico que atinge seu apogeu com o modernismo greenbergiano (GECZY, 2012).

Paradoxalmente, porém, esse distanciamento retórico fez com que as investidas na moda parecessem ainda mais radicais. A arte separou-se do mundo vivido, depois avançou com força renovada, pois o encontro de arte e moda não foi um encontro acidental. As modas feitas, por exemplo, pelas colaborações entre Poiret e Dufy e suas estreitas associações com Picasso; Derain, Vlaminck e Matisse, ou Schiaparelli e Dali foram monumentos à tenacidade da arte radical e uma afirmação de sua própria capacidade de permear todos os modos de vida, para, então, atingir níveis mais elevados de consciência. A moda se tornou a coisa mais próxima da representação pura; até mesmo seu elemento desgastado e vivido foi limpo, por assim dizer, por meio de seu deslocamento

⁸⁰ “Desde os anos 1920, Chanel e Patou substituíram a lógica da ornamentação complexa, que prevalecia desde sempre, pela do estilo e da linha rigorosa; aparece uma revolução no vestuário feminino que de alguma maneira faz tábula rasa do passado, do imperativo do cerimonial e do ornamento luxuoso próprio da moda anterior”. A dessublimação relativa da moda está relacionada, por exemplo, ao uso do ‘robe-chemise’, ao emprego de materiais pobres, ‘jérsei’, depois panos de saco, de limpeza, materiais sintéticos em Schiaparelli (LIPOVETSKY, 1989, p. 81).

para a performance. Infelizmente, o investimento da vanguarda em novas formas de vestuário como parte de seu empreendimento social radical, afirmando o diálogo entre moda e arte, é uma área que permanece periférica à narrativa modernista tradicional na história da arte e nos museus (GECZY, 2012).

Salienta-se que o modernismo chega a um fim por meio do dilema entre obras de arte e meros objetos reais, ou seja, quando não existe mais uma forma clara que determine como devam ser as obras de arte. Nesse ponto, “se tornou imperativo abandonar uma estética materialista em favor de uma estética do significado” (DANTO, 2006a, p. 86). Na concepção de Danto, esse momento sobreveio com o surgimento da arte pop na década de 1960.

Para Danto, a teoria greenberguiana construiu um critério de crítica de arte que substituiu o anterior (baseada na noção de mímeses), mas que se revelou incapaz de avaliar o advento da arte pop. Da mesma maneira que o Modernismo sofreu duras críticas em suas fases iniciais, a arte contemporânea que tem seu início na década de 1960, não foi entendida por Greenberg como o início de uma nova era, “mas como um ponto na história materialista da arte, cujo episódio seguinte foi ao contrário uma abstração pós-pictórica” (DANTO, 2006a, p. 87). Entretanto, o que, talvez, melhor define a transição do modernismo para a época atual é a aplicabilidade cada vez menor da teoria estética clássica à arte contemporânea.

Salienta-se que, como a arte, a moda sofreu grandes mudanças principalmente a partir da década de 1960. Dessa forma, para um melhor entendimento desses acontecimentos o próximo ponto a ser abordado será a relação entre moda e arte contemporânea.

3.2 Moda e Arte contemporânea: relações e/ou convergências

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, os fenômenos da pós-modernidade começam a transformar-se em meio à afirmação daqueles traçados pela modernidade. Preciosa e Campos (2008) afirmam que, enquanto a chamada modernidade tardia ou alta modernidade preconizava a autonomia da arte diante das contingências humanas e cotidianas, tanto na produção quanto na recepção das obras, os primeiros sintomas de uma profunda mudança delineavam-se, não somente nas artes plásticas, mas, também, na literatura, na música e no cinema. Dessa forma, confirmou-se a importância da recepção no entendimento e fruição de uma obra, ou seja, “descobriu-se que nem todo mundo vê do mesmo modo” (PRECIOSA; CAMPOS, 2008, p. 207).

A arte contemporânea, a partir da década de 1960, que surge na continuidade da Era moderna, “se materializa a partir de uma negociação constante entre arte e vida, vida e arte. E o que finca seus valores e potencializa a arte são as inter-relações entre as diferentes áreas do conhecimento humano” (CANTON, 2009a, p. 49), ou seja, é um momento em que as fronteiras entre diversos campos parecem cada vez mais diluídas. O campo da arte compõe diálogos e intercâmbios, integrando domínios multidisciplinares com diversos outros campos, como o da moda. Dessa maneira, a arte contemporânea pode ser considerada interdisciplinar.

Além disso, tal arte é capaz de possibilitar, por meio da interface de linguagens e contextos, conceitos e conflitos, um intercâmbio apto a captar novas identidades híbridas. Pode-se dizer que é uma arte tão híbrida quanto o mundo em que está inserida. A sociedade com um ritmo cada vez mais acelerado, devido, em grande parte, à globalização, demonstra uma liquidez de sentidos e relações, a efemeridade e as múltiplas identidades são marcas desse tempo. O sociólogo Stuart Hall questiona, em seu livro *A identidade cultural da pós-modernidade*, exatamente a identidade assumida pelo sujeito pós-moderno.

Para Hall (2006), o indivíduo pós-moderno não possui uma identidade fixa ou permanente. A identidade é transformada continuamente e é definida historicamente. O sujeito pode assumir diferentes identidades em diferentes momentos. Hall constrói uma breve síntese de cinco avanços que ocorreram no pensamento na segunda metade do século XX e que influenciaram o descentramento do sujeito.

Hall (2006) assinala que a primeira descentração refere-se às tradições do pensamento marxista, tal teoria pertence ao século XIX, entretanto, um dos modos pelos quais os escritos de Marx foram redescobertos e reinterpretados está datado na década de 1960. Essa nova concepção se baseava no entendimento de que o marxismo deslocara qualquer noção de agência individual. Não é o objetivo dessa pesquisa analisar essa concepção, mas o que importa é que essa premissa impactou, consideravelmente, alguns ramos do pensamento moderno.

O segundo descentramento encontra-se na descoberta do inconsciente por Freud. Tal teoria postula que “nossas identidades, nossa sexualidade e a estrutura de nossos desejos são formadas com base em processos psíquicos e simbólicos do inconsciente” (HALL, 2006, p. 36). Tal pensamento destrói o conceito de sujeito racional que possui uma identidade fixa e unificada.

O terceiro descentramento relaciona-se às pesquisas do linguista Ferdinand de Saussure, que acredita que o significado é instável: “ele procura o fechamento (a identidade), mas ele é

constantemente perturbado (pela diferença). Ele está constantemente escapulindo de nós” (HALL, 2006, p. 41). O quarto descentramento diz respeito ao trabalho de Michel Foucault, que produziu uma genealogia do sujeito moderno e embasou-se em conceitos como o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito individual.

O quinto e último descentramento remete-se ao impacto feminista, tanto como uma crítica teórica quanto um movimento social. Salienta-se que o feminismo faz parte dos movimentos sociais que despontaram nos anos 1960, como “as revoltas estudantis, os movimentos juvenis contraculturais e antibelicistas, as lutas pelos direitos civis, os movimentos revolucionários do ‘Terceiro Mundo’, os movimentos pela paz e tudo aquilo que está associado com 1968” (HALL, 2006, p. 44).

Infere-se que tais avanços na teoria social e nas ciências humanas, delimitados por Hall, podem ter influenciado, a moda, como também a arte contemporânea, pois essa pesquisa acredita que arte mantém um duplo diálogo: dialoga com a história e dialoga com sua própria história. Ou seja, constrói um diálogo externo – com o que a cerca – além de dialogar internamente, mantendo um diálogo⁸¹ constante consigo mesma.

Formulações como pluralidade, diversidade, heterogeneidade e flexibilidade são características do mundo contemporâneo e, conseqüentemente, tais qualidades, também, são características da moda e arte contemporâneas. Desse modo, há uma vinculação direta ao contexto social, político, econômico, cultural, racial e de gênero.

Uma característica de vital importância para pensar a vida e a arte contemporâneas é o tempo. Para Hall (2006), o processo de novas compreensões de espaço-tempo é uma das principais características da globalização. De acordo com ele, diferentes épocas culturais combinavam de diferentes formas as coordenadas espaço-tempo, e, no mundo contemporâneo globalizado, um dos principais aspectos observados é a sensação de “que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, e que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância” (HALL, 2006, p. 69). Pode-se afirmar que, na contemporaneidade, fundamentada em uma sociedade da informação, de deslocamentos e

⁸¹ Ressalta-se que o termo diálogo utilizado aqui, significa uma mútua influência. Assim, a partir desse ponto de vista, a arte, que se instaura como um objeto complexo, pode ser vista como uma operadora e geradora de sentido.

tecnologias de massa, há um desregramento temporal de grande intensidade, que provoca uma sensação de eterno presente. Harvey (1989, p. 240) argumenta que:

À medida que o espaço se encolhe para se tornar uma aldeia “global” de telecomunicações e uma “espaçonave planetária” de interdependências econômicas e ecológicas – para usar apenas duas imagens familiares e cotidianas – e à medida em que os horizontes temporais se encurtam até ao ponto em que o presente é tudo que existe, temos que aprender a lidar com um sentimento avassalador de compreensão de nossos mundos espaciais e temporais (apud HALL, 2006, p. 70).

Harvey considera esse movimento a destruição do espaço por meio do tempo. O tempo da contemporaneidade manifesta-se como um elemento que desestabiliza o espaço e faz surgir uma sensação de instabilidade cronológica, ou seja, causa a sensação de um tempo mais rápido, de modo que se tem a impressão de um achatamento do espaço, pois há uma diminuição dos deslocamentos e dos percursos (CANTON, 2009d). Como exemplo, Canton (2009c) cita os sistemas de comunicação por satélite implantados no início da década de 1970, que sofisticaram a comunicação e atestaram o processo de aniquilação do espaço por meio do tempo.

É consensual que o regime temporal contemporâneo sofreu uma mutação desorientadora que alterou por completo nossa relação com o passado, a ideia de futuro, a experiência com o presente, a vivência do instante e a fantasia da eternidade. Pelbart (2011, p. 76) afirma que “nossa navegação no tempo ganhou aspectos inusitados. Já não navegamos num rio do tempo, que vai de uma origem a um fim, mas fluímos num redemoinho turbulento, indeterminado, caótico”.

Esse tempo turbulento retira as espessuras das experiências que vivemos no mundo, afetando, irremediavelmente, as noções de história, de memória e de pertencimento (CANTON, 2009c). E a arte contemporânea está inserida nesse tempo que rearranja constantemente as memórias individual e coletiva numa temporalidade não linear, ou seja, suas narrativas ou a estruturação de uma obra ou um texto não são compostas por uma sequência de “começo-meio-fim tradicional”, muito pelo contrário, são fundamentadas a partir de tempos fragmentados, repetições e deslocamentos, destruindo a possibilidade de uma leitura única e linear (CANTON, 2009b, p. 15).

A relação espaço-temporal e seus desregramentos gerados na contemporaneidade “tornaram-se o motor para a produção artística, voltada para a evocação de uma memória expandida” (CANTON, 2009c, p. 35). A preocupação dos artistas contemporâneos em trabalhar a

memória representa um ato de resistência à tendência de apagamento das experiências e lembranças, um estado de quase amnésia, no qual a velocidade da vida cotidiana coloca o sujeito (CANTON, 2009c).

A memória foi estudada por muitos pesquisadores no campo da história, principalmente depois do movimento de renovação metodológica idealizada pelos Analles e pela nova história. Pierre Nora (1993) se destaca por meio da construção do conceito de Lugares de memória. Segundo o autor, a sociedade vive uma aceleração da história que produz, gradativamente e de modo acelerado, um passado morto, ou seja, tem-se a percepção de que algo desapareceu. Para ele, a mundialização, a democratização, a massificação e a mídiatização seriam as responsáveis pelo desmoronamento da memória. Dessa forma, os lugares de memória seriam o sentimento de que não haveria mais memória espontânea e que seria preciso criar arquivos (NORA, 1993). Nora parece denunciar nossa incapacidade de lembrar como sendo a razão que nos condena a preservar freneticamente tudo o que se apresenta diante de nós.

Canton (2020) ressalta que na arte, o tempo da memória não é visto apenas como o tempo que já passou, mas, sim, como o tempo que nos pertence. Dessa forma, junto com a memória, o tempo é um dos elementos mais importantes para se analisar a vida e a arte contemporâneas. O tempo contemporâneo “perfura o espaço, substituindo a sensação cronológica por uma circularidade plena de efervescência e instabilidade. Turbulento, esse tempo parece fugaz e raso, achatando, espiralando, afetando inexoravelmente noções de história, de memória, de pertencimento” (CANTON, 2020, p. 1).

Um outro elemento necessário para análise da arte contemporânea é o conceito de espaço e lugar. Cada uma dessas palavras, conforme a teoria do sociólogo britânico Anthony Giddens (1991), designa uma relação singular com as circunstâncias e os objetos, para ele o lugar, como cenário em que convergem o ambiente físico e as atividades sociais, passa a ser separado do espaço. O termo ‘lugar’ é definido, concreto, ou seja, é fixo, é onde construímos nossas raízes e referências do mundo, já, o espaço é usado genericamente.

O lugar da arte sofreu modificações ao longo do tempo, conforme Fernando Cocchiarale em seu texto *O espaço da arte contemporânea*,

[...] a arquitetura de áreas expositivas vem sendo adequada aos novos conceitos e repertórios que alteraram e seguem alterando os rumos da produção artística e das teorias da arte desde o século XVIII. Dos ateliês e museus influenciados pelo Iluminismo, nos quais os quadros recobriam, de alto a baixo, qual uma coleção de insetos ou de

mineralogia, as paredes dessas recém-criadas áreas expositivas; passando pelo cubo branco modernista, cuja neutralidade podia acolher, sem quaisquer interferências, a pureza formal das obras de arte; até a apropriação recente de espaços concebidos e projetados originalmente para atividades com funções estranhas à arte temos, sempre, o entrelaçamento entre as questões e as necessidades da produção artística e as características espaciais da arquitetura nas quais é exibida (COCCHIARALE, 2007, p. 181).

De acordo com o autor, historicamente, o espaço institucionalizado da arte como os museus ou galerias sofreram transformações de acordo com as modificações ocorridas na sociedade. O conceito sobre o espaço da arte contemporânea é um tema aberto e múltiplo com vários recortes e interpretações e esse espaço não deve ser compreendido de maneira literal, ou seja, não deve ser pensado, única e exclusivamente, com base em características físicas de exibição, devendo ser analisado como uma rede de instituições e de profissionais que emprestam sentido à produção contemporânea (COCCHIARALE, 2007).

Na arte contemporânea, os meios convencionais da produção artística visual, como a pintura, o desenho, a escultura entre outras não foram mais os únicos meios utilizados, pois as tecnologias da imagem passaram a ser utilizadas pelos artistas. A expansão do espaço da arte não parou. Permitida, inicialmente por Duchamp, a produção artística contemporânea começou também a utilizar materiais e objetos oriundos do “circuito utilitário e a intervir nos espaços urbanos, naturais, do pensamento, a usar o corpo do próprio artista, e mais recentemente no campo ético-político que parece ter substituído o campo estético fundado na contemplação (COCCHIARALE, 2007, p. 187). Dessa forma, os lugares físicos e simbólicos da arte contemporânea expandem-se de maneira aberta e diversificada.

Além disso, a arte nesse momento privilegia a participação do público e faz uso de materiais do cotidiano, ou seja, permite ao indivíduo a apreciação máxima da obra, tornando esse momento único, no qual há a possibilidade de sensibilização e de identificação por parte do público, por meio da experiência estética. Esse tipo de arte requer um espectador ativo, responsável por compreender histórica e conceitualmente as obras em exibição.

A arte contemporânea carrega consigo as grandes desconstruções nas práticas estéticas, ou seja, traz a “confusão entre a vida doméstica e a vida social, a fragmentação do indivíduo em diversas identidades; a interdisciplinaridade no lugar do especialista; a declaração explícita de preferências sexuais e, finalmente, a reaproximação entre arte e vida” (COCCHIARALE, 2007, p. 188). O conceito de pós-moderno invadiu as artes plásticas com o surgimento da arte pop, do

minimalismo, da arte conceitual e das performances, nominando uma arte que não tinha um estilo definido.

A arte contemporânea baseada em pluralidade é liberada de limitações. A historiadora Müller em seu livro *Arte & Moda*, afirma que “a roupa de artista do início do século XX conhece as derrotas de todas as utopias confrontadas com a realidade, arrastadas pelo realismo socialista dos países do Leste ou pela ascensão dos totalitarismos na Europa” (MÜLLER, 2000, p. 10). Os artistas haviam percebido a emergência de um desenvolvimento industrial da moda. No pós-Segunda Guerra, o prêt-à-porter é uma realidade consolidada. Os artistas não precisavam mais defender uma roupa funcional, pois ela passou a fazer parte da paisagem urbana, inaugurada “pelos pioneiros do estilismo e usado pelos clientes dos supermercados Prisunic⁸²” (MÜLLER, 2000, p. 11).

Como a arte, a moda sofreu drásticas mudanças no pós-Segunda Guerra. A moda vivencia o surgimento do Prêt-à-Porter. Como já explanado, a alta-costura francesa estabelecida no século XIX colaborou para o fortalecimento e a expansão da indústria do luxo, sobre a qual a França possuía a hegemonia desde a Idade Moderna. Quando os alemães ocuparam a França durante a Segunda Guerra, manifestações de resistência pacífica foram construídas a partir da imagem da alta-costura e da elegância da mulher parisiense, com objetivo de manter a identidade nacional viva, ao mesmo tempo em que estimulava-se a esperança de dias melhores, impossibilitando, dessa forma, a invasão cultural (VEILLON, 2004). Com o fim da Guerra, em 1945, a liberdade do território francês foi reestabelecida, e uma missão nacional foi iniciada, objetivando reconquistar os mercados internacionais da alta-costura. Visando mostrar ao mundo que, apesar da Segunda Guerra, a alta-costura francesa não havia morrido, em 1945, foi inaugurada em Paris uma exposição, organizada pela Câmara Sindical da Costura Parisiense, intitulada “*Le Théâtre de la Mode*”. Tal exposição contava com treze cenários concebidos pelos mais renomados artistas franceses do período e com duzentas e trinta e sete bonecas vestidas com peças de diversos criadores da Alta Costura. Além de Paris, essa exposição viajou pelo mundo, passando por Londres, Barcelona, Copenhague, Estocolmo, Viena e Nova Iorque (GRUMBACH, 2009).

Entretanto, do início do pós-Segunda Guerra ao advento do Prêt-à-Porter, a sociedade mundial foi reconfigurada devido, em grande parte, aos avanços tecnológicos, como também à

⁸² Prisunic é uma das mais populares redes de supermercados da França.

hegemonia cultural e econômica dos Estados Unidos. Dessa forma, uma nova sociedade foi elaborada, cujos valores eram representados com fragilidade pela alta-costura francesa tradicional.

Alguns dos grandes costureiros, como por exemplo, Dior, Givenchy, Balenciaga, Fath, Lanvin e Rouff partilharam e construíram uma ideia de elegância vinculada a um corpo e um gestual bem cuidados. Porém, conforme os anos 1960 chegaram, aconteceram algumas modificações significativas nas tendências que todos os grandes costureiros apresentaram. Isso decorreu, principalmente, devido ao afastamento dos criadores da direção de suas Maisons e a entrada de outros profissionais, que os substituíram. Contudo, o acontecimento de maior relevância está no redimensionamento do significado do papel da alta-costura

[...] na produção da elegância idealizada, o que exigiu de seus novos profissionais outros perfis. Tal contexto exigiu das Maisons maior flexibilidade face aos novos grupos sociais que se constituíam a partir de outros poderes aquisitivos no cenário mundial. Na dança do poder, foi preciso abrir espaço para novos pares” (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p. 116).

De acordo com a pesquisadora Sant’Anna-Muller (2011), é costumeiro encontrar afirmações indicando que a mudança no sistema produtivo da moda, a partir dos anos 1960, tenha acontecido graças à iniciativa de alguns costureiros em criar o prêt-à-porter. Contudo, essas afirmações desconsideram os fatores históricos inerentes ao advento do prêt-à-porter. A autora sugere que essa questão deve ser analisada com base em quatro aspectos distintos, dois referentes à impossibilidade da alta-costura continuar sendo o que ela era antes da Segunda Guerra Mundial, quais são: (i) a sustentabilidade econômica das maisons; (ii) a nova noção de elegância que se impõe nos anos 60; e os outros dois aspectos ligados à sociedade em geral: (iii) o novo perfil das elites e a (iv) difusão do consumo do produto de moda.

Inicialmente, sobre o aspecto financeiro das Maisons no pós-Segunda Guerra, constata-se que houve uma redução da clientela das Maisons de alta-costura, essas encontraram-se sufocadas em dívidas. Algumas tentativas de contornar essa crise foram postas em ação, como por exemplo: a parceria com os fabricantes de perfumes, de têxteis e iniciativas de costureiros como Jacques Heim, Jeanne Lanvin e Marcel Dhorme que apresentaram vestidos criados em série com preços mais acessíveis. Essas iniciativas de reduzir os preços com objetivo de atrair novos clientes não vingaram entre os costureiros, pois as coleções com preços inferiores comprometiam a imagem dos criadores e de seus clientes, pois os produtos poderiam se vulgarizar com os modelos mais

populares minando com a representação de privilégio, exclusividade e poder que distinguia a alta-costura. Ainda, a ação de reduzir os preços dos produtos poderia comprometer a imagem de Paris como berço das elites mundiais. As coleções com preços acessíveis “tornavam de ‘todos’ algo que foi criado e se sustentava como produto de poucos, daqueles que podiam partilhar vestidos assinados, lugares requintados e maneiras exclusivas de viver e de apreciar o belo” (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p. 120).

Por meio dessa afirmação encaminha-se a um outro tópico, que pode auxiliar no entendimento de como o advento do prêt-à-porter se justifica historicamente: o perfil de consumo da nova elite formada no pós-Segunda Guerra. Vale lembrar que Hobsbawn (1995) intitulou o período pós-Segunda-Guerra Mundial de Era de Ouro, momento de intenso crescimento econômico e transformação social. Assim, a nova elite se originou por meio do capital financeiro e industrial que cresceu devido, sobretudo, à reconstrução dos países destruídos com a Guerra, aos Tratados de Paz firmados, aos enormes avanços tecnológicos que geraram novos produtos e necessidades e à ampliação do mercado consumidor mundial, com o fim das restrições alfandegárias.

Oriundos, em sua grande maioria, de famílias de classe média, sendo que muitos haviam passado fome e trabalhado arduamente nos primeiros anos de suas vidas profissionais, os membros da nova elite enriqueceram, e, assim, almejavam ser aceitos e integrados à tradicional sociedade, afirmando um novo status social. Contudo, esse novo grupo não almejava apenas ser aceito, eles buscavam mais: desejavam se transformar em modelo, impondo novos espaços de sociabilidade e projetando com inovação, ou seja, além de dominar o âmbito econômico, eles objetivavam uma dominação cultural. Conseqüentemente, os padrões culturais do grupo de elite antecessor deveriam ser superados. Para a nova elite, a alta-costura era um indicativo de um passado que não deveria ser mais enaltecido. A sociedade, que se estabelecia nos anos 1950, se defrontava com essa nova elite, que possuía um novo perfil vinculado à originalidade, à versatilidade, à criatividade e à jovialidade. Portanto, a alta-costura foi obrigada a rever alguns valores, como por exemplo a elegância (SANT’ANNA-MULLER, 2011).

A partir dessa constatação, tem-se um terceiro aspecto: a nova noção de elegância. A linha Corola, posteriormente denominada de New Look, criada em 1947 por Dior foi o emblema da elegância que a alta-costura cultivou. Caracterizado por saias volumosas, cintura afunilada,

acompanhado de salto alto, luvas e chapéus, o visual era a antítese do traje funcional e econômico usado durante e imediatamente após a Segunda Guerra (MACKENZIE, 2010).

O visual lançado por Dior começou uma batalha “comercial e cultural entre a França conservadora, aquela que apoiou o governo ocupacionista, e a cultura norte-americana com suas divas ousadas, vestidas em calças cigarettes, fumando e vivendo independentemente”. (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p. 121). Da silhueta Corola, considerada ultra feminina e condenada com veemência pelas feministas por ser um estilo constritivo, um outro conceito precisava despontar para a mulher dinâmica e independente da década de 1960, o qual teve como fundamento a inovação e a cultura jovem (MACKENZIE, 2010).

Em meio a essa nova configuração social, baseada em uma nova elite, enriquecida e jovem “ávida por mudanças, seja na produção como na difusão de um estilo de se vestir mais prático, funcional, barato, sem deixar e alimentar o glamour da elegância e da inovação” (MARYLÉNE DELBOURG-DELPHIS 1981, p.181 apud SANT’ANNA, 2009, p. 90), a alta-costura precisou se remodelar, e assim, no meio de sua própria produção, “a Alta-Costura teve que converter seus valores mais caros, fosse para sobreviver financeira ou simbolicamente” (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p.121).

Destarte, pode-se observar o quarto aspecto: a difusão do consumo do produto de moda, a partir da década de 1960. Com o advento do baby boom na década de 1950, aliado à valorização dos avanços tecnológicos, e ao discurso que buscava vencer o desânimo e a tristeza causados pelo período de guerra em prol do entusiasmo e euforia diante do futuro, surgiu uma confiança no novo e nos jovens (HOBSBAWN, 1995). Diante desse cenário, a alta-costura não teria como atender as demandas, visto que os costureiros não se sentiam à vontade com esses novos clientes, pois temiam “vulgarizar” seu ofício, como também descontentar seus clientes fiéis.

É necessário considerar também que, desde o século XIX, existia de um lado a alta-costura voltada a uma clientela diferenciada e com altíssimo poder aquisitivo e, por outro, as confecções que detinham uma clientela menos abastada. Sant’Anna-Muller (2011) relata que não existia concorrência entre esses dois polos. Uma grande parcela da população mundial, em seus mais diversos grupos, ora comprava produtos da confecção industrial, ora fazia uso da costura doméstica, e quem tinha um pouco mais utiliza os serviços dos ateliês de costura e alfaiataria que cada cidade possuía. As tendências eram difundidas pelas revistas de moda, as quais ou adaptavam os modelos divulgados da alta-costura, ou propunham outros, criados por seus colaboradores

desenhistas ou modelistas. “Pode-se considerar que, ao lado da Haute-Couture e todo o seu glamour, sempre existiu uma rua que se vestiu como pode e como lhe era agradável” (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p.122).

Na sociedade da década de 1960, que visa ao novo, existe uma inversão da pirâmide de difusão de moda, e essa pode ser relacionada ao questionamento que a sociedade fez de todas as autoridades, inclusive a da alta-costura. A mudança sofrida pela alta-costura está diretamente ligada ao surgimento de um novo mercado consumidor.

Dessa maneira, com a crise da alta-costura houve a necessidade de Paris repensar suas estratégias e se atualizar em relação à nova elite e à sociedade do pós-Segunda Guerra. Nessa remodelagem, interpreta-se o surgimento do prêt-à-porter.

A alta-costura tradicional tornou-se incompatível com o novo ritmo de consumo. Tanto os costureiros quanto o sistema da moda tornaram-se independentes dela. A alta-costura se transforma em “uma vitrina publicitária de puro prestígio” (LIPOVETSKY, 1989, p.109). Ou seja, a alta-costura “não podia mais se ocupar de vestir corpos, a ela cabia uma missão mais inovadora e irreverente”, ela metamorfoseia-se em “um campo da experimentação estética sobre a plasticidade de um corpo em movimento” (SANT’ANNA-MULLER, 2011, p.123).

Pode-se afirmar, desse modo, que o prêt-à-porter nada mais é do que a adaptação da alta-costura a uma imagem moderna e em harmonia com as mudanças da sociedade, atendendo aos interesses de preservar a imagem de Paris como berço da elegância. Ainda, o prêt-à-porter assegurou a reprodução do poder pela aparência, como permitiu aos costureiros, no âmbito da criação, mergulharem em pura estética conceitual, originando um outro papel para a alta-costura (SANT’ANNA-MULLER, 2011). Esse sistema (prêt-à-porter) fundiu a indústria e a moda, focando na novidade e se consagrou como uma nova autoridade para ditar as tendências de moda, passando a ser um suporte para estilistas que buscam inspiração (LIPOVETSKY, 1989).

Destarte, Lipovetsky (1989) afirma que a sociedade pós-Segunda Guerra pode ser compreendida como na qual a moda é consumada. O termo “consumada” pode ser interpretado tanto vinculado ao sentido de consumo, como ligado a uma integração dos indivíduos ao mundo social, ou, ainda, permite o entendimento, de que a moda está presente nos significados da vida de tal forma que não há como escapar dela, ou seja, ela é, realmente, um fato consumado.

Nesse momento, de intensas reviravoltas e mudanças, cabe antes aos estilistas imaginarem o indivíduo novo deslocando-se agora no espaço. Enquanto os artistas se apropriam da vestimenta

como uma extensão em três dimensões de suas pesquisas (MÜLLER, 2010). Existia, entre os artistas, designers/estilistas, a convicção de que presenciavam uma transformação significativa de ordem material e sensível.

Lucio Fontana (1899-1968), em 1946, anunciou seu manifesto espacial que afirmava que a arte só poderia evoluir a partir de novos meios, sejam eles plásticos ou luminosos. Para ele, a arte é uma atividade da vida ostentada como potência criadora e anarcóide. “Vive livre e junto com o surgimento das teorias espaciais e energéticas, exalta a dinâmica comportamental. Por isso, o seu mover-se é relativo à necessidade de abrir novas vias e novos universos do conhecimento artístico: romper e penetrar nos buracos negros do espaço” (CELANT, 1999, p. 174-175). Nas telas cortadas, rasgadas e laceradas, o artista foge da prisão da superfície plana. Em conjunto com Bruna Bini, Fontana utiliza o vestuário sob esse mesmo princípio. Para o crítico de arte Germano Celant (1999), os vestidos, projetados por meio dessa parceria, representam as discussões sobre a fronteira entre o interior e o exterior, o indivíduo e a sociedade, a pele e o tecido, a vestimenta e a nudez.

Para além das discussões entre a fronteira entre primeira e segunda pele, o vestuário pode ser concebido também como elemento de contato entre corpo e ambiente, um lugar virtual e um sistema de diferenciação e semelhança com o ambiente sociocultural, arquitetônico e visual, natural e artificial. Como exemplo, pode-se citar o trabalho de Ellsworth Kelly (1923-2015), que em 1952, em Paris estabeleceu vínculo entre o corpo e a cidade, inscrevendo a vestimenta no universo dos elementos puros e primários. Dessa forma, o vestido tornou-se “uma ocupação do espaço, um esquema visual que intervém no caos do ambiente” (CELANT, 1999, p. 174).

Dessa compreensão teórica da roupa no espaço, derivam duas correntes de artistas: de um lado, os que se interessam pela “pura-visibilidade” como Getulio Alviani (1939 – 2018), Paolo Scheggi (1940 – 1971), Max Bill (1908 – 1994) e Gabriele De Vecchi (1938 – 2011), e de outro lado os que possuem interesse pela comunicação de massa como artistas pop e *newdada*, por meio das figuras de Andy Warhol, Robert Rauschenberg (1925-2008), Arman (1928 - 2005), Daniel Spoerri (1930-), Kusama (1929-) e Christo (1935-). Ambos estão conscientes do fluxo ocasional da vida e dos acontecimentos, mas os primeiros pensam que é possível controlá-lo e sistematizá-lo, já os outros acreditam que podem aceitá-lo e integrá-lo, buscando o encontro da arte com o contexto de massas, do objeto de consumo e da publicidade (CELANT, 1999).

Celant (1999) assevera que, ainda que tenham interesses distintos, as duas correntes compreendem que “o vestido se transforma em superfície magnética que atrai para si [...] coisas e

sinais, marcas e objetos, ilustrações e citações extraídas da iconografia cotidiana da publicidade e da televisão, dos quadrinhos e do cinema” (p. 175), de modo que se pode afirmar que o vestuário, para ambas as correntes, torna-se o “sudário laico da idolatria de massa, reduz o ídolo a um vestígio opaco e neutro a ser vestido com ironia” (p.175).

Destaca-se, também na década de 1950, o trabalho da artista japonesa Atsuko Tanaka (1932-2005), que apresentou, em 1956, o *Electric Dress* (Vestido elétrico) (Figura 22), uma performance considerada icônica por sua singularidade em empregar duzentas lâmpadas incandescentes e tubos cobertos com tinta esmalte vermelha, azul, amarela e verde. A artista transformou o corpo feminino em um símbolo solar artificial da moda.

Figura 22 – Atsuko Tanaka, *Electric Dress*, 1956



Fonte: The Guggenheim Museums and Foundation, 2013.

Fazendo uso da luz como símbolo da segunda pele, Tanaka fez do corpo o centro da atividade artística e o mascarou em uma massa de luz e cor. O Eletric Dress tomava a forma de uma roupa enrolada em cordas penduradas com lâmpadas tubulares e lâmpadas revestidas de tinta esmalte. Os bulbos foram programados para piscar aleatoriamente, como se fossem autônomos, trazendo-os, como os sinos, para um reino simbólico e imaginário diferente (BUTLER; SCHWARTZ, 2010).

Enquanto isso, no Brasil, a partir dos anos 1950, a arte repensa o vestir com o artista plástico Flávio de Carvalho (1899-1973). Em outubro de 1956, ele realiza uma performance histórica na qual lançou uma nova moda masculina, nasce, assim, um evento batizado pelo artista de “Experiência número 3” (Figura 23).

Figura 23 – Flávio de Carvalho, Experiência número 3, 1956



Fonte: Nas entrelinhas, 2012.

Nesse experimento Flávio de Carvalho desfilou pelas ruas de São Paulo em seu *New Look Tropical unissex* (ironizando a moda de Dior) que discutia a importação de costumes pelo Brasil. O artista acreditava que as roupas masculinas utilizadas naquele período, tipicamente europeias, eram impróprias para o clima brasileiro. Além disso, também estava convencido da necessidade de existir uma moda unissex em consequência do nivelamento social entre homens e mulheres. Dessa forma, a roupa configura-se como uma vestimenta-manifesto, composta por um saiote em brim plissado, uma blusa larga de náilon com aberturas laterais, meia arrastão e sandálias de couro, que beneficiaria os usuários em seis aspectos: estética, ventilação, higiene e saúde; movimentos fáceis, economia, complexos psicológicos (BRAGA; PRADO, 2011).

A caminhada-desfile performance de Flávio de Carvalho, em seu traje concebido a partir das conjecturas ambientais e culturais do Brasil, é um manifesto para a transformação da silhueta masculina no país, bem como coloca a moda como espaço de campo artístico (TOLEDO, 1994). Segundo Braga e Prado (2011), Flávio de Carvalho por meio de suas experiências foi também precursor dos chamados *happenings* ou performances, ao utilizar do próprio corpo para criar impacto visual e debate cultural, antecipando propostas, como por exemplo, do artista Hélio Oiticica nos anos de 1960.

Na década de 1960, para os artistas da Op art⁸³ ou do cinetismo, a vestimenta amplia, por meio do movimento do corpo, a experiência visual. Segundo Müller (2000), nos módulos de Getulio Alviani, o expectador participa da transformação espacial-temporal-luminosa do objeto artístico. Seus tecidos e vestidos em movimento criam um imaginário em constante mudança, sobre as inúmeras combinações cromáticas e variações de linhas. Dentre os artistas da Op art, pode-se destacar os trabalhos da inglesa Bridget Riley (1931-), que tiveram uma grande repercussão na moda, especialmente no segmento têxtil.

Outro trabalho de destaque desse período foi o da artista japonesa Yayoi Kusama. Ela se mudou para Nova York em 1958 e fez parte da cena de vanguarda ao longo dos anos 1960, especialmente no movimento Pop Art. Trilhando caminhos transversais, a artista também adentrou

⁸³ As origens da op-art (abreviação de *optical art*, arte óptica) indicam princípios fundamentais da pintura que antecedem a Primeira Guerra Mundial. Suas bases incluem ideias construtivistas da escola de desenho Bauhaus, também empenhada em efeitos visuais específicos. A expressão op-art surgiu pela primeira vez na revista *Time*, em outubro de 1964, e o pintor Victor Vasarely foi um dos maiores expoentes da op art. Telas referentes a esse movimento foram expostas pela primeira vez ao público em 1965, no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), sob o nome *The Responsive Eye* (PEZZOLO, 2013, p.166).

no universo da moda com o lançamento da marca *Kusama Company* em Nova York. Ela já tinha o hábito de criar suas próprias roupas que apresentavam modelagens diferenciadas e recortes estratégicos, alguns deles na altura do busto e da genitália (LOPES, 2014). Kusama manifestava por meio de suas *performances e happenings*⁸⁴ as conotações rituais de suas vestimentas e objetos criados e revelados por meio de desfiles. Um traço marcante do trabalho da artista é a obsessão por pontos e bolas.

Segundo Müller (2000), provavelmente, o que fascinou os estilistas contemporâneos a adentrarem o campo da arte foi a relação direta com a experiência corporal. Em 1966, Paco Rabanne, que já tinha desenvolvido diversos adereços em materiais diferentes e estagiado em diversos ateliers de alta-costura, organizou seu primeiro desfile (Figura 24) com a participação de algumas manequins negras, apresentando doze vestidos em modelos descalças que dançavam ao som de *Marteau sans Maitrê* de Pierre Boulez (1925-2016), em um formato de manifesto chamado pelo criador de *Twelve unwearable dresses in contemporary materials* (Doze vestidos não usáveis em materiais contemporâneos).

Como pode ser observado na imagem, os materiais utilizados no vestido foram malhas e placas metálicas, que se assemelhavam aos móveis do artista argentino Julio Le Parc (1928-). Com essa apresentação, o estilista rompeu com a estética e com os suportes tradicionais, colocando as primeiras questões sobre a utilização de materiais alternativos na moda.

⁸⁴ O termo happening é criado no fim dos anos 1950 pelo americano Allan Kaprow (1927-2006) para designar uma forma de arte que combina artes visuais e um teatro *sui generis*, sem texto nem representação. Nos espetáculos, distintos materiais e elementos são orquestrados de forma a aproximar o espectador, fazendo-o participar da cena proposta pelo artista (nesse sentido, o happening se distingue da performance, na qual não há participação do público). Os eventos apresentam estrutura flexível, sem começo, meio e fim. As improvisações conduzem a cena - ritmada pelas ideias de acaso e espontaneidade - em contextos variados como ruas, antigos lofts, lojas vazias e outros. O happening ocorre em tempo real, como o teatro e a ópera, mas recusa as convenções artísticas. Não há enredo, apenas palavras sem sentido literal, assim como não há separação entre o público e o espetáculo (HAPPENING, 2019).

Figura 24 – Desfile Paco Rabanne, “Twelve unwearable dresses in contemporary materials”, 1966



Fonte: Obvious, 2016.

Em 1964, alguns estilistas lançaram coleções inspiradas na Op art, como por exemplo, Geoffrey Beene, André Courrèges, Rudi Gernreich. Desde 1965, a Op art e a abstração invadiram as revistas de moda e se confundiram com a “tendência” gráfica mantida pelas maquiagens e penteados de Vidal Sasson⁸⁵ (1928-2012).

⁸⁵ Vidal Sassoon foi um cabeleireiro inglês, considerado um dos nomes-chave da *Swinging London* dos anos 60. Abriu seu primeiro salão na Inglaterra em 1954 e começou a treinar sua equipe para criar cortes de cabelo que não dependessem de nenhum tipo de penteado ou produto pós-secagem, dando a largada para a febre dos cabelos curtos e geométricos, que viraram febre na década de 1960.

Ainda, em 1965, Yves Saint Laurent (1936-2008) apropria-se das pinturas abstratas de Mondrian e as aplica no vestuário (Figura 25), ele substitui a tela pelo corpo como suporte. Os vestidos de linha reta feitos para a coleção de *Haute Couture* foram largamente copiados, divulgando os quadros de Mondrian de forma industrial.

Figura 25 – Yves Saint Laurent, Coleção Mondrian, 1965



Fonte: Befrontmag, 2017.

Saint Laurent recorta tiras negras, quadriláteros vermelhos, amarelos, brancos e azuis das telas de Mondrian, reproduzindo a abstração sobre e para os corpos. A aplicação dessas silhuetas de formas geométricas em seus vestidos, apelidada de *Mondrian Look*, trouxe uma nova elegância e sofisticação à alta-costura. Mas eles também foram designados pela Harper's Bazaar em setembro de 1965 como *o vestido de amanhã* (MACKRELL, 2005).

Saint Laurent tinha uma habilidade incomum para prever as mudanças que estavam ocorrendo na moda. Em 1966, ele mostrou sua coleção de vestidos *Pop Art* e abriu sua primeira boutique de prêt-à-porter (em Paris), chamada *Rive Gauche*, com intuito de popularizar as questões sobre arte, mas, dessa vez, o fez em escala industrial. Saint Laurent estabeleceu outros diálogos

com as artes visuais, em algumas coleções inspirou-se, por exemplo, em Goya, Manet, Picasso, Matisse, Van Gogh, Malevich, Braque, Dalí e Warhol.

Tantos outros exemplos podem ser citados sobre a relação entre moda e arte nos anos 1960, como as composições esportivas em vinil Comarra de Michèle Rosier; os vestidos geométricos de Pierre Cardin; os vestidos com fendas de Emanuel Ungaro; os vestidos cortados em losangos de Louis Féraud; ou ainda o estilista Issey Miyake, quando em 1963, apresentou o seu espetáculo *A Poem of Cloth and Stone*, mostrando o vestuário como ‘criação visual’ e ‘ferramenta funcional’. Enfim, se, por um lado, tornou-se necessário para os jovens estilistas da década de 1960 criar em harmonia com a arte contemporânea, por outro, os artistas pop também se apropriaram das imagens da moda (MÜLLER, 2000).

A *Pop Art* possuía interesses na moda, surgiu em contraposição à teoria formalista do expressionismo abstrato e retomou à arte figurativa, agora não mais sob os ditames da tradição clássica, mas sob influência das artes cotidianas e populares, que habitavam o universo urbano pós-industrial do pós-guerra. Para os artistas pop, não existiam barreiras entre a arte e a vida dos indivíduos. Foi um movimento sem definições oriundas de manifestos, mas no qual é possível identificar alguns preceitos básicos, fundamentados no uso do imaginário da cultura de massa e do consumo, como por exemplo: publicidade, embalagens, cartazes, entre outros, a fim de realizar críticas ao ambiente consumista e sua mentalidade. “A agressividade do design comercial ‘contaminou’ o espaço artístico, ao mesmo tempo em que firmou a produção artística como algo que é, no pós-guerra, simultaneamente fruto desta lógica cotidiana, amparada pelo consumo e pelo espaço de crítica deste mundo” (SANT’ANNA, 2010, p. 80).

Para Danto (2006a), toda a forma da história da arte passou por uma mudança no início da década de 1960 em que aconteceu algum tipo de encerramento no desenvolvimento histórico da arte. A causa dessa mudança foi a emergência da *pop art*, o movimento de arte mais crucial do século XX, segundo o autor.

O debate sobre “a arte da moda” e a “moda tornando-se arte” na década de 1960 deixou de ser especulativa, mas muito real, possibilitada pela cultura popular. Artistas pop nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha tentaram afrouxar a distinção entre alta e baixa cultura, propositalmente, recusando-se a distinguir entre uma reprodução de um antigo mestre de pintura com um desenho para um sapato (Warhol) ou um personagem de uma revista em quadrinhos (Lichtenstein) (GECZY; KARAMINAS, 2012).

Entre os artistas norte-americanos que fizeram uso magistralmente do diálogo moda-arte pode-se citar Andy Warhol (1928-1987). O artista manifestava suas indagações e questionamentos por meio de uma linguagem que unia intensamente arte e moda. São incontáveis suas contribuições à moda. Para os organizadores da exposição *The Warhol Look*, “é a moda o tecido que reúne partes que até então haviam aparecido como elementos díspares” (THE WARHOL LOOK, 1998 apud MÜLLER, 2000, p. 12).

Warhol iniciou sua carreira como ilustrador de revistas de moda, vitrinista e designer, o que fomentou o seu discurso arte-moda. Dentre seus trabalhos, estavam ilustrações para as publicações *Mademoiselle*, *Harper's Bazaar* e *Vogue*. Montou vitrines para lojas de departamentos, produziu peças de publicidade para os sapatos *Miller & Sons*, realizou a transposição de suas séries *Flowers* ou *Disasters* para a vestimenta, criou vestidos de papel com bananas estampadas. Entre 1966 e 1967, realizou uma série de vestidos de papel⁸⁶ em silhueta A e os estampou com imagens inspiradas em latas de sopa Campbells (Figura 26), tais vestidos foram nomeados *The Souper Dress* (Vestido Sopa) (MARX, 2014).

O vestido sopa, construído em papel (*The Souper Dress*), alavancou a divulgação da *Pop Art* e contribuiu para uma, conseqüente, diluição das fronteiras entre arte, moda e o mercado no qual a arte pop passou a ser conhecida. Além disso, o vestido foi projetado para ser descartado e remetia-se, diretamente, ao consumismo. O consumo de moda excessivo tem nos vestidos feitos de papel conjuntamente com a silhueta “A”⁸⁷, sua forma mais comum, visto que a experimentação de novos materiais para a confecção das roupas foi uma das características da moda jovem⁸⁸. Além disso, a silhueta em A, que basicamente não possui curvas, nem fica justa ao corpo, pode ser produzida com maior facilidade dentro de uma modelagem padronizada, e em escala industrial,

⁸⁶ Vestidos de papel foram inventados pela Scott Paper Company em 1966, como instrumental de marketing e publicidade. O ‘papel’ é um TNT (tecido-não-tecido), composto normalmente por 93% de celulose e 7% de nylon, e eram descartáveis (SANT’ANNA, 2010, p.81).

⁸⁷ Christian Dior criou modelos luxuosos e sofisticados, que usavam as Linhas H, Y e A para dar forma a silhueta feminina. A maior característica da Linha A é ser estreita nos ombros e gradualmente ir alargando na altura do quadril e do joelho formando a letra A.

⁸⁸ A partir da década de 1940 a moda jovem começa a nascer nos Estados Unidos e na Inglaterra produzindo novas práticas vestimentares que se diferenciavam dos padrões estabelecidos naquele momento. Entretanto, seu impulso mais forte surge com o advento da geração baby-boom, na década de 1960, geração esta que possui rejeição aos valores do vestir das gerações anteriores. Os jovens passaram a ter a sua própria categoria geracional e esta foi alargada pela escolaridade prolongada e pela entrada tardia no mercado de trabalho em níveis mais abastados. O centro cultural deste novo grupo de consumo é a cidade de Londres, neste momento vivenciando o *Swinging Sixties*. (MENDES; HAYE, 2003).

assim, conseqüentemente, há um barateamento do custo final do produto (GECZY; KARAMINAS, 2012). A moda jovem da década de 1960 deveria ser barata, volátil e frenética. Tais mudanças, segundo Laver (1989, p. 261), “eram a consequência de uma incerteza geral quanto ao futuro e de um desejo de se rebelar”.

Figura 26 – Andy Warhol, The Souper Dress, 1966-1967



Fonte: Amorosart, 2018.

Warhol, sensível aos movimentos e às influências daquele momento, organizou com a presença da banda *Velvet Underground* (da qual ele era empresário) a festa de inauguração da *Paraphernalia* (misto de boutique e galeria de arte) que abriu com Betsey Johnson (1942-).

Seguindo o interesse por novos materiais, alguns estilistas buscavam a adequação entre matéria e forma, como por exemplo, André Courrèges (1923-2016), discípulo de Le Corbusier

(1887- 1965), deu à moda o aspecto de dinamismo e modernidade, fez uso do verniz vinil, o Skai (couro artificial), e criou trajes de noite com fios de telefone. Pierre Cardin (1922-) em 1968 lançou sua Cardine⁸⁹ (em Dynel⁹⁰), um tecido moldável em três dimensões, que não amarrota, lavável, resistente ao fogo e aos ácidos, impermeável, ultraleve. O projeto do estilista tinha como proposta a produção econômica de vestidos moldados. Paco Rabanne (1934-), após inúmeras pesquisas, conjuntamente com o industrial Giffard, lança roupas sem costura obtidas por meio da vaporização do cloreto de vinil sobre um molde (MÜLLER, 2000). Alguns dos projetos citados, devido às razões técnicas e de elevado custo, permaneceram em fase experimental, mas são exemplos das inúmeras experimentações criativas da década de 1960.

No cenário artístico dos anos 1960, ainda destacam-se as experiências com o corpo por meio da Body Art⁹¹, performances e arte vestível⁹² (roupa-de-artista). Em relação à performance e à arte vestível, salienta-se a obra *Wedding Dress* (ver Figura 27), de Christo em parceria com Jeanne Claude (1935-2009).

A obra *Wedding Dress* de 1967 demonstra a constante temática dos artistas em cobrir objetos e monumentos com tecidos, criando uma “vestimenta” que lhes transforma, além de, ao mesmo tempo, realizar uma crítica ao “peso” do casamento. Preso por amarras se encontra um objeto envolto em um tecido branco e conectado por cordas que se prendem ao corpo da mulher; essa, por sua vez, está vestida com um traje aplicado com diversas cordas em nós – representando as dificuldades do casamento – enquanto carrega a carga do matrimônio.

⁸⁹ Tecido patenteado por Pierre Cardin e cujas fibras recebem modelagem a quente, impedindo de se desfazer.

⁹⁰ Dynel é um nome comercial para um tipo de fibra sintética usada em materiais compósitos de fibra.

⁹¹ A Body Art é uma manifestação das artes visuais em que o corpo, às vezes do próprio artista, pode ser utilizado como suporte ou meio de expressão. Segundo Argan (1992), essa manifestação artística pode ser definida como uma relação indivíduo *versus* ambiente, em que o sujeito busca a individualidade em um momento único.

⁹² A arte vestível ou *Wearable art* teria emergido no final dos anos 1960. Foi ao longo da segunda metade da década de 1970 que a palavra ganhou o sentido de arte vestível ou arte realizada a partir de superfícies têxteis. Segundo Leventon, essa forma de arte tem suas especificidades e pode ser definida como “primeira e principalmente uma arte de materiais e processos, cujos criadores são apaixonados em criar arte com tecidos. Muitos deles com formação em escolas de Belas Artes ou Artes Aplicadas, eles costumeiramente entendem-se como artistas e não como designers de moda” (LEVENTON, 2005, p. 12).

Figura 27 – Christo e Jeanne Claude, *Wedding Dress*, 1967



Fonte: Artribune, 2012.

A partir de 1966 até 1980, com o surgimento da Land Art⁹³, da Body art e da Arte Povera⁹⁴ entidades naturais, animais e vegetais passam a ser o foco dos processos criativos. É um momento de apologia aos elementos primários como ar, terra, fogo, água, demarcando a constituição de um ambiente natural. O vestido se mimetiza com o ambiente como o fazem Piero Gilardi, Agliighiero Boetti, Louise Bourgeois, Vito Acconci, Richard Tuttle, Franz E. Walter, James Lee Byars, entre outros (CELANT, 1999).

Outro artista que utilizou o vestuário como objeto de reflexão foi Joseph Beuys (1921-1986). A sua obra, *Terno de Feltro* de 1970 (Figura 28), é um conjunto que “evoca a natureza

⁹³ A Land Art é uma corrente artística que surgiu no final da década de 1960, que se utilizava do meio ambiente, de espaços e recursos naturais para realizar suas obras.

⁹⁴ A Arte Povera foi uma expressão cunhada pelo crítico e curador italiano Germano Celant, para referir-se ao movimento artístico que se desenvolveu originalmente na segunda metade da década de 1960 na Itália. Os artistas desse movimento utilizavam materiais não convencionais, como por exemplo, areia, madeira, materiais orgânicos entre outros, com o intuito de “empobrecer” a obra de arte, eliminando as barreiras entre arte e sociedade. De acordo com Argan (1992), a postura dos artistas desse movimento revela uma crítica à sociedade capitalista de consumo.

simbólica do traje, transladando o que ele significa em termos de identidade e história” (COSTA, 2009, p. 65).

Figura 28 – Joseph Beuys, Terno de Feltro, 1970



Fonte: Arte.com, 2016.

A relação com a obra *Terno de Feltro* provém de uma questão vivencial do artista. O uso do feltro possui uma relação simbólica, pois o artista cria um “mito” dentro da sua própria história, afirmando que ele era piloto aéreo durante a Segunda Guerra Mundial e seu avião foi atingido. Após a queda, foi resgatado pelos tártaros que cuidaram de seus ferimentos com feltro e gordura. Esses são os dois materiais que ele utiliza muito em suas obras. “Seja como agasalho enrolado em torno do artista, chegando de ambulância na Galeria René Block para encontrar-se diante do coio

(1974), seja como cadáver inerte em *La Peau* [A pele] (1984)” (MÜLLER, 2000, p. 14), Beuys participa de *happenings*, rituais que realizam referências ao sofrimento, à morte, à terapia e ao renascimento. A roupa, assim, reivindica um caráter xamanista e Beuys seria “o curandeiro em missão numa sociedade doente da alma” (IRMELINE LEBEER apud MÜLLER, 2000, p. 14).

Enquanto isso, no Brasil, na década de 1960, alguns artistas também se envolveram no debate arte-moda, destaca-se aqui: Hélio Oiticica (1937-1980), Lygia Clark (1920-1988) e Rubens Gerchman (1942-2008). Hélio Oiticica propõe obras que constituem uma experiência vivencial do objeto artístico, ou seja, os objetos artísticos capturam e são capturados pelo espectador. O espectador torna-se um ente ativo na experiência plástica. Tal proposta cria novas possibilidades para a integração e a interação entre o sujeito e o objeto de arte.

Os trabalhos de Oiticica possuem caráter experimental e inovador. Fruto das experiências do artista com a comunidade da Escola de Samba Estação Primeira da Mangueira, no Rio de Janeiro, o Parangolé é criado na década de 1960. Essas são obras em que o artista coloca sua experiência de estrutura e cor no espaço; trata-se de uma experiência inovadora a partir do que se reconhece e do que se experiencia como objeto plástico. A intenção do artista, ao criar os Parangolés, era alargar sua arte em direção ao ambiente. Segundo Oiticica, o que interessa é a composição total, a experiência do todo, assim compreende o Parangolé como uma obra total. O Parangolé é uma arte ambiental, que cria lugares, experiências, sensações e significados múltiplos. É uma experiência artística que apresenta a fusão de cores, estruturas, danças, palavras, fotografias e músicas. Estandartes, bandeiras, tendas e capas de vestir prendem-se nessas obras, elaboradas por camadas de panos coloridos, que se põem em ação na dança, fundamental para a verdadeira realização da obra: só pelo movimento é que suas estruturas se revelam (PARANGOLÉ, 2019).

Durante a mesma década, Lygia Clark constrói roupas-de-artista. Essas obras que são voltadas ao corpo, visam a aumentar a percepção, rememorar lembranças ou provocar diferentes sentimentos. Nas obras de Clark a ação da artista é de propor ou canalizar experiências, como por exemplo, em *O Eu e o Tu: Série Roupa-Corpo-Roupa* (1967) (Figura 29).

Figura 29 – Lygia Clark, "O Eu e o Tu", da série Roupa-Corpo-Roupa, 1967



Fonte: Terra, 2006.

A obra mostra um casal que veste roupas confeccionadas pela artista, cujo forro comporta materiais diversos. Aberturas na roupa proporcionam, pela exploração tátil, uma sensação feminina ao homem e à mulher uma sensação masculina (LYGIA, 2019).

O artista Rubens Gerchman, em 1975, publica na revista *Malasartes*, um texto intitulado *Roupa dentro do corpo*, apresentando uma pesquisa sobre a questão da vestimenta como temática e/ou suporte de expressões artísticas ao longo do século XX. O estudo é oriundo da construção de

uma série de obras intituladas “Casas Abrigo”. Essas obras eram compostas por grandes armações estruturais cobertas por tecidos e vime, e que se completavam a partir de seus usos, isto é, só existiam quando eram vestidas, vivenciadas sobre o corpo. O objetivo do artista era demonstrar a relevância dos pontos em que arte e vestuário/vestuário-moda se interconectavam. As “Casas Abrigo” eram obras voltadas às experiências sensoriais, que tanto Oiticica e Lygia Clark também exploraram. Gerchman não só assumiu a influência deles, como fez parte do debate travado com eles sobre como tirar o espectador da inércia para que esse começasse a participar, usufruir e – literalmente – entrasse na obra de arte (MAGALHÃES, 2006).

Durante as décadas de 1970 e 1980, admite-se que a moda não é apenas futilidade, mas uma atividade industrial, que por meio do *prêt-à-porter* efetivou sua democratização. Além disso, a liberdade de expressão se expandiu. O comportamento vestimentar da contracultura revela uma densa simbologia. “Beatnicks, hippies, geração 68 e punks vestem roupas totêmicas, símbolos próprios de seus ideais e engajamentos políticos” (MAGALHÃES, 2006, p. 14).

Um marco importante na década de 1980 foi reconhecimento de uma abordagem conceitual da moda. Contudo qualquer referência à moda conceitual nos atrai imediatamente para a arte conceitual. Na década de 1970, a arte conceitual tem seu auge. Tal movimento artístico considera a ideia, o conceito de uma obra como sendo superior ao próprio resultado final. As práticas artísticas conceituais identificaram a primazia das ideias sobre a aparência, a autorreflexão sobre a resolução, a inovação e a experimentação, e afirmações que propunham perguntas, mas que, raramente, forneciam respostas claras. Assumindo inúmeras formas, a arte conceitual buscou uma “investigação das convenções da representação pictórica e escultural e uma crítica dos paradigmas tradicionais da visualidade” (BUCHLOH, 1990, p. 107 apud CLARK, 2012, p. 84).

Braga (2006) relata que na arte conceitual prioriza-se a análise da linguagem da obra e a sua mensagem, desenvolvendo uma recusa da obra materializada. Contudo, é claro que existe a possibilidade de arte conceitual ser materializada, salienta-se que, esse não é o compromisso maior desse movimento. Dessa forma, a mensagem das obras pode ficar registrada em vídeos, fotografias, catálogos, livros, panfletos entre outros meios.

A moda conceitual que surgiu na década de 1980 teve o terreno intelectual preparado para ela, ainda que indiretamente, pela arte conceitual, que por sua vez teve seus precedentes na arte do início do século XX. Dada e o Surrealismo forneceram os meios para a arte criticar uma civilização que não conseguiu cumprir seus próprios ideais. O tema da arte, a autoria e a predominância da

estética e da aparência foram todos postos em questão (CLARK, 2012). O dadaísta Marcel Duchamp, provavelmente, pode ser considerado o pai (ou o avô) da arte conceitual, pois suas propostas que objetivavam a descontextualização dos objetos intitulados *ready mades* valorizavam mais a ideia, buscando o questionamento da arte e da sociedade, do que o objeto em si (BRAGA, 2006). Pode-se afirmar que os *ready mades* forneciam alguns dos maiores desafios para os dados preexistentes da arte e foram os precursores de uma mudança na história da arte que aconteceu com a rejeição, por artistas de Nova York, do formalismo em desenvolvimento do modernismo, conforme defendido pelo crítico Clement Greenberg.

Segundo Clark (2012), na década de 1960, muitos artistas de vanguarda rejeitaram a galeria e até mesmo a permanência da obra de arte. Na década de 1970, a arte conceitual já havia assumido várias formas como: as *performances*, as instalações, o *environment*⁹⁵, o *happening*, a *body art*, a *land art* ou *earth art*, a *assemblage*⁹⁶ e a intervenção⁹⁷ (BRAGA, 2006).

De acordo com Clark (2012), a arte conceitual distinguia-se pela sua temporalidade, a afirmação estava na performance em si, não na criação de um objeto perene. Aqui, já é possível perceber os potenciais paralelos com a moda, que não devem ser definidos apenas como a simples produção de roupas, mas devem ser analisados com base na relação proeminente da moda com o tempo: passado, presente e futuro. Também devem ser observados os aspectos performativos da moda, baseados na configuração do corpo e da roupa e sua potencialidade de mostrar e questionar a identidade, dando-lhe a capacidade de fazer parte da construção da cultura e da sociedade.

A moda conceitual tem uma enorme potencialidade de difusão de valores, ideias, linguagens e mensagens, entretanto, muitas vezes, como a arte conceitual, não consegue sensibilizar o grande público. No entanto, segundo Braga (2006, p. 58) a moda conceitual tem o compromisso de “servir de reflexão para os formadores de opinião que diluem e difundem a ideia central – ou seja, o conceito do criador – e a transformam em realidades mais acessíveis.” Trata-se de transmitir uma ideia, e não valores relacionados à produção em massa, ou seja, almejar

⁹⁵Arte que liberta a obra de limites do próprio objeto exposto no intuito de alargar a linguagem da obra ao espaço da realidade (BRAGA, 2006, p. 56).

⁹⁶Quando objetos são dispostos intencional ou casualmente, criando uma realidade diferenciada e, assim, fugindo do previsível e/ou vulgar (BRAGA, 2006, p. 57).

⁹⁷Manifestação artística que interfere na vida cotidiana e urbana das cidades, entre outras possibilidades do fazer artístico (BRAGA, 2006, p. 57).

resultados comerciais. Pode-se afirmar que a moda conceitual expressa valores estéticos, várias vezes, não comerciais. Para Braga a moda conceitual é:

[...] a forma poética do criador, sendo sua maneira de entender e interpretar o mundo e pela sua compreensão subjetiva transforma-se em realidade de formas, volumes, cores, texturas e padrões difundidos por meio de exposições, desfiles e performances nos quais o corpo é o suporte de divulgação do conceito, em primeiro lugar e, posteriormente, da concretização da ideia (BRAGA, 2006, p. 58).

Pode-se afirmar que a arte e a moda conceituais são linguagens, comunicação, sensibilidade e sensibilização e, muitas vezes, acabam por se materializar. A moda conceitual é muito bem-sucedida na transmissão efetiva de ideias, inovação, experimentação e nos desafios que ela representa para seus espectadores e usuários. A moda conceitual está mais próxima da arte devido aos aspectos mais intelectuais e ideias autorreflexivas que são exploradas e comunicadas pelas qualidades sensoriais do vestuário. Clark (2012) afirma que a moda conceitual é semelhante à arte conceitual porque funciona para questionar as normas vigentes.

Ressalta-se que é fato que muitos estilistas sustentam atividades comerciais e conceituais em paralelo. Isso pode acontecer por razões práticas e ideológicas; projetar comercialmente tem o potencial de fornecer uma renda para apoiar, desenvolver e manter o trabalho conceitual, como também para dar acesso ao sistema de moda e sua máquina de publicidade (CLARK, 2012).

Pode-se afirmar que o caráter experimental e reflexivo está presente na moda conceitual, além disso, como na arte conceitual, nas coleções de moda conceituais a mensagem está ligada ao impacto emocional provocado a partir da expressividade. Se a arte conceitual tem como premissa a ideia e o pensamento, desprendendo-se de antigos paradigmas, pois nega a noção tradicional de objeto de arte, na moda conceitual pode-se notar algo semelhante. Dessa forma, na moda conceitual o criador rejeita as convenções e as regras tradicionais para adentrar em “um universo em que a funcionalidade e a comercialização (convencional) do projeto é recusada em nome da experimentação, da ruptura com o lugar-comum, da recusa às tendências reinantes, ou seja, da recusa (a priori) dos modelos de comercialização dos produtos de moda” (RUIZ, 2007, p. 135). Contudo, pode-se afirmar que, a moda conceitual, ao rejeitar modelagens, texturas e cores aceitas com facilidade pelo grande público, pode causar um impacto midiático que eleva o nome do criador, ou seja, aumentando seu capital cultural o criador, conseqüentemente, aumenta seu capital financeiro, viabilizando com isso o seu trabalho em outras coleções comerciais, pois tem o nome reconhecido pela autenticidade e criatividade (RUIZ, 2007).

Evidencia-se que, como na história da arte existiam grupos de artistas que defendiam rupturas com as ideias tradicionais, também na moda, destacavam-se os grupos que praticavam a moda de forma não tradicional. O reconhecimento de uma abordagem conceitual da moda surgiu na década de 1980, quando a mídia de moda internacional começou a reconhecer o trabalho de *designers* japoneses, em particular, Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo, da *Comme des Garçons* (CLARK, 2012).

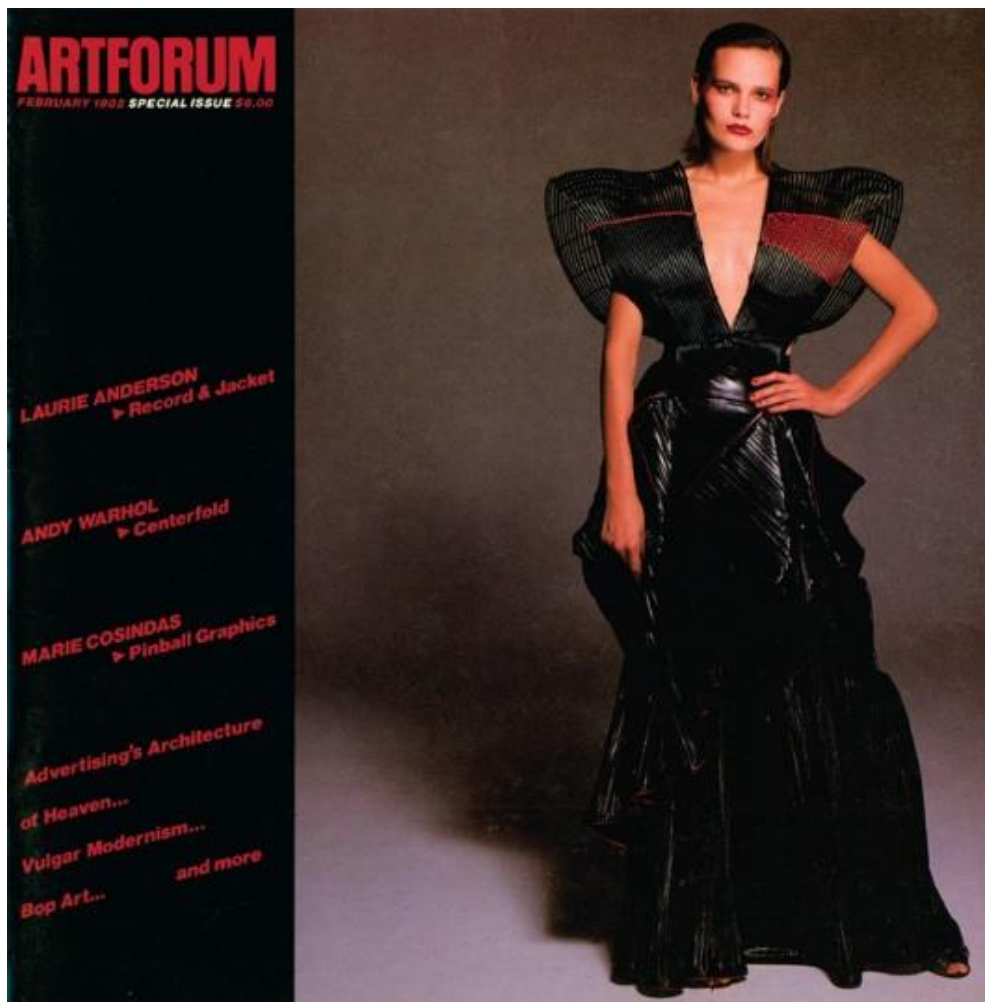
Quando os designers japoneses adentraram os anos 1980 com um novo conceito, questionando as convenções da moda, uma das questões que permeavam seus trabalhos era a preocupação em como escapar da “guetização”. Com intuito de “criar uma nova roupa universal que é desafiadora para o nosso tempo, em vez de ‘Moda Japonesa’, Issey Miyake lançou um desafio metafórico ao sistema da moda” (KONDO, 1997, p. 60 apud CLARK, 2012, p. 85).

As roupas criadas por ele eram mais largas e mais andróginas em relação à moda ocidental, e contrastavam com a moda da década de 1980, assim como o trabalho de Yamamoto e Kawakubo. Suas roupas permitiram que o usuário fizesse escolhas criativas sobre como usar uma determinada peça no corpo (ENGLISH, 2011).

Segundo Cidreira (2005), a criação de Miyake revelava duas preocupações: de um lado, busca produzir as imagens a partir dos corpos que a vestimenta cobre e, por outro, introduz a imagem da figura e do corpo humano na vestimenta. Observa-se a necessidade do estilista de enfatizar que a moda se refere, principalmente, ao corpo. Dessa forma, a “moda aparece como uma espécie de exercício de interpretação do corpo, e enquanto tal pode ser apreendida como uma representação do presente e mesmo uma re-apresentação do corpo presente” (CIDREIRA, 2005, p. 91).

Miyake foi apelidado de *O Picasso da Moda*, provavelmente, devido à diversidade de seu trabalho, sua propensão para descobrir novas metodologias artísticas e seu desafio aos conceitos tradicionais de design (ENGLISH, 2011). Um momento importante entre arte e moda ocorreu em fevereiro de 1982 com a capa da revista americana *Artforum* (Figura 30) que mostrou uma modelo usando um vestido desenhado por Issey Miyake.

Figura 30 – Issey Miyake, Capa da Revista Artforum, 1982



Fonte: Artforum, 2019.

O corpete do vestido é produzido em rattan e bambu, já a saia em nylon poliéster. O rattan foi dividido, colorido, polido e foi projetado com uma curvatura para acompanhar as linhas do corpo, já o bambu foi tramado com objetivo de manter essa mesma curvatura e evitar que o rattan se deslocasse. A obra contou com a colaboração do artista Kosuge Shochikudo (1921-2003) e demonstrou a fusão entre moda, trabalho manual e escultura. De acordo com Wollen (1999), esse ato assinalou um novo tipo de relacionamento entre arte e moda, ou seja, o reconhecimento da moda conceitual pelo estabelecimento da arte foi uma mudança substancial, descrita como “o surgimento de um novo gênero de 'arte de roupas’” (WOLLEN, 1999, p. 15).

Durante as décadas de 1980 e 1990, tornou-se cada vez mais comum que revistas importantes como *Artforum* e *Flash Art* mencionassem estilistas como Issey Miyake, Rei

Kawakubo, Yamamoto e Martin Margiela (1957-), ao mesmo tempo que os ateliês de moda passaram a publicar mais anúncios nas várias revistas (SVENDSEN, 2010).

Miyake, Yamamoto e Kawakubo podem ser referenciados para o prêmio que eles deram ao valor material do tecido, preferindo cortá-lo o mínimo possível com o intuito de manter sua integridade. Para os designers japoneses, sua aparente desvantagem, ao não ser ocidental, foi aproveitada pela quantidade de atenção que receberam da mídia. Ao longo de sua carreira, Issey Miyake continuou a explorar arte-moda, apoiado pela inovação tecnológica.

Ao mesmo tempo, trabalhos inovadores também foram gerados por Kawakubo e Yamamoto que os levaram a ser descritos como artistas. Segundo English (2011), parece impossível discutir os primeiros trabalhos de Yohji Yamamoto sem referenciar Rei Kawakubo, especialmente durante sua primeira década, mostrando suas coleções. Primeiro em Tóquio em 1976 e depois em Paris em 1981, os designers pareciam compartilhar a mesma visão, a mesma herança, as mesmas ambições e a mesma filosofia. Na verdade, era difícil distinguir suas roupas.

As coleções de Kawakubo, como já explorado, criticaram os protocolos tradicionais da moda estabelecidos no Ocidente. Wollen (1999) afirma que Kawakubo considera suas roupas como “elementos de um ambiente completo, reminiscências daqueles criados por *Wiener Werkstätte* (WW) no período do *Arts and Crafts*” (WOLLEN, 1999, p. 16). Em março de 1988, Sudjic (1990) afirmou que Kawakubo “soando cada vez mais como um artista conceitual, declarou resolutamente que o vermelho é preto, com casacos rasgados sob os braços, através dos quais sopros de tecidos eram desenhados para revelar salpicos de cores vivas” (SUDJIC, 1990, p. 83).

Os designs das roupas de Rei Kawakubo, às vezes, eram tão abstratos e pouco convencionais que eram virtualmente impraticáveis. Curiosamente, a “herança da abordagem conceitual dos designers japoneses não está em seu país nativo, ou em Paris, mas em outra cidade, anteriormente, fora do mapa da moda: Antuérpia, na Bélgica” (CLARK, 2012, p. 86).

No mesmo período, na década de 1980, surge a Revolução Belga. Conhecidos como os “Seis da Antuérpia”, Walter Van Beirendonck, Dirk Bikkembergs, Marina Yee, Dirk Van Saene, Ann Demeulemeester e Dries Van Noten faziam parte de um influente grupo que se formou na Academia Real de Belas Artes da Antuérpia. Eles traziam uma atitude totalmente nova. E apesar da mesma formação, seus estilos eram individuais e se mantiveram distintos e variados (MATHARU, 2011). Esses designers colocaram a Bélgica no mapa da moda, apresentando suas

coleções, primeiramente em Londres e mais tarde na França, onde afirmavam seu estilo à frente de seu tempo (JONES, 2005).

Embora não faça parte dos “Seis da Antuérpia”, o mais influente estilista belga, naquele período foi, e ainda é, Martin Margiela. Desde o estabelecimento de sua *Maison Martin Margiela* (MMM) em Paris em 1988, o designer saturou o sistema de moda com suas ideias chocantes e destemidas. Sua obra destaca as habilidades detalhadas do ofício e a compreensão das roupas e do corpo. Margiela perturbou as normas de moda, revelando as costuras das roupas e produzindo vestimentas que parecem ter superado as dimensões da forma humana. Ele usou da reciclagem e construiu, para sua coleção outono/inverno 1989-1990, um colete feito de arame, pedaços de porcelana e faiança (Figura 31), que traz à mente os *ready mades* de Duchamp (CLARK, 2012).

Figura 31 – Martin Margiela, Colete para coleção outono/inverno 1989-1990



Fonte: Workflow, 2015.

Mantendo sua identidade anônima, Margiela também lembra os disfarces de Duchamp como "R Mutt" ou "Rose Selavy". O designer evitou o culto contemporâneo de estilista como celebridade. A falsa, mas popular noção de design de moda como o trabalho de um único gênio criativo é refutada em suas colaborações interdisciplinares, como seu trabalho com o microbiologista Dr. A.W.S.M. van Egeraat, com quem Margiela concebe uma vitrine com vestidos em decomposição (AVELAR, 2010).

Outros exemplos, na década de 1980, entre arte-moda podem ser citados, como quando Jean Charles de Castelbajac (1949-) convidou o pintor e escultor Robert Combas (1957-), a artista Annette Messager (1943-), o pintor Hervé Di Rosa (1959-), o pintor Jean-Charles Blais (1956-) e o artista Ben (1935-) para pintar vestidos que desfilariam na *Foire Internationale d' Art Moderne et Contemporaine* (Fiac), em Paris, em 1983. Azzedine Alaïa (1940-2017) desfilou no Museu de Arte Contemporânea de Bordeaux. Agnès B. (1941-) inaugurou uma verdadeira galeria de arte e dedica-se ao mecenato. Yves Saint Laurent expôs em grandes museus. “Os artistas criavam os convites dos desfiles e os próprios cenários, como Keith Haring (1958- 1990) para Vivienne Westwood (1941-) e Gérard Garouste (1946-) para Adeline André (1949-)” (MÜLLER, 2000, p. 15).

Wollen (1999) ressalta que, ao mesmo tempo em que surge um novo gênero incorporando a 'arte de roupas' por alguns designers em colaborações com artistas, no final dos anos 1980, artistas, incluindo Marina Abramovic (1946-), Cindy Sherman (1954-) e Orlan (1947-), estavam incorporando roupas da moda em seus trabalhos baseados em performance.

Diante desse contexto, Germano Celant (1999) afirma que, nos anos 1980, a relação entre moda e arte não é mais uma revelação, mas, sim, uma necessidade. O autor considera que desde a década de 1950 a moda tornou-se um projeto global de democratização e de estetização do aparecer ou do mostrar-se. Aquilo que antes era considerado fútil e frívolo, agora tornou-se um meio de busca da identidade, no qual contam a originalidade e a mudança contínua. Para o crítico de arte, “a diferenciação entre moda e arte tende a desaparecer, quase como se o corte que definia seus contornos tivesse conseguido, através de um sucessivo processo de colagem, sobrepô-las e uni-las” (CELANT, 1999, p. 176). Para ele,

[...] a roupa com Judith Shea (1948-) e Rosemarie Trockel (1952-), com Jana Sterbak (1955-) e Jan Fabre (1958-), transforma-se em um engenho inquietante, autômato e manequim, estátua e máquina, figura de sonho e pesadelo, simulação delirante e cenografia paranóico-crítica. Já, com Charles Le Dray (1960-), Oliver Herring (1964-),

Wiebke Siem (1954-) e Beverly Semmes (1958) a vestimenta transforma-se em vetor de um impulso fantástico e fascinante que reativa a lógica sonhada do vestuário como prazer e jogo, vida e espetáculo, máscara e travestimento” (CELANT, 1999, p. 176).

Dessa forma, eles apropriaram-se das roupas e jogaram com o poder evocador do corpo ausente. Nos anos 1980, a moda é, oficialmente, reconhecida como uma forma de expressão cultural digna de interesse. Ela adentra grandes museus como o Museu Metropolitano de Arte de Nova York, o Louvre em Paris, e em Londres e Kyoto (MÜLLER, 2000).

Durante os anos 1990, “o que correspondia a um primeiro movimento espontâneo de aproximação das formas de expressão pós-modernas se intensifica em interferências conscientemente organizadas” (MÜLLER, 2000, p. 15). Ou seja, foi principalmente nas duas últimas décadas do século XX que as fronteiras dos campos moda e arte se diluíram, não sendo possível delimitar o início da moda ou o final da arte.

Cindy Sherman fez fotos de moda para a marca *Comme des Garçons*; Nan Goldin (1953-) para Helmut Lang (1956-) e para o *designer* Mitsuhiro Matsuda (1933-2008). Tracey Emin (1963-) criou peças publicitárias para Vivienne Westwood. A artista Jenny Holzer (1950-) projetou um letreiro de neon para Helmut Lang. O pintor Julian Schnabel (1951-) trabalhou como *designer* de interior para Azzedine Alaïa, o arquiteto Frank Gehry (1929-) trabalhou em parceria com Issey Miyake (SVENDSEN, 2010).

Segundo Müller (2000, p. 15), “existe uma moda que faz ‘arte’ e uma arte que fala da moda”. Não se consegue definir quem pertence a quem: lojas da *Comme des Garçons* em Tóquio como exposições de artistas como, Daniel Buren (1938-), Jésus Rafael Soto (1923-2005), Cindy Sherman, Jean-Pierre Raynaud (1939-), entre outros. Ou ainda, uma galeria de arte com obras da artista Sylvie Fleury (1961-) tomada pelos cosméticos ou por sacolas de shopping. As sutilezas do tricô construído pelo artista Oliver Hering (1964-), ou as malhas de Fabrice Langlade (1964-) (MÜLLER, 2000).

Como na perspectiva internacional, criadores brasileiros também usam da temática moda-arte em seus trabalhos. Como os conceituados estilistas Ronaldo Fraga (1967-) e Jum Nakao (1966-), Fraga apareceu no cenário da moda nacional, quando, em 1996, estreou no Phytoervas Fashion com sua coleção *Eu Amo Coração de Galinha*. Aproximando o público de suas referências e de seu processo criativo, o conjunto de coleções de Fraga mais parece um inventário construído de narrativas da vida coletiva e cotidiana brasileira, tendo como pano de fundo um panorama em que

se (des)equilibram riquezas (naturais e culturais) e estranhezas (sociais e políticas) (DIEB, 2013). Ele acredita “que a moda é, hoje, veículo de transformação. Herdeira da arte, ganha vida sobre o corpo. Não sem emoção, pura pulsação, que ele renova a cada desfile” (HOLZMEISTER, 2008, p. 100).

Outro nome de destaque no cenário brasileiro que trabalha arte-moda é Jum Nakao, que ousou no deslocamento conceitual para as passarelas, como em seu icônico desfile “A costura do invisível”, em 2004, em que roupas de papel vegetal, como parte de um processo performativo, são rasgadas e destruídas, em alusão aos processos de reflexão sobre consumo.

No final do século XX, a moda se apropriou de algumas linguagens da arte como os termos: “conceitos”, “happenings”, “instalações”. Além disso, exposições invadiram museus e galerias de arte, substituindo desfiles. Desde que o *Metropolitan Museum of Art* realizou uma exposição em 1983 sobre Yves Saint Laurent, aconteceram inúmeras exposições sobre arte e moda em Nova York, Paris, Bruxelas, Florença e Londres. Em 1997, por exemplo, Versace realizou uma exposição no *Metropolitan Museum of Art*; em 2000, o museu Solomon R. Guggenheim conseguiu seu maior sucesso de público com uma exposição de Armani, que depois foi levada para Bilbao, Berlim, Londres, Roma e Las Vegas (SVENDSEN, 2010, p. 107). Braga (2007, p. 104) ressalta que a relação moda-arte ganhou uma imensa força, tanto que em 1996, na Itália, surgiu a primeira Bienal da Moda, evento que ocorre a cada dois anos na Europa e que prestigia estilistas-artistas de diversos países.

Na década de 1990, as revistas misturam aspectos visuais com conotação de arte, as publicidades exploram as grandes correntes da contemporaneidade. Com a globalização e o surgimento de um mundo sem fronteiras, a moda adentra em uma perspectiva global. Tudo se desenvolve virtualmente e as pessoas já não sabem o que virá a seguir. Também a arte se desenvolve num novo espaço – o virtual. Jovens artistas trabalham nas marcas com o conceito de “aldeia global”. As colaborações arte-moda se multiplicam. As roupas em sua estrutura, em suas relações com o corpo, em sua sociabilidade são questionadas pelas vanguardas de moda, especialmente no Japão, na Bélgica e na Holanda. Há uma revitalização do vocabulário das formas e dos estilos oriunda da abordagem desconstrutivista⁹⁸ (MÜLLER, 2000).

⁹⁸ Nos anos 90, aparece uma nova vanguarda estilística, liderada pelos designers Martin Margiela, Anne Demeulemeester, Helmut Lang e Martine Sitbon, com base no desconstrutivismo, que resulta em coleções de tamanhos desproporcionados, efeitos enrugados, o direito-avesso, as costuras visíveis (FERRO, 2009, p. 69).

Segundo Braga (2007), a falta de identidade passou a ser a própria identidade. Coloca-se também um novo paradigma para o século XXI: cada vez mais os estilistas e *designers* apresentam coleções que apelam ao imaginário; a história individual e coletiva; ao criativo e ao manual; e também ao tecnológico – materiais tecnológicos e do futuro, o chamado “*wearable computer*”, e que possui Hussein Chalayan (1970-) como o maior representante.

A relação moda-arte atingiu seu apogeu na década de 1990 quando o show do museu, a vitrine de varejo e o desfile de passarelas se tornaram locais importantes para a exibição de moda. Os *designers* foram atraídos para a prática artística, e a moda conceitual surgiu à medida que a tecnologia e a inovação tornaram-se preocupações filosóficas fundamentais que superaram a praticidade, a funcionalidade e a capacidade de vestir das roupas (GECZY; KARAMINAS, 2012).

No final do século XX, o vestuário passa a ser considerado uma das expressões humanas e é neste momento em que as linguagens se misturam e novos conceitos e novas abordagens artísticas são criadas, pois a matéria têxtil, conjuntamente com as suas infindáveis variantes e performances, passa a ser o elemento fulcral do vestuário.

Ressalta-se que no decorrer do século XIX e, principalmente, na primeira metade do século XX, ocorreram inúmeras ações, movimentos e diálogos que mostraram o interesse recíproco entre os campos da moda e da arte. Entretanto, devido a um fenômeno construído historicamente, foi a partir da segunda metade do século XX que os lugares da arte, do design e da moda apresentaram fronteiras menos definidas.

Pode-se dizer que foi a partir do pós-Segunda Guerra, que a diferenciação entre moda e arte começa a desaparecer, pois os conceitos contemporâneos de moda tendem a uma abordagem interdisciplinar, de modo a abarcar diversas formas e práticas estéticas que enriquecem a experiência humana da mesma forma que a arte contemporânea. A moda se tornou um assunto reconhecível dentro do mundo artístico contemporâneo como resultado de concepções ampliadas de moda e arte.

Segundo Sung Bok Kim (1998), o conceito de arte se expandiu tão radicalmente no século XX que é difícil pensar em algum objeto ou evento que não possa ser incorporado nele; tornou-se impossível traçar uma linha entre arte e não arte. Danto (2006a) compreende essa expansão do conceito da arte como o fim da história da arte, a partir desse momento (década de 1960), a arte é plural de forma que nada é excluído.

Goodman observa que os impressionistas, expressionistas, cubistas e até mesmo a abstração geométrica podem ser analisados por meio dos critérios da tradição, contudo, isso não acontece com a arte contemporânea. Tal como acontece com a física quântica, a arte contemporânea exige categorias novas para a sua compreensão (GOODMAN, 1995b). Partindo, também, das teorias goodmaninas, o presente trabalho acredita que, atualmente, a pergunta: “Moda é arte?” não se sustenta mais e que o único questionamento possível, seja: “Quando moda é arte? Para discutir essa questão se faz necessário retomar a discussão sobre os conceitos que poderiam abarcar a arte contemporânea, salienta-se que a pesquisa se ancora nas teorias filosóficas de Arthur Coleman Danto e Nelson Goodman. Nas próximas páginas, essas teorias serão descritas para a construção de um arcabouço teórico sobre a arte contemporânea, o qual será utilizado para efetivação da análise do objeto de pesquisa desta tese.

3.3 Arte contemporânea: do “o que é” para o “quando há”

Algumas teorias filosóficas tentaram definir a arte contemporânea baseadas, inicialmente, na questão sensível, ou seja, identificando as qualidades visíveis na obra. Outros estudos defendem a abordagem do contexto no qual determinado objeto está inserido ou no qual foi criado, ou, ainda, de como é sua recepção: de que forma ele é fruído, apresentado e assim por diante. Para outros pesquisadores os conceitos de experiência estética e de criação artística são mais importantes que uma definição de arte. Existem, ainda, os teóricos que acreditam que seja impossível conceituar arte, ou ainda, que uma teoria de definição de arte seja inútil. A pesquisa, como mencionado anteriormente, fará uso, principalmente, das teorias dos filósofos norte-americanos Arthur Coleman Danto e Nelson Goodman para a construção de um arcabouço teórico sobre a arte contemporânea, o qual será utilizado para efetivação da análise do objeto de pesquisa desta tese: a moda-arte de Kawakubo. Inicialmente, será realizada uma breve explanação da teoria de Danto, para, logo em seguida, adentrar a alguns conceitos construídos por Nelson Goodman.

Danto construiu sua teoria sobre arte contemporânea, que não é senão o aprofundamento da reflexividade implantada pelo Modernismo em uma direção em que a arte é liberada de limitações ao mesmo tempo em que revela sua natureza essencialmente filosófica (DUARTE, 2014). O autor parte da premissa de que ser arte não possui relação com as características

perceptíveis do objeto, mas com os elos de relações e significações, por exemplo: dois objetos visualmente indiscerníveis podem ter diferentes estatutos ontológicos, ou seja, um pode ser arte e o outro não.

O ponto de partida do autor foi demonstrar as condições básicas da essência da arte. “Como um essencialista em filosofia, estou comprometido com o ponto de vista de que a arte é eternamente a mesma – de que existem condições necessárias e suficientes para que algo seja uma obra de arte, independentemente de tempo e lugar” (DANTO, 2006a, p. 106). Dessa forma, Danto assume seu essencialismo no sentido de introduzir uma definição filosófica para a arte. O autor também assume uma postura historicista no sentido de pressupor narrativas historicamente localizadas.

Mas como historiador também estou comprometido com o ponto de vista de que o que é uma obra de arte em determinado momento não poderá ser em outro, e em particular com a concepção de que existe uma história, encenada mediante a história da arte, na qual a essência da arte é arduamente trazida à consciência (DANTO, 2006a, p. 106).

É por meio desse pensamento dicotômico que Danto pretende escapar a um certo tipo de crítica⁹⁹ e constituir uma nova abordagem da filosofia da arte ao seu objeto. Dessa maneira, segue uma explanação inicial das narrativas históricas formuladas pelo autor, para depois adentrar em seus pressupostos essencialistas.

3.3.1 A arte para além dos limites da história

Danto, em 1984, constrói no texto *O Fim da Arte*, um modelo de história da arte que será detalhado em *Após o Fim da Arte: a Arte Contemporânea e os Limites da História*, em 1997. Ele expõe narrativas históricas sobre a arte desde o *Quattrocento* até meados do século XX.

Para o autor, a história da arte ocidental se divide em dois episódios principais, quais sejam: episódio de Vasari e episódio de Greenberg. Ambos apresentam natureza progressiva e interpretam a arte como representacional. A primeira, de natureza linear, tem Giorgio Vasari como principal porta-voz. Ela engloba as obras de arte compreendidas por meio de uma evolução das técnicas

⁹⁹ Limite-me aqui a enumerar alguns destes críticos como Mark Rollins, Whitney Davis, Michael Kelly, David Carrier, além de Noël Carrol, cujas respectivas análises oscilam entre acusar Danto de regredir a uma sujeição ou aprisionamento das artes sob o conceito filosófico, ou noutro extremo, de esvaziar esta definição em favor de um historicismo que emancipe sua crítica de qualquer injunção normativa. A solução intermediária de compatibilizar essencialismo com historicismo me parece a mais produtiva, mas dependerá de sua engenhosidade para fazer os ajustes necessários e converter uma aparente aporia num argumento consistente, articulando sua noção de crítica a partir da reflexão filosófica sobre a estrutura metafísica da obra (AITA, 2003, p. 152).

pictóricas de representação mimética, ou seja, o caráter de uma obra de arte era imitar uma realidade externa, real ou possível. Teve início no século XV, com Giotto, e seu fim se deu no século XIX, quando o cinema se mostrou mais capaz de retratar a realidade do que a pintura. Para Vasari, o elogio crítico consistia em afirmar que a pintura analisada se parecia exatamente como a realidade, já a reprovação, segundo ele, seria a representação em que a pessoa não acreditasse que fosse real, mas, sim, algo retratado. A crítica de arte nesse período estava fundamentada na verdade visual. Nesse momento e sob a narrativa vasariana, a pintura “é um sistema de estratégias aprendidas para tornar as representações cada vez mais adequadas, julgadas imutáveis por um critério perceptual. Foi esse modelo de pintura que logo levou as pessoas a dizer que a pintura modernista não era arte” (DANTO, 2006a, p. 56).

Para Danto, essa primeira narrativa teve grande importância, pois moldou o conceito de arte e começou a instituir as bases do mundo da arte. Afinal, é contra a narrativa de Vasari (vinculada a *mimesis*), que surgem as narrativas modernistas. Salienta-se que para Danto a *mimesis* se tornou um estilo¹⁰⁰ com o advento do modernismo.

Já, o segundo grande episódio que marcou a história da arte no ocidente, segundo Danto, foi o advento do Modernismo, ou como ele intitulou A Era da Ideologia ou Era dos Manifestos¹⁰¹, que é fundamentada pela existência de alguns manifestos, os quais buscam encontrar novas definições para a arte. Seu porta-voz foi o autor Clement Greenberg, que construiu uma narrativa vinculada às condições de identificação da arte, ou seja, o Modernismo começou a investigar sua própria identidade e descobriu isso nas condições materiais do meio. A crítica de arte nesse período é baseada em sua própria ideia filosófica do que é a arte, excluindo tudo o que não considerava verdadeiramente arte. Tal período chega ao fim na década de 1960, quando segundo Danto (2006a, p.51), “a filosofia se separou do estilo em virtude do aparecimento, em sua verdadeira forma, da questão: o que é arte? ”.

Diante dessas duas grandes narrativas da história da arte e tomando por base a informação de que uma definição filosófica da arte não implica um imperativo estilístico, adentra-se, na década de 1960, da arte contemporânea ou ainda a Era pós-histórica, o momento do fim da arte, em que

¹⁰⁰ Danto (2006, p.51) passa a usar a palavra estilo como “um conjunto de propriedades compartilhadas em um conjunto de obras de arte, mas que também é utilizado para definir, filosoficamente, o que deve ser um trabalho de arte”.

¹⁰¹ Salienta-se que esse tema foi melhor explorado no subcapítulo 3.1.

qualquer coisa pode ser considerada arte. A crítica de arte nesse período deve ser, como a própria arte, pluralista e pós-histórica.

O fim da arte para Danto tem relação direta com o fim de uma narrativa do desenvolvimento histórico da arte, que se iniciou no *Quattrocento* com Vasari, passando pela narrativa modernista com Greenberg, e entrou em colapso, na década de 1960 em que uma obra de arte pode ser indistinguível de um objeto banal.

Segundo Danto (2006a), toda a forma da história da arte passou por uma mudança no início da década de 1960 em que aconteceu algum tipo de encerramento no desenvolvimento histórico da arte. E a causa dessa mudança foi a emergência da *pop art*, que surge em contraposição à teoria formalista do expressionismo abstrato, e que, segundo o autor, foi o movimento de arte mais crucial do século XX.

É importante demarcar que Danto (2006a) considera o ano de 1964 de grande importância para esse momento da arte pós-histórica. Nos Estados Unidos, foi o ano do “verão da liberdade”, em que durante os meses de verão, houve um esforço maciço por parte de movimentos sociais organizados a fim de registrar a população negra para votar. Segundo Danto (2006a), tal ação não acabou com o racismo, mas uma espécie de *apartheid* que havia manchado a vida política no país havia acabado. Além disso, nesse mesmo ano, uma comissão do congresso sobre direitos da mulher aprovou decisões, dando apoio ao movimento feminista. O autor deixa claro que os dois movimentos liberacionais estavam radicalizados por volta de 1968, contudo, foi em 1964 o ano da liberação. Ademais, ele cita que a primeira apresentação ao vivo dos Beatles nos Estados Unidos foi em 1964, quando esses tornaram-se símbolo e facilitadores do espírito de liberação que assolou o país e o mundo. E a *pop art* se enquadrava totalmente nisso, pois era um movimento libertador, também, fora do país. Na Alemanha, a *pop* inspirou diretamente o movimento capitalista realista¹⁰² de Sigmar Polke (1941-2010) e Gerhard Richter (1932-). Na então União Soviética, Komar (1943) e Melamid (1945) criaram a arte *Sots*¹⁰³. Assim, “a *pop* americana, o realismo capitalista alemão e

¹⁰² Considerado uma versão alemã da *pop art*. É um movimento que ironiza, por um lado, o realismo socialista, a arte - propaganda que emula as virtudes do regime soviético; e, por outro lado, como contrapartida de um outro movimento, este nome antecipa que o movimento exalta as “virtudes” do mundo capitalista, “virtudes” que acabam sendo banalidade, a superficialidade, o consumismo. Assim, é uma arte que com sua ironia se dedica a denunciar: e não apenas crítica o consumismo, mas faz uma dura condenação da manipulação exercida sobre as pessoas na mídia em geral e na publicidade em particular.

¹⁰³ Muitas vezes referida como “Pop Art Soviética”, originou-se na União Soviética no início dos anos 1970 como uma reação contra a doutrina estética oficial do Estado.

a arte *Sots* russa poderiam ser vistos como tantas outras estratégias de ataques aos estilos oficiais” (DANTO, 2006a, p. 140).

Pode-se dizer que a *pop* abriu a portas para um novo momento, o início da arte contemporânea ou pós-histórica. Foi a experiência de encontrar as caixas Brillo Box (Figura 32) de Andy Warhol (1928-1987) expostas em 1964 na Galeria Stable em Nova York que levou Danto a formular uma teoria fundada na ideia de que qualquer coisa pode, em princípio, ser uma obra de arte.

Figura 32 – Andy Warhol, Brillo Box (Soap Pads), 1964.



Fonte: MOMA, 2018.

Fazendo uso da técnica de serigrafia em madeira compensada, Warhol expôs réplicas exatas de caixas de sabão encontradas usualmente em lares e supermercados. O artista apresentou produtos idênticos, não apenas entre si, mas, também, iguais àqueles encontrados nos supermercados da época, transformando sua obra em um marco de possibilidades interpretativas entre o mundo das artes e o mundo real. Conforme Danto (2012), a Brillo Box é um verdadeiro

ícone filosófico, que faz surgir o questionamento e a dúvida do que pode ser considerado ou não arte.

O filósofo afirma que, “a *pop* marcou o fim da grande narrativa da arte ocidental ao trazer à autoconsciência a verdade filosófica da arte” (DANTO, 2006a, p. 135). Ele construiu a premissa teórica de que a partir desse momento constitui-se o fim da arte. Aita (2003, p. 145) relata que Danto entende o fim da arte como “uma revolução na história da arte enquanto sucessão progressiva (e dialética) de períodos históricos enunciada numa narrativa do seu desenvolvimento rumo à 'verdadeira' arte precipitada pelo *ready made* de Duchamp e, sobretudo, pela celebrizada Brillo box de Warhol”. Ou seja, Danto (2006a) compreende o fim da arte como o fim da história da arte, a partir desse momento, a arte passa a ser pós-histórica. Esse é o conceito que norteia sua filosofia da arte, inspirada em teorias hegelianas. Ele aceita que o percurso teleológico da história da arte chega a um fim no qual atinge sua autoconsciência, e rejeita qualquer tipo de imperativo histórico que atribua necessidade a uma narrativa em detrimento de outras.

Para o filósofo, “a história da arte não foi *interrompida*, mas acabada, no sentido de que passou a ter uma espécie de autoconsciência, convertendo-se, de certo modo, em sua própria filosofia: um estado que Hegel previu em sua filosofia da história” (DANTO, 2010, p. 26). Portanto, a arte contemporânea, ou pós-histórica, não mais se permite ser regida por narrativas mestras, pode-se dizer que ela surge sob o signo da superação do conceito de história e o que caracteriza essa arte é o fato de ela não ter mais um estilo definido. É o momento de profundo pluralismo, total tolerância e liberdade, dessa forma, nada é excluído. Os artistas, depois do fim da arte, não seguem apenas uma linha de criatividade, muito pelo contrário, há uma recusa em ser qualquer coisa particular.

A importância que assume a obra *Brillo Box de Warhol* deve-se ao fato de ela cancelar qualquer característica perceptiva que diferenciava obras de meros objetos, com as quais eram visualmente iguais, introduzindo o problema filosófico fundamental dos objetos indiscerníveis do ponto de vista material e ótico (AITA, 2003). Colocada dessa maneira, há uma repercussão em todas as teorias estéticas tradicionais que classificavam obras de arte com base em propriedades descritivas e formais, já que tais teorias não são mais capazes de explicar o estatuto desses objetos.

Mesmo dando ênfase à arte norte-americana, Danto ressalta que, sua intenção não era dar todo o crédito a Warhol pelo “avanço filosófico revolucionário. O avanço estava acontecendo com

o uso minimalista de materiais industriais, com a arte *poverta*, com o tipo de arte pós- minimalista que Eva Hesse estava fazendo” (2006a, p. 126).

Ressalta-se que Danto é claro ao explicar que sua teoria é sobre a arte e não sobre o mercado de arte, ou seja, não se discute o fim do mercado, da crítica ou da prática de arte, muito menos do fim de um juízo de valor negativo sobre a arte que passou a ser feita em meados do século XX. Trata-se de um juízo histórico objetivo que diz respeito à arte como tal (FERREIRA, 2014). Continua-se fazendo arte, mas em outro espírito, no sentido hegeliano.

Tomando por base a narrativa histórica pensada por Danto, pode-se inferir uma analogia com a estrutura hegeliana de progresso histórico: o primeiro momento representado por Vasari pode ser a tese; o segundo momento, que tem como principal porta-voz Greenberg, a antítese; e o momento pós-histórico representado por Danto, a síntese (*Aufhebung*), que acaba com as contradições apropriando-as, suplantando-as e proclamando, assim, o fim da história e a verdade filosófica da arte.

Segundo Danto (2006a, p. 219), nota-se que “nem mesmo em um período pós-histórico se escapa às restrições da história”, ou seja, mesmo em um período aberto e plural existem distinções entre o que é possível e o que não é possível. Desse modo, Danto reitera à sua maneira, a premissa de Wölffin, e, posteriormente, adotada por Gombrich, de que na arte nem tudo é possível em todos os períodos históricos. Para Danto, além da necessidade da história para a identificação de obras de arte, também se faz necessário outras definições que tentam elencar o que é essencial para que algo seja arte. Dessa maneira, encontra-se, a seguir, uma breve síntese sobre tais definições.

A teoria de Danto “parte da ideia de que não podemos reconhecer, descrever e explicar as coisas que chamamos de arte com base em critérios sensoriais, mas ainda assim há uma diferença entre arte e não-arte” (FERREIRA, 2014, p. 51). Por isso, é preciso reconhecer a existência de características diferenciadoras, as quais devem apoiar-se em propriedades não sensoriais, ou seja, a arte contemporânea não se alicerça no reconhecimento de propriedades sensivelmente perceptíveis, mas isso não quer dizer que uma definição de arte seja impossível.

As várias teorias filosóficas que tentaram definir a arte ao longo da história falharam, pois todas buscavam algo no objeto que captasse sua “artisticidade”. Danto, por sua vez, evidencia que o problema não se encontra na tentativa de definição da arte, mas no uso de fazê-lo por meio de propriedades sensíveis. O autor deixa claro que “a dificuldade com as grandes figuras do cânone

da estética, de Platão a Heidegger, não consiste em que eles tenham sido essencialistas, mas, antes, em que entenderam a essência erradamente” (2006, p. 213).

Dessa forma, Danto elabora uma teoria fundamentada na relação do objeto com diversos outros fatores. Para reconhecer o que é essencial à arte, é necessário, além de olhar para obras de arte, também observar o que não é arte, e só assim investigar suas diferenças. Danto salienta que a diferença não pode ser perceptual, mas contextual. Diante disso, Ferreira (2014, p. 66) relata que “ser arte” é “ocupar uma posição específica no mundo em relação a outras coisas que não são arte: é ocupar não o mundo das coisas reais ou banais, mas o mundo da arte”.

Ferreira (2014) argumenta que o filósofo sugere uma definição com base em poucos critérios tornando-se difícil pensar em obras de arte que não os satisfaçam. Contudo, esses critérios “têm a ver com a interpretação social e historicamente fundada de certos objetos como obras de arte” (p. 55). Para essa autora, Danto procura na experiência comum os critérios essenciais do conceito de arte, “de modo que o conceito filosófico assim elaborado não exclua nenhum objeto tratado publicamente como obra de arte” (p. 56).

Em seu livro *Transfiguração do Lugar-Comum*, publicado em 1981, Danto (2010) propõe algumas definições que tentam elencar o que é essencial para que algo seja arte, ou seja, ele busca uma definição que consiga definir o que é arte e o que não é arte. Pode-se resumir tais proposições da seguinte maneira: (i) as obras de arte são representações; (ii) elas possuem significado, conteúdo semântico; (iii) o significado é incorporado na parte material da obra; (iv) há sempre uma dimensão retórica, metafórica e estilística nas obras de arte; (v) elas exigem uma interpretação historicamente contextualizada; (vi) a interpretação de algo como obra de arte é historicamente possibilitada pelo mundo da arte.

Salienta-se que as categorias elencadas se baseiam em uma tentativa de resumir as ideias centrais e que o autor não postula um amplo sistema categorial para localizar a arte em algum esquema. Nota-se que o resumo das ideias centrais de Danto podem ser organizadas de uma outra forma, como a de Virginia Aita (2003) que oferece uma síntese um pouco diferente¹⁰⁴ da elencada aqui.

¹⁰⁴ Para Aita a teoria filosófica da arte de Danto, antes formulada no "The transfiguration of the Commonplace", fornecia o elenco de condições necessárias e (conjuntamente) suficientes para identificar uma obra de arte: o "método dos indiscerníveis", segmentado em cinco estágios ou condições de possibilidade a serem satisfeitas por uma obra de arte qualquer, a saber: 1) que são sempre sobre alguma coisa, têm conteúdo semântico; 2) projetam um ponto de vista ou atitude sobre aquilo que são sobre; 3) projetam este ponto de vista por meio de elipses retóricas/ metáforas; 4)

Ressalta-se que Danto (2010) traz a definição da arte como um problema que se manifesta em certo momento e que pode ser investigado a partir de sua própria história e contexto. Ele constrói definições sobre o que é arte, porém, termina o livro sem explicar com precisão o quanto as características essenciais apontadas são conclusivas.

Isso posto, infere-se que o ponto distintivo da teoria de Danto é principalmente a ideia da interpretação de um objeto de arte, ou seja, o que faz com que um objeto seja considerado arte é a interpretação de que ele o é. “Essa interpretação, constitutiva da identidade artística, é historicamente possibilitada pela apresentação do objeto no mundo da arte. Por conseguinte, sua definição de arte é relacional, contextual, histórica – não se funda em algo que é visto no objeto, mas no objeto visto como arte” (FERREIRA, 2014, p. 67). Para Danto, a arte está diretamente conectada a um ambiente, a um contexto e a uma história e isso é fundamental para a identificação de certas ações, coisas ou eventos como obras de arte.

Para uma delimitação dos pressupostos essencialistas de Danto, a seguir, encontram-se tais premissas subdivididas em 3 categorias: (i) representação e conteúdo semântico; (ii) interpretação; (iii) retórica, metáfora, expressão e estilo.

A primeira premissa assumida é baseada no conceito de que obras de arte são representações, ou seja, esse é um indicativo de distinção entre elas (objetos de arte) e as coisas reais. Por serem representações, as obras de arte possuem um conteúdo semântico, um significado. Assim, a condição inicial para definição de arte na teoria de Danto não se encontra em uma característica visível, mas indica uma propriedade que não é exibida, ou seja, ela se encontra na relação semântica entre designação e designado. Desse modo, a arte se opõe à realidade, devido à sua capacidade de estabelecer com ela uma relação de representação. Inicialmente, é necessário perguntar o que as obras de arte representam, pois sempre dizem respeito a alguma coisa.

Nota-se que a teoria formulada por Danto baseia-se na “distinção básica entre denotação e denotado, representação e representado, significado e coisa banal, e constata-se que a arte pertence aos primeiros termos” (FERREIRA, 2014, p. 75). Para Danto, existem propriedades relacionais

requerem uma interpretação que é constitutiva da sua identidade (artística); e finalmente, (5) esta interpretação é historicamente localizada num mundo da arte pertinente (AITA, 2003, p. 154-155).

entre representante e representado, e uma condição básica para ser representação é possuir um significado, um conteúdo, ou, nas palavras de Danto (2010, p. 134): é ter um “sobre-o-quê”.

Abre-se um parêntese aqui para explicar uma confusão ou um erro que pode ocorrer entre as palavras representação e imitação. Danto, nos primeiros capítulos de *A Transfiguração do Lugar Comum* escreve sobre a teoria da mimese (imitação).

A arte mimética surgiu na Grécia junto com a filosofia, um pouco como se a filosofia tivesse encontrado na primeira um paradigma para toda a gama de problemas a que a metafísica responde. Deve-se creditar à teoria antiga o mérito de ter compreendido corretamente a relação entre arte e realidade, e seu único erro ou estreiteza de visão residiu na suposição de que a representação se restringe a estruturas imitativas; por isso, a teoria da arte como representação não foi capaz de encontrar um lugar para as obras que apesar de terem propriedades representacionais eram claramente não miméticas (DANTO, 2010, p. 135).

A arte mimética como imitação da realidade foi uma resposta filosófica para a questão da arte que perdurou desde Aristóteles até o século XIX. A mimese é considerada um tipo de representação, entretanto, não é o único modo de representar algo. Assim, afirma-se que pode existir arte não mimética, porém, não existe possibilidades de uma arte não representativa.

Antes de prosseguir, convém examinar o conceito de representação, que segundo Danto (2010), possui uma ambiguidade. O autor discute um duplo sentido de representação baseando-se nas teorias de Nietzsche sobre a origem da tragédia associada aos rituais dionisíacos. Nesses rituais, o objetivo fundamental era o entorpecimento das faculdades racionais e morais para a liberação de instintos de sexualidade e até mesmo de crueldade, até que, ao se alcançar o clímax, o próprio Dionísio em pessoa se fazia presente. Esse aparecimento literal do deus nas ocasiões ritualísticas está ligado ao primeiro sentido da representação, que é uma (re) apresentação. Com o tempo, esse ritual foi se modificando até ser substituído pelo teatro trágico, em que os participantes se transformaram no coro, não se entregavam mais ao ritual, mas o simbolizavam por meio da dança. Dionísio, nesse caso, era representado por um ator. Esse é o segundo sentido da representação: algo que está no lugar de outra coisa: o ator trágico estava no lugar do deus Dionísio.

Ferreira (2014) afirma que, para Danto, não há dúvida de que algo próximo ao primeiro sentido de representação deve estar ligado às origens da arte, e talvez possa explicar a natureza mágica tantas vezes associada a ela. É indiscutível que o autor define arte com a concepção tardia do termo: “como algo que contrasta com a realidade e não como um conjunto de objetos mágicos que participa dela na mesma dimensão, ainda que em outra hierarquia psíquica, das coisas banais”

(p. 78). Dessa forma, no conceito dantiano, “arte surge quando não há mais identidade entre deus e o deus (re) apresentado, mas uma relação de simbolização, designação e significação” (FERREIRA, 2014, p. 78).

Posteriormente, mais precisamente em 1985, Danto lança um ensaio chamado *Arte e perturbação* e, nesse texto, traz à tona uma arte perturbadora que pretende reivindicar um regresso aos primórdios da arte, ao contato com o poder mágico e com as forças criadoras. A arte da perturbação

[...] almeja algo muito mais primitivo: ela almeja reconectar a arte com aqueles impulsos sombrios a partir dos quais se acredita que a arte se originou e que a arte veio a sufocar cada vez mais; essa é uma postura regressiva, que supõe a recuperação de um estágio da arte em que ela própria era quase como mágica conjurando espíritos das vastas profundezas (DANTO, 2015, p. 164).

Os artistas perturbadores possuem uma ânsia ao retorno e se empenham para percorrer um trajeto inverso: do teatro para o ritual mágico. Seu objetivo não é representar, mas incorporar algo afim de “recuperar para a arte algo da magia purificadora de quando a arte se tornou arte” (DANTO, 2015b, p. 168). De acordo com o filósofo, essa iniciativa encontra-se na tentativa de aproximação entre o artista e o público. “A artista perturbatória almeja transformar seu público em algo pré-teatral, num corpo que se une a ela numa relação mais mágica e transformacional do que permitem as convenções definidoras do teatro” (DANTO, 2015b, p. 168). Ou seja, ela aspira em princípio: abandonar a atmosfera protetora; causar um tipo de desordem; fazer contato com a realidade; consolidar a relação entre peça e público, transformando seu público em participantes. O melhor exemplo desse tipo de arte é a performance.

Danto (2015b) apenas desenvolve o tema sobre a magia relacionada à origem da arte para tratar da arte perturbadora, ou seja, ele tem ciência “de que há um inegável poder na concepção do artista como um tipo de sacerdote num ritual primitivo, e da própria arte como uma intervenção miraculosa” (p. 170). Contudo, esse autor não se aprofunda em uma investigação filosófica sobre o tema e, também, não questiona esse tipo de arte que poderia ser considerada não representativa (ou pré-representativa), ou seja, poderia ser um exemplo contrário para sua teoria de que uma condição necessária para ser arte é ser representação. Ele mantém seu foco de análise na psicologia da arte de perturbação, provavelmente, porque esse tipo de arte perturba em um sentido anticonvencional e chega a escapar ao que é civilizado e racional.

Por enquanto, é importante retomar a teoria de Danto, que estabeleceu a primeira premissa necessária para uma obra de arte: ser representação. O filósofo é bem claro ao enfatizar que nem tudo que tem um sobre-o-quê, ou seja, nem toda representação, é arte.

Não me parece que essa longa e labiríntica discussão tenha nos permitido avançar muito na compreensão da natureza das obras de arte: apenas constatamos a pertinência de uma determinada questão, a do sobre-o-quê, cuja relevância para uma classe de coisas além da classe das obras de arte não é difícil reconhecer. Temos ainda um longo caminho a percorrer antes de nos permitirmos vãos filosóficos mais altos (DANTO, 2010, p. 96-97).

É necessário buscar outras características que permitam diferenciar a arte dos demais tipos de representações. Dentre algumas condições, é necessária a interpretação de que algo é arte. Dessa forma, “apreender que um objeto é uma obra de arte é saber que ele tem qualidades que faltam ao seu símile não-transfigurado e que provocará reações estéticas diferentes. E isso não é institucional, mas ontológico – estamos lidando com ordens de coisas completamente diferentes” (DANTO, 2010, p. 157).

Dessa forma, a interpretação, que é a segunda categoria analisada, é um dos pontos basilares da teoria filosófica de Danto. Para o autor, a interpretação constitui a obra de arte ontologicamente. Danto (2010, p. 183) afirma que, “interpretar uma obra é propor uma teoria sobre o assunto de que ela trata, sobre seu objeto”, ou seja, ele se refere a interpretação de uma obra de arte em particular.

Para Danto (2010, p. 184), toda obra é experimentada por meio de algum tipo de interpretação que, conseqüentemente, funda a sua estruturação. “Se não interpretarmos a obra não somos capazes de falar sobre sua estrutura.” Em consequência, sempre haverá uma interpretação ligada à percepção de uma obra de arte, desse modo não existe um modo neutro de percebê-la. Ou seja, ver uma obra de modo neutro, sem interpretação, “não é vê-la como obra de arte”, seria entendê-la como não arte. Além disso, “a estrutura da obra, o sistema de identificação artística, se transforma conforme haja diferenças de interpretação”. Dessa forma, a obra de arte “é uma função da interpretação, e cada interpretação estrutura uma obra diferente, mesmo que a coisa física na qual ela se corporifica mantenha-se invariante” (FERREIRA, 2014, p. 85).

O filósofo afirma ainda, que existem interpretações verdadeiras e falsas, e que são descobertas e não inventadas. Para ele, “as obras são malformadas quando a interpretação é errada. Como a interpretação é inseparável da obra, ela é também inseparável do artista, se ela é obra do artista” (DANTO, 2015b, p. 80).

Isso posto, uma das principais diretrizes para a interpretação de uma obra é a intenção do artista. Mesmo que o artista não deixe a explícita, ou não disponibilize um título, ou indicações sobre o sentido de sua obra, ainda existem fatores culturais e sociais que auxiliam na delimitação da interpretação. Em resumo, a interpretação está ligada, no mínimo, a questões históricas da obra interpretada.

As interpretações podem ser reflexões extremamente complexas, mas é possível entender e distinguir as obras pois “há uma verdade na interpretação e uma estabilidade nas obras de arte que não são de modo algum relativas” (DANTO, 2015b, p. 80).

Para Danto, a interpretação diz respeito à identificação de elementos de uma obra de arte, baseada em uma leitura que é fundamentada por uma compreensão histórico-social, ou seja, construída por meio da cultura, da época e das possíveis intenções do artista. Até o momento, explanou-se o conceito de interpretação ou como interpretar algo, em específico uma obra de arte.

É importante notar que Danto (2010) traz uma ambiguidade sobre o termo. Uma outra possível definição faz referência a uma interpretação voltada a interpretar um “objeto, que poderia não ser arte, como arte” (FERREIRA, 2014, p. 93). Nos dois casos, há identificação e transfiguração, porém, no primeiro, transfigura-se um elemento que já pertence a uma obra de arte, enquanto que, no outro, transfigura-se a mera coisa em arte. É na segunda definição que se encontra a transformação de uma coisa real em arte, ou ainda, para Danto, a transfiguração do banal.

Um objeto só pode ser obra de arte em relação a uma interpretação. “Dado o caráter constitutivo da interpretação, o objeto não era obra antes de ser interpretado. Na qualidade de um processo de transformação, a interpretação é algo como um batismo, não por dar um nome ao objeto, mas por emprestar-lhe uma nova identidade e fazê-lo ingressar na comunidade dos eleitos” (DANTO, 2010, p. 190-191). Um objeto material apenas é transfigurado em obra de arte ao ser interpretado dessa forma, atravessando o mundo do comum (banal) para o mundo dos significados. Nota-se que, no livro *O Descredenciamento Filosófico da Arte*, Danto delimita um novo contorno à noção de interpretação. Ele não considera que a interpretação seja externa à obra, que seria acrescentada à obra de arte posteriormente por críticos ou especialistas, para o autor “obra e interpretação surgem juntas na consciência estética” (DANTO, 2015b, p. 80).

Assim como nem tudo que tem um sobre-o-quê, ou seja, nem toda representação, é arte. De forma análoga, a interpretação, apesar de extremamente necessária, não é a única condição para definir arte.

Mas então a questão de saber quando uma coisa é uma obra de arte se torna a mesma de saber quando uma interpretação de uma coisa é uma interpretação artística – pois uma característica de toda uma classe de objetos da qual as obras de arte são uma subclasse é que eles são o que são porque são interpretados como são. Mas como nem todos os membros dessa classe são obras de arte, nem todas essas interpretações são interpretações artísticas (DANTO, 2010, p. 203).

O que poderia ser uma interpretação artística? A partir do que algo passa a ser visto como arte? Um conceito utilizado quando se fala sobre uma definição de arte em Danto, segundo Ferreira (2014), é o conceito de “significados corporificados”. Tal conceito foi desenvolvido pelo autor no livro *A Transfiguração do lugar comum*. A primeira parte do conceito, “significados” é, exaustivamente, abordada na primeira metade do livro por meio da difusão das ideias de que a arte é representação, de que tem uma história causal diferente dos objetos banais, de que tem conteúdo semântico, entre outros. O conceito de “corporificação” permanece uma noção não muito definida. Dessa forma, o conceito de interpretação enquanto ato de identificação artística revela a obra ao conectar seu significado e sua parte material: ela reconhece o conteúdo semântico de uma obra e demonstra de que maneira o objeto em que o significado está corporificado o corporifica.

A obra de arte não é apenas uma junção de objeto material e conteúdo, mas um modo de apresentar, materialmente, o conteúdo por meio de recursos estilísticos e expressivos que demonstram a maneira como o artista percebe o mundo. E essa dicotomia entre o significado e sua incorporação é construída no livro por meio de uma analogia filosófica com a estrutura semântica de metáforas, retórica, expressão e estilo. No centro dessa dualidade (significado e sua incorporação), está, pode-se afirmar, o âmago essencialista do conceito de arte, expresso, posteriormente, por Danto com o termo “significados corporificados”. Assim, adentra-se ao terceiro e último recurso teorizado por Danto (2010), cujo objetivo foi estabelecer uma condição suficiente para a arte: a análise de algumas estruturas que ele infere serem semelhantes, como a retórica, a metáfora, a expressão e o estilo.

Para o autor, a prática da **retórica** tem a função de induzir o público a assumir determinada atitude em relação ao assunto de um discurso, ou seja, possui o objetivo de fazer com que as pessoas vejam a matéria de certo ângulo. A arte pode ter em comum com a retórica o ato intencional de provocar uma atitude em face da ideia ou coisa que é representada. Danto (2010) argumenta que a retórica tem a intenção de provocar atitudes, não importando se essas são boas ou más. Dessa

forma, para o autor, “a estrutura das obras de arte é a mesma estrutura da retórica, e que é o ofício da retórica modificar a mente e, assim, as ações dos homens e das mulheres ao cooptar seus sentimentos” (DANTO, 2015b, p. 54).

A **metáfora** é um dos mais famosos recursos da retórica. Ela não representa o mundo apenas, mas induz o público a compreendê-lo de modo especial. Para Danto (2010, p. 255), “a estrutura das obras de arte se assemelha à estrutura das metáforas e a experiência artística se vincula internamente a essa estrutura”. Dessa forma, pode-se dizer que tanto as obras de arte como as metáforas apresentam seu conteúdo e, ao mesmo tempo, o modo pelo qual o apresentam. Já a **expressão**, no conceito dantiano pode ser reduzido ao conceito de metáfora, “desde que a *maneira* como algo é representado seja relacionada ao conteúdo relacionado” (DANTO, 2010, p. 283). O autor ainda afirma que a expressão parece estar a meio caminho entre a retórica e o estilo.

O termo **estilo** procede do latim *stilus*, um objeto utilizado para escrever. Danto (2010) se interessa pelo termo como instrumento de representação: “refiro-me às qualidades táteis de diferentes linhas feitas com diversos tipos de *stilus*: a qualidade denteada do traço do lápis no papel; o caráter granuloso do *crayon* litográfico na pedra; a linha incrustada que a ponta-seca vai formando com os sulcos inscritos na placa de metal” (p. 283).

Dessa forma, além de representar algo, o instrumento distribui, de certa forma, algo de sua própria natureza no ato representativo, ou seja, mostra a maneira *como* a coisa foi representada. Pode-se “reservar o termo estilo a esse *como*, isto é, àquilo que resta de uma representação quando subtraímos seu conteúdo” (DANTO, 2010, p. 283). E o que sobra da representação ao se tirar seu conteúdo é a maneira de representar, o que, no âmbito da arte, reporta-se ao artista.

Para o autor, a retórica possui relação entre a representação e o público, à medida que o estilo se remete à relação entre a representação e seu criador. Desse modo, pode-se afirmar que a retórica diz respeito a como o modo de representação provoca atitudes na coletividade, já o estilo enfatiza como o modo de representação evidencia seu autor.

Ora, quando falo em estilo estou pensando na relação que exclui a mediação do conhecimento ou arte. Meu entendimento da ideia de que o estilo é o próprio homem refere-se à maneira como o homem é feito, sem o benefício de nenhuma capacidade adquirida de outro modo. Mas essa reformulação da ideia leva a crer que estabelecemos uma arriscada distinção entre estilo e maneira, pois essa última é uma realização não-básica. E é inquestionavelmente importante concluir este ensaio perguntando-nos sobre a causa dessa oposição. Creio que na resposta a essa questão há algo de profunda

importância humana, mas também suspeito de que aí reside uma indicação sobre a distinção entre o que é e o que não é arte (DANTO, 2010, p. 288).

Nessa citação, o autor elucida dois conceitos, inicialmente, indiscerníveis, mas, ontologicamente diferentes quais são: estilo e maneira. O estilo é gerado espontaneamente, surgindo, praticamente, como uma dádiva ou dom e se difere pela ausência de mediação, já a maneira adquire-se por meio do aprendizado.

Em síntese, sua tese afirma que os indivíduos são sistemas de representações. Ele considera sua teoria uma extensão da tese de Charles Peirce de que o homem é a soma de sua língua, porque o homem é um signo. Entende, portanto, por estilo esse modo de uma pessoa representar o que quer que ela represente.

Se o homem é um sistema de representações, seu estilo é o estilo de suas representações. O estilo de um homem é, para citar a bela formulação de Schopenhauer, ‘a fisionomia da alma’. E na esfera da arte em particular é essa fisionomia exterior de um sistema interior de representação que defino como estilo (DANTO, 2010, p. 293).

O estilo de uma pessoa diz respeito às qualidades que pertencem à sua essência e não é constituído por propriedades externas e passageiras do indivíduo. Consequentemente, o estilo não está no conteúdo das representações, mas, sim, na forma única pela qual são representadas internamente. Por isso, há uma diferença entre estilo e maneira. A maneira se separa do indivíduo em si, um distanciamento que o conhecimento adquirido tem a função de estreitar. “A razão de não haver conhecimento ou arte para o estilo, embora haja a maneira, é que os aspectos exteriores das representações não são normalmente acessíveis ao homem ao qual dizem respeito: ele vê o mundo através das representações, mas não as vê” (DANTO, 2010, p. 295).

Danto (2010) infere que a diferença entre o que é arte e o que não é está fundamentada, principalmente no conceito de estilo. Uma cópia exata de uma obra de arte pode *exibir* um estilo, entretanto, não *possui* um estilo, ou seja, apenas a obra original pode ter o estilo. Pode-se dizer que o estatuto de arte é outorgado a alguma coisa porque detecta-se um estilo. “A grandeza da obra está na grandeza da representação que a obra materializa. Se o estilo é o homem, a grandeza do estilo é a grandeza da pessoa” (p. 296).

Danto (2006a) constrói possibilidades para o estabelecimento de uma condição suficiente para a arte (essência da arte). Ele distingue obras de arte de simples objetos, pois as obras de arte possuem significado, também, diferencia obras de arte de meras representações, porque aquelas

sugerem uma ideia sobre como representam seu conteúdo, e as representações em geral apenas o representam, não fazendo uso de uma autorreflexão.

O autor constrói uma analogia filosófica entre a arte com a estrutura semântica de metáforas, retórica, expressão e estilo. Além dessas definições, pode-se inferir que a interpretação é constitutiva da identidade artística, mas essa identidade é condicionada por uma narrativa histórica, ou seja, a teoria dantiana possui uma definição histórica e contextual. Dessa forma, e por meio dessas premissas, Danto (2006a, p. 219) se autodenomina “essencialista histórico”, pois, para ele, “a conjunção entre essencialismo e historicismo ajuda a definir o momento atual das artes visuais”. Para o autor, a essência da arte depende da história e da teoria da arte.

3.3.2 Quando há arte?

A arte contemporânea, pluralista, aberta e múltipla é alvo de inúmeras teorias que tentam explicá-la. Danto (2010) possui uma densidade filosófica em seu pensamento, ele parte da premissa de que qualquer coisa pode vir a ser obra de arte, entretanto, o modo como algo venha a ser obra de arte, talvez, não fique muito claro em sua teoria. Ou seja, ele parte de poucos critérios tornando-se difícil pensar em obras de arte que não os satisfaçam.

Além de fazer uso das premissas dantianas, a pesquisa também utilizará as teorias do filósofo analítico Nelson Goodman, pois as duas teorias, dadas algumas dessemelhanças, podem ser usadas para complementar uma a outra. Nelson Goodman aliou uma teoria referencial das linguagens da arte com a tese da construção de mundos por meio do uso de símbolos. Goodman (2006) defendeu um modelo construtivista que é, suficientemente, capaz de se estabelecer como alternativa aos modelos reducionistas de estética. Segundo Trombetta (2007, p. 15), a teoria de Goodman “sustenta que tudo o que conhecemos do mundo são versões, o que inviabiliza radicalmente a possibilidade de garantir a existência e a descrição de um mundo fora de nós”. Dessa forma, o que existe são mundos construídos, versões de mundo que nos permitem viver de forma significativa.

Goodman no prefácio de *De la mente y otras materias* (1995a) se considera um antirrealista e um anti-idealista, um irrealista, que rejeita o cientificismo e o humanismo que mostram as ciências e as artes como antagônicas, ou seja, para ele a “concepção anti-intelectualista, que opõe a arte e à ciência, torna-se insustentável” (GOODMAN, 1995a, p. 17). O irrealismo de Goodman

não concorda que tudo seja irreal, mas, sim, que o mundo se dispersa em versões e que as versões fazem mundos. Dessa forma, o irrealismo de Goodman “decorre naturalmente do seu construtivismo radical e não parece possível ter um sem pagar o preço do outro” (GOODMAN, 1995b, p. 7). O filósofo defende uma estética funcional pois a arte não tem um valor autônomo, não está desvinculada de razões e tem a função de ampliar o conhecimento. Ele acredita que a ciência e a arte são dois modos de compreender o mundo e “a tarefa comum a ambas é a construção de mundos através de sistemas simbólicos e o valor de qualquer delas depende da correção das construções realizadas”. Isso não significa que arte e ciência são idênticas. “Apenas, que as diferenças apontadas tradicionalmente não colhem” (GOODMAN, 1995b, p. 17), ou seja, “pode-se dizer que as artes não têm um estatuto cognitivo periférico ou inferior ao que encontramos na ciência” (GOODMAN, 2006, p. 23). A função de uma obra se destina a proporcionar conhecimento das coisas.

Voltando ao construtivismo de Goodman (2006), segundo o filósofo construímos o mundo por meio da ação de representar, entendida como simbolizar, ou seja, a construção de mundos abrange processos de simbolização que se baseiam em relações de **referência**, determinadas de maneiras múltiplas e variadas, alicerçadas em duas formas principais: a denotação e a exemplificação.

A primeira maneira básica de referência é a **denotação**. Esse termo é utilizado de modo mais amplo e designa a relação entre um símbolo de qualquer espécie (exemplo: imagens) e aquilo a que o símbolo se aplica, como exemplo: uma figura denota o seu assunto. A denotação atua como uma espécie de predicado que descreve um objeto ao qual se aplica. Para Goodman (2006), a representação pictórica não se expressa no conceito de imitação (assemelhar-se ou copiar), pois, para ele, as imagens representam da mesma maneira que a linguagem verbal, as pinturas são tão convencionais como as palavras. Para o autor:

A representação, tal como a descrição linguística, é denotativa, sendo errado afirmar que a diferença entre elas se explica porque a primeira refere por semelhança e a segunda por convenção. Defende (*Goodman*) que saber o que um retrato do duque de Wellington denota é uma questão de decifrar o que está no quadro de acordo com o conjunto de regras que fazem parte do sistema de convenções de que esse quadro faz parte. Não é a semelhança só por si que nos permite descodificar o que uma dada imagem representa ou denota, mas antes a aplicação das convenções e regras que correlacionam certas configurações visuais com os objectos representados. De acordo com a noção de representação simbólica de Goodman, x representa y se, e só se, x denota y e existe um sistema de convenções simbólicas que fazem que x denote y (p. 25, grifo nosso).

Dessa forma, Goodman (2006) propõe que o realismo em arte deve ser pensado por uma questão de estilo¹⁰⁵ e não por conceito de semelhança e cópia, ou seja, também na arte, a representação é convencional e nenhuma obra de arte representa por imitação. O autor afirma, ainda, que toda representação pertence a um sistema de símbolos e que existem diferentes sistemas simbólicos, cujas convenções são a chave para identificar o que é representado.

O segundo modo de referência é a **exemplificação**, que atua de maneira inversa à denotação. Goodman (2006) denomina *etiquetas* aos símbolos que denotam, e os que exemplificam ele chama de *amostras*. Denotar resulta em aplicar uma etiqueta sobre um objeto, como por exemplo, o predicado vermelho aplica-se a um objeto se ele for vermelho. O objeto vermelho por sua vez é uma amostra da cor vermelha, ou a exemplifica.

Se alguém nos pergunta de qual cor queremos pintar a parede, podemos responder "vermelho" ou então mostrar um pedaço de papel e dizer: "dessa cor aqui". A cor do papel refere-se por exemplificação ao predicado vermelho por que faz parte do domínio de objetos aos quais o predicado pode ser aplicado. Essa é basicamente a diferença entre denotar e exemplificar (RAMME, 2004, p. 11).

Um símbolo, também, pode representar de forma convencional como quando um sistema de objetos se refere a um outro sistema de objetos. De maneira geral, pode-se dizer que a noção de linguagem proposta pelo autor é a de um sistema simbólico.

Além disso, pode-se afirmar que o construtivismo de Goodman também é explicitamente um tipo de nominalismo, pois defende que não existem entidades abstratas por si mesmas (“belo”, “beleza” etc.), ou seja, limitar a consciência a uma representação de sinais ou palavras, evocando algo que seja único, porque as ideias ou conceitos generalizados não são representados. “A universalidade é tratada como ilusória, pois, sendo o fruto da observação de certas regularidades passadas, não é, portanto, confirmada pela experiência atual e nem possui qualquer relação de necessidade lógica”. A multiplicidade de posições (ou de sistemas simbólicos) parece ser a única possibilidade real (CARMO, 2015, p. 4). Cada posição ou sistema simbólico possui sua própria gramática (sua estrutura sintática e semântica), a qual determina as formas de referência do sistema

¹⁰⁵ Um estilo é o que permite reconhecer uma representação pictórica como pertencendo a um dado autor e uma dada época e tem o mérito de mostrar que os nossos modos de representação são construídos historicamente (RAMME, 2004, p.11).

(denotação, exemplificação, representação, expressão, descrição etc.) Mesmo no nível mais elementar da sensação, está-se na direção de um sistema simbólico (CARMO, 2015).

A epistemologia de Goodman, além de construtivista, é pluralista e relativista. Pluralista, pois sustenta que existe uma riqueza de versões de mundo sendo todos possuidores de igual importância, em que a distinção entre eles se dá pelas características internas, não pela sua função. Já, em relação ao relativismo, pode-se dizer que aparece de modo moderado, pois nenhuma versão é mais correta que a outra, “nenhuma delas pode nos dizer como o mundo é, mas cada uma delas nos diz um modo como o mundo é” (TROMBETTA, 2007, p. 17).

Diante das afirmações teóricas, pode-se alegar que a arte é definida pelo sistema simbólico no qual está inserida. Nota-se que uma proeminente característica da simbolização reside no fato que ela pode ir e vir, ou seja, um objeto pode simbolizar coisas diferentes em momentos diferentes, e nada em outras ocasiões (GOODMAN, 1995b). Por esse motivo, Goodman afirma que ser um símbolo ou não é algo que não pertence à essência do objeto. Consequentemente, essa premissa torna mais complexos os conceitos e definições de arte. Devido a tal complexidade, Goodman (1995b) relata que as tentativas para responder à questão “O que é arte?” terminaram em desapontamento e em incertezas. O autor aponta que a questão principal e essencial é perceber quando um objeto ou acontecimento funciona como obra de arte, assim, ele propõe uma reformulação da questão para “Quando há arte?”. Dessa forma, explicita a importância do funcionamento do objeto como obra de conhecimento a partir da essência da arte, pois, quando um objeto é utilizado como arte, torna-se símbolo, ou seja, é uma pergunta claramente posta em termos do funcionamento simbólico. Portanto, funcionar como obra é referenciar e/ou representar e/ou exprimir e/ou exemplificar, ou seja, arte sem representação, expressão ou exemplificação – sim; arte sem nenhuma das três – não (GOODMAN, 1995b).

A questão de saber exatamente quais características distinguem ou são indicadoras da simbolização que constitui o funcionamento como obra de arte pede uma análise cuidadosa à luz de uma teoria geral dos símbolos e Goodman (1995b) deixa bem claro que tal análise é mais do que ele pode empreender, mas, ele arrisca a hipótese de que há alguns sintomas estéticos que podem auxiliar a tentativa de responder o “Quando há arte?”. Ressalta-se que, para Goodman, “as propriedades estéticas não devem ser procuradas nos sentimentos do intérprete nem nas intenções do artista, mas nas próprias obras de arte”. (GOODMAN, 1995b, p. 21).

“Quando é arte” é o título do capítulo IV do livro *Modos de Fazer Mundos* de Nelson Goodman. Nesse livro, Goodman constrói uma teoria que não só defende, como, também, quer compreender a existência de vários mundos. Segundo o autor, tais mundos, como da arte, da filosofia e da ciência, são todos construídos por meio da simbolização. Dessa forma, ele procura explorar as várias maneiras que os símbolos exercem nesses processos de construção de mundos. Uma tese central do livro é que a arte e a ciência, ou a filosofia operam de forma muito semelhante nesses processos de construção e colaboram de maneiras semelhantes para moldar aquilo que chamamos de mundo real. Para Goodman, a arte é um mundo construído por meio do uso de símbolos.

Na teoria goodmaniana, não existe a negação de que uma obra deve ser interpretada pelas qualidades que exhibe. Entretanto, não é apenas isso. De acordo com tal teoria, essas qualidades apenas são significativas uma vez que, a partir dessas, exista possibilidade de relacionar a obra com algo que está além dela. Dessa forma, ver uma obra por meio de suas qualidades formais não impossibilita (na verdade requer) que sejam construídas relações de referência com base nessas características. Contudo, é por meio da noção de funcionamento simbólico que o autor se propõe a construir uma estética unificada que seja capaz de dar conta de todo o domínio da arte (GOODMAN, 1995b).

Pode-se afirmar que um trabalho de arte atua esteticamente quando: consegue-se distinguir o que e como ele simboliza e, também quando há possibilidade de compreender de como ele afeta o modo por meio do qual organiza-se e percebe-se um mundo (GOODMAN, 1995b).

Segundo Goodman (1995b), as obras de arte são amostras no sentido em que são exemplares de uma visão de mundo. Para Ramme (2004, p. 117), que analisa Goodman, “a criação em arte consiste na construção de um exemplar que nos fornece uma visão de mundo até então ignorada. Interpretar obras de arte é explorar esses mundos”.

A obra só é, absolutamente, uma obra de arte por meio da experiência estética que se tem dela e tal experiência depende de compreender a obra como um símbolo de um tipo especial. Para Goodman (2006, p. 266), “a incapacidade recorrente para encontrar uma fórmula simples para classificar as experiências em estéticas e não estéticas sugere uma abordagem menos simplista”. O autor propõe uma análise que procura por aspectos ou sintomas do estético, em vez de alguns critérios decisivos.

Antes de adentrar teoricamente em sintomas do estético construídos por Goodman (2006) faz-se necessário um pequeno parêntese. Essa pausa é importante, pois a pesquisa fará uso de imagens de moda como fonte de análise, e será necessário acrescentar algumas informações pontuais da teoria goodmaniana em relação aos sistemas pictóricos, com intuito de facilitar a compreensão dos sintomas estéticos. Para o autor, nos sistemas pictóricos, os símbolos são (i) **sintaticamente densos e não diferenciados**, ou seja, entre cada dois caracteres pode haver um terceiro – entre uma linha fina e uma mais grossa sempre pode haver uma intermediária; (ii) **relativamente saturados**, pois todos os aspectos do símbolo pictórico (cores, linha, pinceladas entre outras) são constitutivos dele como um símbolo e (iii) **semanticamente densos**, isto é, a determinação de referência é variável e, em última instância, indeterminada. Nota-se também, que os sistemas pictóricos como o do desenho ou da pintura são chamados de **densos**, pois todas as marcas são importantes e possuem relevância para o significado da obra. Para terminar essa rápida interrupção e voltarmos às características dos sintomas do estético, acrescenta-se a informação de que a análise da estrutura sintática permite a identificação dos símbolos do sistema ao qual pertence o texto, a partitura ou a pintura, já a análise semântica é o que vai permitir a identificação dos seus referentes.

Em seu livro em *Linguagens da arte*, Goodman apresenta quatro sintomas do estético, quais sejam: densidade sintática, densidade semântica, plenitude sintática relativa e exemplificação. Mais tarde, em seu livro *Modos de fazer mundos*, ele chama a plenitude sintática relativa de saturação relativa e acrescenta mais um sintoma: a referência múltipla e complexa.

Tais sintomas não fornecem uma clara definição, muito menos uma descrição. “Um sintoma não é uma condição necessária nem suficiente da experiência estética, tendendo apenas a estar presente nela em conjunto com outros sintomas” (GOODMAN, 2006, p. 266). A presença ou a ausência de um ou mais sintomas não qualifica nem desqualifica nada como estético, afinal tais sintomas “são apenas pistas, o paciente pode ter os sintomas sem a doença, ou a doença sem os sintomas” (GOODMAN, 1995b, p. 115).

O que os sintomas apresentam em comum é o fato de enfatizarem as propriedades do próprio símbolo. À medida em que, na linguagem comum ou científica, o mais importante é a relação direta que o símbolo tem com o que ele refere, “na arte a passagem ao referente é, num primeiro momento, suspensa, a favor da concentração sobre as características ou propriedades que o próprio símbolo apresenta” (RAMME, 2004, p. 117).

A **exemplificação**, um dos sintomas estéticos, “onde um símbolo, quer denote ou não, simboliza servindo como amostra de propriedades que possui literal ou metaforicamente” (GOODMAN, 1995b, p. 115). Ou seja, mesmo que as propriedades do objeto artístico estiverem em primeiro plano, isso não significa que não existe referência. Muito pelo contrário, se algumas propriedades apresentadas pelo objeto não possuem características artísticas ou estéticas, isso demonstra a necessidade de que o objeto seja interpretado para que propriedades relevantes sejam identificadas. Tais propriedades dependem das características do sistema em que a obra está inserida, ou seja, o que ela simboliza é sempre relativo ao sistema que está integrada (RAMME, 2004).

A exemplificação assume um papel fundamental na criação e nas relações de entendimento das coisas. Por meio das características de uma obra de arte, o funcionamento da exemplificação possibilita o conhecimento de características, qualidades ou propriedades em que o objeto é símbolo. “Se continuamente somos informados, aprendemos e resolvemos problemas através de exemplos, de modelos ou de arquétipos, então as obras de arte, particularmente, têm essa apetência para funcionar desse modo” (MARCELINO, 2002, p. 57).

Um outro sintoma estético é a **referência múltipla e complexa**, tal sintoma ocorre quando “um símbolo realiza várias funções referenciais integradas e interativas, algumas diretas e algumas mediadas por meio de outros símbolos” (GOODMAN, 1995b, p. 115). Ou seja, ele acontece quando um símbolo exemplifica diversas propriedades tornando-se difícil estabelecer qual é a mais importante. Salienta-se que esse sintoma difere da ambiguidade simples, “em que um termo tem duas ou mais denotações completamente independentes em momentos e contextos inteiramente diferentes” (GOODMAN, 1995b, p. 115). Frequentemente, nos símbolos estéticos, encontram-se múltiplos níveis, com cadeias referenciais bastante complexas. Pode-se inferir “que a obra de arte permite uma multiplicidade de leituras e que seu sentido nunca é efetivamente determinado. Essa multiplicidade de leituras é possível porque a referência pode correr ao longo de uma cadeia referencial” (RAMME, 2004, p. 118).

O que ocorre no caso da **satuação relativa**, outro dos sintomas, é que muitos aspectos de um símbolo são significativos, ou seja, esse sintoma baseia-se em uma acumulação de informação pictórica, relativamente, pertinente que se concentra nas marcas de uma imagem. Goodman (1995b) cita o exemplo entre um gráfico da bolsa de valores e um desenho de uma montanha com uma única linha por Hokusai, pois existem diferenças entre ler a mesma linha negra num gráfico

da bolsa ou como uma vista do monte Fuji. Apesar de ambas representarem algo, a primeira é considerada um símbolo diagramático, já a segunda um símbolo pictórico. A diferença reside no fato de que, no primeiro exemplo, o essencial são as variações e as posições com relação às coordenadas do gráfico, já na linha da gravura consideram-se inúmeras características como forma, linha, espessura, textura, a impressão de movimento e de ritmo que o desenho provoca, o contraste, o fundo, a dimensionalidade no papel, o próprio papel, entre tantas outras características.

A **densidade sintática** é “onde as diferenças mais finas em certos aspectos constituem uma diferença entre símbolos, como por exemplo, um termômetro de mercúrio não graduado em contraste com um instrumento eletrônico de leitura digital”, e é típica de sistemas não linguísticos (GOODMAN, 1995b, p. 115). Já, a **densidade semântica**, outro sintoma estético, é típica da representação, descrição e expressão nas artes. Ela diz respeito “quando os símbolos são fornecidos por coisas que se distinguem entre si pelas mais finas diferenças em certos aspectos – por exemplo, não apenas de novo o termômetro não graduado, mas também o português vulgar, embora ele não seja sintaticamente denso” (GOODMAN, 1995b, p. 115).

O que esses dois últimos sintomas indicam é que, habitualmente, nos sistemas das artes, os símbolos permanecem com uma certa ambiguidade e essa ambiguidade é, muitas vezes, explorada como um recurso estético pelo artista. “Um gesto de um ator em cena, uma linha num desenho, uma figura representada dentro de uma pintura e uma palavra dentro de um poema podem ter várias interpretações válidas e não denotam de forma inequívoca” (RAMME, 2004, p. 118).

Do mesmo modo, as densidades sintáticas e semânticas exigem um esforço “sem fim para determinar caráter e referência, dada qualquer marca do sistema”, ou seja, devido à grande quantidade de aspectos a serem considerados. “A impossibilidade de determinação finita pode sugerir a infabilidade que tantas vezes se acusa e se reivindica para o estético. Mas, a densidade, longe de ser misteriosa e vaga, define-se explicitamente, e resulta e sustém a exigência insaciável de precisão absoluta” (GOODMAN, 2006, p. 266).

Segundo Goodman, uma experiência estética não precisa exibir todos os sintomas, ou seja, a presença ou a ausência de um ou mais deles não qualifica ou desqualifica nada como estético, assim os sintomas são considerados pistas. No livro *Linguagens da arte*, o autor relata que “se os sintomas apresentados não são *separadamente* suficientes nem necessários para a experiência estética, podem ser *conjuntamente* suficientes e *disjuntamente* necessários; isto é, talvez uma referência seja estética se tiver todos os atributos referidos e só se tiver pelo menos um deles”

(GOODMAN, 2006, p. 267, grifos do autor). É importante salientar que os sintomas não servem para estabelecer o grau de pureza de esteticidade de um símbolo, até porque símbolos não artísticos podem exibir alguns desses sintomas. Por fim, Goodman (2006) é bem claro ao ressaltar que a “distinção traçada entre o estético e o que não é estético é independente de todas as considerações de valor estético” (p. 268). Como por exemplo, “uma execução abominável da Sinfonia de Londres é tão estética quanto uma excelente” (p. 268). Dessa forma, os sintomas do estético não são sinais de mérito e uma caracterização do estético não requer nem fornece uma definição de excelência estética.

A tese central da teoria de Goodman referente à sua filosofia da arte pode ser sintetizada nas seguintes palavras: é pelo fato de funcionar como um símbolo estético que um objeto pode se tornar (ou pode funcionar como) uma obra de arte. Também é necessário ter clareza sobre a distinção que Goodman estabelece entre a execução e a implementação¹⁰⁶ de uma obra de arte.

A execução de uma obra se dá quando, por exemplo, uma tela é pintada, uma música é composta. Para funcionar como obra de arte, a tela deve ser exibida e a música deve ser tocada para um público. “A exibição, a publicação e o show são instrumentos de implementação (*implementation*) e modos pelos quais a arte entra na cultura. A execução consiste em fazer uma obra, a implementação em fazê-la trabalhar” (RAMME, 2004, p. 131).

Uma pintura usada para cobrir algum objeto ou uma música nunca tocada são obras de arte embora não funcionam como tal, ao passo que um objeto produzido para outros fins que não o estético, como por exemplo, um urinol ou uma caixa de Brillo Box, podem ser ativados como obra de arte e passarem a ter uma função estética. Também é importante lembrar que o trabalho de uma obra consiste na resposta de um público que capta e interpreta a obra. Dessa forma, o momento de apresentação da obra, de sua inserção dentro de um contexto, que pode ser um acontecimento com a efetiva participação do público, é de vital importância para o processo do funcionamento da obra de arte.

Ramme (2004, p. 136) relata que o objeto artístico apresenta e instaura um mundo, além disso, afirma que a obra de arte “é instaurada dentro de um mundo ao mesmo tempo em que pela

¹⁰⁶ Muitos fatores podem interferir na experiência de uma obra de arte, como fatores físicos como iluminação, enquadramento, ou até mesmo fatores psicológicos ou cognitivos. O processo e os problemas para gerir fatores que potencializam o funcionamento da obra pode ser chamado de *implementação*, entretanto essa denominação pode sugerir a utilização de um objeto ou algo inerte, assim Goodman modifica esse termo para *ativação*, pois essa nomenclatura possui significado relacionado a algo ativo, uma vez que as obras são dinâmicas.

sua presença instaura um outro mundo a partir da modificação do já existente. Isso pode ser visto pelo fato de que a arte, na medida em que é experienciada, afeta o nosso modo de perceber e o nosso modo de pensar a realidade”. Todo trabalho de arte é assim, uma possibilidade de um outro mundo, o desencadear de um movimento, de um processo.

Para concluir, é importante retomar o que já foi supracitado sobre ser um símbolo, ou seja, que é uma propriedade que um objeto pode ganhar, e pode perder, é uma característica saliente da simbolização que pode ir e vir, ou seja, um objeto pode simbolizar coisas diferentes em ocasiões diferentes, e nada em outras ocasiões (GOODMAN, 1995b). Em clara harmonia com o que Danto desenvolveria alguns anos depois, Goodman entende que a possibilidade de identificar algo como arte está relacionada ao funcionamento simbólico que, de maneira relativa, o objeto pode apresentar. Não há como, então, estabelecer quais objetos são arte permanentemente e a tarefa filosófica, para esse tipo de pergunta, deve se limitar a elucidar que tipo de operação simbólica é característica da arte. Essa afirmação vale para o fenômeno moda, pois nem todas as modas funcionam como arte. É necessária uma análise da obra para a verificação desse funcionamento. Dessa forma, o próximo capítulo trará a análise de algumas obras da designer Rei Kawakubo, tal análise tentará demonstrar que as obras escolhidas podem funcionar como obras de arte.

4. MODA E ARTE: A TRANSFIGURAÇÃO DE UM LUGAR COMUM

Esse capítulo tem por objetivo analisar algumas obras de Rei Kawakubo das duas últimas décadas do século XX. A análise fundamentada nas teorias de Artur Danto e Nelson Goodman têm o intuito de demonstrar que essas obras podem funcionar como obras de arte.

Lee (2010) afirma que, no início da década de 1980, o design de Kawakubo visa a um padrão experimental vinculado à assimetria e a vieses; já, em meados da década de 1990, a designer adiciona novos significados e interpretações e, a partir de então, concentra seu trabalho criativo para criar novas roupas, buscando a inovação na consciência corporal.

O intuito da pesquisa é adentrar o universo criativo da CDG dos anos de 1980 e 1990 com foco em experimentações que são: “*Lace Sweater*”, um suéter preto perfurado com buracos de sua coleção outono/inverno 1982-1983 intitulada *Holes*, famosa pelas fotografias de Peter Lindbergh. Em seguida, adentrar-se-á à referenciada e, extremamente, discutida coleção primavera/verão de 1997 *Body meets dress, dress meets body*. Dessa forma, a presente pesquisa analisará imagens desses dois momentos de Kawakubo, do início da década de 1980 e fim da década de 1990 como foco no objetivo de argumentar que tais obras podem, em um determinado momento, ou seja, em um “quando” na visão goodmanina, funcionarem como obras de arte.

Salienta-se que, para a análise, serão utilizadas fotos das coleções, ou seja, a investigação estará restrita aos limites da imagem. Pode ser considerada de modo parcial, pois temos as limitações de tempo. A pesquisa está analisando um rastro, assim como os rastros brancos deixados no céu por alguns aviões. A foto é um rastro ou um índice do “quando” essas obras foram executadas e implementadas, ou seja, no início da década de 1980 e no fim dos anos 90.

Conforme já explanado Rei Kawakubo fez sua estreia na moda internacional parisiense em 1981. A estilista, ainda, não fazia parte da influente Federação, e sua coleção de outono/inverno 1981-82 intitulada *Pirates*, além de sua coleção primavera/verão de 1982 intitulada *Indigo Dye and Twist*, foram vistas, segundo Fukai (2013, p.13), por “apenas um punhado de pessoas”. Isso incluiu representantes do jornal francês *Libération* cujo artigo foi um dos primeiros a apresentar Kawakubo, como também Yohji Yamamoto, relatando com precisão as características importantes de seus trabalhos, incluindo a ênfase no material, na forma e na desconstrução:

Eles encontram sua inspiração na mesma fonte: parece a Idade Média, como pode ser visto em um filme de Mizougushi [sic]. Talvez haja mais rigor no trabalho de Comme des Garçons, dando uma qualidade completamente atemporal às roupas. Eles parecem ter sido

usados por algum tempo [...] Ohji [sic] Yamamoto quase alcança o mesmo refinamento, de uma maneira mais óbvia [...] Esses dois estilistas enfatizam o aspecto não estruturado da roupa, a flexibilidade dos tecidos (MISES, 1981 apud FUKAI et al., 2013, p.13).

Posteriormente, Kawakubo apresentou, em março de 1982, em Paris, sua coleção outono/inverno 1982-83 intitulada *Holes*. As roupas eram quase todas em tons de preto e os tecidos eram amarrados, furados e desgastados. Kawakubo enviou modelos com *leggings*, malhas grandes, túnicas e *suéteres* com buracos. Foi um olhar muito diferente para o início dos anos 1980, e os críticos, não sabendo o que pensar, chamaram o visual de “vingança de Hiroshima” e “Hiroshima chique” (BATEMAN, 2017). A peça icônica “Lace Sweater” (Figura 33), um suéter propositalmente esburacado, decorrente do afrouxamento de parafusos da máquina, que representa uma bandeira pelo fim da exigência de uma perfeição maquinal inalcançável, é oriunda dessa coleção.

Figura 33 – Rei Kawakubo, Peça *Lace Sweater* da coleção de outono/inverno 1982-83 “*Holes*” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: V&A, 2020.

A forma aparentemente complexa do suéter foi criada essencialmente com base em um painel reto e tem uma aparência volumosa e dinâmica. As mangas grandes lembram as mangas de quimono. A saia afunda assimetricamente em resposta às formas irregulares criadas pelo suéter solto. Para Gill (1998), *Lace Sweater*, de 1982, tem relação com uma imagem de decomposição e limitações do material. O nome da peça vem carregado com um tom irônico, pois compara os buracos no suéter de crochê com uma renda, símbolo de perfeição técnica, beleza, delicadeza e feminilidade. Para Sudjic (1990), *Lace Sweater* pode ser interpretado como um comentário provocativo sobre ideias de como significar a opulência e a perfeição em uma era industrial. De acordo com Kawakubo, apenas até certo ponto, como se observa em sua fala:

Máquinas que fabricam tecidos são cada vez mais capazes de produzir texturas uniformes e perfeitas. Eu gosto quando algo não é perfeito. A tecelagem manual é a melhor maneira de conseguir isso, mas já que isso nem sempre é possível, nós soltamos um parafuso nas máquinas aqui e ali para que elas não possam fazer exatamente como deveriam (SUDJIC, 1990, p. 80).

Tradicionalmente, o luxo na moda tem sido denotado por mão de obra elaborada e pelo uso de materiais caros e luxuosos. Porém, o que antes era sinal de fino acabamento e, portanto, de um custo monetário superior, como por exemplo, costuras invisíveis ou ornamentos ricos, detalhados e luxuosos, hoje pode ser, facilmente, alcançado por máquinas. No entanto, a própria perfeição de um produto feito à máquina pode eliminar o sentido do toque humano, que é também uma parte importante da roupa ao conceder-lhe seu caráter distintivo. Assim, Kawakubo constrói uma discussão em relação à tecnologia e à produção em massa.

O famoso pulôver preto furado, muitas vezes considerado a bandeira negra da anarquia, seria, melhor dizendo, o emblema de uma elegância diferente: aquela, confiante, dos bailarinos em exercício, das fotos de Marilyn usando um pulôver, de Jack Kerouac na estrada, de Pollock em seu ateliê, do free jazz, do Living Theatre, dos filmes de Jean-Luc Godard, daqueles que soltam os parafusos muito apertados das máquinas de tricotar ideias feitas (GRAND, 2000, p. 9).

Segundo Fukai et al. (2013), Kawakubo trabalhou não apenas para redefinir a relação entre vestuário e corpo, mas também para recodificar as associações feitas entre tecidos nobres e caros, e tecidos de menor qualidade e, conseqüentemente, mais baratos, examinando a ideia de perfeição e reconsiderando a relação entre revelar e ocultar, desconstruindo o código usado para erotizar o corpo. A assimetria, habilidosamente, planejada de suas roupas, as camadas soltas e os erros

conscientemente feitos em seus tecidos marcaram a ideia de que o corte perfeito, a linha absoluta e a execução sem falhas transformaram-se em relíquias de uma época passada. Os pulôveres pretos da coleção *Holes* (outono/inverno 1982-83), “espalhados arbitrariamente por buracos, como se comidos por um exército de mariposas, pareciam vir diretamente da bagagem de uma mulher sem-teto. Esta coleção agora lendária fez um comentário irônico sobre as mais sofisticadas artes de bordar e fazer rendas, sem deixar de alcançar sua sofisticação” (VINKEN, 2013, p. 34).

As roupas propostas por Kawakubo no início da década de 1980 foram tão chocantes que os críticos responderam com desconforto. *Le Figaro* escreveu que as coleções da designer provocaram um calafrio na espinha, afirmando que as “suas roupas apocalípticas são perfuradas por buracos, esfarrapadas e rasgadas, quase como roupas usadas por sobreviventes do holocausto nuclear” (Le FIGARO, 1982 apud FUKAI et al., 2013, p. 14).

Houve também avaliações positivas. Em muitas áreas da imprensa, as roupas de Kawakubo foram reconhecidas. O jornal *Libération* escreveu, em outubro de 1982, que a coleção *Holes* apresentada em março de 1982 foi “um abalo global e havia destruído as verdades do mundo da moda e da cultura”. O *Washington Post*, no mesmo mês e ano que o *Libération* (outubro de 1982), declarou que “Yamamoto e Kawawubo estão mostrando o caminho para uma nova maneira de beleza” (apud FUKAI et al., 2013, p. 14). Além desses, o *New York Times* em dezembro de 1982 escreveu:

Eles pretendem esconder, não revelar, o corpo. Eles não tentam seduzir através da cor ou textura. Eles não podem ser descritos em termos convencionais porque sua forma é fluida, assim como suas proporções são exageradas. Onde a linha do hemisfério é colocada ou onde a cintura é marcada é irrelevante (MORIS, 1982, p.10)

Essas roupas podem ter ficado fora das normas da estética tradicional europeia, mas ninguém poderia ignorar sua poderosa originalidade. Kawakubo apresentou roupas que ousavam impressionar o público com uma estética diferenciada. Sem uma escala ou ponto de referência para avaliar os resultados, o público parecia desorientado. Essa foi a gênese do que se tornaria a transformação do Japão no mundo da moda. Kawakubo atraiu muita atenção da mídia, com os principais jornais da Europa e dos Estados Unidos dedicando um espaço considerável a suas criações.

Inicialmente, os relatos da imprensa europeia e americana da moda japonesa exibiram uma atitude baseada em uma visão ingênua do Japão como uma terra exótica e longínqua, mas os

comentaristas ocidentais acabariam reconhecendo a força e a inovação das roupas de Kawakubo. A moda de Rei Kawakubo, gradualmente, garantiu sua posição na Europa e nos Estados Unidos como a personificação de tudo que era vanguardista, inovador e novo (FUKAI et al., 2013).

Pode-se inferir que, atualmente, indumentárias da cor preta, folgadas, largas, esfarrapadas, rasgadas e desgastadas são uma visão comum. Entretanto, algumas pessoas quando observaram esse estilo pela primeira vez nas obras de Kawakubo tentaram formular explicações sobre suas referências, citando precedentes ocidentais, como as roupas cortadas usadas durante o Renascimento chamada de *landsknecht*,¹⁰⁷ além da abordagem punk de Vivienne Westwood. Contudo, os buracos, as falhas intencionais e as assimetrias nas roupas de Rei Kawakubo representavam uma forma de ornamentação com um quadro de referência que vinha de fora da Europa. Kawakubo trouxe, em suas primeiras coleções, a discussão sobre silhuetas diferenciadas. Algumas das roupas foram interpretadas como um ataque direto às ideias ocidentais de beleza feminina.

É importante lembrar que a década de 1980 foi um período de excessos, de acordo com Steele (1997, p. 118), o tom da época parecia "grosseiramente focado em dinheiro e poder" e havia uma tendência distinta em direção ao consumo conspícuo. Esse momento foi associado ao glamour e a um movimento em direção à ênfase corporal. Noções de status, exibição e sexualidade foram refletidas na moda ocidental. Embora as roupas ocidentais, historicamente, tenham sido ajustadas para acentuar a forma do corpo feminino, a década de 1980 presenciou uma ênfase renovada no corpo que coincidiu com o aumento da aptidão física. Como resultado, muitos estilistas ocidentais atenderam aos "corpos esculpidos em aeróbica dos criadores de tendências da moda" (STEELE, 1997, p.121) e, posteriormente, criaram roupas conscientes do corpo.

Quando Rei Kawakubo, adentrou ao cenário da moda ocidental, no início da década, e introduziu seu projeto vanguardista e conceitual, não é de surpreender que isso tenha sido visto como um confronto com o estilo da moda ocidental convencional. As roupas da estilista eram construídas em modelagens soltas e amplas. Apesar de seus contornos estranhos e aparentemente arbitrários, as roupas da *Comme des Garçons* eram confortáveis de usar para qualquer um que tivesse a confiança necessária para fazê-lo (SUDJIC, 1990).

¹⁰⁷ A moda chamada de *landsknecht*, que pode ser traduzido como talhadas, foi o hábito de cortar o tecido da roupa em tiras ou em pequenas aberturas nas quais apareciam as peças de baixo. (BRAGA, 2007, p.45).

Visto no contexto da cultura japonesa, no entanto, a forma de expressão utilizada por Kawakubo é menos misteriosa. Em termos da estética de intersticialidade, suas primeiras coleções, como por exemplo *Holes* (outono/inverno 1982-83), são notáveis por introduzir os conceitos de mu, expressos por meio da paleta acromática de cores (principalmente preta) e ma, expressos por meio de roupas folgadas e largas que criam excesso de espaço – um vazio – entre a pele e o tecido, entre o corpo e a roupa. Os conceitos de mu e ma convergem em um dos desenhos mais emblemáticos de Kawakubo desse período: o *Lace Sweater*. O suéter de renda é notável pelos efeitos combinados não apenas de mu e ma, mas, também, de wabi e sabi. Como mu, wabi e sabi são princípios estéticos enraizados no zen-budismo. Eles estão, intimamente, associados à arte da Cerâmica do Chá (Chanoyu), desenvolvida por Sen Rikyu no século XVI. No contexto do Chanoyu, wabi denota decadência e transitoriedade, enquanto sabi denota pobreza e simplicidade. Para o zen-budista, wabi-sabi é a apreciação da assimetria, irregularidade e imperfeição, uma apreciação das ações da Kawakubo (BOLTON, 2017).

Fukai et al., (2013) observa que, ao olhar europeu, essas peças de vestuário que permitem a máxima liberdade em suas formas acomodáticas são percebidas como folgadas e sem forma. No entanto, para os japoneses, o "espaço" supérfluo entre a roupa e o corpo, conhecido como ma, é mais do que simplesmente um vazio: é um espaço rico que possui energia incalculável. As roupas da estilista da década de 1980 foram caracterizadas por seções, inexplicavelmente, intrincadas. Quando usadas, as roupas ficam penduradas ao usuário, com seções balançando em combinações complexas. As roupas de Kawakubo representam uma forma tridimensional abstrata, uma tridimensionalidade oculta – “somente no corpo do usuário a roupa evolui para formas tridimensionais. Tornando-se consciente da interação sutil entre o bidimensional e o tridimensional, e respondendo à paixão colocada nas roupas pela estilista, o usuário é seduzido por sua brincadeira intelectual” (FUKAI et al., 2013, p. 16).

As coleções de *Comme des Garçons*, por serem experimentais, conceituais e artesanais, são comparadas àquelas desfiladas pelas *maisons* de alta-costura. A marca nunca desfilou como parte integrante do calendário de desfiles de alta-costura, preferindo desfilá-las na semana de moda *prêt-à-porter* parisiense (BARROS, 2017).

Fukai et al. (2013, p. 41) observa que a moda durante o início da década de 1980, indiscutivelmente, liderada por “Yves Saint Laurent, tinha tudo a ver com cor e muita coisa”. Kawakubo, como os outros designers japoneses, no entanto, dispensaram cores vivas brilhantes,

ao invés disso, aderiram a uma paleta monocromática, de tons fortes e variados de preto à simplicidade e nitidez dos tons de branco. A partir disso, a moda japonesa não era apenas percebida como desestruturada e desarrumada; também se tornou sinônimo de minimalismo monocromático preto e austero.

O preto utilizado por Kawakubo costumava ser um tom modesto e harmonioso, remanescente da pintura oriental monocromática denominada *sumi-ê*¹⁰⁸. O uso expressivo de uma paleta preta também participou das qualidades comemoradas no livro de Junji Tanizaki, *In Praise of Shadows* (1933), que encontra nas sombras a essência da estética japonesa e fala da habilidade japonesa com luz e sombra (apud FUKAI et al., 2013, p. 41).

A escolha da cor pela estilista, sem restrições de qualquer paradigma ocidental, foi observada pelo artigo *Japan's Runway*, publicado em 1982 no *Washington Post*, como a característica distintiva de seu estilo, juntamente com a pureza de sua estética: “Formas limpas, angulares e cores neutras, principalmente preto e bege, dominam a aparência japonesa” (NINA, 1982, sem paginação). Já, o “jornal francês *Libération* comparou as criações de Kawakubo aos intensos filmes em preto e branco de Kenji Mizoguchi (1898-1956), enquanto a *Vogue* francesa os comparou a rolos de caligrafia, que simbolizam uma beleza desprovida de cor” (1982 apud FUKAI et al, 2013, p. 41).

O preto é uma cor ambígua e possui uma diversidade de significados, como por exemplo: poder, sexo, pobreza, ou ainda, em algumas culturas, é a cor da morte e do luto. É frequentemente a expressão de uma época: o opulento traje preto dos aristocratas espanhóis do século XVII registrados pelas pinturas de Velázquez. Os estilistas Dior, Chanel e Balenciaga, por exemplo, fizeram uso do preto em suas criações, retratando a mais pura elegância. Em contraste, os existencialistas da metade do século XX, os elegantes poetas norte-americanos e os punks góticos usavam preto para expressar insatisfação pelas normas da sociedade ou como protesto contra a instituições. Jogando com essas associações, Kawakubo escolheu esta icônica cor como uma das ferramentas de sua expressão. Segundo Fukai et al. (2013), a estilista afirmou ver inúmeros tons de preto. Em sua coleção de outono/inverno de 1988 a 1989 intitulada *Red is Black*, ela declarou,

¹⁰⁸ O *sumi-ê* não possui relação com a pintura praticada no ocidente, pois essa arte mistura o desenho com elementos de caligrafia, além disso o artista tem que transmitir sua mensagem de maneira resumida e sem equívocos. É considerada uma arte do essencial.

conforme o nome da própria coleção, que "Vermelho é preto". Nessa coleção ela fez uso de uma paleta de cores bastante variada. Entretanto, “ela volta ao preto, produzindo designs de espírito livre e poderosos que de alguma forma impressionam o fato de que o preto é feito de todas as cores do espectro” (FUKAI et al., 2013, p. 42).

No final do século XX, o novo preto utilizado por Kawakubo, como também por Yamamoto, inspirou muitos de seus contemporâneos, no final da década de 1990, o preto se transformou em uma tendência importante tornando-se a cor da época.

Além da escolha de uma paleta monocromática, Kawakubo, que atraiu extrema atenção as suas roupas esburacadas e rasgadas, possui especial atenção aos materiais. Segundo Fukai et al. (2013) Vivienne Westwood, no fim da década de 1970, fez uso de buracos em suas roupas como expressão de protesto. Esse olhar de Westwood foi usado pelos jovens britânicos como resultado de uma “auto sátira sugerida e do hedonismo niilista da frustração econômica” (KODA, 1985, p. 8). Esse ato rompeu com a imagem valorizada pelo mundo da moda, que impunha que a pele imperfeita e frágil fosse completamente escondida ou pintada.

Kawakubo adotou a mesma técnica como expressão de protesto, Steele (1997, p.128) argumenta que o significado estético e conceitual por trás dos rasgos nos desenhos de Kawakubo difere do significado político e satírico do "visual pobre" de Westwood. Em contraste, Kawakubo apresentou o olhar no contexto do consumo conspícuo no Ocidente, do qual havia otimismo em relação a dinheiro e riqueza (KODA, 1985, p. 8). Sua “estética da pobreza” contrastava muito com a exibição “ostensiva” dos valores ocidentais por meio da riqueza e era desprovida de tecidos de aparência cara.

Dessa forma, o novo conceito lançado pela designer, provavelmente, deve ter assustado as elites acostumadas à exibição ostensiva dos valores ocidentais por meio da riqueza. O choque mais significativo que a moda de Kawakubo provocou não foi um choque social. Koda (1985) argumenta que sua estética não é a estética da pobreza, mesmo que isso contribua para seu impacto provocativo: é, antes, uma estética negativa, um exame de nossa ideia de moda em si reconhecidamente influenciado pelos ideais ascéticos do zen-budismo em oposição ao protocolo, cerimônia e ostentação da vida na corte (KODA, 1985). Infere-se que a designer se baseia no carisma e nas características estéticas de tais movimentos religiosos, usando, por exemplo, os conceitos de wabi-sabi, ou seja, uma visão de mundo japonesa baseada na estética do incompleto e do defeituoso (VINKEN, 1993).

Ao adentrar a questão da roupa e da pele, Fukai et al. (2013, p.18) relata que “a equação da roupa como pele – tecido que cobre o corpo – contribuiu para tranquilizar a incerteza do eu.” A moda também mostrou um interesse renovado na tatilidade, e uma nova consciência da pele foi incorporada na moda de piercings e tatuagens. Segunde Pires (2005), na década de 1980, as investigações corporais nos seus muitos aspectos culturais encontram, então, um ambiente fecundo e próprio para se desenvolverem, a tatuagem e o piercing começam a ganhar cada vez mais espaço. Na década de 1990, esse espaço conquistado se expande e essa moda vinculada à modificação corporal torna-se comum, principalmente entre os jovens.

Partindo da ideia de que a roupa é uma segunda pele, é possível argumentar que o rasgar das vestimentas sugere o ato de rasgar a carne humana. Nesse contexto, o ato de Kawakubo fazer rasgos e buracos nas roupas (onde o tecido é uma metáfora da pele) poderia ser descrito como um ato destinado a ajudar o usuário a encontrar um novo eu (FUKAI et al., 2013).

Diante do explanado, infere-se que a moda de Kawakubo procurou desconstruir a estética europeia e incentivar as pessoas a reconsiderarem seus ideais ocidentais de beleza. A presente pesquisa acredita que as expressões da designer, originalmente descritas como 'vanguardistas' e 'chocantes' pode, por meio de uma análise, ancorada na filosofia analítica goodmanina como também na teoria de Arthur Danto, funcionar como arte. Kawakubo “raramente dá entrevistas, esperando que quem quer entender seu trabalho olhe para as roupas em si” (PERTHUIS, 2019, p. 1), já Goodman (1995b), em seu livro *Modos de Fazer Mundos*, observa que as propriedades estéticas devem ser procuradas nas próprias obras de arte. E é justamente o que a pesquisa fará, ou seja, focará sua análise nas obras em si: nas peças construídas por Kawakubo.

Como já explanado, a filosofia da arte de Danto surge na década de 1960, mais precisamente em 1964, quando Andy Warhol expõe as suas cópias das caixas de Brillo Box. Compreender a contribuição de Danto para a filosofia da arte significa entender o quanto a obra de Warhol aproximou a arte da filosofia, ou melhor, transformou a arte em filosofia. A obra de Warhol retoma a visão duchampiana da arte como pensamento. Por meio desses conceitos, Danto construiu sua filosofia contemporânea da arte, partindo da premissa de que qualquer coisa pode vir a ser obra de arte. Contudo, o modo como algo venha a ser obra de arte, talvez, não fique muito claro em sua teoria. Ou seja, ele parte de alguns critérios que tornam difícil pensar em obras de arte que não os satisfaçam. A pesquisa utilizará do pressuposto dantiano que, a partir da década de 1960, qualquer objeto banal pode se tornar arte, como também fará uso da pergunta goodmanina de “Quando há

arte na moda de Rei Kawakubo?”. Para responder tal questão, torna-se imperativo realizar a análise em torno dos sintomas do estético da teoria de Goodman. Os sintomas são entendidos não como condições necessárias e suficientes para a experiência estética nem como critérios de excelência, mas como sinais que indiciam, sem, no entanto, obrigarem, a probabilidade do estético. Retomando as considerações já explanadas, os sintomas do estético são: a densidade sintática, a densidade semântica, a saturação relativa, a exemplificação e a referência múltipla e complexa.

Na tentativa de analisar os sintomas na obra de Kawakubo, primeiramente, é necessário observar que a imagem da Peça *Lace Sweater* da coleção de outono/inverno 1982-83 "*Holes*" da marca *Comme des Garçons* é uma representação pictórica, ou seja, a imagem funciona simbolicamente de modo denso. Vale lembrar que todos os sistemas pictóricos como desenhos, pinturas, imagens são chamados de densos, pois todas as marcas são importantes e possuem relevância para o significado da obra. Pode-se dizer que a imagem analisada atua de modo denso, tanto no nível sintático como também no nível semântico.

Sobre o primeiro sintoma, a densidade sintática, “onde as diferenças mais finas em certos aspectos constituem uma diferença entre símbolos” (GOODMAN, 1995, p.115), pode ser visualizado na imagem da *Lace Sweater* na seleção de forma, tamanho, cor, textura. A imagem exige a nossa atenção em identificar figuras e em reconhecer os referentes a que se aplicam: a imagem pode denotar um corpo que será vestido, o preto pode denotar a cultura japonesa, ou até mesmo luto, os buracos na peça podem denotar pobreza ou erro de construção (em relação a um olhar ocidental). As formas amplas, assimétricas, com “rasgos”, a cor preta, suas diferentes texturas podem resultar em um esquema, sintaticamente, denso, pois é uma operação que nunca se esgota, visto que existem sempre alternativas a serem privilegiadas em uma leitura analógica, ou seja, nenhum sinal da imagem pode ser determinado como pertencente a um único caractere específico. Isso gera que a menor diferença de algum aspecto físico do objeto experimentado constitui uma diferença entre os símbolos (GOODMAN, 1995).

De igual modo, em um esquema semântico, nada nos diz com absoluta certeza e determinação que essa imagem se aplica a “um corpo que será vestido”, “a cultura japonesa”, “luto”, “pobreza” ou “erro”. Especificar a peça da imagem, com o seu tamanho preciso, a sua aparência precisa, o seu material, torna-se numa operação ilimitada; a ambiguidade é sempre possível na interpretação da imagem. Isso é assim porque a densidade semântica, típica da representação, descrição e expressão nas artes, está relacionada à impossibilidade de construir uma

diferenciação semântica finita em um corpo notacional (GOODMAN, 1976). Nesse sentido, um corpo semanticamente denso fornece símbolos para coisas que diferem entre si pelo menor detalhe de certos aspectos, gerando um continuum semântico que não permite a relação individual entre caractere e referência. Em um sistema sintático e semanticamente denso, a que pertencem as imagens, ao contrário da linguagem, como também de um termômetro graduado, nenhuma marca pode ser isolada como única e distinta, da qual é feita uma única leitura. Esse depende antes das relações com todas as outras marcas num campo denso e contínuo.

Esses dois sintomas não são tão relevantes quanto aos outros na detecção do funcionamento estético. Uma vez que se aplicam ao universo geral das imagens, eles indicam que tudo que é imagem pode ser estético. Entretanto, esses dois primeiros sintomas fornecem as chaves para entender o terceiro dos sintomas, chamado por Goodman de saturação relativa, a acumulação de informação pictórica relativamente pertinente que se concentra nas marcas de uma imagem.

A saturação é o traço que distingue o pictórico do diagramático. É também um sintoma presente na imagem da peça *Lace Sweater*, em que todos os elementos constituintes da imagem adquirem relevância em termos de sua função simbólica, ou seja, as distinções nas variações das características da imagem, como a forma ampla, as texturas, a cor preta, o contraste, a assimetria, os “buracos”, o fundo e a iluminação, fazem a diferença e requerem atenção em aspectos comparativos determinantes para a interpretação da peça, que pode ser considerada como uma crítica à opulência e à perfeição em uma era industrial. Goodman relata que, em contextos estéticos, qualquer propriedade pictórica de uma imagem pode ser relevante, tornando-se uma característica constituinte. Assim, qualquer diferença, por mais imperceptível que seja, pode fazer a diferença na peça *Lace Sweater*.

Outro sintoma é o da exemplificação. Evidencia-se que, apesar dos sintomas não constituírem condições necessárias nem suficientes, no seu conjunto ou individualmente, para que haja funcionamento estético, a pesquisa partilha “da opinião particular da professora Maria do Carmo d’Orey que considera a exemplificação como uma condição necessária (mas não suficiente) para que um objeto funcione como obra de arte” (apud OLIVEIRA, 2000, p. 39). Corroborando com essa ideia Trombetta (2016, p. 8) afirma que “a exemplificação é o traço mais fundamental dos mundos construídos pela arte. A exemplificação é um tipo de relação simbólica em que o objeto refere algumas das propriedades que possui.”

Quando um símbolo exemplifica uma propriedade ou qualidade, ele a possui e se refere a ela. Além disso, as propriedades exemplificadas por uma amostra podem ser, não apenas aquelas que ela possui literalmente, mas, também, aquelas com características metafóricas, igualmente, de acordo com os contextos e as circunstâncias. A imagem da peça *Lace Sweater* pode ser vista como uma amostra, por exemplo, da cor preta, ou ainda pode exemplificar as texturas dos tecidos, como também a assimetria e o volume das formas, como pode ir além, exemplificando a quebra de padrões tradicionais da moda do início da década de 1980, ou, ainda, pode ser considerada uma amostra de uma estética de desconstrução e pobreza, de modo que se conclui que a obra pode ser amostra de várias características. A função exemplificativa da imagem analisada permite assegurar que ela é um símbolo e refere algo.

Essas quatro características da estética são recuperadas por Goodman (1995b) em *Modos de Fazer Mundo*, incorporando um quinto e fundamental sintoma: a referência múltipla e complexa. Em certo sentido, isso constitui uma explicação de algo que foi mostrado como uma possível consequência dos sintomas anteriores, fundamentalmente dos três primeiros. A densidade sintática e semântica, e a saturação relativa promoveriam a configuração de um símbolo com várias funções referenciais interagindo permanentemente entre si.

Goodman usa o termo "referência" de maneira muito geral, englobando todos os tipos possíveis de simbolização nos quais o símbolo está no lugar de uma coisa, qualquer que seja a natureza dessa última. Dentro dessa caracterização geral, ele distingue diferentes tipos de referência, geralmente, característicos de diferentes funções simbólicas. A novidade aqui ocorre na medida em que alguns ou todos esses "modos" de referência podem coexistir e interagir simultaneamente na estética.

Além disso, a referência é múltipla em um sentido mais impreciso do que o da ambiguidade padrão, em que a denotação do termo pode ser "desambiguada" com muita precisão. Nesses casos, a multiplicidade da referência não parece esgotar as possibilidades que um sistema que inclui a variável de contexto poderia prever. A referência múltipla e complexa acontece quando existe uma multiplicidade de leituras. Isso supõe alguma relação com o sentido que Danto atribuiu à estrutura metafórica que todas as obras de arte possuem. Como a referência tem essas características de multiplicidade e complexidade, a possibilidade de configurar um significado preciso desaparece. Novamente, as qualidades que tenderiam a ocorrer esteticamente, agora segundo Goodman, tornariam impossível a constituição de uma única paráfrase.

Sobre a imagem aqui analisada pode-se dizer que existe uma multiplicidade de interpretações. Conforme Sudjic (1990) muitos críticos tentaram explicar a falta de familiaridade do trabalho de Kawakubo relacionando-o com a tradição do quimono, já outros apontaram precedentes das roupas de trabalho de agricultores e pescadores japoneses. Outros críticos interpretaram como uma declaração política e referiram-se ao estilo como “Hiroshima Chic”, outros, ainda, fizeram uma relação com a pobreza e a decadência. Essa multiplicidade de leituras é o que faz a arte extrapolar o próprio quando, em outras palavras, é o que faz voltarmos nosso olhar para a obra mesmo que tenha passado vários anos desde sua apresentação, nesse caso específico desde 1982.

Essa conceitualização das características estéticas como sintoma é interessante porque parece refletir, adequadamente, a heterogeneidade do fenômeno. A afirmação de Goodman não era tanto para fornecer uma definição, mas para descrever certas características que, geralmente, tendem a se apresentar em objetos que funcionam como arte ou na experiência estética, mas que não são de forma alguma necessárias ou suficientes: os sintomas são apenas pistas (GOODMAN, 1995b).

Salienta-se, também, que *Lace Sweater* faz parte da coleção *Holes*, executada e exibida ao público pela primeira vez em 1982. Vale citar novamente que “a exibição, a publicação e o show são instrumentos de implementação (*implementation*) e modos pelos quais a arte entra na cultura. A execução consiste em fazer uma obra, a implementação em fazê-la trabalhar” (RAMME, 2004, p. 131).

Além da criação *Lace Sweater*, do início da década de 1980, a pesquisa tem como foco examinar algumas peças da coleção primavera/verão de 1997 intitulada *Body Meets Dress, Dress Meets Body*. Como já relatado no Capítulo 1, enquanto a década de 1980 e o início da década de 1990 trouxeram a moda – luxo, que prezava por belas mulheres de corpos perfeitos, a fase seguinte elegeu a imagem oposta baseada em princípios de transgressão, estabelecendo a moda dos paradoxos, “o luxo passou a ser decadente, o perfeito foi substituído pelo imperfeito, palácios foram trocados por cenários deteriorados, a mulher estonteante saiu de cena para abrir espaço ao corpo adolescente, com pernas e braços longos e finos” (HOLZMEISTER, 2010, p. 15). A moda absorveu a energia do período transformando-a em imagem e usou como suporte o corpo.

Vale observar que Kawakubo recusa os aspectos eróticos da moda ocidental. Nas suas criações vestimentares, o Ocidente pode aprender a ler os corpos novamente: em vez da dialética

de ocultar e revelar e as convenções associadas da sexualidade, uma nova sensualidade surge na profundidade dos tecidos em camadas e das linhas em mudança. Livre das convenções eróticas ocidentais, a inteligência sensual das roupas de Kawakubo é ainda mais impressionante. Raramente, uma mudança intercultural de contexto liberou um poder tão estético tão repentinamente (VINKEN, 2013).

A estilista é contra a encenação erótica do corpo, ela empreende um corpo que não é exibido ao olhar, mas protegido, permitidas a inteireza e a mobilidade. Seu trabalho desconstrói a oposição ocidental “entre nudez e roupas e promove em seu lugar uma simbiose entre roupas e corpo. Essa moda é fortemente física. Ela não trata o corpo como um objeto a ser exibido, mas como algo íntimo. O que está em jogo não é a sublimação nem a ocultação do corpo, mas um novo modo de encarnação” (VINKEN, 2013, p. 35)

Um destaque para provocações entre moda e corpo pode ser visto na icônica coleção primavera/verão de 1997, *Body Meets Dress, Dress Meets Body*, apresentada em 1996. A coleção continha 57 looks¹⁰⁹. O desfile foi realizado no *Musée National des Arts d’Afrique et d’Océanie* em Paris, não existia música acompanhando as modelos enquanto elas, uma de cada vez, andavam pela pequena pista branca. O objetivo era fazer com que o público se concentrasse apenas na experiência que as novas silhuetas pudessem proporcionar (ENGLISH, 2011). As modelos, ao adentrar a passarela possuíam cabelos presos com grampos, fios dispersos pelo topo da cabeça, olhares firmes e penetrantes, ainda mais vibrante pela maquiagem avermelhada. Sem muitos adereços, o foco era voltado para as peças apresentadas. Pela passarela, desfilava uma silhueta de volumes dispersos e assimétricos.

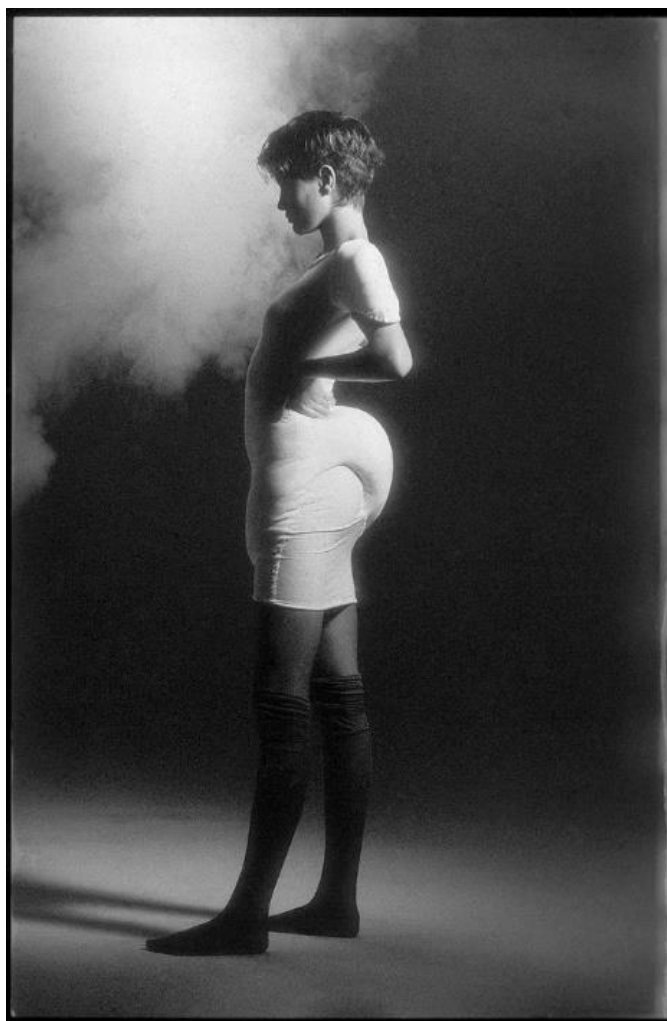
No release do desfile, Rei Kawakubo escreveu “Não ao que já foi feito, não ao que já foi repetido; em seu lugar, novos descobrimentos que olham ao futuro, que são livres e dinâmicos”. (FUKAI, 2002, p. 658). A redação do release vem de encontro com uma declaração feita em 2015 por Adrian Joffe. O CEO da *Comme des Garçons* e cônjuge de Kawakubo afirmou que, a coleção primavera/verão de 1997 foi inspirada “pela raiva de Rei ao ver uma vitrine da Gap cheia de roupas pretas banais” (BOLTON, 2017, p. 132). É entendível que Kawakubo, com seu espírito de

¹⁰⁹ As imagens da coleção podem ser acessadas no site: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons>.

subversão, criasse uma coleção com propósito de “repensar radicalmente o corpo vestido” (BOLTON, 2017, p. 11).

Essa coleção, que apresentou roupas que inventavam outros corpos para as modelos, por meio dos enchimentos localizados em lugares inesperados, teve abundantes referências a tumores e corcundas em suas resenhas, que os críticos batizaram de *Lumps and Bumps* (Protuberâncias e Inchaços), um apelido que não apenas sugere um corpo doente, deformado e monstruoso, mas também alude à coleção de 1986, *Hump e Bump* (Figura 34), da designer britânica Georgina Godley (1955-) (BOLTON, 2017).

Figura 34 – Georgina Godley, Roupa de baixo para coleção “*Lump e Bump*” outono/inverno 1986. Fotografia de Cindy Palmano



Fonte: MOMU, 2016.

Georgina criou sua coleção em 1986, usando roupas de baixo acolchoadas inspiradas em um estudo de bonecos de fertilidade africanos. Ela celebra a feminilidade sem transformar o corpo feminino em um objeto simétrico e passivo. Seu uso de preenchimento para criar solavancos em zonas inesperadas poderia ser visto como uma resposta feminista à tradição, predominantemente, masculina (CULTURE NOW, 2016). Alguns estilistas usaram essa temática, muitas vezes, exagerando em algumas formas, como por exemplo a própria Georgina ou também Vivienne Westwood. Contudo, a grande diferença da coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body* é que, pela primeira vez, esses enchimentos estavam se movendo por todo o corpo e indo para todos os lugares ‘errados’ (FUKAI et al., 2013).

Segundo Bolton (2017), morfológicamente, a coleção de Kawakubo de 1997 (Figura 35) desfoca os limites não apenas entre corpo e vestuário, mas, mais significativamente, entre sujeito e objeto, que a designer apresenta como termos mutuamente inclusivos (e não exclusivos). Corroborando com essa afirmação Evans compreende que as propostas construídas pela estilista viabilizam uma recomposição de corpos, segundo a autora: “Nestas fabulosas criaturas os limites entre corpo e veste foram borrados, e sujeito e objeto, ou o eu e o outro, não foram mais posicionados como termos excluídos mutuamente” (EVANS, 2007, p. 269). Kawakubo possibilitou que a relação entre o corpo e a segunda pele se transformasse em um elemento reformulador do corpo entre a realidade imposta e a sonhada.

A coleção de Kawakubo, que traz o conceito de corpos híbridos, apresentava roupas com pedaços de acolchoamento posicionados em lugares desfavoráveis, propondo um repensar radical do corpo vestido com roupas de penas de ganso em nylon de uretano elástico em uma variedade de cores e padrões, incluindo tecido estampado de algodão, jersey e até sedas transparentes coloridas que revelavam e escondiam os corpos dos modelos. A maioria dos acolchoados é organizada assimetricamente, criando inchaços como por exemplo, nas costas, pescoço, tórax, ombros, quadris, cintura, estômago. Esses enchimentos eram removíveis e podiam ser posicionados em diversos lugares, se moviam pelo corpo à medida que esse se movimentava, apresentando uma ilusão de deformidade, refutando a linguagem tradicional do corpo da moda: cintura pequena, quadris esbeltos, nádegas empinadas, barriga lisa e reta, seios pequenos e altos (BOLTON, 2017).

Figura 35 – Algumas peças da coleção primavera/verão de 1997, *Body Meets Dress, Dress Meets Body* expostas na Exposição *Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between* no *The Metropolitan Museum of Art* em 2017



Fonte: The New York Times, 2017.

Kawakubo falou sobre a coleção e afirmou que:

Depois de pesquisar e pensar por novas ideias, pouco antes do tempo acabar, percebi que as roupas poderiam ser o corpo e o corpo poderiam ser as roupas.... Essa era uma ideia para possíveis roupas novas. Comecei então a projetar o corpo. Eu não esperava que fossem roupas fáceis de serem usadas todos os dias, mas as roupas da *Comme des Garçons* deveriam ser sempre novas para o mundo e inspiradoras. É mais importante, penso eu, traduzir pensamento em ação do que se preocupar se as roupas de alguém são usadas no final. É provavelmente por isso que a coleção estimulou fortes sentimentos em muitas pessoas (apud SHIMIZU, 2005, p. 64).

Diante da declaração de Kawakubo, afirma-se que as peças resultantes apresentaram uma mistura de temas visuais. O corpo foi distorcido e moldado pelas próprias roupas, em vez de as roupas serem escravizadas pelo corpo. Não é novo o uso de enchimentos nas roupas para modificar a forma do corpo; há muito tempo se usam artifícios para aumentar quadris e busto, diminuir cintura, etc. Pode-se citar, por exemplo, o uso de ombreira por homens para se chegar no

ideal erótico de ombros largos e quadris estreitos, enquanto para se chegar ao visual ampulheta de uma mulher era necessário o uso de aprimoramentos artificiais semelhantes como sutiãs e *corsets*. No século XVIII, armações de quadril chamadas *paniers* faziam saias tão largas que era quase impossível passar por uma porta. No século XX, esses truques não eram mais exibidos como “artificiais, mas naturalizados, tornados ‘reais à sensação’, como anunciaria a loja de lingerie de Frederick em Hollywood. Mas, ao longo da história, qualquer parte do corpo que foi enfatizada e se essa ênfase foi feita para parecer real ou artificial, o corpo permaneceu estritamente simétrico”. (VINKEN, 2013, p. 27).

A coleção de 1997 pode ser entendida como uma resposta à década de 1980 e, particularmente, à imagem do corpo saudável e esculpido que foi promovido durante todo esse período, pois esse momento se voltou, cada vez mais, para a versão tonificada e exercitada dos corpos. Pode-se inferir que a moda experimental dos anos 1990 foi, parcialmente, desenvolvida como uma crítica e uma negação da linguagem da moda dos anos 1980. A década de 1980 foi testemunha da popularização de muitas outras técnicas de modificação corporal, principalmente a cirurgia plástica, que foi, fortemente, utilizada para a realização da silhueta ideal daquele período (GRANATA, 2010).

O que situa a coleção de Kawakubo de forma mais direta e, possivelmente, constrói um diálogo com a década anterior é a sua ampla utilização de preenchimentos para alcançar uma silhueta deformada. Nos anos 1980, as ombreiras superdimensionadas foram importantes para a obtenção da forma corporal almejada no período. Vale ressaltar que, nesse momento, as diferenças entre as linguagens da moda masculina e feminina haviam diminuído consideravelmente, o que foi, também, reflexo do posicionamento da mulher no mundo do trabalho. Uma consequência dessa construção social na moda foi o extenso uso de ombreiras por mulheres. Tendo sua identidade masculinizada apropriada, os homens não “ficaram para trás”, também adotaram ombros mais acentuados, com objetivo de se posicionar à frente das mulheres e, cada vez mais, a moda tendia ao aspecto de androginia (BRAGA, 2007). Conforme Frisa e Tonchi (2004), os anos de 1980 introduziram roupas que construía e modelavam o corpo. Os preenchimentos construía ombros, mas, também, concediam um toque imponente e autoritário para a figura feminina.

Kawakubo utiliza os mesmos meios para um fim bem diferente, baseando-se em uma instância clássica de subversão. Enquanto os preenchimentos da década de 1980 produziram corpos femininos fortes e masculinizados, os acolchoamentos, de almofadas de penas, da coleção *Body*

Meets Dress, Dress Meets Body de 1997 criam corpos vulneráveis e de formas estranhas, com regiões salientes.

A coleção mostrou uma paleta de cores ampla e vibrantes como verde, laranja, vermelho e estampa xadrez, que contrastaram com uma cartela pastel. As peças apresentadas na coleção mostraram cores vibrantes. A coleção era composta de vestidos sem mangas e de mangas compridas, além de camisas, blusas texturizadas, saias e blusas com transparência, em tecido de nylon elástico. Uma parte do tecido utilizado era de guingão¹¹⁰ (Figura 36), que é, tradicionalmente, usado para roupas casuais e traz uma relação com atividades do lar, já que é, regularmente, usado para confeccionar toalhas de mesa e aventais.

O look da imagem mostra a parte superior e a saia em xadrez estampado de náilon/poliuretano, com almofadas. Observa-se como a elasticidade empregada no material da peça, permitiu que essa fosse preenchida com o intuito de desconstruir a harmonia anatômica. Os enchimentos utilizados, além de exagerar as formas corporais, também conseguem deformá-las. O trabalho de Kawakubo nessa coleção mostra uma relação íntima entre corpo e roupa, frisando que o corpo possui a possibilidade de se modificar fisicamente conforme a segunda pele vestida.

Evans (2007) observa que as lojas *Comme des Garçons* de Nova Iorque utilizavam o termo *tumor pieces* (peças tumor) para designar as peças dessa coleção. Esse fato apoiou a percepção da proposta de Kawakubo de trabalhar com um corpo enfermo. Remete-se aqui a corpos deformados, real ou simbolicamente, estimulados por diversos fatores socioculturais, cuja origem se perdeu nos tempos. Infere-se que, ao criar as protuberâncias corporais, a estilista propôs dispositivos capazes de modificar a percepção corporal, reforçando o engajamento do sujeito no processo criativo.

¹¹⁰ Tecido de algodão, fino e brilhante.

Figura 36 – Peça em guingão da coleção de primavera/verão 1997 “*Body Meets Dress, Dress Meets Body*” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: Vogue, 1997.

Outras peças da coleção foram feitas em um tecido leve translúcido e com padrões coloridos (Figura 37). Algumas eram acompanhadas por nylon transparente e combinavam sua cor com os dos vestidos com os quais estavam emparelhados.

Figura 37 – Peça acolchoada colorida da coleção de primavera/verão 1997 “Body Meets Dress, Dress Meets Body” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: Vogue, 1997.

As almofadas foram costuradas nos deslizamentos, mas eram facilmente removíveis, a fim de simplificar processos de limpeza. O uso do acolchoamento deu um aspecto vulnerável e amolecido ao corpo feminino. Cathy Horyn escreveu para o *New York Times* que Rei Kawakubo, ao apresentar coleção *Dress Meets Body Meets Dress*, em 1996, foi alvo de críticas ao ser considerada "anti-mulher", entretanto, por meio de um olhar mais apurado, a jornalista e crítica de moda norte-americana observou que a silhueta desenvolvida pela estilista “revelou que ela provavelmente era neutra em relação ao gênero e, em vez disso, tinha feito algo com um significado

mais profundo: ela recriou uma realidade do final do século XX – que é a do indivíduo aparentemente unido a seus fardos, como uma mochila” (HORYN, 2012, p.01).

Para Bonnie English (2012, p.72), “parece que Kawakubo vê essas distorções como um exemplo do real e não do natural”. Kawakubo declarou em 1997 que: “Eu quero repensar o corpo, então o corpo e o vestido se tornam um” (apud BOLTON, 2017, p.130). Dessa forma, English (2012) esclarece que isso está de acordo com a prática pós-moderna, em que a autocrítica e a autorreflexão desafiam normas aceitas da vida e da sociedade. Segundo Evans (1999), a coleção de 1997 de Rei Kawakubo usou enchimentos em vestidos para transformar o corpo pós-industrial em novas formas, produzindo uma série de especulações poéticas sobre o tema da incorporação na era moderna.

Para Yim (2013), Kawakubo deformou, transformou e expandiu o corpo sem associação com quaisquer outras figuras existentes, enfatizando formas escultóricas ou arquitetônicas de roupas. A estilista sugere uma extensa linguagem visual do vestuário, desafiando as normas de beleza estabelecidas. Para o autor, a coleção de Kawakubo colapsa a estética orientada para o padronização Ocidental por meio da desconstrução e reconstrução do vestuário baseadas em assimetria, incompletude, fragmentação, sobreposição, além de desafiar os conceitos convencionais de restrição e idealização do corpo, fazendo uso de distorção e deformação, obscurecendo a fronteira entre vestuário e corpo. Ele afirma que Kawakubo destruiu a lógica da representação do corpo na moda por meio de desmontagem, distorção e transformação do corpo no sistema de expressão, e, ainda, corroborando com a afirmação de Steele, Yim observa que a estilista apresentou a humanidade que foi alienada de acordo com a industrialização, e descartou a ilusão da racionalidade do ser humano e da racionalidade da consciência ocidental, respectivamente. A silhueta feminina da coleção é explorada de uma perspectiva não convencional, rompendo paradigmas estéticos e questionando o fetiche erotizado do corpo. Pode-se observar na Figura 38 como o pescoço e os braços permaneceram imobilizados, presos ao torso em um só volume.

Figura 38 – Peça acolchoada vermelha da coleção de primavera/verão 1997 “*Body Meets Dress, Dress Meets Body*” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: Vogue, 1997.

Grand (2000, p. 13) afirma que “o belo não se encontra necessariamente ao lado do bonito”. Nesse relato, a autora faz menção à revolucionária linguagem das formas de Kawakubo. Para Bolton (2017, p.14), as silhuetas enigmáticas da coleção “oscilam entre o bonitinho e o bizarro, o doce e o macabro, o belo e o grotesco”. Eco (2007), em seu livro *História da Feiúra*, evidencia que os conceitos do que é belo ou feio são relativos aos vários períodos históricos ou a várias culturas, entretanto afirmar que “belo e feio são relativos aos tempos e às culturas” não quer dizer que não se tentou, ao decorrer da história, “vê-los como padrões definidos em relação a um modelo estável” (ECO, 2007, p. 15). Ou seja, a beleza e a feiura são determinadas em referência a um modelo dado como específico, e a noção de espécie pode se estender dos homens a todas as entidades. Como exemplo, Eco (2007) cita Platão, para quem uma panela poderia ser bela caso construída segundo as justas regras artesanais. Platão, que influenciou as noções de beleza durante séculos, postulou a

beleza como harmonia e proporção das partes e a beleza como esplendor. Outro exemplo dado por Eco diz respeito a Tomás de Aquino, “para quem o belo é dado, além de uma correta proporção e da luminosidade ou clareza, pela integridade e, portanto, uma coisa deve exibir todas as características que a sua forma deve impor à matéria” (ECO, 2007, p.15). Assim, o feio não era apenas aquilo que fosse desproporcional, mas, também, era considerado feio os que possuíssem a falta de um membro, como por exemplo um olho, ou ainda os que tinham três olhos, porque um defeito de integridade também pode ser relacionado ao excesso.

Eco afirma que o feio, que pode ter inúmeras facetas como o “feio na natureza, feio espiritual, o feio na arte, a ausência de forma, a assimetria, a desarmonia, o desfiguramento e a deformação, as várias formas de repugnante”, não pode simplesmente ser considerado o oposto do belo, compreendido “como harmonia, proporção ou integridade” (ECO, 2007, p. 16). O autor propõe a diferenciação entre o feio em si, que poderia ser “um excremento, uma carcaça em decomposição, um ser coberto de chagas emanando um cheiro nauseabundo”, do feio formal, entendido pelo “desequilíbrio na relação orgânica entre as partes de um todo” (p.17).

Diante dessa explanação, pode-se construir uma relação do feio formal com a coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body* da marca *Comme des Garçons*, pois, possivelmente, o que nos perturba são as protuberâncias e a deformação que foge da concepção tradicional de corpo. A dita feiura não envolve o espectador passionalmente, mas, diante do exagero e incoerência do todo (o corpo) nos sentimos autorizados a relatar que aquela obra é feia. Dessa forma, uma “coisa é reagir passionalmente ao nojo provocado por um inseto pegajoso ou uma fruta apodrecida, outra é dizer que uma pessoa é desproporcional”, ou, nesse caso específico, que a coleção é desproporcional (ECO, 2007, p. 19). Salienta-se, ainda, que o feio artístico é considerado um feio formal.

Eco lembra que “quase todas as teorias estéticas, pelo menos da Grécia aos nossos dias, têm reconhecido que qualquer forma de feiura pode ser redimida por uma representação artística fiel e eficaz”. (ECO, 2007, p. 20). O feio pode permanecer feio, mas ganha um sentido de beleza emanada do artista, ou seja, convencionou-se que, por meio da arte, mesmo o feio repugnante torna-se aceitável ao ser exprimido de maneira bela.

Ressalta-se que, ao olhar-se, dentro de uma vertente ocidental, para as roupas de Kawakubo, essas parecem anti-naturais, feias, ou grotescas, pois não seguem as convenções ocidentais de beleza, entretanto, isso também explicita em que medida nossa maneira de ver é

regulamentada por essas convenções, basta admitir que poderiam ser percebidas de modo diferente (SVENDSEN, 2010).

Ainda sobre a beleza, é importante discutir o belo, ou melhor, a rejeição do belo no século XX a partir da década de 1960. Nesse período, pós-Segunda Guerra mundial, a beleza parece ter desaparecido das ambições artísticas e mesmo da filosofia da arte. Danto (2004, p. 25), em seu texto *Kalliphobia in Contemporary Art*, observa que, na maioria dos contextos da vida humana, falava-se da promessa e não da ameaça da beleza. O antônimo de *kalliphobia* é a *kalliphilia*, esse termo pode ser pensado como a “condição estética padrão para os seres humanos, conectada com fortuna e felicidade, vida no seu melhor e um mundo no qual vale a pena viver” (DANTO, 2004, p. 25). Danto (2004) observa que a beleza, desde os tempos do Renascimento, foi assumida como o ponto e o objetivo das artes visuais, entretanto, no século XX, sobretudo na arte contemporânea, o belo se tornou artisticamente contra indicado a ponto de gerar uma certa fobia.

O termo *kalliphobia* (aversão/fobia ao belo) pertence à síndrome definidora daquilo que Danto (2015a) designou, em seu livro *O abuso da beleza*, como a Vanguarda Intratável. Essa consistiu na primeira instância de membros do movimento Dada, em Zurique, na época da Primeira Guerra Mundial, que decidiu eliminar a beleza, mostrando um “desprezo por uma sociedade responsável por uma guerra na qual milhões de jovens matavam uns aos outros. Foi uma espécie de greve em que, em vez de criar beleza, artistas se envolveram em várias formas de bufonaria de cabaré. A beleza tornou-se politizada através da banalização flagrante” (DANTO, 2004, p. 25). Ou seja, para tais artistas, que testemunharam os horrores da guerra, associar as artes à beleza e ao bom gosto, à moral e à piedade demonstrava um forte cinismo em relação às atrocidades produzidas pela sociedade.

No livro *O abuso da Beleza*, Danto (2004) aborda o papel da beleza e da estética na arte contemporânea. O autor intitulou seu livro com base em uma linha no poema de Arthur Rimbaud de 1873, *A Season in Hell* em que está escrito: “Um dia eu sentei a Beleza em meus joelhos, achei-a amarga e abusei dela”. Danto relata que tinha sentido que isso “expressava exatamente a atitude dos últimos artistas do Dada. Eles acharam a beleza amarga porque estavam amargurados por uma sociedade que venerava a beleza. Ao desencadear uma guerra terrível, abusou da justiça. Em retribuição simbólica, os artistas abusaram da beleza” (DANTO, 2004, p. 25). Dessa forma, em vez de apresentar uma visão enobrecedora, a arte tornou-se um meio de mostrar a fealdade moral da sociedade que os colocara no inferno.

Dessa forma, para Danto algo pode ser arte sem ser belo. A beleza seria apenas um predicado das obras de arte que não pertence ao conceito do objeto artístico, pois nem toda obra de arte é bela. Corroborando tal ideia, Danto (2015a, p. 50) cita Greenberg que diz que “toda arte profundamente original é inicialmente percebida como feia”, além de citar o crítico de arte norte americano, o autor traz a percepção de John Cage que afirma que “a mais alta responsabilidade do artista é esconder a beleza” (p. 50) Seguindo esse caminho, pode-se reconhecer na arte contemporânea o advento de uma arte vinculada ao feio, à repulsa, à aversão e à abjeção.

Concomitantemente aos movimentos artísticos da década de 1960, belezas menos convencionais começam a aflorar na moda. Chegando à década de 1990, como já mencionado, as passarelas e imagens de moda pautam-se na transgressão, a beleza cede lugar para o submundo e a exclusão. “O belo confundiu-se com o feio e as imagens de moda, ao mesmo tempo que encantavam, causavam repulsa. Foi um tempo de contrapontos, de sentimentos divergentes que se confundiam” (HOLZMEISTER, 2010, p.118).

E a coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body* da marca *Comme des Garçons*, chamada por Richard Martin da “beleza perturbadora” (apud RHODES, 2010, p. 85) é especialmente importante para qualquer investigação da “beleza e a feiura” devido, em grande parte, à proposta de distorção e metamorfose corpórea. Para Granata (2010), em seu estudo sobre o grotesco na moda, o uso do preenchimento por Kawakubo na coleção de 1997 confere um aspecto vulnerável ao corpo feminino. Em sua abundância de formas orgânicas, a coleção de Kawakubo pode ser lida como abertamente feminina, particularmente em sua referência ao corpo materno (Figura 39). Essa referência foi observada por Hilton Als na revista *Artforum* de dezembro de 1996:

A primeira roupa exibia uma mulher de saia branca, a bainha presa em um monte logo abaixo dos joelhos. Ela também usava meias brancas, sapatos baixos brancos e uma blusa branca transparente com mangas com nervuras brancas. As vagens, também brancas, estavam presas às costas dela, sob a parte superior de nylon, poliuretano e tule; os seios (vista frontal) correspondiam às formas da vagem. Mais adiante, outra garota: poliéster de cor arco-íris, poliuretano, e parte superior elástica e organdi, uma ligeira abertura no peito e um ombro direito de proporções semelhantes ao Quasimodo, um ombro recheado de vagens. (A beleza do tecido confunde ainda mais os clientes em potencial. É difícil não gostar. De qualquer forma, é difícil não achar a imaginação de Kawakubo atraente, uma vez que é um tanto desagradável). Ainda outra garota ostentava uma vagem colocada diretamente no estômago dela; quando ficou de perfil, parecia ter sido derrotada pela gravidez ou simplesmente desinteressada pelo efeito que sua gravidez cosmética teve sobre nós (ALS, 1996, p. 21).

Essa citação é especialmente reveladora, pois não só demonstra as referências maternas, mas, também, revela, talvez inadvertidamente, o discurso misógino que envolve grande parte da moda ocidental e da sociedade ocidental em geral, como é evidente na escolha de redação de Als. “A modelo não está simplesmente grávida; ao contrário, ela é derrotada pela gravidez. Por outro lado, está implícito que o público fica inquieto ao receber um corpo feminino grávido, embora cosmeticamente alcançado, dentro de um bastião da alta moda, como as passarelas de Paris”. (GRANATA, 2010, p. 102).

Figura 39 – Peça acolchoada guingão azul da coleção de primavera/verão 1997 “*Body Meets Dress, Dress Meets Body*” da marca *Comme des Garçons*



Fonte: Vogue, 1997.

Para Granata (2010), a coleção se propôs a explorar e “questionar os pressupostos da beleza feminina e as noções sobre o que é sexualmente atraente e o que é grotesco no vocabulário ocidental” (p. 102). A coleção de Kawakubo manifesta a relação entre o corpo grávido, o corpo feminino e o corpo deficiente – três tipos de corpos que se desviam da norma – um constructo que, como demonstram vários teóricos, é, profundamente, marcado por

gênero e raça. Essa exploração, no entanto, nem sempre foi bem recebida ou, facilmente, digerida pelo *establishment* da moda. Alguns da imprensa elogiaram a coleção de Kawakubo (particularmente a imprensa de arte e os jornalistas), mas a coleção não foi incondicionalmente adotada pelos glossários da moda. Tanto a revista “Vogue como a Elle fizeram uma crítica indireta ao trabalho da designer japonesa fotografando a coleção com as almofadas removidas, uma prática que foi adotada por vários clientes aventureiros de Comme des Garçons” (GRANATA, 2010, p. 102). Essa resistência traz mais uma prova para o fato de que o designer tinha aproveitado o que foi, talvez, um dos poucos tabus remanescentes no design de moda do período.

É fato que Kawakubo, desde sempre, causou algum espanto e consternação ao trazer um desafio à silhueta ocidental, como já citado, as roupas de sua primeira coleção em Paris foram interpretadas como um ataque direto às ideias ocidentais de beleza feminina. O tema da assimetria foi introduzido em alguns dos primeiros trabalhos de Kawakubo. O interesse da estilista pelo grotesco e suas explorações de diferentes padrões de beleza, talvez, sejam mais evidentes ao confiar à artista americana Cindy Sherman a criação de imagens que acompanham suas coleções de primavera/verão de 1994 e outono de 1994-1995.

A exploração de convenções de gênero da designer, que caracterizou sua coleção de 1997, esteve presente durante todo o seu trabalho em 1980 e foi muito explícita em sua coleção de primavera/verão de 1995 intitulada *Transcending Gender*. A coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body* estava totalmente de acordo com a obra de Kawakubo e com o trabalho que ela produziu durante os anos 1980 e 1990. Rebecca Arnold (2001) escreve:

“Kawakubo quer explodir os argumentos que cercam o tamanho da carne”. Junto com um número de artistas visuais, ela “tenta usar a cirurgia plástica como mensagem de que os limites de nossos corpos não são mais fixados de maneira libertadora e usa seu trabalho para ir para o espaço negativo, para abraçar a diversidade e não a homogeneidade da carne” (p. 94-95, grifos do original).

Esse comentário é particularmente significativo, pois começa a abordar um certo ponto de vista “ético”, que pode ser visto como intrínseco ao trabalho de Kawakubo. Pode-se interpretar que a coleção, na medida em que representa e torna visível os espaços onde os corpos ultrapassam suas fronteiras e encontram outros corpos, oferece novos conceitos de subjetividades, ou seja, pode-se pensar em corpos sem fronteiras, que ultrapassam seus limites. Dessa maneira, pode-se afirmar que “as roupas de Kawakubo permitem um remapeamento e

reavaliação do eu e da relação entre o eu e o outro: por uma nova concepção de identidade e diferença" (GRANATA, 2017, p. 113). Em outras palavras, o trabalho de Kawakubo corrobora a noção de sujeito em um estado contínuo de mudança, que está sempre no processo de "tornar-se" ao invés de simplesmente em um estado de "ser".

Body Meets Dress, Dress Meets Body foi, e continua a ser, uma das coleções mais desafiadoras e provocativas de Kawakubo. Ainda para demonstrar o desafio que contém essa obra, há uma passagem que aconteceu com a jornalista Susannah Frankel que conseguiu status de folclore da moda. Segundo Bolton (2017, p. 13), a jornalista, que na época era editora de moda do jornal britânico *The Guardian*, entrevistou pela primeira vez Kawakubo em 1996 e, nessa entrevista, pediu para a *designer* explicar a coleção *Body Meets Dress – Dress Meets Body*. A descrição de Frankel da resposta de Kawakubo foi um tanto perturbadora e enigmática: "Ela sentou-se em silêncio, desenhou um círculo em tinta preta num pedaço de papel branco e depois desapareceu". Infere-se que a resposta não verbal da estilista demonstrou sua intenção sobre o caráter subjetivo da coleção, bem como seu incentivo para a imaginação. Bolton supõe, que possivelmente, Kawakubo, "por meio do símbolo de um círculo, conhecido como *ensō* no Zen Budismo e representante da iluminação, estava expressando o significado essencial não apenas do *Body Meets Dress – Dress Meets Body*, mas de todas as coleções: o vazio" (BOLTON, 2017, p. 13).

Não podemos deixar de notar que inúmeras poderão ser as interpretações sobre a emblemática coleção *Body Meets Dress – Dress Meets Body*. Pode-se afirmar que a coleção foi uma forte sacudida no pensamento contemporâneo sobre a natureza da beleza física e da feminilidade. O visual que Kawakubo criou para o desfile ficou ainda mais conhecido fora do circuito da moda, pois, a partir dessa coleção, a *designer* confeccionou o figurino da coreografia *Scenario* (Figura 40) do coreógrafo Merce Cunningham, famoso por pronunciar a independência da dança da música. Conforme declarado no comunicado de imprensa da mostra, a coleção expressava "Não o que foi visto antes, não o que foi repetido; em vez disso, novas descobertas que visam o futuro, que são liberadas e vivas" (FUKAI, 2013, p. 164).

Figura 40 – Merce Cunningham *Dance Company*, *Scenario*, 1997



Fonte: Creatures of Comfort, 2014.

A performance, intitulada *Scenario* estreou em outubro de 1997 na Academia de Música do Brooklyn, onde os movimentos dos dançarinos aconteciam contra um palco totalmente branco, com iluminação fluorescente à música repetitiva contemplativa de Takehisa Kosugi, diretora musical da empresa. Salienta-se que, Kawakubo, juntamente com os designers Takao Kawasaki e Masao Nihei, também foi responsável pelos conceitos de cenário e iluminação do *Scenario* (CARPENTER, 2012).

As roupas de Kawakubo, que brincam com a ideia de distorções físicas, apresentam listras azuis verticais principalmente no branco, ou em padrões de verde pálido e xadrez branco, além de peças vermelhas e pretas. Durante grande parte da dança, cinco ou seis dançarinos se revezam e posam, cada um em seu próprio espaço, com uma corrida de dançarinos adicionais para o palco no final da apresentação (SCENARIO, 1997). A coreografia é composta basicamente de três movimentos pontuados pela mudança do padrão e da cor das roupas, de azul e verde listrado, para todas pretas e, finalmente, todas vermelhas, enquanto a estrutura do preenchimento permanece a mesma.

A maneira como as roupas de Kawakubo foram ativadas pelo corpo dos dançarinos em movimentos permitiu a criação de formações corporais novas e inesperadas. Segundo Granata (2010), um momento marcante da peça de 45 minutos ocorre próximo da metade dessa, quando uma dançarina entra no palco sustentada por outras dançarinas, completamente envolta em um vestido vermelho tipo casulo. “Enquanto ela é movida pelos outros dançarinos, ela permanece móvel, esse ato sugeriu os processos de nascimento e transformações corporais, se assemelhando a uma crisálida prestes a se desfazer, uma metáfora adequada para a noção de um sujeito que está sempre no ato de ‘se tornar’” (GRANATA, 2010, p. 120).

À medida que a dança avançava, o desconhecimento dos movimentos dos dançarinos, aprimorado ainda mais pelas roupas de Rei Kawakubo, tornava a experiência visual cada vez mais fascinante e desorientadora. Segundo Fukai et al. (2013) é aqui, na colaboração entre Kawakubo e Cunningham que se pode detectar o "ma" (espaço vazio cheio e amplo de possibilidade), ou, em outras palavras, a resposta a novas perguntas sobre a relação entre a roupa e o corpo humano.

O trabalho, produzido pela parceria entre Kawakubo e Cunningham, de rompimento das fronteiras entre arte e moda e a possível emulsão entre essas áreas, não apenas mudou o vocabulário no território de cada uma delas, mas, também, estimulou novas maneiras de entender o corpo e a beleza.

Voltando especificamente para as peças da coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body*, se analisar-se a coleção pelo viés da filosofia analítica de Goodman, provavelmente, encontrar-se-iam todos os sintomas nessa obra. Como analisado no “*Lace Sweater*”, pode-se afirmar que a Figura 38 (peça vermelha do desfile) é uma representação pictórica, ou seja, a imagem funciona simbolicamente de modo denso, tanto no nível sintático como no nível semântico. Exige continuamente a atenção em identificar figuras e em reconhecer os referentes a que se aplicam:

algumas configurações podem denotar “inchaços” ou “protuberâncias” do corpo, ou, ainda, deformações, doenças e, até mesmo, fazer alusão ao corpo grávido; a cor vermelha, considerada emocionalmente intensa, pode denotar na cultura ocidental: perigo, alerta, excitação ou paixão; o excesso de tecido pode denotar a textura construída na peça. A seleção de configurações, tons, texturas, cor, formas resultam da capacidade em discernir certas marcas como caracteres em um esquema sintaticamente denso, pois é uma operação que não se esgota, existindo sempre alternativas que possam ser privilegiadas.

Já, em um esquema semântico, nada assevera com absoluta certeza e determinação que essa imagem se aplica a um “corpo doente”, ou “corpo deformado”, ou “corpo grávido”, ou ainda a uma “nova estética”, ou a “deformações assumidas como próteses estéticas temporárias”. Especificar a imagem torna-se uma operação ilimitada; a ambiguidade é sempre possível na interpretação, gerando um continuum semântico que não permite a relação individual entre caractere e referência. Na imagem analisada, nenhuma marca pode ser isolada como única e distinta, de modo que possa ser feita uma única leitura.

Além dos dois primeiros sintomas, a imagem da coleção de 1997 (Figura 38 – peça vermelha) contém o terceiro sintoma que é a saturação relativa, nesse sintoma todos os elementos constituintes da imagem adquirem relevância em termos de sua função simbólica. As variações de suas volumetrias acopladas ao corpo, sua cor, seu tamanho, volume e textura fazem diferença e requerem atenção em aspectos comparativos determinantes para sua interpretação. Infere-se, por exemplo, que a cor vermelha usada para a obra pode ser um marcador que “suga” o olhar. Nesse quesito poderia supor-se que o vermelho usado na imagem remete a uma intertextualidade com a obra “Quarto em Arles” de Vincent van Gogh, pintura em que o artista usou a cor arbitrariamente. O vermelho vivo da coberta na cama anima e eleva o clima do quadro. Goodman (2006) relata que em contextos estéticos qualquer propriedade pictórica de uma imagem pode ser relevante, tornando-se uma característica constituinte. Assim, qualquer diferença, por mais imperceptível que seja, pode fazer a diferença na imagem, como por exemplo, se a peça tivesse outra cor a interpretação poderia ser diferente.

Outro sintoma que a imagem (Figura 38) contém é o da exemplificação. A imagem pode ser vista como uma amostra, por exemplo, da cor vermelha; ou, ainda, pode exemplificar as texturas do tecido; como também a assimetria e o volume das formas; como pode exemplificar, ainda, o corpo modificado: doente, deficiente, grávido; pode, também, exemplificar o desfile performance;

pode ser a amostra da quebra de padrões tradicionais do corpo e da moda da década de 1990, ou, ainda, pode ser considerada uma amostra do grotesco versus o belo. A obra pode ser amostra de várias características. A função exemplificativa da imagem analisada permite assegurar que ela é um símbolo e refere algo.

O quinto sintoma que é a referência múltipla e complexa, também pode ser encontrado na imagem, pois, a coleção *Body Meets Dress – Dress Meets Body*, como mostrado anteriormente, possui uma multiplicidade de leituras. Além disso, o próprio ato de Kawakubo de desenhar um círculo em tinta preta num pedaço de papel branco para explicar a coleção denota a possibilidade de inúmeras referências para sua interpretação.

Constata-se que a coleção possui os cinco sintomas do estético desenvolvidas por Goodman, além disso nota-se que ela foi executada e exibida ao público, ou seja, foi executada e implementada.

Dessa forma, pode-se inferir que as obras de Rei Kawakubo, aqui analisadas, tanto do início da década de 1980 quanto ao final da década de 1990, possuem os sintomas do estético proposto por Goodman. Contudo, é importante ressaltar, ainda, que existe a diferenciação entre um objeto que funciona como obra de arte e um que é uma obra de arte. É importante essa distinção entre funcionar e ser uma obra de arte: um objeto funciona esteticamente quando exhibe todos ou alguns dos sintomas, mas, quando esse é o seu funcionamento normal e estável, diz-se que é uma obra de arte.

O que é interessante questionar é quando é que um objeto está a funcionar esteticamente. É o que se passa no caso dos *ready mades*. Imagine-se que um pedaço de madeira é encontrado à beira-mar por um artista e levado para uma galeria de arte onde é exibido em sua exposição, com um determinado título qualquer. Quando termina a exposição o pedaço de madeira é devolvido à praia onde fora encontrado. Enquanto esteve na galeria esse objeto funcionou como objeto estético, mas abandonado na areia perdeu esse funcionamento especial. Em resumo, o funcionamento estético desse objeto foi transitório e efêmero. Mas, se, por hipótese, tivesse sido adquirido por um museu ou um colecionador, tal objeto continuaria a funcionar esteticamente. É o que se passa com o famoso urinol de Duchamp, conhecido como A Fonte.

Como explanado no início da pesquisa, grande parte da produção da marca de Rei Kawakubo se tornou alvo do interesse de mostras e exposições ao redor do mundo. *A Comme des Garçons* e sua criadora são um dos principais exemplos de como a moda habita um espaço antes

destinado à arte, deslocando a roupa da passarela para o museu. A peça *Lace Sweater* foi exposta, por exemplo, no *Victoria and Albert Museum*, como também a coleção *Body Meets Dress – Dress Meets Body* foi exibida na exposição de arte intitulada *Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between* no *Metropolitan Museum of Art* (THE MET) em 2017.

Goodman afirma que, se for observado os cinco sintomas do estético em um objeto, provavelmente, o funcionamento será estético, caso não seja encontrado nenhum sintoma, o objeto certamente não é estético. Além disso, se apenas um ou alguns deles (sintomas do estético) estiverem presentes, então, possivelmente, (mas não necessariamente) o funcionamento será estético. As distinções entre estético e não estético são, muitas vezes, vagas e relativas.

Mesmo com essa relatividade, com a pesquisa, acredita-se que as obras de Kawakubo aqui analisadas funcionam como obra de arte. Como imagem artística, o interesse esteve voltado a observar como vem sendo exibido aquilo que é representado e, por isso, o foco esteve no símbolo em si, nas suas propriedades, reduzindo a transparência do referente; centrou-se a atenção na figuração em si, ao ponto de essa se transfigurar; procurou-se discernir novas leituras, reconhecer alusões; “privilegiamos a exemplificação e deixamos em segundo plano a denotação. A tendência é a de saturar a leitura ao centrarmos entre infundáveis propriedades do símbolo. Tomamos em conta a densidade ao considerar todas as diferenças nas particularidades do símbolo e apreendemo-las como relevantes” (MARCELINO, 2002, p. 138).

Acredita-se que as referidas obras podem funcionar como arte, salienta-se que esse funcionamento só foi possível graças à historicidade baseada no “quando”. A partir da década de 1960, com o surgimento da *pop art*, Danto construiu a premissa teórica de que, a partir desse momento, qualquer objeto banal pode ser arte. As obras aqui analisadas funcionam como arte, mas isso é devido à presença dos sintomas do estético, de sua exibição e implementação que ocorreram no final do século XX.

Esse funcionamento não aconteceria caso essas obras fossem analisadas com o olhar purista de Greenberg. O próprio Goodman afirmou que a arte contemporânea exige categorias novas para a sua compreensão, o que foi realizado nesta pesquisa. Pode-se dizer, parafraseando Danto, que houve a transfiguração do lugar comum, ou seja, pode-se concordar com pesquisadores como Baudot (2008, p. 326), que observa que “Kawakubo afirma com mais nitidez aquilo que pretende: fazer do vestuário, além da necessária rentabilidade, um ato conceitual. Uma espécie de obra de arte para ser usada sobre o corpo”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pesquisar as obras de Kawakubo nas últimas décadas do século XX com objetivo de exemplificar o funcionamento da moda em arte demonstrou que o objeto analisado expressou grande potencialidade. Para tanto, iniciamos a pesquisa apresentando Rei Kawakubo e sua marca *Comme des Garçons*. Kawakubo emergiu como estilista por uma rota indireta, tanto no que diz respeito à formação em história da estética na *Keio University* em Tóquio quanto ao trabalho no departamento publicitário da empresa Asahi Kasei, empresa química que foi a maior produtora de fibras acrílicas do Japão. Em 1967, ela se tornou uma *stylist freelancer*, uma raridade no Japão, naquela época. Sua insatisfação com as roupas disponíveis para as sessões de moda deu o impulso para criar suas próprias roupas. Em 1969, ela funda a *Comme des Garçons* e inicia sua produção feminina.

O elemento fundamental do design de Kawakubo é o tecido, o fio que produz a estrutura da roupa. Sua colaboração de longa data com o tecelão especializado Hiroshi Matsushita permitiu reformular o tecido, suas complexidades, imperfeições e texturas. Em 1981, a designer apresenta, pela primeira vez, um desfile seu em Paris, lançamento que marcou positivamente sua primeira exposição internacional. Trazendo uma estética inovadora, o design de Kawakubo, juntamente com Yamamoto, foi criticado por alguns como horrendo e associado a pedintes de rua, contudo, outros críticos elogiaram sua aura conceitual, aclamando sua obra como arte para vestir.

Kawamura (2004) afirma que a entrada dos japoneses: Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto aliados à Issey Miyake na moda parisiense, na década de 1980, deu origem a uma nova escola de moda de vanguarda, que ficou conhecida como *Japanese Avant-Garde Fashion*. Eles foram responsáveis por criar um estilo caracterizado por monocromia, assimetria e roupas folgadas e soltas no corpo. Pode-se afirmar que Kawakubo e os outros estilistas japoneses apresentaram algo novo que rompia com a noção tradicional de moda. Contudo, foram cruciais para Kawakubo e os outros estilistas japoneses o reconhecimento e a legitimação pelo sistema de moda francês, visto que sem isso eles permaneceriam na periferia do mundo da moda e fora da moda ocidental convencional. “Para estender sua influência além dos limites do Japão, eles precisavam de orientação e associação profissional, isto é, da Federação Francesa, e a admissão e aceitação pelo mundo da moda de Paris eram indispensáveis” (KAWAMURA, 2004, p. 92). Salienta-se que o

sistema de moda francês e os designers japoneses estão em um relacionamento mutuamente benéfico. Cada um é indispensável para o outro. Enquanto, de um lado, os estilistas japoneses, como Rei Kawakubo, aproveitaram o sistema de moda francês e 'Paris' como seu capital simbólico que resultou, conseqüentemente, em seu aumento de capital econômico, de outro modo, o aparecimento dos japoneses em Paris reforçou a importância da “Cidade Luz” para o sistema da moda.

Com a entrada de Kawakubo na moda parisiense na década de 1980, pode-se dizer que ela quebrou convenções e tradições normatizadas pela moda daquele momento. Sua chegada ao cenário internacional teria um impacto de longo alcance em todo o mundo da moda.

As roupas de Kawakubo representavam um afastamento completo das tradições ocidentais de corte e de padrões; rejeitavam a obsessão pela consciência corporal, então, atual na moda. As coleções eram diferentes de tudo na passarela da época e provocaram um acalorado debate na comunidade internacional de moda, ou seja, elas representaram um afastamento das convenções ocidentais de design de moda, desafiando noções antigas de gênero e beleza. A estética proposta por Kawakubo se contrapunha à beleza idealizada por corpos perfeitos do período. A moda de Kawakubo, com seus modelos miseráveis, disformes e esfarrapados contrapuseram-se à estética consolidada da década de 1980, que todavia, estavam com os anos contados, pois o reducionismo formal dos estilistas japoneses marcaria o estilo da década seguinte, anos de 1990, afirmando o minimalismo na moda.

Dessa forma, pode-se afirmar que as obras de Kawakubo causaram um grande impacto no final do século XX. Para Martin (1995), o vestuário japonês, como o de Kawakubo realizou uma imensa transformação na moda. Para este autor, é impossível descrever e analisar a moda do final do século XX na Europa e na América sem levar em conta a contribuição substantiva do design japonês. Ele observa que, nas décadas de 1980 e 1990, o vestuário esportivo foi modificado de elementos de ajuste em amplitude. Além disso, ele argumenta que não se teria conseguido a desconstrução relativa de roupas sob medida em roupas masculinas e femininas sem o exemplo do vestuário japonês como o proposto por Rei Kawakubo. Com uma propensão de sobreposição e modelagem amplas, oferecida como uma alternativa fundamental para roupas sob medida, também, apresenta-se um corpo completamente diferente em relação à expressão da roupa, subvertendo ou, pelo menos, colocando uma opção para se vestir além dos trajes que modelavam o corpo erotizado.

O design de Kawakubo ofereceu a possibilidade de habilidades excepcionais trazidas para vestir além da costura. O desprezo intencional da alfaiataria é, igualmente, indicativo de uma indiferença e preferência pelas roupas irregulares e amplas, como propostas pela estilista, o que não quer dizer que a designer não possa empregar alfaiataria em suas coleções, mas o *ethos* de suas roupas fundamenta-se na acumulação de camadas, uma construção de tecidos contínuos no corpo. Além disso, “a cultura ocidental moderna assumiu que a moda é uma forma elitista com processos escassos; a predileção da moda contemporânea por uma base mais ampla e as possibilidades de invocar os desejos da rua, estão em conformidade com o modelo de uma roupa mais universal reconhecido no Japão”. (MARTIN, 1995, p. 215). O *Lace Sweater* de 1982-83 de Kawakubo, com seu caráter frágil e com uma aparência semelhante a algo comido por um exército de mariposas, é um claro indicativo desse equívoco econômico, invocando tão abertamente as sutilezas e os defeitos na mesma peça.

Na visão tradicional do Ocidente, a rua e a alta moda são totalmente contrárias. O design de Kawakubo não procede dessa dialética. Em vez disso, realiza uma reconciliação e resolução entre extremos sociais e econômicos, como pode ser visto em sua estética da década de 1980. Para Martin (1995), os designers japoneses, como Kawakubo, ofereceram uma possibilidade estética e prática além da alfaiataria ocidental convencional. A importância da moda da designer para o Ocidente é, sobretudo, uma mudança estética abrangente.

A moda de Kawakubo nega propósitos específicos, como diferenciações por gênero, classe e até ocasiões específicas, com o objetivo de servir a muitas opções, primando por um campo livre de postulação intelectual e estética, ou seja, infere-se que a proposta da estilista fornece o modelo de adaptabilidade necessário para as funções do vestuário, considerando as razões de simplicidade da vida moderna.

Aconteceram algumas tentativas em corrigir as dicotomias de gênero no ocidente por meio do uso do termo unisex, entretanto, essas não foram bem-sucedidas. Já a moda japonesa de Kawakubo permaneceu nas décadas de 1980 e 1990 como modelo reconciliador das roupas para homens e mulheres. “Uma questão cultural de equidade de gênero levou o Ocidente a olhar para o Japão como um modelo de vestuário que reconhece a diferença de gênero, mas que também a unifica” (MARTIN, 1995, p. 220). Pode-se dizer que a moda da estilista foi projetada para uma mulher poder se sentir confiante, rompendo com as formas convencionais de vestuário e criando uma imagem de fortalecimento feminino.

A moda de vanguarda de Kawakubo desmantelou o simbolismo que havia se enraizado nas roupas ocidentais. Ela abandonou as concessões da confecção de roupas, inventou materiais diferentes e originais e, ao fazê-lo, introduziu e redefiniu o significado e a natureza das roupas e da moda. Pode-se dizer que suas roupas, além de trabalharem o corpo, são voltadas também para o espaço ao redor do corpo e a metáfora do eu.

Além do estilo do final do século que foi transformado pela estilista japonesa, com folgas, superdimensionamentos, paletas monocromáticas, usos em camadas que modificaram o caimento das roupas contemporâneas, pode-se afirmar que as várias formas de vanguarda, como designers como Martin Margiela e John Galliano são devedores recorrentes de Kawakubo.

É importante notar que o trabalho de Kawakubo ganhou grande respeito não só no âmbito da moda, mas, também, na esfera da arte. Ela realizou parcerias com artistas como Cindy Sherman e Merce Cunningham e uma parte considerável da produção de sua marca se tornou alvo do interesse de mostras e exposições ao redor do mundo. A CDG e sua criadora são um dos principais exemplos de como a moda habita um espaço antes destinado à arte.

Com o intuito de adentrar mais profundamente essa relação entre arte e moda na tentativa de responder se algumas obras de vanguarda de Rei Kawakubo podem funcionar como obra de arte a pesquisa retomou o processo histórico do diálogo entre arte e moda com foco no século XIX e, principalmente, no século XX.

Antes de adentrar especificamente a relação entre arte e moda foram expostas algumas vertentes teóricas relacionadas à moda, à vestimenta e a costumes. Essa breve explicação teve como objetivo demonstrar que a moda possui enorme complexidade e que pode ser analisada sob diversas perspectivas teóricas.

Logo em seguida, foi retomada a relação da arte e moda no reinado de Luís XIV, ficando claro que o Rei fez uso do ato de propagandar a moda, como também a arte como maneira de impor a superioridade cultural e política do Estado francês. Outro fator de enorme importância e que teve influência direta na moda e na arte foi a Revolução Francesa, pois, posteriormente, os costumes da corte e os privilégios aristocráticos foram abolidos, as normas corporativas foram modificadas e as leis suntuárias revogadas, e a arte e a moda pós-revolução refletiram mudanças que ocorriam na época em uma sociedade marcada pela ascensão da nova e fortalecida burguesia.

Entrando no século XIX pode-se dizer que foi um período marcado por transformações devido à Revolução Industrial como também foi influenciado pela Revolução Francesa. Nesse

ponto, notamos que, houve o advento da arte modernista, como também o surgimento da alta-costura. Pode-se afirmar que a partir das vanguardas artísticas, há uma quebra consciente dos limites tradicionais da arte por parte dos artistas, e uma tentativa importante de unir arte e vida. Romper as fronteiras originais acabou por retirar os elementos da arte de um mundo separado para transformar e tocar a sensibilidade da vida das pessoas.

A relação entre moda e arte moderna foi extremamente profícua, os artistas modernos se rebelaram contra as convenções, abraçando novos objetos e se apropriando de todos os elementos do real com fins puramente estéticos. Existiram dois caminhos significativos, de um lado, estava o estetismo radical da arte pura, da arte pela arte que tinha como figura principal o crítico de arte Clement Greenberg; por outro, encontram-se projetos de uma arte revolucionária relacionada diretamente à vida cotidiana (LIPOVETSKY, 2015). “Através de seu diálogo com a moda, a arte poderia entrar pela sala de estar, andar por ela, escapar das paredes, deixar de ser uma janela para outro lugar, ou um ser inanimado pousado sobre uma base, é antes, um tridimensional em movimento, que flui e toma contato com diversas pessoas no espaço” (SANT’ANNA, 2010, p. 254).

Por meio da explanação entre moda e arte moderna houve o entendimento que existiram vários diálogos e experimentos entre essas duas áreas. Porém, o modernismo chega a um fim por meio do dilema entre obras de arte e meros objetos reais. Danto (2006a) afirma que, no início da década de 1960, toda a forma da história da arte passou por uma mudança em que aconteceu algum tipo de encerramento no desenvolvimento histórico da arte, assim, formulou uma teoria fundada na ideia de que qualquer coisa pode, em princípio, ser uma obra de arte. Danto construiu a premissa teórica de que, a partir desse momento, constitui-se o fim da arte. Ele compreende o fim da arte como o fim da história da arte, de modo que a arte passa a ser pós-histórica. Esse é o conceito que norteia sua filosofia da arte, inspirada em teorias hegelianas.

A arte contemporânea não mais se permite ser regida por narrativas mestras, pode-se dizer que ela surge sob o signo da superação do conceito de história e o que caracteriza essa arte é o fato de ela não ter mais um estilo definido. É o momento de profundo pluralismo, total tolerância e liberdade. Dessa forma, nada é excluído. Os artistas, depois do fim da arte, não seguem apenas uma linha de criatividade, muito pelo contrário, há uma recusa em ser qualquer coisa particular. A partir desse momento além da existência de diálogos e interações entre arte e moda, também há

possibilidades de algumas convergências entre essas duas áreas, principalmente a partir da década de 1980.

Nas duas últimas décadas do século XX, as discussões sobre a relação entre arte e moda chegaram ao auge, quando exposições em museus, vitrines e desfiles se tornaram um importante meio de promover a moda. À medida que a tecnologia e a inovação se tornam preocupações mais importantes de praticidade, funcionalidade e durabilidade das roupas, os designers têm abordado cada vez mais as práticas artísticas e emerge a moda conceitual.

Um grande exemplo disso é a designer de moda de vanguarda Rei Kawakubo que teve uma grande influência na atitude de moda no mundo da arte. Desde o advento da alta moda, a moda levou mais de um século para se estabelecer no museu, mas, agora, a tendência de excluir a moda do reino da arte foi, consideravelmente, enfraquecida. Com silhuetas radicais e detalhes assimétricos, Kawakubo explorou vários vocabulários como uma ferramenta conceitual para lidar com questões de corpo, sexualidade, gênero e identidade, ao mesmo tempo em que lidava com a moda como um espaço escultural (YIM, 2013).

Em relação às obras analisadas de Kawakubo, a pesquisa detectou que essas possuem os sintomas do estético, além disso, elas foram exibidas e implementadas. Entendemos que essas peças possuem seu funcionamento como obras de arte, o que só foi possível graças à historicidade baseada no “quando”. Ou seja, a partir da década de 1960, com a expansão do conceito de arte precipitado pelo *ready made* de Duchamp e, sobretudo, pela celebrizada Brillo box de Warhol, Danto construiu a premissa teórica de que a partir desse momento qualquer objeto banal pode ser arte. Essa informação é de vital importância, pois se retomarmos os pensamentos dantianos, o filósofo é bem claro em afirmar que “o que é uma obra de arte em determinado momento não poderá ser em outro” (DANTO, 2006a, p. 106). Caso essas peças fossem analisadas pelo viés de uma teoria tradicional da arte muito provavelmente essas não se enquadrariam como possuidoras de um funcionamento como obra de arte.

Podemos afirmar que as obras analisadas de Kawakubo podem funcionar como arte, e que a emulsão entre arte e moda só foi possível com o auxílio do agente emulsificante que é a historicidade fundamentada no “quando”, mais especificamente a partir da década de 1960 e que teve sua consolidação na década de 1980. Ressalta-se que a pesquisa concorda com Steele (2012) que observa que, provavelmente, nunca poderemos dizer que toda moda é arte. Apenas um campo de produção restrita, relacionado à alta moda e/ou moda de vanguarda, é provável que seja

considerado arte. Conclui-se que as obras de Kawakubo, analisadas aqui, podem se enquadrar nessa afirmação. Desde o início de sua carreira, a designer viu a criação de moda e o negócio de moda como um projeto unificado. De acordo com Kawakubo: "Encontrar o equilíbrio certo entre o criativo e o comercial sempre foi meu trabalho. Os dois não são necessariamente opostos" (H & M MAGAZINE, 2008, p. 8).

Nota-se que a pesquisa teve como recorte temporal as décadas de 1980 e 1990 e teve como foco demonstrar que, naquele momento, as obras escolhidas e analisadas de Kawakubo possuíam (salienta-se que ainda possuem) funcionamento como obra arte, ressalta-se que a designer ainda está ativa. Seus experimentos no século XXI são tão espetaculares quanto os do início de sua carreira e, muito provavelmente, alguns (ou vários experimentos) podem se enquadrar no funcionamento de arte.

Como dito anteriormente, a presente pesquisa voltou seu olhar para moda-vestimentar de Kawakubo. Entretanto a produção da designer possui uma alta plurivocidade estética, ou seja, existem várias possibilidades de análises futuras que podem ser empreendidas, como por exemplo a pesquisa da poética da CDG voltada a arquitetura, a localização de suas butiques ou ainda os acessórios de suas lojas, além disso, pode ser realizada uma densa análise na tipografia de seus programas gráficos, ou ainda poder-se-ia realizar uma pesquisa entre as colaborações com artistas, fotógrafos, músicos e arquitetos, a seleção de seus funcionários, seus anti-perfumes, os modelos não convencionais de suas apresentações na passarela, seus cabelos e sua maquiagem, ou até mesmo sua forma de agir que pode ser considerada uma performance. A poética de Kawakubo é vasta e cheia de possibilidades para análises futuras. Citando Koda (2008): "Kawakubo é uma anomalia fascinante, pois sua prática artística permanece legível e assertiva."

REFERÊNCIAS

- ABREU, Elane. Sobre o ver no século XIX: os panoramas e a modernização da visão. In: **VII Encontro Nacional de História da Mídia**. 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Sobre%20o%20ver%20no%20seculo%20XIX.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2020.
- AHMED, Osman. Lumps and Bumps at Comme des Garçons S/S97. In: **AnOther**. 2016. Disponível: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/8174/lumps-and-bumps-at-comme-des-garcons-s-s97>. Acesso em: 10 set. 2018.
- AITA, Virginia Helena Aragonês. Arthur Danto: narrativa histórica sub specie aeternitatis ou a arte sob o olhar do filósofo. **Ars**, ECA-USP, ano 1, n. 1, 2003.
- ALS, Hilton. Bump and Mind. In: **Artforum**. Dez.1996. Disponível em: <https://www.artforum.com/print/199610/the-prosthetic-aesthetic-33021>. Acesso em: 25 out. 2019.
- AMOROSART. Página Artists, 2018. Disponível em: https://en.amorosart.com/artwork-warhol-vestido_sopa_campbell-14153.html. Acesso em: 3 fev. 2019.
- ANAWALT, Patricia Rieff. **A história mundial da roupa**. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- ANTI-MODA y la vanguardia: ¿Es Rei Kawakubo, la mejor artista dentro de la moda? In: **Arena Martínez**. 2020. Disponível em: <https://www.arenamartinez.com/anti-moda-y-la-vanguardia-es-rei-kawakubo-el-mejor-artista-dentro-de-la-moda>. Acesso em: 15 jan. 2020.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**. Tradução de Denise Bottmann e Frederico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ARLIS. Página Book news, 2019. Disponível em: <https://arlistmatters.wordpress.com/2016/02/23/six-magazine-because-high-fashion-needs-mystery/>. Acesso em: 04 fev. 2019.
- ARNOLD, Rebecca. **Fashion, Desire, and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century**. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2001.
- ARTE Moderna. In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras**. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo355/arte-moderna>. Acesso em: 9 abr. 2019.
- ARTE.COM. Página notícias, 2016. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/noticias/galeria-bergamin-gomide-homenageia-alemao-beuys-em-mostra-individual/>. Acesso em: 10 fev. 2019.
- ARTFORUM. Página Print, 2019. Disponível em: <https://www.artforum.com/print/198202>. Acesso em: 10 jan. 2019.

ARTRIBUNE. Página Dal Mondo, 2012. Disponível em: <https://www.artribune.com/tribnews/2012/07/arte-e-moda-eterne-sorelle-il-mumok-di-vienna-celebra-un-sodalizio-vecchio-oltre-un-secolo-con-un-mostra-che-mette-insieme-christo-cindy-sherman-e-salvador-dali-nel-nome-del-fashion/>. Acesso em: 10 fev. 2019.

AVELAR, Sylvia Maria Marteleto. **O desaparecimento da aura em Walter Benjamin**. 2010. Dissertação (Mestrado em Filosofia). Programa de Pós-Graduação, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

AVELAR, Suzana; ARAÚJO, Mauricio de Campos; VICENTINI, Cláudia Regina Garcia. Moda e novas tecnologias: algumas questões contemporâneas. In: **CIANTEC - Arte, novas tecnologias e comunicação: fenomenologia da contemporaneidade**. São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.ciantec.net/books/CIANTEC2010.pdf>. Acesso em nov. 2018.

BARROS, André Ribeiro de. **Do lugar incomum a situações mutantes: as Guerrilla Stores Comme des Garçons**. 2017. Dissertação (Mestrado em História) - Programa de Pós-Graduação, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual De Campinas, Campinas, 2017.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BATEMAN, Kristen. Comme des Garçons' Most Jaw-Dropping Moments: From Lumps to Nikes. In: **OBSERVER**. 2017. Disponível em: <https://observer.com/2017/04/comme-des-garcons-most-jaw-dropping-moments-from-lumps-to-nikes/>. Acesso em: jan. 2019.

BATISTELA, Kellyn; PULS, Lourdes Maria. **O lado Gauche da moda: contaminações conceituais**. Modapalavra. Vol. 9. Florianópolis: UDESC, 2014.

BAUDELAIRE, Charles. **Poesia e prosa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2006.

BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

BENJAMIM, Walter. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 2000.

BENJAMIM, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

BENJAMIM, Walter. Sobre alguns temas em Baudelaire. In: BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire um lírico no auge no capitalismo**. Tradução: José Martins Barbosa, Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BEFRONTMAG. Página Art, 2017. Disponível em: <https://befrontmag.com/2017/04/04/mondrian-from-both-sides-now/>. Acesso em: 30 jan. 2019.

BLUMBERG, Naomi. Rei Kawakubo: japanese fashion designer. In: **Encyclopedia Britannica**. 2018. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/Rei-Kawakubo>. Acesso em: 01 de Set. 2018.

BODINE, Sarah. Rei Kawakubo. In: **Fashion Designer Encyclopedia**. 2020. Disponível em: <http://www.fashionencyclopedia.com/Ja-Kh/Kawakubo-Rei.html>. Acesso em: 4 fev. 2020.

BOIS, Yve-Alain; JOHN Shepley. A Picturesque Stroll around 'Clara-Clara'. **October**, v. 29, p. 33-62, 1984. Disponível em: www.jstor.org/stable/778306. Acesso em: 18 abr. 2019.

BOIS, Yve-Alain. Modernisme et postmodernisme. **Encyclopaedia Universalis**. Symposium, Paris, v.1, p. 473-490, 1990.

BOLTON, Andrew. **Rei Kawakubo/Comme Des Garçons: Art of The In-Between**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2017.

BONADIO, Maria Claudia. "Traje: um objeto de arte?": Pietro Maria Bardi, o Wearable Art e o museu fora dos limites. In: **Visualidades**. Goiânia v.15, n.2, p. 163-190, jul. dez. 2017.

BOSAK, Joana. Vestir o tempo, habitar o mundo: as roupas e a escrita da história da arte. In: **Anpap**. Santa Maria, 2015. Disponível em: http://anpap.org.br/anais/2015/comites/chtca/joana_bosak.pdf. Acesso em: 12 jun. 2018.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. **Educação em Revista**. Belo Horizonte, n. 34, p.7-66, dez. 2001.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perpectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, João. O talentoso Paul Poiret. **Dobras**. 2016. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/download/153/151>. Acesso em: 19 abr. 2018.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. V. III. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

- BRANDSTATTER, Christian. **Klimt & a Moda**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- BRANTLEY, Ben. **Kawakubo talks**. In: Women's Wear Daily. March, 1983.
- BRUSCHINI, Cristina. **Mulher, Casa e Família**: cotidiano nas camadas populares. São Paulo: Editora Vértice, 1990.
- BURKE, Peter. **O que é história cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: o uso de imagens como evidência histórica. Trad. Vera Maria Xavier dos Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2017.
- BUTLER, Cornelia.; SCHWARTZ, Alexandra. **Modern Women**: Women Artists at The Museum of Modern Art. New York: Museum of Modern Art, 2010.
- CANTON, Katia. **Do ao contemporâneo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009a.
- CANTON, Katia. **Narrativas enviesadas**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009b.
- CANTON, Katia. **Tempo e memória**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009c.
- CANTON, Katia. **Espaço e lugar**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009d.
- CANTON, Katia. Tempo, memória e arte contemporânea. **Revista Artsoul**. 2020. Disponível em: <https://artsoul.com.br/revista/artigos/tempo-memoria-e-arte-contemporanea>. Acesso em: 10 jan. 2010.
- CARACIOLA, Carolina Boari. **Arquivos do CMD**, v. 6, n. 2, p. 79-93, 12 ago, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22220>>. Acesso em 01 de Jan. 2020.
- CARMO, Juliano Santos do. Nelson Goodman: sobre a natureza da experiência estética. **Intuitio**. Porto Alegre, v.08, n.01, p. 4-14, jun. 2015.
- CARPENTER, Betsy. Dance Works III: Merce Cunningham/ Rei Kawakubo. In: **Walkerart**, 2012. Disponível em: <https://walkerart.org/calendar/2012/dance-works-iii-merce-cunningham-rei-kawakubo>. Acesso em: 12 out. 2019.
- CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CASTELNUOVO, Enrico. De que estamos falando quando falamos de história da arte? p.125-196. In: CASTELNUOVO, Enrico. **Retrato e Sociedade na Arte Italiana**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- CELANT, Germano. Cortar é pensar: arte & moda. In: CÉRON, Ileana Pradilla; REIS, Paulo (org.). **Kant**: crítica e estética na modernidade. São Paulo: Senac São Paulo, 1999.

CELANT, Germano. **Art/Fashion**. New York: Skira, 1997.

CENTENAIRE DUCHAMP. 2016. Página Rose Sélavy démasquée. Disponível em: <http://centenaireduchamp.blogspot.com/2016/08/4-rrose-selavy-remise-lendroit.html>. Acesso em: 15 dez. 2018.

CHAGAS, Tonica. **Paul Poiret**: o estilista que criou a silhueta feminina do século XX. 2007. In: Estadão. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,paul-poiret-o-estilista-que-criou-a-silhueta-feminina-do-seculo-20,20395>. Acesso em: 2 fev. 2018.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural** – entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados**. São Paulo, v.11, n.5, p.173-191, jan/jun.1991.

CHARTIER, Roger. Pierre Bourdieu e a história: debate com José Sérgio Leite Lopes. **Topoi**, Rio de Janeiro, mar. 2002, p. 139-182. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/topoi/v3n4/2237-101X-topoi-3-04-00139.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2019.

CHARTIER, Roger. VerbeteImagens. In: BURGUIÈRE, André. **Dicionário das ciências históricas**. Rio de Janeiro: Imago, 1993.

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2014.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Moda e Artisticidade: introdução a uma estética da moda. In: **IV ENECULT** - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14152.pdf>. Acesso em: 10 de set. 2020.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

CLARK, Judith. Kinetic Beauty: the Theatre of the 1920s. In: WOLLEN, Peter. **Addressing the Century: 100 Years of Art and Fashion**. London: Hayward Gallery Publishing, 1999.

CLARK, Hazel. Conceptual Fashion. In: GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. (org.). **Fashion and art**. New York: Berg, 2012.

CLERICUZIO, Peter. The Wiener Werkstätte Movement Overview and Analysis. 2018. **The Art Story**. Disponível em: <https://www.theartstory.org/movement-wiener-werkstatte.htm> Acesso em: 1 set. 2018.

COCCHIARALE, Fernando. O espaço da arte contemporânea. In: CANTON, Katia & PESSOA, Fernando (org.). **Sentidos e arte contemporânea**. Vitória: Vale, 2007.

COLE, Daniel James. Heritage and Innovation: Charles Frederick Worth, John Redfern, and the Dawn of Modern Fashion. In: **Mode de recherche**. Paris: Institut Français de la Mode, 2011, p. 4-13. Disponível em: <https://www.ifmparis.fr/en/academic-research/patrimoine-et-innovation-charles-frederick-worth-john-redfern-ou-la-naissance-de-la-mode-moderne>. Acesso em: dez. 2018.

COLEMAN, Ann. **The Opulent Era: Fashions of Worth, Doucet, and Pingat**. New York: Brooklyn Museum, 1989.

COMME DES GARÇONS. Encyclopedia of Clothing and Fashion. In: **Encyclopedia.com**, 2015. Disponível em: <https://www.encyclopedia.com/fashion/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/comme-des-garcons>. Acesso em: nov. 2018.

COMME DES GARÇONS PARFUMS. In: **Comme des Garçons**, 2020. Disponível em: <https://www.comme-des-garcons-parfum.com/perfumes/odeur-53/>. Acesso em: 14 jan.2020.

COSGRAVE, Brownyn. **História da indumentária e da moda: da antiguidade aos nossos dias**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

COSTA, Cacilda Teixeira da. **Roupa de artista: o vestuário na obra de arte**: São Paulo: Edusp, 2009.

COSTA, Dhora. **A história das bolsas**. São Paulo: Matrix, 2010.

COUTO, Maria de Fátima Morethy. Clement Greenberg, a arte de vanguarda e a teoria modernista. **Porto Arte**. Porto Alegre, v. 1, n.21, p. 95-103, jul. /nov. 2004.

CRAIK, Jennifer. **The Face of Fashion**. London: Routledge, 1994.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo: 2011.

CRANE, Diana. **The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World 1940-1985**. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

CREATURES OF COMFORT. Página Post, 2014. Disponível em: <https://creaturesofcomfort.tumblr.com/post/95825528842/merce-cunningham-dance-company-scenario-1997>. Acesso em: 10 out, 2019.

CULTURE NOW: Re-fashioning the Female Body. **ICA**. 2016. Disponível em: <https://archive.ica.art/whats-on/culture-now-re-fashioning-female-body>. Acesso em: jan. 2019.

DANTO, Arthur Coleman. **Andy Warhol**. Trad. Vera Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

DANTO, Arthur Coleman. **Após o fim da arte**: A Arte Contemporânea e os Limites da História. São Paulo: Odysseus Editora, 2006a.

DANTO, Arthur Coleman. **A Transfiguração do lugar comum**. Tradução de Vera Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

DANTO, Arthur Coleman. Kalliphobia in Contemporary Art. In: **Art Journal**. Vol. 63, N. 2, 2004. p. 24-35. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/4134518>. Acesso em: 5 set. 2019.

DANTO, Arthur Coleman. **O Abuso da Beleza**: a estética e o conceito de arte. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2015a.

DANTO, Arthur Coleman. **O descredenciamento filosófico da arte**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015b.

DANTO, Arthur Coleman. O mundo da arte. Tradução de Rodrigo Duarte. **Artefilosofia**. Ouro Preto, n. 1, p.13-25, jul. 2006b.

DEBOM, Paulo. Worth, o precursor da alta-costura. **Dobras**, v. 10, n. 21, p. 80-98, 2017. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/555>. Acesso em: 18 dez. 2019.

DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Arcos. Design, cultura material e visualidade**. Rio de Janeiro, v.1, n. único, p.14-39,1998.

DENNEY, Colleen. **At the Temple of Art**: the Grosvenor Gallery, 1877-1890. London: Fairleigh Dickinson University Press, 2000.

DIEB, Helena de Azevedo. **Anatomia do Corpo Cru**: a iconoclastia na moda de Ronaldo Fraga. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais, Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal de Pernambuco, João Pessoa, 2013.

DISPERSIÓN Y SERENDIPIA. **Página inicial**, 2017. Disponível em: <http://dispersionyserendipia.net/articulos/entrada-5/>. Acesso em: 15 dez. 2018.

DORFLES, Gillo. **Modas e modos**. Lisboa: Edições 70, 1990.

DOVER Street Market. **Dover Street Market**, 2004. Disponível em: <https://www.doverstreetmarket.com/about/>. Acesso em: 20 fev. 2018.

DUARTE, Rodrigo. **A arte**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

DUARTE, Rodrigo. **Varia aesthetica**: ensaios sobre arte e sociedade. Belo Horizonte: Relicário, 2014.

ECO, Humberto. **História da feiúra**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

EMULSIFICANTES. In: **FiB - Food Ingredients Brasil**. Nº 24, 2013. Disponível em: <https://revista-fi.com.br/artigos/emulsificantes>. Acesso em: 10 fev. 2020.

ENGLISH, Bonnie. **Japanese fashion designers**: the work and influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo. London: Bloomsbury, 2011.

EVANS, Caroline. **Fashion at the edge**: spectacle, modernity e deathliness. London: Yale University, 2007.

EVANS, Caroline. Mutability and Modernity: the 1990s. In: WOLLEN, Peter. **Addressing the Century**: 100 Years of Art and Fashion. London: Hayward Gallery Publishing, 1999.

FEITOSA, Samara. **Da Revolução Francesa até nossos dias**: um olhar histórico. Curitiba: InterSaberes, 2016.

FERREIRA, Ana Paula Lopes; MÈRCHER, Leonardo. **Relações internacionais na Idade Moderna**: um panorama histórico. Curitiba: InterSaberes, 2015.

FERREIRA, Debora Pazetto. **Investigações acerca do conceito de arte**. 2014. Tese (Doutorado em Filosofia) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2014.

FERRO, Marita Setas. **A peça de vestuário como objecto tridimensional artístico**. 2009. Dissertação (Mestrado em Escultura) - Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, Porto, 2009.

FORTINI, Amanda. The Anti-Concept Concept Store. In: **The New York Times Magazine**. Dez. 2004. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2004/12/12/magazine/anticoncept-concept-store-the.html>. Acesso em: 10 dez. 2019.

FRASQUETE, Débora Russi. A representação da indumentária como elemento midiático na construção da imagem real de Luís XIV. In: **10º Colóquio de Moda**. 2014. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-EIXO-3-A-Representacao-Da-Indumentaria-Como-Elemento-Midiatico-Na-Construcao-Da-Imagem-Real-De-Luis-XIV.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2019.

FRISA, Maria Luisa; TONCHI, Stefano. **Excess**: Fashion and Underground in the 80's. Milano: Edizioni Charta, 2004.

FUKAI, Akiko; VINKEN, Barbara; FRANKEL, Susannab; KURINO, Hirofumi. **Future beauty: 30 years of Japanese Fashion**. London: Merrel, 2013.

FUKAI, Akiko; SUOH, Tamami; IWAGAMI, Miki; ROGA, Reiko; NII, Rie; HENDRICKS, Jutta; LOHRMANN, Inka. **Moda: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX**. Barcelona: Taschen, 2002.

GARCIA, Sueli. **Arte e cultura da moda como fundamentos do vestir contemporâneo**. Tese (Doutorado em Educação, Arte e História da Cultura) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014.

GECZY, Adam. Modernity: Three Defining Moments in the Crossover of Art and Fashion. In: GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. (org.). **Fashion and art**. New York: Berg, 2012.

GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. Fashion and Art: Critical Crossovers. In GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. (org.) **Fashion and art**. New York: Berg, 2012.

GIANNOTTI, Marco. **Breve história da pintura contemporânea**. São Paulo: Claridade, 2009.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. 2.ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GILL, Alison. Deconstruction fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. Oxford, Berg. **Fashion Theory**, v. 2, ed.1, p. 25-50, 1998.

GLASSOCK, Jessica. **Bridging the Art/Commerce Divide: Cindy Sherman and Rei Kawakubo of Commes des Garçons**. 2010. Disponível em: http://www.nyu.edu/greyart/exhibits/odysseys/Commerce/body_commerce.html. Acesso em: abr. 2019.

GOMBRICH, Ernst Hans. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

GOMPERTZ, Will. **Isso é arte?** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

GONZALEZ, Ana Marta. A contribuição de Thorstein Veblen para a teoria da moda. **IARA-Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo, v.1, n.1, p. 22-67, abr./ago. 2008.

GOODMAN, Nelson. **De la mente y otras materias**. Madrid: Gráficas Rogar, 1995a.

GOODMAN, Nelson. **Linguagens da Arte**. Lisboa: Gradativa, 2006.

GOODMAN, Nelson. **Modos de fazer mundos**. Porto: Asa, 1995b.

GRANATA, Francesca. **The bakhtinian grotesque in fashion at the turn of the twenty-first century**. Thesis (Degree of Doctor of Philosophy) - Central Saint Martins School of Art and Design - University of the Arts London, London, 2010.

GRAND, France. **Comme des Garçons**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

GREEN, Michael. **Arming Japan**: defense production, alliance politics, and the postwar search for autonomy. New York: Columbia, 1995.

GREENBERG, Clement. **Art and Culture**: critical essays. Boston: Beacon Press, 1961.

GREENBERG, Clement. Necessity of "Formalism". **New Literary History** Modernism and Postmodernism: Inquiries, Reflections, and Speculations. v. 3, n. 1, p. 171-175, 1971. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/468386>. Acesso em: jan. 2019.

GREENBERG, Clement. Pintura Modernista. In: FERREIRA, Glória; MELO, Cecília Cotrim de (org.). **Clement Greenberg e o debate crítico**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Funarte Jorge Zahar, 1997.

GRUMBACH, Didier. **Histórias da moda**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

H & M MAGAZINE. **Two worlds meet** – H &M in Japan. 2008. Disponível em: https://about.hm.com/content/dam/hmgroupp/groupsite/documents/en/Annual%20Report/Annual_Report_2008_p1_en.pdf. Acesso em: 05 fev. 2019.

HA-NA. **Página notícias**, 2019. Disponível em: <https://ha-na.nl/2019/06/where-to-find-the-cdg-play-converse-in-tokyo/> > Acesso em: 2 jan. 2020.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAPPENING. In: **ENCICLOPÉDIA** Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3647/happening>. Acesso em: 5 jan. 2019.

HISTÓRIA DAS ARTES. **Página Artists**, 2018. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/fonte-marcel-duchamp/>. Acesso em: 03 fev. 2020.

HOBSBAWM, Eric John. **Era dos Extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOBSBAWM, Eric John. **Era dos Impérios**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

HOLLANDER, Anne. **O Sexo e as Roupas**: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

HOLLANDER, Anne. **Seeing Through Clothes**. Berkeley: University of California Press, 1993.

HOLZMEISTER, Silvana. **A moda de Ronaldo Fraga** (entrevista). 2008. Disponível em:

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/viewFile/318/315>. Acesso em: 1 nov. 2018.

HOLZMEISTER, Silvana. **O estranho na moda: a imagem nos anos 1990**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

HONOR, André Cabral. Burke e a nova história cultural. **Pergaminho** - revista eletrônica de história – UFPB. Paraíba, ano 1, n. zero, p. 147 -156 out. 2005. Disponível em: https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Honor-Resenha_livro_Burke_Historia_Cultural.pdf. Acesso em: 4 set. 2020.

HORYN, Cathy. Like Mona Lisa, Ever So Veiled. 2012. In: **New York Times**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/05/31/fashion/rei-kawakubo-of-comme-des-garcons-veiled-like-mona-lisa.html>. Acesso em: 4 jan. 2020.

HUNT, Lynn. **Politics, Culture, and Class in the French Revolution**. Berkeley: University of California Press, 1984.

INTERNET ARCHIVE. **Página projetcs**, 2011. Disponível em: <https://archive.org/details/lesrobesdepaulpo00irib>. Acesso em: 10 jan. 2018.

IPINIMG. **Página inicial**, 2018. Disponível em: <https://i.pinimg.com/originals/7b/f0/09/7bf0091f6b4bee0b5cc98bc80f7644aa.jpg>. Acesso em: 15 jul. 2018.

IWAMOTO, Luciana. **A influência japonesa nas artes e na moda europeia da virada do século XX**. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

JAFELICCI JUNIOR, Miguel; VARANDA, Laudemir Carlos. O mundo dos coloides. Nº. 9, 1999. Disponível em: <http://qnesc.sbq.org.br/online/qnesc09/quimsoc.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2020.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

JONES, Terry. **Rei Kawakubo**. Cologne, Germany: Taschen, 2012.

KAWAKUBO, Rei. Rei Kawakubo's radical chic. **The Guardian**: 20 de set. 2015. Entrevista concedida a Jacques Hyzagi. Disponível em: <https://www.theguardian.com/fashion/2015/sep/20/rei-kawakubo-radical-chic>. Acesso em: maio 2018.

KAWAMURA, Yuniya. **The Japanese revolution in Paris fashion**. Dress, Body, Culture series. Oxford; New York: Berg, 2004.

KIM, Sung Bok. Is fashion art? **Fashion Theory: the journal of dress, body & culture**. v. 2, Issue 1, p. 51-72, 1998.

KIRKE, Betty. **Madeleine Vionnet**. San Francisco: Chronicle Books, 2012.

KNAUSS, Paulo. **O desafio de fazer História com imagens**. ArtCultura, Uberlândia, v.8, n.12, p. 97-115, jan. jun., 2006.

KODA, Harold; LAVIN, Sylvia; THURMAN, Judith; STONE-RICHARDS, Michael. **ReFusing Fashion**: Rei Kawakubo. Museum of Contemporary Art Detroit, 2008.

KODA, Harold. Rei Kawakubo and the aesthetic of poverty. **Dress: Annual Journal of the Costume Society of America**. 1985, p.05-10. Disponível em: 2016. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1179/036121185803657572>. Acesso em: 2 fev. 2020.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEE, Kyung-Hee. 가와쿠보 레이의 코스츰 메시지 (Costume Messages of Rei Kawakubo). In: **J. Kor. Soc. Cloth. Ind.** Vol. 12, No. 2, 2010. Disponível em: <http://koreascience.or.kr/article/JAKO201023659447449.page>. Acesso em: 10 out. 2019.

LEVENTON, Melissa. **Artwear**: Fashion and Anti-Fashion. New York: Thames & Hudson, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **A estetização do mundo**: Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia da Letras, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia da Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Vanesa Rocha. **Entre design de moda e arte**: um olhar para a coleção Infinitely Kusama. Dissertação. (Mestrado em Design) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2014.

LOSSO, Rhiago. O sujeito do entre-lugar na literatura portuguesa: um diálogo entre Bhabha e Lobo Antunes. In: COLÓQUIO EM PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS – Unesp, 2, 2010, São Paulo. **Caderno de resumos**, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.assis.unesp.br/Home/SitesInternos/ColoquiodeLetras/cadernoderesumos.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2018.

LYGIA Clark. In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras**. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1694/lygia-clark>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos**: para entender a moda. São Paulo: Globo, 2010.

MACKRELL, Alice. **Art and Fashion**: The Impact of Art on Fashion and Fashion on Art. London: Batsford, 2005.

MAGALHÃES, Fábio. **Rubens Gerchman**. São Paulo: Lazuli Editora, 2006.

MARCELINO, Américo. **Representação e Realismo**: Um Estudo Sobre A Natureza da Imagem na Obra de Nelson Goodman. 2002. Dissertação (Mestrado em Estética e Filosofia da Arte) – Faculdade de Letras – Departamento de Filosofia, Universidade de Lisboa, Lisboa 2002.

MARCZAL, Ernesto Sobocinski. **Introdução à historiografia**: da abordagem tradicional às perspectivas pós-modernas. Curitiba: InterSaberes, 2016.

MARLY, Diana de. **Worth**: father of haute couture. New York-London: Holmes & Meier, 1990.

MARTIN, Richard. Our Kimono Mind: Reflections on ‘Japanese Design: A Survey since 1950’. **Journal of Design History**, v. 8, n. 3, 1995, p. 215-223. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1316033>. Acesso em: 20 nov. 2019.

MARX, Maya Estarque. **Diálogos entre arte y moda en la actualidad**. Tesis doctoral. 2014. (Doctorado en Escultura). Departamento de Escultura.Facultade de Belas Artes de Pontevedra, Universidade de Vigo, Vigo 2014.

MASSAGLI, Sérgio Roberto. Homem da multidão e o flâneur no conto “O homem da multidão” de Edgar Allan Poe. Terra roxa e outras terras.**Revista de Estudos Literários**. Londrina, v. 12, p. 55-65, jun. 2008.

MATHARU, Gurmit. **O que é design de moda?** São Paulo: Bookman, 2011.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

MÈRCHER, Leonardo. Belle Époque Francesa: a percepção do novo feminino na joalheria art nouveau. In: **VI Simpósio Nacional de História Cultural Escritas da História: Ver – Sentir – Narrar**. Teresina, 2012. Disponível em: <http://gthistoriacultural.com.br/VIsimposio/anais/Leonardo%20Mercher.pdf>. Acesso em: 20 out. 2019.

MET MUSEUM. **Página Art**, 2020. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/771127?searchField=All&sortBy=Releva>

nce&ft=COMME+DES+GAR%c3%87ONS&offset=0&rpp=80&pos=31
Acesso em: 4 jan. 2020.

MICHETTI, Miqueli. Capítulos da modernidade: moda e consumo na Paris do século XIX. **PROA Revista de Antropologia e Arte**, v. 1, n. 1, 1 nov. 2009.

MIRANDA, Dilmar Santos de. **Estética e poética da modernidade em Charles Baudelaire**. Cadernos Walter Benjamin, 2012. Disponível em:

http://www.gewebe.com.br/pdf/cad07/abstract_dilmar.pdf. Acesso em: 20 set. 2019.

MOBILON NETWORKS. **Tecnoblog**: tecnologia que interessa, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://tecnoblog.net/>. Acesso em: 20 jun. 2018.

MOMA. **Página Art and artists**, 2018. Disponível em:

<https://www.moma.org/collection/works/81384>. Acesso em: 10 maio 2017.

MOMU. **Página Art and artists**, 2016. Disponível em: <https://www.momu.be/en/>. Acesso em: 15 maio 2018.

MORIS, Bernadine. From Japan, new faces, new shapes. In: **The New York Times**. 1982. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1982/12/14/style/from-japan-new-faces-new-shapes.html>. Acesso em: 15 dez. 2019.

MUKERJI, Chandra. **Territorial Ambitions and the Gardens of Versailles**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MÜLLER, Florence. **Arte e Moda**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

NAS ENTRELINHAS: moda + comunicação. 2012. **Página de notícias**. Disponível em: <http://www.nasentrelinhas.com.br/noticias/costurando-ideias/349/o-new-look-de-flavio-de-carvalho/>. Acesso em: 25 jan. 2019.

NEEDELL, Jeffrey. **Belle Époque Tropical**. São Paulo: Companhia Das Letras, 1993.

NEGRIN, Llewellyn. Aesthetics: Fashion and Aesthetics - A Fraught Relationship. In: GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. (org.) **Fashion and art**. New York: Berg, 2012.

NERY, Maria Salete de Souza. **De arte a negócio ou de Worth a Herchcovitch**: afinidades eletivas, categorias sociais e processos sócio-históricos: a configuração moda. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2009.

NINA, Hyde. Japan's Runway. In: **Washington Post**. 1982. Disponível em:

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1982/10/16/japans-runaway-looks/5b14ea07-b661-4248-ac72-58767cbcd09/>. Acesso em: 1 dez. 2019.

NOBRIGA, Heloisa de Sá. **Moda vestida de arte**: um pouco além do efêmero. Dissertação. (Mestrado em Estética e História da Arte) – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2011.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP, n. 10. São Paulo, dez.-1993.

NORA, Pierre; LE GOFF, Jacques (org.). **História**: novos problemas, novas abordagens, novos objetos. 3 volumes. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1988.

NORELL, Norman; NEVELSON, Louise; SHARAFF, Irene; NIKOLAIS, Alwin; COURREGES, Andre; TUCKER, Priscilla. Is Fashion an Art? In: **The Metropolitan Museum of Art Bulletin**, v. 26, n. 3, 1967, p. 129–140. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/3258881.

NUNES, Benedito. **Introdução à Filosofia da Arte**. São Paulo: Editora Ática, 2009.

OBVIOUS. Página Lifestyle, 2016. Disponível em: http://lounge.obviousmag.org/vitor_dirami/2016/05/paco-rabanne-construtor-da-moda.html. Acesso em: 30 jan. 2019.

OLIVEIRA, Susana Martins de. **A Convencionalidade na representação do espaço**: um estudo sobre Gombrich e Goodman. (Dissertação) (Mestrado em Filosofia). Departamento de Filosofia da Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2000.

PALHARES, Taisa Helena Pascale. **Aura**: crise da arte em Walter Benjamin. São Paulo: Barracuda, 2006.

PALOMO-LOVINSKI, Noël. **Os estilistas de moda mais influentes do mundo**: a história e a influência dos eternos ícones da moda. Barueri, SP: Girassol, 2010.

PARANGOLÉ. In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras**. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3653/parangole>. Acesso em: 3 de jan. 2019.

PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. 3a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

PELBART, Peter Pál. Desvios do tempo. In: MESQUITA, Cristiane; PRECIOSA, Rosane. **Moda em zigzag**: interações e expansões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

PERROT, Philippe. **Fashioning the Bourgeoisie**: A History of Clothing in the Nineteenth Century. Princeton: Princeton University Press, 1994.

PERTHUIS, Karen de. Breaking the Idea of Clothes: Rei Kawakubo's Fashion Manifesto. **Fashion Theory**. 2019. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/loi/rfft20>. Acesso em: 10 de dez. 2019.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e arte: uma releitura no processo de criação**. São Paulo: Editora Senac, 2013.

PHILADELPHIA MUSEUM OF ART. 1995. **Página Collections: Handbook of the Collections**. Disponível em: <https://www.philamuseum.org/collections/permanent/56973.html>. Acesso em: 17 dez. 2018.

PINTEREST. 2018. Imagem de George Platt Lynes, Dalí and gala on the set of dream of venus, 1939. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/426012445973685191/?lp=true>. Acesso em: 20 dez. 2018.

PRECIOSA, Rosane; CAMPOS, Gisela Belluzo de. Arte e design como práticas criativas frente ao contemporâneo. In: PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

PRECIOSA, Rosane. Moda na filosofia. **Dobras**. 2008. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6277886.pdf>. Acesso em: jun. 2018.

PIRES, Beatriz Ferreira. **O corpo como suporte da arte: piercing, implante, escarificação, tatuagem**. São Paulo: Editora Senac: São Paulo, 2005.

PROENÇA, Graça. **História da arte**. São Paulo: Ática, 2005.

QUEIRÓS, Luís Miguel. Exposição em Versalhes para um rei que estava apaixonado pelas artes. In: **Público**, 2009. Disponível em: <https://www.publico.pt/2009/10/21/jornal/exposicao-em-versalhes-para-um-rei-que-estava-apaixonado-pelas-artes-18054739>. Acesso em: 10 set. 2019.

RABKIN, Eugene. Comme des Garçons - Perfume. In: **StyleZeitgeist Magazine**. 2015a. Disponível em: <https://www.sz-mag.com/news/2015/04/comme-des-garcons-perfume/>. Acesso em: jan. 2019.

RABKIN, Eugene. The Children of Comme. In: **The business of fashion**. London. 2015b. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/articles/people/the-children-of-comme>. Acesso em: jan. 2019.

RAMME, Noeli. **Arte e construção de mundos: um estudo sobre a teoria dos símbolos de Nelson Goodman**. 2004. Tese (Doutorado em Filosofia) - Departamento de Filosofia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

REI Kawakubo: The Comme des Garçons design visionary breaks her silence to sound off on the continual chaos of fashion. In: **The Wall Street Journal**, Set. 2011. Disponível em: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424053111903918104576500263503794504>. Acesso em: 17 out. 2019.

REIS, Ana Paola; ANDRADE, Rita Morais. **Ilustração de moda: imagens no curso do tempo**. 2011. In: 7 Colóquio de Moda. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7->

Coloquio-de-Moda_2011/GT08/Comunicacao-Oral/CO_89396Ilustracao_de_Moda_imagens_no_curso_do_tempo_.pdf. Acesso em: 1 jun. 2018.

RESENDE, Patricia Helena Soares Fonseca Rossi de. **Os caminhos do sistema de moda: os diálogos com a arte e seus disfarces**. 2013 Tese. (Doutorado em Educação, Arte e História da Cultura) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

RESEARCHGATE. **Artigo Emilie Flöge: Gesamtkunstwerk Embodied**, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/303878029_Emilie_Floge_Gesamtkunstwerk_Embodied/figures?lo=1. Acesso em: 4 jul. 2018.

RHODES, Kate Louise. **An Apparent Ugliness: Fashion and Dressing Poor**. (Dissertação) (Mestrado em Artes) – School of Architecture and Design, RMIT UNIVERSITY, Melbourne, 2010.

RIBEIRO, Aileen. **Painting: Refashioning Art - Some Visual Approaches to the Study of the History of Dress**. In: RIBEIRO, Aileen; KARAMINAS, Vicki. (org.). **Fashion and art**. New York: Berg, 2012.

RODRIGUES, Isadora Ferraz; MESQUITA, Cristiane Ferreira. **A arte de Rei Kawakubo: diálogos entre moda e arte no universo da Comme des Garçons**. In: **Da Pesquisa**, v. 08, p. 626-642, 2011. Disponível em: www.ceart.udesc.br/dapesquisa/files/05MODA_Isadora_Ferraz_Rodrigues.pdf. Acesso em: 10 jan. 2017.

RODRIGUES, Luzia Gontijo. **Nietzsche e Platão: arte e orquestração das paixões**. **Kriterion**. Belo Horizonte, v.45, n.109, p.136-158, jun. 2004.

RUIZ, José Mário Martinez. **Arte e Moda conceitual: uma reflexão epistemológica**. **Revista Cesumar**, v. 12, n. 1, p. 123-134, jan./jun., 2007.

SAID, Edward W. **Cultura e Imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SALLES, Vanessa Madrona Moreira. **Pensamentos sobre a moda e sua relação com a tradição a partir de noções benjaminianas**. In: 6º COLÓQUIO DE MODA, 2010. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda_2010/71575_Pensamentos_sobre_a_moda_e_sua_relacao_com_a_tradicao_.pdf. Acesso em: jul. 2017.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria da moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANT'ANNA-MULLER, Mara Rubia. **Prêt-à-Porter, discussões em torno de seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa**. **Projética Revista Científica de Design**. Londrina. v.2 n.2, 2011. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/viewFile/8856/9267>. Acesso em: 15 dez. 2019.

SANT'ANNA, Patrícia. **Coleção Rhodia**: arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil. 2010. Tese (Doutorado em História da Arte) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP. 2010.

SANTOS, Antônio Carlos Rodrigues dos Santos. **A Complexidade da Moda**: Influência dos principais designers Belgas e Japoneses na moda contemporânea. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SANTOS, Rochelle Cristina dos. A construção de uma memória social: a coleção de moda Nara Leão como fonte histórica. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo, v. 5, n. 2, 2012.

SCENARIO. In: **Merce Cunningham**. 1997. Disponível em: <https://www.mercecunningham.org/the-work/choreography/scenario/>. Acesso em: 14 out.2019.
SETTON, Maria da Graça. A moda como prática cultural em Pierre Bourdieu. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.1, n.1, p.119-141, abr./ago. 2008.

SHIMIZU, Sanae. **Comme Des Garçons**: Unlimited. Tokyo: Heibonsha, 2005.

SILVEIRA, Icéia; FERNANDES, Thais Callegari; BARBOSA, Bárbara Franzner. Influências na Modelagem do Vestuário da Década de 1910. In: COLÓQUIO NACIONAL DE MODA, 2, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador, 2006. Disponível em: www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/20.pdf Acesso em: 02 abr. 2018.

SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. Por que ler ... Pierre Bourdieu? **dObra[s]** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda. São Paulo, v. 2, n. 3, p.18-21. 2008.

SIMMEL, George. **Filosofia da moda**. Tradução Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SKOV, Lise. **Fashion Trends, Japonisme and Postmodernism**: Or ‘What is so Japanese about Comme des Garçons?’. *Theory, Culture and Society*. v. 13, n. 3, August, 1996, p.129-151.

SMITH, Paul. Interview Rei Kawakubo. In: **Dazed Digital**. 1995. Disponível em: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/18727/1/rei-kawakubo-paul-smith-1995-interview-cindy-sherman-met-ball>. Acesso em: 20 out. 2019.

SMITH, Roberta. Art after a Fashion. **Vogue**. 1996
Disponível em: <https://archive.vogue.com/article/1996/01/01/art-after-a-fashion>. Acesso em: 6 out. 2019.

SOMBART, Werner. **Luxury and Capitalism**. Michigan: The University of Michigan Press, 1967.

SPINDLER, Amy M. **Fashion as Art. Or Maybe Not.** In: The New York Times. 1996. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1996/09/15/arts/fashion-as-art-or-maybe-not.html>. Acesso em: 2 dez. 2019.

STEELE, Valerie. A Conversation with Valerie Steele about Fashion and Art. **Fashion Projects:** 31 de out. 2011. Entrevista concedida a Ingrid Mida. Disponível em: <https://www.fashionprojects.org/blog/3055>. Acesso em: out. 2018.

STEELE, Valerie. **Fifty years of fashion: new look to now.** New Haven: Yale University Press, 1997.

STEELE, Valerie. Fashion. In: GECZY, Adam; KARAMINAS, Vicki. (org.). **Fashion and art.** New York: Berg, 2012.

STEELE, Valerie. Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition. **Fashion Theory**, v. 12, n. 1, p. 7-30, 2008.

STEELE, Valerie. **Paris fashion: a cultural history.** New York: Oxford University Press, 1999.

SÜSSEKIND, Pedro. **Greenberg, Danto e O Fim da Arte.** *Kriterion*, Belo Horizonte, v. 55, n.129, p.136-158, jun. 2014.

STERN, Radu. **Against Fashion – Clothing as Art (1850-1930).** Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press, 2004.

SUDJIC, Deyan. **Rei Kawakubo and Comme des Garçons.** New York: Rizzoli International Publications, 1990.

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

TERRA. 2006. **Página Diversão & Arte.** Disponível em: https://www.terra.com.br/istoegente/337/diversao_arte/expo_lygia_clark.htm. Acesso em: 15 fev. 2019.

THE GUGGENHEIM MUSEUMS AND FOUNDATION. **Página Research**, 2013. Disponível em: <https://www.guggenheim.org/audio/track/tanaka-atsuko-electric-dress-1956>. Acesso em: 12 jan. 2019.

THE NEW YORK TIMES. **Página News.** 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/05/04/arts/design/the-mets-rei-kawakubo-show-dressed-for-defiance.html>. Acesso em: 15 nov. 2019.

THREUTER, Christina. La nueva ropa del artista: Maria Sèthe, Henry Van de Velde y la cuestión del moderno self-fashioning. **RA. Revista de Arquitectura.** 2005, v.7, p. 31-40. Disponível em: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/18021>. Acesso em: dez. 2018.

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART – THE MET. Página Essay, 2000. Disponível em: https://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm. Acesso em: 15 fev. 2018.

TOLEDO, José Mário de Arruda. **Flávio de Carvalho**: o comedor de emoções. Campinas/Brasília: 1994.

TUMBLR. 2018. Disponível em: <https://www.tumblr.com/tagged/jane-morris>. Acesso em: 25 março 2018.

TRAVASSOS, Milena de Lima. **Estética do Choque** – arte e política em Walter Benjamin. 2009. Dissertação (Mestrado em Filosofia). Universidade Estadual do Ceará – Fortaleza, 2009.

TRAVERSO, Enzo. O Século de Hobsbawm. In: **Revista Movimento**. 2017. Disponível em: <https://movimentorevista.com.br/2017/10/o-seculo-eric-hobsbawm-historia-marxismo/>. Acesso em: 15 de dez. 2019.

TROMBETTA, Gerson Luís. As “frestas” do tempo: sobre a concepção de história em Walter Benjamin. **História: Debates e Tendências**. v.10, n. 2, p. 390-401jul. /dez.2010.

TROMBETTA, Gerson Luís. As "visões" de Tirésias: arte, música e compreensão. **Per musí**, Belo Horizonte, n. 35, p. 1-14, dez. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-75992016000500002&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 jan. 2018.

TROMBETTA, Gerson Luís. Simbolizar e compreender: sobre o valor cognitivo da arte. In: ORMEZZANO, Graciela (org.). **A pesquisa em diálogo**: comunicação + arte + educação. p.13-28. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2007.

THURMAN, Judith. Rei Kawakubo is a Japanese avant-gardist of few words, and she changed women’s fashion. **The New York**. 2005. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2005/07/04/the-misfit>. Acesso em: 03 set. 2020.

UEHARA, Alexandre Ratsuo. **A Política Externa do Japão no Final do Século XX**: o que faltou? São Paulo: Annablume, 2003.

UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS. Journal of the society of architectural historians – JSAH, 2013. **Página All content**. Disponível em: <http://jsah.ucpress.edu/content/72/4/53.figures-only>. Acesso em: 30 jun. 2018.

UNZER, Emiliano. **História da Ásia**. Columbia & San Bernadino, EUA: Amazon, 2019.

V&A. Página search. 2020. Disponível em: <http://collections.vam.ac.uk/item/O73390/jumper-kawakubo-rei/>. Acesso em: 20 out. 2019.

VARELLA, Paulo. O que é feminismo? In: **Arte Ref**. 2020. Disponível em: <https://arteref.com/feminismo/o-que-e-o-feminismo/>. Acesso em: 10 maio 2020.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. Tradução Bolívar Lamounier, Olivia Krähenbühl. 2ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

VEILLON, Dominique. **Moda & Guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

VIEIRA, Adinil Carlos Da Silva. **Poéticas nacionalistas na música brasileira de concerto**: Proposições de Camargo Guarnieri e Cláudio Santoro. 2017. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá, 2017.

VINKEN, Barbara. The Empire Designs Back. In: FUKAI, Akiko; VINKEN, Barbara; FRANKEL, Susannab; KURINO, Hirofumi. **Future beauty**: 30 years of Japanese Fashion. London: Merrel, 2013.

VOGUE. Chief curator Andrew Bolton takes us inside the costume Institute's Rei Kawakubo/ Comme des Garçons: Art of the In-Between. [online] **Vogue**, 2017. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/rei-kawakubocomme-des-garcons-art-of-the-in-between- -exhibit-andrew-bolton>. Acesso em: 10 set. 2020.

VOGUE. **Página Fashion-shows** – look 49, 2018. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection>. Acesso em: 10 dez. 2018.

VOGUE. **Página Fashion-shows** – look 01, 2018. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection>. Acesso em: 10 dez. 2018.

VOGUE. **Página Fashion-shows**, 2017. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/rei-kawakubo-interview-comme-des-garcons-2017-met-museum-costume-exhibit>. Acesso em: 02 set. 2020.

WAQUET, Dominique; MARION, Laporte. **La mode**. Paris: Press Universitaires de France, 2002.

WERNECK, Guilherme. Megaexposição da moda na Bélgica tem 4 mostras temáticas. In: **Folha de São Paulo**. 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u865.shtml>. Acesso em: 25 out. 2019.

WICHMANN, Siegfried. **Japonisme**: The Japanese Influence on Western Art since 1858. London: Thames & Hudson, 2007.

WIDEWALLS. **Página Artists**, 2019. Disponível em:
<https://www.widewalls.ch/magazine/artist-muses>. Acesso em: 3 dez. 2019.

WOLLEN, Peter. **Addressing the Century: 100 Years of Art and Fashion**. London: Hayward Gallery Publishing, 1999.

WORKFLOW. **Página Research**, 2015. Disponível em:
<http://anakagawa1.workflow.arts.ac.uk/research>. Acesso em: 27 jan. 2019.

WREN, Christopher. **Clinton Calls Fashion Ads ‘Heroin Chic’ deplorable**. In: The New York Time. 1997. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1997/05/22/us/clinton-calls-fashion-ads-heroin-chic-deplorable.html>. Acesso em: 20 jan. 2020.

YAEGER, Lynn. On the Eve of the Comme des Garçons Retrospective, the Notoriously Reclusive Rei Kawakubo speaks out. In: **Vogue**, 2017. Disponível em:
<https://www.vogue.com/article/rei-kawakubo-interview-comme-des-garcons-2017-met-museum-costume-exhibit>. Acesso em: 03 set. 2020.

YAHN, Camila. Adrian. Joffe: um budista por trás do império da Comme des Garçons. In: **Fashion For Ward**. 2016. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/gente/adrian-joffe-um-budista-por-tras-do-imperio-da-comme-des-garcons/>. Acesso em: 1 out. 2019.

YIM, Eunhyuk. 복식과 회화에 표현되는 몸의 재현 - 프란시스 베이컨의 작품과 레이 카와쿠보의 컬렉션을 중심으로 (Representation of the Body in Dress and Painting - Focusing on the Works of Francis Bacon and Rei Kawakubo). **J. fash. bus.** v. 17, n. 4. 2013. p. 40-57. Disponível em: <http://koreascience.or.kr/article/JAKO201330251816622.page>. Acesso em: 18 jan. 2020.

ANEXO A – Coleção *Body Meets Dress, Dress Meets Body*

Devido ao grande número de imagens da coleção primavera/verão de 1997, *Body Meets Dress, Dress Meets Body*, optou-se por não anexá-las nesse documento com intuito de não sobrecarregar o tamanho do arquivo. As imagens da coleção podem ser acessadas no site: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons>.