

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
NÉLIA GOULART DE SOUZA

A INDUMENTÁRIA NA OBRA DE ARTE: SIGNIFICADO E IMPORTÂNCIA

Tubarão
2014

NÉLIA GOULART DE SOUZA

A INDUMENTÁRIA NA OBRA DE ARTE: SIGNIFICADO E IMPORTÂNCIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Pós-Graduação
lato sensu em História da Arte, da
Universidade do Sul de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Claudio Damaceno Paz. Msc.

Tubarão
2014

Dedicoeste trabalho a todos que acreditaram que
seria possível alcançar este objetivo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela vida, pelas oportunidades, pela família e amigos, em especial a amiga Aline que muito contribuiu na elaboração deste trabalho.

.Agradeço também, pela amizade, amor e compreensão de todos que nos rodeiam.

A todos os mestres que nos orientaram durante todo o curso, queremos aqui deixar o meu muito obrigada, sem distinção, pois cada um a sua maneira me fez tomar o gosto pela disciplina estudada.

“Aquele que sabe e sabe que sabe
é sábio - segue-o
aquele que sabe e não sabe que sabe
está a dormir - acorda-o
aquele que não sabe e não sabe que não sabe
é um idiota - enxota-o
aquele que não sabe e sabe que não sabe
é simples - ensina-o”
- *PROVÉRBIO ÁRABE*

RESUMO

Desde os primórdios, a humanidade observou a necessidade de se vestir. Com o tempo esse ato deixou de ser visto apenas como sinônimo de proteção, tornando-se símbolo de *status* social e até mesmo uma manifestação artística. A relevância do presente estudo monográfico gira em torno do estudo da história da moda e sua vinculação com a arte, mostrando que o ato de se vestir nem sempre foi igual ao que temos na atualidade e nem sempre possuiu o mesmo significado. Na sociedade do espetáculo, as pessoas deixam de comprar a roupa para vestir e sim para mostrar. Empreende-se, então, uma investigação sobre as razões que levaram a arte da confecção de roupas a se transformar na moda como objeto de desejo, por meio da análise de algumas obras de arte, em especial as produzidas pelo pintor Gustav Klimt, dimensionando a importância e o significado da indumentária no âmbito social. Nesse sentido, a utilidade é superada pela beleza e a técnica torna-se um instrumento a serviço da arte.

Palavras-chave: moda – utilidade – sociedade do espetáculo – arte.

ABSTRACT

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. MODA E ESPETACULARIZAÇÃO DA ROUPA: ENTRE O VESTIR E O MOSTRAR.

2.1 Da roupa como necessidade ao surgimento da moda

2.2 A moda como atividade econômica ou o negócio da moda

2.3 De como a sociedade do consumo se transformou na sociedade do espetáculo

2.4 A alta costura como artesanato de luxo ou obra de arte

3. MODA E ARTE: RELAÇÕES POSSÍVEIS

3.1 Especulações em torno da moda como arte

3.2 Diálogos entre moda e arte na passarela

3.3 Aproximações entre moda e arte

3.4 Klimt: a arte e a moda

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. REFERÊNCIAS

1 INTRODUÇÃO

Desde o início a humanidade sentiu a necessidade de se vestir, sendo esse ato praticado, a princípio, apenas com a função de proteção do corpo. Com a sedentarização, o homem passou a plantar para o próprio consumo, e, mais tarde, para comercializar o excedente da produção, que ia além de alimentos, chegando à artefatos de uso agrícola, utensílios domésticos, armas, acessórios e tecidos. Com o desenvolvimento da organização social, a roupa passou a ser sinônimo de *status*, inclusive identificando e distinguindo os membros das classes sociais em determinadas sociedade.

A Revolução Industrial, em decorrência das inovações científicas e tecnológicas, intensificou a produção de bens. O artesão, que até então era o artífice detentor de todas as etapas do processo de trabalho, com as transformações no processo de produção, comercialização e consumo, se vê descaracterizado, perdendo sua função diante das máquinas.

Nesse contexto de passagem da produção doméstica para o sistema de fábricas, o artesão foi transformado em operário. Em decorrência, em virtude das mudanças nos processos da tecelagem, a produção de roupas pode ser aumentada, estendendo o *glamour* das classes mais abastadas para as classes emergentes e, posteriormente, para as classes populares.

Com a consolidação do capitalismo a necessidade de consumo foi estimulada, sendo muito bem aproveitada pelos profissionais da costura, que passaram a se aperfeiçoar e a criar moda (estilos), transformando o nome dos seus em grandes grifes, que produzem muito mais que roupas, mas estilo, que se transforma em objeto de desejo. A moda, então, passou a ser uma questão social, pois num contexto de produção têxtil e de confecções ampliados, de consumo exacerbado, a moda começou a ser usada como meio de diferenciação até a sua democratização.

As vestimentas sempre passaram por diversas modificações em decorrência do desenvolvimento tecnológico quanto das mudanças dos costumes. Isso se deve as características da sociedade, a diferenciação de cada classe e, por último, a moda. Antes mesmo de surgir o denominado movimento da moda, fator sociológico que permite a igualdade comportamental por meio da estética, havia apenas a necessidade de proteção associada ao ato de vestir.

As mudanças no mundo da moda coincidem com os acontecimentos históricos, com o momento social no qual a humanidade se encontra, respeitando seus movimentos.

A moda, portanto, é um meio de comunicação social de indivíduos interagem visualmente. Reflete não apenas o momento onde estamos inseridos, como também integra a identidade dos grupos sociais, da diferenciação de classes. Conhecer a história da moda a partir da análise de obras de arte permite uma reflexão sobre como e quando ocorreram as transformações refletem na moda.

No decorrer da História o vestuário, e a maneira de vestir e ostentar as roupas, passou por muitas modificações, tanto nas vestimentas quanto nos adornos. Deixa ser apenas uma necessidade de proteção para uma forma de embelezar o corpo, respeitando as características de cada cultura e de cada classe social, gerando status ao demarcar, do ponto de vista visual, diferentes posições ou lugares sociais ocupados pelos indivíduos na sociedade.

Percebe-se que mesmo que o indivíduo esteja ligado à aceleração das mudanças culturais, busca o Belo mesmo para o seu uso e consumo, sendo a moda o segmento que mais enfatiza o que podemos denominar de glorificação da beleza. Portanto, na sociedade do espetáculo, as pessoas deixam de comprar a roupa para vestir e sim para mostrar. Nesse sentido, a utilidade é superada pela beleza e a técnica torna-se um instrumento a serviço da arte.

A relevância social do presente estudo monográfico gira em torno do estudo da história da moda e sua vinculação com a arte, mostrando que o ato de se vestir nem sempre foi igual ao que temos na atualidade e nem sempre possuiu o mesmo significado.

Buscou-se, com as limitações intelectuais e de tempo inerentes a condição de estudante, elaborar um estudo bibliográfico que faz uma análise da moda como bem de consumo, impulsionando a economia capitalista, mas ao mesmo tempo um objeto de desejo associado as necessidades estéticas das pessoas que as adquirem.

O presente estudo passa pelo uso da roupa como uma necessidade de vestir, indo até a sua utilização como necessidade de mostrar, tornando a moda, muitas vezes, algo além do simples uso (roupa), mas um grande evento em todas as suas etapas.

Como motivação pessoal, a autora, por se encontrar inserida no meio estudado, pois é costureira de profissão, teve o desejo de conhecer um pouco além sobre as transformações pelas quais a moda passou ao longo da história. Assim, pensar e repensar a moda também são partes integrantes da história pessoal e coletiva, uma vez que o ato de vestir está presente na vida humana, desde o começo da chamada civilização, representando em todos os tempos algo muito além da simples necessidade.

Ao estudar a evolução da moda ao longo da história, buscar-se-á, nos limites deste estudo monográfico, empreender uma análise da transformação da roupa em bem de consumo, indo muito além de o simples produzir roupas, e sua vinculação com a arte.

Nesse sentido, definiu-se como objeto geral empreender uma investigação sobre as razões que levaram a arte da confecção de roupas a se transformar na moda como objeto de desejo, por meio da análise de algumas obras de arte, em especial as do pintor Gustav Klimt, dimensionando a importância e o significado da indumentária no âmbito social.

Como objetivos específicos foram definidos: identificar o surgimento da moda na História; descrever o processo que deu origem à moda como bem de consumo; descrever processos de transformação da história, comparando-os com as transformações ocorridas na moda, a fim perceber suas mudanças dentro do contexto social; analisar a transformação do vestir em espetacularização da moda; caracterizar o processo de transformação do artesão (costureiro) em artista conceituado (estilista); estudar a influência da moda na produção do artista Gustav Klimt.

Para isso foi utilizada a pesquisa bibliográfica. Buscou-se, então, em autores renomados na área, os subsídios necessários para encontrar as respostas necessárias ao tema delimitado e as questões problemas dele decorrentes.

Porém, o problema de pesquisa, aqui delimitado, não consegue ser respondido por si mesmo, fazendo-se necessário colocar em evidência questões subsidiárias que auxiliarão, através do conjunto de respostas, na resolução da questão central de investigação. Para tanto, definimos as seguintes questões de pesquisa: Como era o vestir antes da moda? Como surgiu a moda na história da humanidade? Qual é a relação entre a moda e a arte? Como se deu a evolução do artesão ao estilista, que faz deste último um verdadeiro artista?

Na busca por respostas para a problemática enunciada, o desenvolvimento do trabalho foi estruturado em quatro capítulos, sendo o primeiro a introdução, com a delimitação da questão problema, objetivos, relevância do trabalho e questões problema; o segundo faz uma retrospectiva da história da moda, mostrando desde a utilização da roupa como necessidade básica até o surgimento da moda e sua inserção na sociedade do espetáculo; o terceiro capítulo trata das relações ou aproximações possíveis entre moda e arte, com ênfase na produção artística de Gustav Klimt; o quarto faz as considerações finais.

2. MODA E ESPETACULARIZAÇÃO DA ROUPA: ENTRE O VESTIR E O MOSTRAR.

Nos últimos anos, a moda entrou para a academia como objeto de estudo e pesquisa. As roupas, de uma forma ou outra, transmitem alguma informação a respeito do seu processo de criação e produção e mesmo de quem as usa. Ela pode destacar particularidades como o senso de humor, criatividade, sensualidade, desleixo. Ou seja, quando nos vestimos, estamos de alguma forma informando algo a respeito do mundo, do nosso tempo, do contexto cultural em que estamos inseridos e a nosso respeito.

2.1 Da roupa como necessidade ao surgimento da moda

Presente na vida do ser humano desde quando esse era um ser primitivo, mesmo que na forma de um mero instrumento de proteção e isolamento térmico, a roupa já fazia parte das soluções que o ser humano foi criando, aos poucos, para a sua sobrevivência.

O Antigo Testamento, que compõe a Bíblia Sagrada, enfatiza a questão moral para explicar a necessidade que o homem teve para cobrir o corpo, usando folhas de vegetais, e posteriormente peles de animais, após a nudez decorrente do pecado de Adão e a consequente expulsão do paraíso.

[...] Depois de comer do fruto da árvore proibida, seus olhos se abriram e vendo que estavam nus, tomaram folhas de figueira, ligaram-nas e fizeram cinturas para si. [...] O senhor Deus fez para Adão e sua mulher umas vestes de peles, e os vestiu. (Gênesis, cap.3. 7,21)

Na pré-história, além da proteção das intempéries, existiam também outras razões para a utilização de vestimentas, pois há evidências de que ao se cobrirem-se com peles de animais os humanos acreditavam poder se aproximar com mais facilidade da presa nos procedimentos de caça. O uso de peles de animais sobre o corpo, muito mais que estratégia de camuflagem, confundia o olfato do animal que seria caçado, ao disfarçar o característico odor humano, possibilitando a aproximação sem que o caçador fosse percebido.

Com o passar do tempo percebeu-se que a pele apenas jogada sobre os ombros limitava os movimentos dos braços e, por isso, surgia necessidade de cortes,

para que, assim, os braços tivessem mais mobilidade. Nasce, assim, conforme Nery (2004), a cava. Ressalta-se, portanto, que por estas e outras necessidades as peles passaram a ser manuseadas e modificadas de acordo com a necessidade de aquecimento e, também, a praticidade.

Como a fiação e a tecelagem eram ainda desconhecidas, para prender suas roupas em torno do corpo, esses homens passavam tendões de animais ou cordões de fibras vegetais através de pequenos furos, usando espinhos, ossos, ou pedras perfuradas. Descobriram assim, a costura com agulhas! Após caçar os animais, para tirar-lhes o couro, aprenderam a curti-lo, tornando-o maleável, para depois poder corta-lo e molda-lo melhor ao corpo. (NERY, 2004, p. 13).

No entanto, as peles quando submetidas à temperatura e unidade se decompõem. A necessidade de conservação e manuseio levou os humanos a buscar alternativas para as vestimentas. Nesse contexto, novos materiais começaram a ser experimentados, como, por exemplo, as fibras vegetais que deram origem ao desenvolvimento das técnicas de tecelagem.

Percebe-se, assim, que a vestimenta integra a história da humanidade e serve de referencial de cada época, assumindo significados específicos no espaço e no tempo.

Os povos Egípcios, assim como outros povos caracterizados por relações sociais rigidamente hierarquizadas procuravam distinguir as classes sociais por meio da indumentária, particularmente das joias ostentadas, da qualidade e, frequentemente, da quantidade de tecidos usados nas roupas. Os servos vestiam usualmente uma espécie de tanga, enquanto os membros das camadas superiores vestiam-se em túnicas macias cobertas de ouro e pedras preciosas, como demonstram as ilustrações encontradas na decoração das construções, nos monumentos e nos manuscritos em papiro deste povo.

O egípcio vestia-se com o mínimo de roupas, em função do clima quente e seco. O uso da indumentária no vale do Nilo distinguia as castas: nudez ou pouca roupa, como somente a tanga, eram sinônimo de pobreza. A casta superior usava uma vestimenta variada, porém, de corte extremamente simples. Suas roupas eram feitas de linho e algodão, na cor natural, de preferência branca. Os ricos adoravam a transparência, que permitia adivinhar a coloração da pele e seus belos corpos. (NERY, 2004, p. 24)

Embora essa diferenciação contasse com o aspecto de exposição da opulência dos mais afortunados, fazia-se também para identificar e distinguir as classes, com a definição dos respectivos lugares sociais e funções na divisão do trabalho, aspecto muito importante para as relações de poder naquele sistema social. Nessa época era considerada de suma importância à continuidade da tradição.

Nesse sentido, conforme esclarece Nery (2004), era um imperativo aos faraós a utilização do Klaphe, uma espécie de gorro de feltro, um dos símbolos do seu poder absoluto.

Ressalta-se, em decorrência, que a exposição ou espetacularização do poder fora por todas as dinastias egípcias e outras monarquias, desde a antiguidade aos dias atuais, um meio de distinção, diferenciação e afirmação. Nesse intuito, a roupa cumpria sua função simbólica.

As civilizações grega e romana, ainda de acordo com Nery (2004), também valorizavam a exposição do belo, do corpo escultural, e sua valorização visual complementada pela vestimenta. A crença politeísta, cujos deuses e deusas eram descritos como seres de porte físico exuberante os influenciavam no que podemos denominar, contemporaneamente, de culto ao corpo e aos prazeres. O mesmo critério servia para identificar e diferenciar os seres humanos e a classe social a que pertenciam.

Conforme Nery enfatiza,

“[...] pelo exame da indumentária dos gregos, é possível conhecer sua mentalidade: a liberdade era visível no modo como o corpo era apenas coberto, porém sem ser apertado. O efeito era estético, não erótico. A nudez era considerada completamente natural, ao contrário do conceito de seus contemporâneos semitas” (2004, p. 40).

Na da Idade Média, em virtude da expansão do cristianismo, na Europa, e sua concepção ascética da relação do humano com o corpo e os prazeres, considerados fonte de pecado, ao contrário da visão hedonista dos gregos, o corpo precisou ser ocultado pela roupa.

O homem medieval contava com a necessidade de roupas resistentes para o trabalho duro no campo, peças de metal faziam-se necessárias às lutas decorrentes do constante estado de guerra pela posse de terras férteis, de acordo com Nery (2004). Ao mesmo tempo, em lugares onde o inverno tendia a ser extremamente rigoroso, o vestuário era considerado artigo essencial para proteger-se do frio.

Em períodos de frequentes batalhas fazia-se de suma importância à diferenciação de cada povoado, aliados ou inimigos, a qual era expressa usualmente por meio de cortes de cabelo e modo de se vestir.

Durante séculos a moda fora somente acessível à nobreza, ao clero e às classes superiores de cada época.

O intercâmbio entre os povos era limitado, uma vez que o único local de encontro eram os campos de batalha. Depois do século XI, somente a indumentária do clero e dos feudos guardava traços bizantinos. O povo se vestia segundo os meios e as necessidades. As diversas regiões da Europa

desenvolveram seus estilos próprios, com poucas modificações. (NERY, 2004, p. 64).

No período de transição entre o fim da Idade Média e o Renascimento surgiu o conceito da moda, as massas seguiam o ideal estabelecido pelo clero, com recomendações morais, e a nobreza tinha como modelo os prazeres que a beleza proporciona. Conforme Nery (2004, p. 86) “no Renascimento, mais do que antes, cada país expressou sua moda característica de diferentes maneiras”.

Procurava-se, portanto, pelo mesmo ideal desde a antiguidade, a exclusividade, a diferenciação das classes. Tal propósito seria possível com a aceleração do desenvolvimento da moda, por meio de um desenvolvimento em ciclos, onde se lança, mesmo que não intencionalmente, o inusitado, o diferente. A existência de seguidores, de certa forma, reforça o poder de quem está sendo seguido, segundo Ribeiro (1983).

Os nobres vestiam tecidos sobrepostos repletos de abotoaduras de ouro. A roupa tornou-se mais justa, evidenciando a silhueta. Assim que a moda era “ditada”, apareciam seus seguidores, de início os nobres de linhagem inferiores. Entretanto, com o tempo, os comerciantes, classe em ascensão, que procuravam “imitar” as vestimentas da classe tradicionalmente superior, a nobreza, visando maior prestígio social, conforme Ribeiro (1983).

A partir do momento em que os nobres, em virtude das imitações da classe ascendente, a burguesia, viram-se semelhantes aos seus inferiores, e que o estilo das roupas deixou de ser atemporal, ou mesmo com pouca diferenciação ano após ano, começaram a investir na inovação como meio de distinção. Nesse sentido, de acordo com Ribeiro (1983), a inovação tornou-se uma constante e a figura do criador de moda foi incorporado ao cotidiano da nobreza que precisava diferenciar-se socialmente e surpreender nas suas aparições públicas como forma de representação de poder.

No entanto, como parte do jogo, quando os seguidores, em geral das classes mais baixas na escala social obtinham acesso à nova moda ela era inovada como meio de diferenciação. Este ciclo, de acordo com Souza (1992), que se reinventava a cada inovação apresentada remanesce até os dias atuais, quando a moda dita não somente o modo de vestir, mas o modo de andar, de falar, os lugares a frequentar, o comportamento individual e social, a intimidade, as diferenças sociais.

“A moda é tida como o uso passageiro que regula a forma de vestir, calçar e pentear que deriva de um gosto coletivo ou uma predileção por qualquer

hábito e, sem dúvidas é uma prática geralmente imitada entre as pessoas”. Representa quem somos o que pensamos e que imagem constrói para sermos reconhecidos no nosso meio social. É uma construção de imagem capaz de refletir, através de corpos vestidos, épocas e os costumes das sociedades que nela surgem”. (SOUZA, 1992.p 29)

A moda, portanto, é o um meio de comunicação social pelo qual os indivíduos interagem visualmente. Reflete não apenas o momento onde estamos inseridos, como também integra a identidade dos grupos sociais.

As mudanças no mundo da moda coincidem com os acontecimentos históricos, com o momento social no qual a humanidade se encontra em cada época no seu movimento.

2.2 A moda como atividade econômica ou o negócio da moda

A moda tornou-se, sem dúvida, na sociedade capitalista, um negócio lucrativo para os que a têm por atividade. São muitos os campos de atuação humana onde é desenvolvido e propagado o que se pode denominar de indústria da moda. Este é um setor da atividade humana que busca a inovação, o que justifica o constante aumento no mercado da moda, a criatividade, o conhecimento e a tecnologia a ela associada.

A partir dos anos de 1920, com a sua popularização enquanto veículo de comunicação de massas, que passou a atrair multidões para as salas de exibição, bem como a difusão de uma espécie de culto ou idolatria dos astros e estrelas que representam personagens de fácil identificação com o público, o cinema, uma espécie de espelho mágico, tornou-se, pela imitação, um importante veículo difusor da moda. Calanca considera que:

A tecnologia de Hollywood, as características promocionais do *StudioSystem*, uma visão do mundo sexista, mais capaz de incluir o desejo de afirmação de muitas mulheres. Nesse contexto, o vestuário é crucial. É esse o período no qual foram realizados, pela primeira vez, os figurinos cinematográficos. Os vestidos tornam as atrizes parte integrante da narrativa, de um conjunto no qual vestuário e linguagem do corpo estão em harmonia. [...] os figurinos enfatizam o caráter, o comportamento, e as emoções que o ator ou a atriz devem comunicar. (CALANCA, 2008, p. 148).

No entanto, o cinema não só mostra a moda, como também a cria, por meio do trabalho de figurinistas contratados para vestir os atores de acordo com as suas personagens. Elsa Schiaparelli, de acordo com o relato de Lehnert (2000), famosa estilista italiana,

chegou mesmo a afirmar que os figurinos dos filmes de determinado momento seriam a moda do momento seguinte, pois o poder de influência dos meios de comunicação de massas, e particularmente o cinema, que passou, a partir da década de 1930, a associar som e imagem, tornou-se, antes do advento de outras mídias, um indiscutível meio capaz despertar desejos e ditar comportamentos.

Nessa perspectiva, ainda conforme Lehnert (2000), ressalta-se que não há comunicação ingênua. Os itens da comunicação, enquanto estímulos, são produzidos com a finalidade de moldar nosso pensamento, nossos desejos, resultando, direta ou indiretamente, em mudança de comportamento. O mesmo ocorre com a moda.

A eficiência dos mecanismos de persuasão depende da totalidade de fatores culturais e da personalidade que cada pessoa, levantando a questão da individualidade. Ou seja, há uma aparente liberdade deixada às pessoas para rejeitar ou aceitar as linguagens impostas. No entanto, a liberdade individual de escolha é, indiretamente, manipulada pelos diversos veículos de comunicação existentes no século XX. Nesse sentido, não somos indiferentes à influência da moda e dos modismos.

Numa era dominada pela sedução exercida pelos meios de comunicação de massa, através da publicidade, do culto às celebridades, da divulgação frenética de “novidades” de toda espécie, estar na moda não é mais simplesmente ter acesso e usar a vestimenta adequada a um estilo e a um grupo social. Nesse sentido, o que realmente importa é ter os últimos bens de consumo lançados no mercado. Em decorrência, as pessoas sentem-se na obrigação de seguir as tendências, que são as propostas de consumo.

Nessa perspectiva, a associação entre moda e economia torna-se inevitável. Nos tempos modernos, de acordo com Bonadio (2007), o primeiro momento em que a modarefletiu um estado de espírito gerado por uma economia instável foi durante a I Guerra Mundial. A situação de confronto entre os países manifestou-se no uso de roupas em tons mais escuros, de tecidos mais baratos e, principalmente, na libertação completa dos espartilhos, no encurtamento das barras das saias para logo acima do tornozelo e nos saltos mais baixos. Tudo devido ao fato das mulheres se verem obrigadas a trabalhar no espaço público, nas fábricas, já que os homens haviam partido para a guerra.

Ainda conforme Bonadio (2007), um segundo momento decorreu da queda da bolsa de Nova York, em 1929. Apesar da recessão econômica rapidamente ter se transformado na “grande depressão”, a intervenção dos Estados Unidos, por meio do New Deal promoveu certo otimismo, ou uma grande irresponsabilidade social, marcado, na

moda dos anos de 1930, por um glamour intenso, roupas luxuosas, com muito brilho e decotes ousados nas costas usados pelas estrelas de cinema e mulheres da alta sociedade.

Na década seguinte, Bonadio (2007) demonstra que, com a II Guerra Mundial, a moda voltou aos tons escuros, aos tecidos mais simples e passou a ser influenciada, cada vez mais, pelo guarda-roupa masculino e seus cortes sóbrios. Foi nessa época que as primeiras calças femininas começaram a ter maior aceitação pelo grande público. Afinal elas eram muito mais práticas para o trabalho nas fábricas, que agora voltava a ser exercido pelas mulheres.

O que difere os extremos desses três momentos com os efeitos da crise iniciada em 2008, ainda de acordo com Bonadio (2007), é que antes havia a guerra pautando não só a sociedade como a produção de moda. Na época das referidas guerras mundiais havia um forte racionamento devido a escassez de matéria prima. As atividades nas indústrias têxteis priorizavam a produção de uniformes militares e demais acessórios.

Paradoxalmente, neste início do século XXI a economia pode estar em crise, mas não há escassez. Logo, se o setor têxtil não for afetado, dificilmente veremos mudanças profundas na produção de vestuário, conforme GRUMBACH enfatiza no texto a seguir.

“Em 1950, Weill e Lempereur, inspirados por sua viagem a Nova York, são os primeiros a lançar suas grifes, engajar-se em campanhas de publicidade em nome próprio e distribuir cartazes promocionais aos vendedores autorizados que, pela primeira vez, aceitam associar suas marcas ao termo *'prêt-à-porter'*, impróprio gramaticalmente, porem mais prestigioso que confecção.” (GRUMBACH, 2009, p. 207).



Figura 4: A Segunda Guerra Mundial provocou mudanças importantes no mundo da moda. Fote:

amooralarte.blogspot.com

Ressalta-se que desde o surgimento do prêt-à-porter, nos anos 1950, a moda passou a influenciar outras esferas da produção associada à beleza, tais como o design e a indústria dos cosméticos. Nesse sentido, a alta costura, embora inacessível a grande parcela da população, passou a se constituir em objeto de desejo.

2.3 De como a sociedade do consumo se transformou na sociedade do espetáculo

Em qualquer época, os profissionais da indústria da moda, particularmente os profissionais de criação, como os estilistas, estão prontos para oferecer uma ampla variedade de opções dentre as quais os consumidores podem escolher.

No caso da Alta Costura, os estilistas proporcionam verdadeiros espetáculos e já esperam causar tal impacto. Com o advento da tecnologia e a difusão de informações por meio da mídia, as pessoas passaram a cultivar o que é novidade e desprezar o que é considerado antigo ou tradicional, gerando o que Toby Fischer-Mirkin, em seu livro “O Código do Vestir”, chamou de “vítimas da moda”. Ele acrescenta que:

“A escrava da moda despreza o conforto e a propriedade em favor de etiquetas de costureiros e da última tendência. Se está na moda calça larga, logo compra calça larga e veste-se na primeira oportunidade, mesmo que aquele visual não seja nada compatível com a ocasião” (FISCHER-MIRKIN, 1995, p. 115)

Para refletir sobre moda e vestuário é preciso, então, compreender as questões culturais envolvidas. Seja na promoção da individualidade ou para acompanhar as tendências atuais, tratando-se de um estudo complexo, abrangente, mas muito interessante.

O homem, animal que nasce nu, precisa de roupas para sua proteção. No entanto, como vimos anteriormente, se fosse somente proteção contra agentes externos bastaria possuir algumas peças de vestuário, sem precisarmos trocá-la com tanta frequência. Mas a questão da moda, para além do seu caráter utilitário, envolve um universo simbólico de grande complexidade.

A moda começa no momento em que o gosto pelo adorno se torna mais forte do que a funcionalidade da vestimenta. A vontade de experimentar o novo, ser único, distinguir-se, demonstrar que pertence a um certo grupo, seja ele qual for como meio de

manter ou ampliar espaços de poder cria o fetiche da roupa e seus acessórios. Ao mesmo tempo existe o componente utilitário, o moral, o da ostentação e da representação que assumem contornos de espetáculo.

A transformação de sociedade do consumo em sociedade do espetáculo se dá na medida em que, ao adquirir suas roupas ou produtos, as pessoas, muito além de deixarem-se influenciar pela mercadoria em si, são seduzidas pelo que ela representa.

O espetáculo, nessa perspectiva, pode ser entendido como um tipo de relação social entre as pessoas, uma relação que envolve, sobretudo, a imagem. Debord (1997), em sua obra “A Sociedade do Espetáculo”, apresenta sua crítica a espetacularização da vida, das relações e das condutas ao afirmar que:

O espetáculo domina quando a mercadoria ocupa totalmente a vida social, criando uma ditadura da mercadoria e do consumo, que tem como efeito a separação e o isolamento dos consumidores que não se relacionam, na maioria dos casos, com outros consumidores ou produtores e sim com o objeto de consumo, a mercadoria, tornando-se assim, num instrumento de unificação.

Para Debord (1997), portanto, quando o consumo de mercadorias ocupa um espaço importante na vida social das pessoas, o espetáculo passa a dominar a sociedade, e isso se dá de forma hegemônica. O mundo da aparência passa a ter uma grande importância no cotidiano das pessoas. Esse espetáculo seria o reflexo do pensamento ocidental, que é voltado para o visual.

Esse fenômeno, ainda segundo Debord (1997), apresenta-se como algo atrativo, até mesmo positivo. Sua única mensagem é: “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que o referido fenômeno requer por princípio é a aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve no momento em que já ocupa o seu espaço na vida das pessoas.

Nessa perspectiva, a sociedade do espetáculo, na compreensão de Debord (1997), é uma forma de sociedade em que a vida real é triste e pobre, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhes falta em sua realidade.

Assim, a moda se torna objeto de desejo, onde o vestuário converte-se em concretizador de emoções, traços de personalidade e caráter, conforme Tronca (2010). Não que desde o princípio a indumentária não tenha tido este mesmo efeito, mas no século XX, a moda moderna, além de suas novas características estético-burocráticas,

vinculadas a lógica da produção industrial e da comercialização capitalista, ao mesmo tempo democrática e individualista, também, se tornou elemento chave na comunicação visual dos indivíduos diluídos na sociedade de massa.

Tronca, nessa perspectiva, considera que:

O ato de vestir é marcante em nossa cultura e, no entanto, não damos muita atenção ao que o vestuário pode nos oferecer ou nos propiciar. Podemos dizer que a vestimenta é uma segunda pele e que a sua apresentação é uma espécie de projeção de nós mesmos, incluindo as imagens reais, os nossos desejos, defesas e ideais. Ela também faz provocações e suscita reações favoráveis ou não ao outro, que podem afetar o sujeito que se percebe. (2010, p.57)

A vestimenta, em decorrência, tornou-se um grande artifício, pois traz consigo a ilusão de que o homem moderno é aquele que investe em si próprio. Através da Moda, a roupa tem sido utilizada como instrumento social para manifestar riqueza e posição, podendo revelar nossas prioridades, aspirações, traços de caráter, liberal ou conservador, por isso destinamos boa parte dos nossos ganhos para esse tipo de investimento. Empréstimo de elegância e cor ao cotidiano, nossa aparência, com o recurso da moda, dá forma aos nossos sentimentos.

Nesse sentido Cidreira enfatiza que:

As aparências revelam mais do que enganam. Elas não têm nada a esconder, porque estão inteiras no visível. O conhecimento que temos um do outro acontece a partir de nós mesmos em certo recorte específico, que se altera constantemente. Assim, podemos afirmar que não existe comunicação entre “seres puros”. É preciso sair um instante do seu espírito para ver com quem ele se parece. (2006, p.18)

A moda, portanto, caminha na direção oposta à lógica da tradição, ou seja, há uma espécie de depreciação do passado, pois a novidade é vista como algo superior, conforme observa Cidreira (2006). Nesse sentido, o movimento da moda contraria a tradição, onde o conservadorismo rege a lei da imobilidade por meio de uma continuidade social.

Enquanto o culto aos costumes valoriza o passado, o que é antigo, e a imitação dos ancestrais, na moda domina o culto das novidades, assim como a imitação de modelos. Prefere-se ter semelhanças com os inovadores contemporâneos do que com os antepassados.

Miranda (2008, p. 110) afirma que “o sentimento de pertencer ou estar com e para alguém numa sociedade de consumo implica o uso de símbolos e sinais de aparência. A marca de moda é carteira de identidade, não só desta era pós-moderna, como em todo o decorrer da história da humanidade.” Ou seja, Os indivíduos se expressam na sociedade por meio de símbolos que os caracteriza e, conseqüentemente, afirmam sua identidade.

A Alta Costura, pelo imperativo do inédito, passou a ser uma dessas instituições. Os que a procuram buscam se diferenciar, ou afirmar a diferença, pela ideia de superioridade, fazendo com que sua individualidade seja desejada pelas massas.

A moda, então, passa a ser protagonista da indústria cultural. Para Tronca (2010), na maioria das vezes as pessoas sentem a necessidade de usar algo para se diferenciar do todo, mas acabam ficando iguais aos que também querem se diferenciar com aquilo que é considerado novidade, tornando-se, assim, parte desse espetáculo.

2.4 A alta costura como artesanato de luxo ou obra de arte

Os registros em pinturas murais das primeiras civilizações demonstram que havia entre os humanos, desde o início do processo civilizatório, como anteriormente referido, a necessidade de cobrir o corpo por razões que ultrapassam a mera necessidade fisiológica de proteção das intempéries.

O surgimento da vaidade, da “necessidade” de esbanjar a opulência por aquilo que se vestia pode ser identificado a partir da Idade Moderna, como demonstram as pinturas da época do Renascimento, devido às aplicações de joias nas roupas. O surgimento da moda é creditado, por alguns estudiosos da área, ao surgimento da Alta Costura e ao trabalho de estilistas, pois até então os nobres ditavam as tendências, que passaram a ser vagarosa e profissionalmente construídas por estilistas.

[...] a moda não foi somente um palco de apreciação do espetáculo dos outros; desencadeou, ao mesmo tempo, um investimento de si, uma auto-observação estética sem nenhum precedente. A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de se exibir-se ao olhar do outro. (CASTINHO, 2005, p. 35 Apud TRONCA, 2010, p. 62).

A ascensão econômica da burguesia e o fortalecimento do Estado Moderno, que, juntos, ofereceram condições propícias aos desejos de promoção social das pessoas que

enriqueceram com o seu trabalho, onde a moda pode ser um agente de revolução democrática, pois igualava, pela aparência, nos espaços públicos, nobres e burgueses.

Contudo, a moda é uma instituição onde o exercício da liberdade reside em sua estrutura relativamente maleável, onde combinações de recusa e de adoção de seus elementos se modificam com muita rapidez, pois o que parece democrático na moda pode camuflar diferenças e formas de discriminação acentuadas. Quase sempre a semelhança oculta profundas diferenças. A roupa, que antes do advento da alta costura, não passava de um objeto para cobrir os corpos, tornou-se, outra vez, elemento de distinção entre as classes.

Ressalta-se que a moda, tida como o uso passageiro que regula a forma de vestir, calçar e pentear que deriva de um gosto coletivo ou uma predileção por qualquer hábito, sem dúvidas é uma prática geralmente imitada entre as pessoas. Representa quem somos o que pensamos e que imagem construímos, ou deixamos construir, para sermos reconhecidos no nosso meio social. É uma construção de imagem capaz de refletir, nos corpos vestidos, épocas e os costumes das sociedades que nela surgem.

A arte da moda, do estilo e da tendência une-se a costura criando, reciclando, sofrendo influências dos momentos histórico-sociais e remanescem, entretanto, intactas e essenciais à sociedade de consumo atual.

[...]A moda absorve e reflete os fluxos do mundo. Capta os acontecimentos, vivências subjetivas, fatores econômicos, sociais, políticos culturais e os transforma em imagens, roupas e acessórios. Isso se dá, principalmente, pelas pesquisas de comportamento que visam a captar macrotendências de consumo especialmente fortes em determinadas épocas, direcionadas a públicos específicos ou generalizados. Essas materializações acontecem, ainda, por intermédio de grupos ou ‘pessoas comuns’ que procuram se vestir a partir de suas próprias experiências, suas vivências e realidades. (MESQUITA, 2004, p. 97).

A moda estará, então, sempre ligada às condições sociais do ambiente em que se encontra. Ela se adapta aos ritmos da sociedade e às suas necessidades.

A moda atualmente está diretamente relacionada com o “supermercado de estilos”. A individualidade e a legitimidade das roupas fizeram o mercado explorar a moda como um atrativo negócio. A moda possibilita a reprodução de referências, que, muitas vezes, são múltiplas.

Na realidade, o “supermercado de estilos” faz um *mix* e incorpora diferentes “identidades” em uma só roupa, fazendo daquela peça – junto ao indivíduo que a veste –

uma imagem daquilo que a pessoa quer representar. Ao mesmo tempo em que acompanha tendências, tem seu estilo próprio.

O conceito de “Alta Costura” foi, durante muito tempo, sinônimo de moda. O termo é derivado do francês *haute couture* refere-se à criação de modelos exclusivos, elevados preços, para clientes com alto poder aquisitivo.

Sobre a origem da alta costura, Palomino (2003, p. 22) esclarece:

A alta costura é considerada o território de sonho da moda. Sua origem, claro, é Paris. Em 1858, o inglês Charles Worth (1825-95) acabara de abrir sua própria Maison, onde criava roupas para novos-ricos e pequenos-burgueses. Ao ver uma de suas peças, a imperatriz Eugenia, mulher de Napoleão III, indica-o para o cargo de ‘estilista imperial’. Nascia o conceito de alta-costura [...], e o estilista tinha agora um status de criador supremo, diferentemente das costureiras e alfaiates. Depois de adotada pela alta sociedade, a moda da alta-costura era produzida nas máquinas caseiras.

. Essa denominação possui proteção jurídica e deve respeitar alguns critérios estabelecidos, que são definidos pela Câmara de Comércio e Indústria de Paris.



Figura 5: Charles Worth e um modelo de sua criação. Fonte: www.profissãomoda.com.br

De acordo com Lehnert (2000), somente os nomes aprovados anualmente por uma comissão do Ministério da Indústria, (Chambre Syndicale de La Haute), tem a permissão de usar tal título. Em 1997, segundo a revista Vogue francesa, a alta costura foi responsável por apenas 6% das vendas das grandes Maisons, sendo o restante arrecadado com licenças e do prêt-à-porter.

O termo alta-costura, muitas vezes, é usado sem que se saiba seu verdadeiro significado. Para que uma peça seja, de fato, *haute couture*, não basta que seja produzida na França, pois a condição é que a peça seja inteiramente desenvolvida em Paris, conforme esclarece Lehnert (2000). Além disso, deve ser feita especialmente para um cliente, de acordo com suas medidas pessoais, utilizando materiais nobres e as mais apuradas técnicas manuais de costura e bordado.

Além da exclusividade de peça única, uma roupa de alta costura chega a demandar mais de 400 horas de trabalho. A mão de obra é altamente especializada, sendo que muito dos bordados de grandes grife, como Chanel e Dior, são realizados pela tradicional casa Lesage, fundada em 1922 por Albert Lesage, ainda conforme Lehnert (2000).

O marco do surgimento da Alta Costura é a abertura, entre 1857 e 1858, em Paris, do ateliê de costura de Charles-Frédéric Worth, na Rue de Le Paix, em plena Revolução Industrial. O referido costureiro inovou ao desenvolver modelos inéditos, e sob medida, para suas clientes de acordo com Lehnert (2000).

Além disso, as peças eram apresentadas por mulheres jovens que as desfilavam pela loja. Worth fundou, com sua iniciativa, um modelo de negócios que estabeleceu as diretrizes da Alta Costura: criações exclusivas, lançamento de tendências, elevação do costureiro à condição de artista e a promoção de espetáculos publicitários sazonais baseados em grifes e modelos (manequins vivos), de acordo com Lehnert (2000).

Desde então, a Alta Costura projetou nomes de criadores que viraram sinônimo de sofisticação e bom gosto. Roupas, sapatos, bolsas, óculos, cintos, perfumes e cosméticos que levem a assinatura de costureiros como Giorgio Armani, Coco Chanel, Yves Saint Laurent, Givenchy, Jean-Paul Gaultier, Dolce e Gabbana, Karl Lagerfeld, Christian Dior, dentre outros, são objetos de desejo ao redor do mundo.

Quando o assunto é produção de uma marca, a alta costura é a referência. Registros mostram que são poucas as pessoas no mundo que possuem criações de alta costura. A ousadia e tradição que acompanha a perfeição de linhas, caimento e volume das criações dos audaciosos estilistas da alta costura encantam e inspiram há mais de 150 anos os adeptos da arte da moda.

Lehnert (2000) informa que, atualmente, poucas são as grifes consideradas membros da Câmara Sindical da Alta-Costura. Dentre elas destacam-se Chanel, Christian Dior, Givenchy e Jean Paul Gaultier. Além disso, existem os membros convidados a desfilar na semana de moda de Paris. Há também os membros representantes, que participam da semana de moda “representando” a alta-costura de outros países, tais como: Giorgio Armani Privé, Elie Saab e Valentino.

Grande parte das inovações e extravagâncias dos desfiles de alta-costura nunca chegará a ser usada, tendo como destino os arquivos das maisons. Mais do que apresentar roupas para serem vestidas, as semanas de alta-costura servem como ricas fontes de ideias inovadoras que orientam tendências e definem estilos.

De acordo com o atual presidente da Câmara Sindical de Alta Costura, Didier Grumbach, (2009) a Alta-costura é a parte mais elevada do prêt-à-porter. É um trabalho da grife que deseja preservar seu *savoirfaire*. Grumbach reforça que a Alta-costura se transformou em um laboratório que confere importância e novas ideias ao calendário da moda.

Nos anos 1960 a Alta Costura, de certa forma, cedeu espaço ao prêt-à-porter. A ideia de produzir industrialmente roupas com um acabamento superior e que seguissem as tendências da moda, mas que fossem economicamente acessíveis, norteou o surgimento do prêt-à-porter. O termo prêt-à-porter foi inspirado pelo conceito norte-americano ‘readytowear’, que teve grande divulgação nos Estados Unidos a partir dos anos 40.

Lehnert (2000) explica que enquanto que a alta costura é feita sob medida para modelos exclusivos, o *prêt-à-porter* é produzido por grandes grifes e distribuído por grandes lojas, destinadas a atender um público exigente e com alto poder aquisitivo. Com o passar do tempo, a velocidade e a praticidade do prêt-à-porter ganharam o mundo.

A procura pela Alta Costura diminuiu e, segundo a Câmara Sindical de Alta Costura, passou de 15 mil clientes em 1947 para menos de 1.500 nos dias atuais. “Hoje a Alta Costura não é mais um fator importante para a economia, mas um notável meio publicitário, do qual depende a fama de um grande estilista”, conforme Lehnert (2000).

No entanto, apesar de produzir peças industriais em série “para todos”, o *prêt-à-porter* quis adicionar um diferencial de moda a estes produtos; sua proposta é unir a indústria à moda, acrescentando estilo às ruas, um *plus* criativo às peças básicas. As galerias Lafayette, o Printemps e o Prisunic foram experimentos iniciais nesse sentido, com grandes magazines nos anos de 1950, informa Lehnert (2000). Para tanto, o *prêt-à-porter* se associou a estilistas com algum vínculo com a alta costura para, enfim, agregar valor estético aos produtos.

Portanto, ao longo da história o ato de vestir, que se transformou em moda, e negócio, transitou do artesanato à indústria, da costureira ao estilista, do negócio a arte.

3. MODA E ARTE: RELAÇÕES POSSÍVEIS

Se compreendermos a arte como uma das formas do ser humano expressar suas emoções, sua cultura, sua história por meio de valores estéticos como a harmonia, o equilíbrio, a simetria, a leveza, a simplicidade, podendo ser representada de várias formas, dentre elas a música, esculturas, pintura, cinema, dança, dentre outras manifestações da capacidade de criação e recriação dos seres humanos, podemos inferir que moda é arte.

Cabe ressaltar que a criatividade artística não tem limite na busca por novas formas, novas concepções, novas linguagens, posturas inusitadas como manifestações da expressividade do ser humano. Limitar a arte às tradicionais técnicas ou performances vinculadas a conceitos e suportes tradicionalmente consagrados, ou que evidenciam inovações até então impensáveis, reduz a potencialidade da criação humana. O design, a moda, a arquitetura, a fotografia, a arte digital e tantos outros, em decorrência do avanço da tecnologia, constituem manifestações relevantes para dimensionar as capacidades criativas dos seres humanos.

3.1 Especulações em torno da moda como arte

A moda, acredito, constitui uma das formas de manifestação artística utilizada pelos seres humanos, por meio da sua sensibilidade aliada a uma técnica sofisticada, para manifestar sua visão de si, do outro e do mundo. Assim, o mérito da moda como arte é que "conseguiu estabelecer uma ponte entre a beleza e a vida. A moda é uma arte que se usa, que se leva para a rua; é uma arte de consumo a que todos têm acesso" (Fontán de Junco, 1996, p.34). Portanto, é uma forma de manifestação artística que alia criatividade, tecnologia, mercado, beleza e utilidade.

“A moda, assim como o cinema, não só faz parte da sociedade do espetáculo como também a alimenta. Atualmente, a moda nunca esteve tão em voga, tanto que virou lugar-comum afirmar que a moda está na moda. Nesse caso, não deve ser entendida como roupa, assim como o cinema não deve ser considerado, em sua essência, como filme, mas como um sistema que afirma seu tempo, que é capaz de responder às velozes mudanças num mundo midiático e tecnologizado, ansioso pela próxima novidade. Poucas são as linguagens, incluso literatura, fotografia, pintura, que podem afirmar e realizar essa façanha com tanta precisão.” (Olivero, Ricardo. A moda como manifesto da arte. [wwwhttp://revistacult.uol.com.br/](http://revistacult.uol.com.br/). Acesso em 04/05/2014).

A Moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto político, social, econômico e cultural mais amplo. Embora eventualmente estilistas utilizem criações de artistas consagrados na história da arte para inspirar suas produções, a moda não é feita diretamente com intenções artísticas, mas se utiliza da beleza para encantar os consumidores e ampliar as possibilidades do mercado “fashion”.

Ao mesmo tempo, a indústria da moda, em vista das estratégias mercadológicas, envolve a fotografia, o cinema, a música, o teatro, na busca incessante pelo belo, que se consegue pela arte. Porém, não é a arte a intenção primeira do criador de moda, mas cobrir, proteger, evidenciar o corpo e seu movimento.

“Todavia, vale lembrar que quando a moda se relaciona com outras linguagens, especialmente a arte, é preciso muito mais do que uma imagem que vai ser consumida pela massa; essa relação tem de ser pensada a partir de um rompimento de códigos pertinentes a cada uma para que se estabeleça um outro lugar, que não resulta em mais um produto, e sim em uma obra. Investir nessas relações, ainda que de forma experimental, traz novas reflexões para ambos os campos de criação.”(Olivero, Ricardo. A moda como manifesto da arte. <http://revistacult.uol.com.br/>. Acesso em 04/05/2014).

Não é de hoje que moda e artes plásticas se inspiram mutuamente. O diálogo entre elas mudou muito com o tempo, mas sempre existiu.

3.2 Diálogos entre moda e arte na passarela

Apresenta-se, a seguir, conforme post “35 roupas inspiradas nas artes plásticas: moda/arte” por Alexandre Santos, no site <http://freakshowbusiness.com>, exemplos de criações de estilistas que prestaram óbvias homenagens a grandes mestres da pintura. Dentre eles destacamos as homenagens do estilista Yves Saint Laurent aos pintores Mondrian, Matisse, Van Gogh, Monet, Braque e Picasso.

Yves Henri Saint Laurent (1936 – 2008) foi um estilista francês e um dos nomes mais importantes da alta-costura do século XX. Nascido na Argélia, então possessão francesa, e seu gosto pela moda lhe foi despertado pela mãe. Nos anos 1960 e 1970, a marca se tornaria conhecida em todo mundo por sua praticidade conjugada com sofisticação, com o ponto alto de sua criatividade no lançamento do smoking feminino. Em 1966, foi o primeiro a popularizar o Prêt-à-porter, a moda de bom gosto e bom corte, a preços mais acessíveis. Foi também o primeiro estilista do mundo a usar manequins negras em desfiles de moda.

Um dos símbolos máximos da sofisticação e do bom gosto em moda por quase quatro décadas transformou a YSL num ícone da moda, que apresentou mais de setenta coleções de alta-costura e lançou uma infinidade de produtos que levam sua marca e são vendidos em toda parte do mundo.

Em 1965 Saint-Laurent surpreendeu o mundo da moda com uma coleção inspirada em consagrados artistas plásticos considerados gênios da pintura. Os vestidos criados com base na obra de Piet Mondrian (1872-1944) remetem ao psicodelismo da época e fizeram sucesso absoluto e continuam encantando os apreciadores da moda como arte e têm lugar de destaque em qualquer enciclopédia.



Ressalta-se que a pintura de Mondrian ficou conhecida pela utilização de estruturas demarcadas por linhas pretas que formam uma sucessão de quadriláteros preenchidos por cores primárias como o azul, o amarelo e o vermelho. Os blocos de cor distribuídos assimetricamente reforçam a ideia de um movimento superficial que se estende perpetuamente, indicando que o pintor investia na percepção de sua obra como uma abstração materialista e sem profundidade, criticando a pintura histórica, enquanto expressão racionalista, espiritualista e, sobretudo, concreta do mundo.

Outro artista homenageado por foi Yves Saint-Laurent foi Henri Matisse (1869-1954). Seu domínio da linguagem expressiva da cor e do desenho, exibido em um conjunto de obras ao longo de mais de meio século, valeram-lhe o reconhecimento como uma figura de liderança na arte moderna. Os vestidos a seguir são estampados com formas e

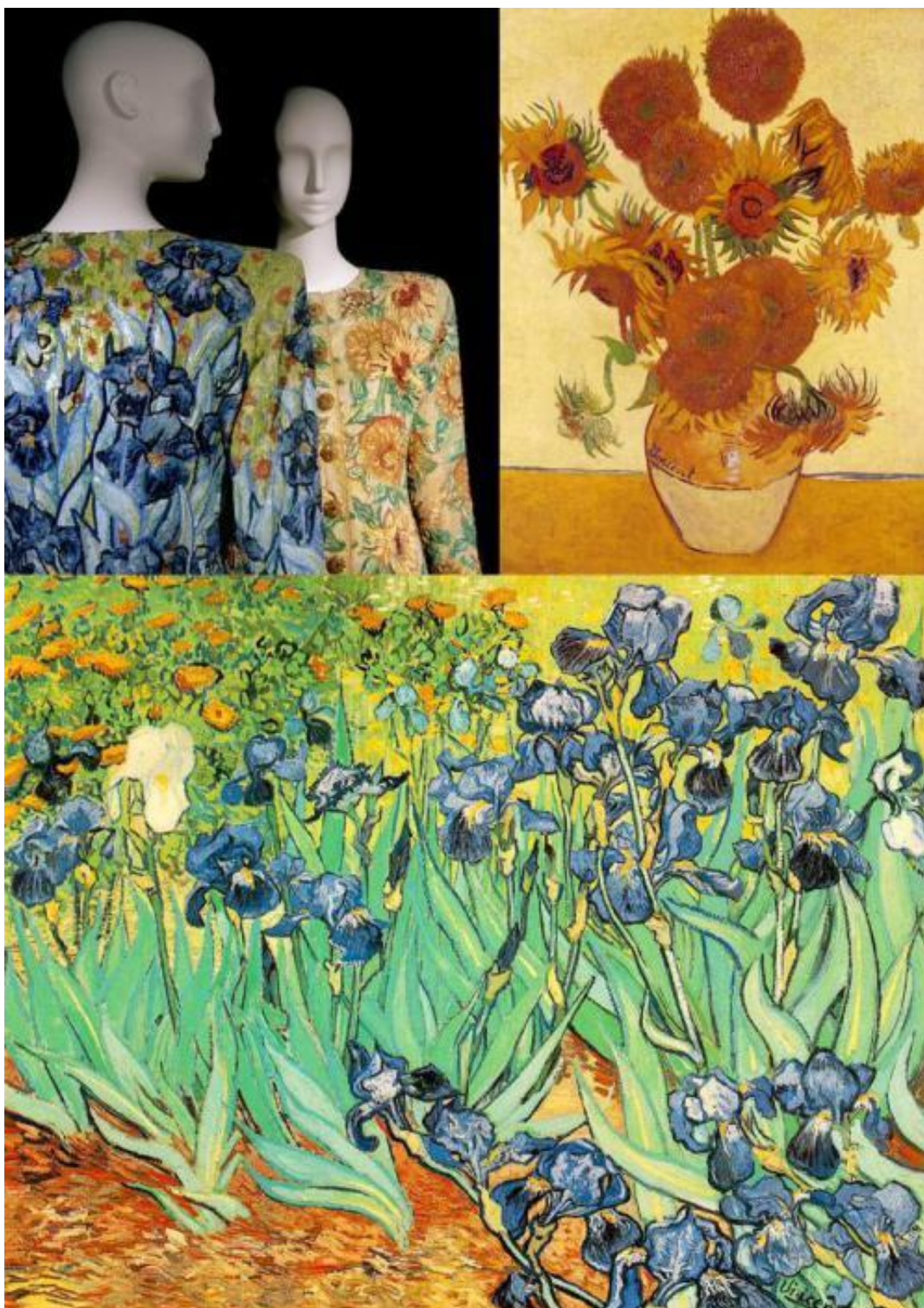
coloridos típicos da obra de Henri Matisse. Os quadros *La gerbe* e *L'escargot*, ambos de 1953, estão aqui para demonstrar a fonte de inspiração do renomado estilista.



Van Gogh é considerado um dos pioneiros na ligação das tendências impressionistas com as aspirações modernistas, sendo a sua influência reconhecida em variadas frentes da arte do século XIX, como, por exemplo, o expressionismo, o fauvismo e o abstracionismo. Em seu óleo sobre tela “Girassóis” (92,1 × 73 cm), de 1888, exposto na National Gallery, em Londres, mostra cores vibrantes e quase espanta o espectador com o vaso cheio de flores. A obra com tons de amarelo e marrom mostra um mundo belo e cheio de esperança.

Contudo, na época que pintou “Girassóis”, o mundo interior de Van Gogh fugia de seu próprio controle. Os girassóis de Vincent Van Gogh (1853-1890), pintados no século XIX, foram parar nas jaquetas que Yves Saint-Laurent desenhou em 1988, como vemos na figura abaixo.

No entanto, no mesmo desfile Saint-Laurent contrapõe ao amarelo perturbador o azul aparentemente sereno da obra “Vista de Arles com lírios”, que se encontra no Museu Van Gogh, em Amsterdam, na Holanda, produzida também em 1888, que se sobrepõe ao amarelo do segundo plano, como vemos estampado numa das criações apresentadas na figura a seguir.



Além de Mondrian e Van Gogh, Saint-Laurent homenageou outros artistas em suas criações. Referimos, a seguir, resumidamente a homenagem feita a artistas não menos geniais como Claude Monet, George Braque e Pablo Picasso que aparecem na sequência de figuras abaixo:



Yves Saint-Laurent também se inspirou nas suas criaçõesno célebre lago de ninfeias do artista impressionista Claude Monet.



Foram muitas às vezes em que Yves Saint-Laurent se rendeu aos pássaros coloridos e instrumentos cubistas de Georges Braque.O referido produtor artístico e pintor cubista

acreditava que um artista experimentava a beleza em termos de volume, linha, massa e peso. Os pássaros foram pintados após a Segunda Guerra Mundial, numa fase marcada pela melancolia. No entanto, Saint Laurent conseguiu extrair das formas e cores dos pássaros o sentido da liberdade que marca o ato criador.



Pablo Picasso pintou diversos arlequins ao longo da carreira, que inspiraram Yves Saint-Laurent a criar várias peças de destaque em suas coleções.

3.3 Aproximações entre moda e arte

Em artigo publicado no site www.cetiqt.senai.br, acessado em 12/04/2014, sob o título “Moda como Arte”, cujo autor não é identificado, observa-se certa ressalva em relação a

aproximação entre as artes plásticas e a indústria, embora admita que a arte não pode se enclausurar em museus e coleções particulares inacessíveis ao grande público.

“Misturando-se à vida cotidiana, a arte corre o risco de, ao ganhar em comunicação, perder na qualidade distintiva do que é comunicado – que desse jeito acaba nivelada ao entretenimento puro e simples. Porém, a despeito deste perigo, o alargamento das efetivações artísticas para além dos lugares institucionais já estabelecidos – como os museus e as galerias – obriga-nos, ao mesmo tempo, a olhar com mais generosidade a possibilidade de achar arte onde não esperamos. Pode ser que manifestações culturais com penetração já existente no cotidiano tornem-se, neste contexto, preciosos casos de experiência estética. Em outras palavras: se a própria arte foi para a rua, por que a rua não poderia conter em si algo de arte?”

De acordo com Pamela Golbin, diretora e curadora do Les Arts Décoratifs, do Museu do Louvre, em Paris, em palestra realizada na semana de moda, em São Paulo, no ano de 2014, a relação entre arte e moda

“começou em 1858 quando Charles Frederick Worth se colocou como um artista que assinava suas criações, como alguém que assina suas obras de arte. Desde então, moda e arte continuam andando juntas. Nos anos de 30, do século XX, isso se intensificou com as parcerias entre Schiaparelli e Dalí, por exemplo. Mas estamos falando de alta-costura, é muito diferente do que aconteceu depois.”



No ano de 1936, Salvador Dalí criou seu *Telefone-lagosta*. No ano seguinte, Elsa Schiaparelli estampou em um vestido branco um desenho do mesmo crustáceo, também assinado por Dalí. Conforme post de Alexandre Santos, no site <http://freakshowbusiness.com>.

Em decorrência, a relação entre moda e mercado, em tese, desacraliza a moda, afastando-a, segundo seus críticos, do universo da arte. Um argumento comum de quem

defende que moda não é arte é o fato de existir uma grande indústria por trás do mundo da moda, pois, via de regra, o objetivo final de um estilista é vender.

Ricardo Olivero, no seu post “Por onde sua agulha costura...”, no site “diálogofashion.Wordpress.com” (2014) escreveu que:

“Um vestido como o de IsseyMiyake, por mais belo, importante que possa ser, por mais que seja exibido em museus, nunca vai ser uma obra de arte, *strictu sensu*. Ele não foi concebido como objeto de arte, e sim, como uma roupa que tem um significado importante para a história da moda e dos costumes.”



Desfile de IsseyMiyake. Foto publicada no site <https://es.tendencias.yahoo.com>. Acesso em 12/04/2014.

No entanto, a procura da beleza na moda – e beleza também vende – faz com que o trabalho do estilista se aproxime muito do trabalho do artista. Na moda um chapéu, nem sempre é só um chapéu, assim como em um quadro, e um cachimbo pode não ser apenas um cachimbo, pois depende da maneira como o apresentamos e as circunstâncias em que o usamos.

Ainda conforme o artigo “Moda como Arte”, publicado no site www.cetiqt.senai.br, Pedro Duarte de Andrade questiona:

“Ser ou não ser arte, eis a questão moderna. Este ponto é crucial, já que nosso objetivo é perguntar se podemos eventualmente qualificar certas expressões da moda como artísticas. Na medida em que a arte moderna não cessou, em sua história, de questionar seu próprio estatuto artístico, podemos ao menos abrir, como possibilidade, a consideração da moda, aqui e ali, enquanto forma de arte. Não queremos, é claro, afirmar, pura e simplesmente, que a moda é arte. Mas queremos, sim, afirmar que a moda pode ser arte. Pois, no fim das contas, tão certo quanto o fato de que nem tudo é arte é também o fato de que jamais

sabemos, de antemão, o que é e o que não é arte, mas só depois que o fato foi feito. Nem tudo é arte. Mas tudo pode ser arte. Até a moda.”

De acordo o filósofo Manuel Fontán de Junco, na obra “Profundidades del diseño y permanencia de la moda” (1996, p. 34), o mérito da moda como arte é que "conseguiu estabelecer uma ponte entre a beleza e a vida. A moda é uma obra de arte que se usa, que se leva para a rua; é uma arte de consumo a que todos têm acesso". Portanto, uma forma de manifestação artística feita por um ser humano para muitos seres humanos.

Conforme enfatiza o filósofo Georg Simmel, na obra Filosofia da Moda e outros escritos, (2008), o aproveitamento da moda e da arte como signos de distinção social não são, por si só, definidores de sua natureza criativa. Ambas, moda e arte, estão inseridas na lógica das relações capitalistas de produção e consumo que transforma tudo em mercadoria. Isso não significa que não possam existir brechas dentro das quais a experiência estética possa agir. Exigir, porém, que ambas sejam afastadas do mundo em que se situam é, por paradoxal que possa parecer, aproximar-se perigosamente da alienação idealista.

Portanto, na lógica contemporânea moda e arte são produtos da época industrial e capitalista e lugar social destas manifestações da criatividade humana estão relacionadas a este fato. Contudo, esta relação é mais complexa do que costumamos pensar.

No artigo “Moda como Arte”, publicado no site www.cetiqt.senai.br, Pedro Duarte de Andrade, na conclusão pondera que:

“Diz-se que moda não é arte, pois é efêmera, não dura. Ora, as performances contemporâneas também só existem no momento de seu acontecimento. Diz-se que moda não é arte porque as suas produções, com exceção da alta-costura, não são peças únicas, e sim feitas em série. Tanto o cinema quanto a fotografia, por serem reprodutíveis tecnicamente em sua essência, também são feitos em série. Diz-se que a moda não é arte por estar vinculada ao mercado. Desde os mecenas da ‘arte cortesã’ até o circuito social atual com seu poder de propaganda, a arte também costumou estar, de algum jeito, vinculada ao mercado. Diz-se que a moda não é arte porque suas criações devem ser vestidas ao invés de apenas olhadas.”

Se atentarmos para os questionamentos referidos não há nenhuma garantia de que a moda seja arte e ponto final. No entanto, abre espaço que lancemos outro olhar para a moda, além da perspectiva da indústria e do mercado e, assim, eventualmente possamos reconhecer em algumas de suas criações, o vigor estético que, em geral, admitimos estar presente nas obras de arte.

3.4 Klimt: a arte e a moda

Gustav Klimt (1862-1918) foi um dos precursores da vanguarda artística vienense no início do século XX. Viveu em Viena, na Áustria, em um momento de efervescência cultural. Durante o século XIX, a cidade se urbanizou. Viena alcançou a condição de cidade mais cosmopolita da Europa. O novo projeto urbanístico, cujo artífice foi o arquiteto Otto Wagner (1841-1918), admirador de Klimt, foi o motor da grande transformação da capital do até então Império Austro-Hungaro. Novas ideias a invadiam e atraíram intelectuais de diferentes regiões da Europa. Um cenário intenso em constante ebulição permitiu muitas alterações no conhecimento científico, na sociedade e na arte com grande repercussão na Europa e no mundo.

A vida de Klimt foi tão intensa quanto sua obra, e em ambas a paixão pelas mulheres foi seu guia. Retratava a intimidade feminina vestindo ou despindo-as de vestes e valores morais. Nuas, vestidas, deitadas, em movimento, agindo no mundo ou em momentos íntimos, poucos artistas estiveram tão envolvidos com o universo feminino quanto Klimt em suas obras.



Gustav Klimt, "Palas Atena" (1898). Óleo sobre tela. HistorischesMuseum der Stadt, Viena (Áustria).

De acordo com Soriano,

“[...] Klint tinha fama de sedutor – o pintor teria como amantes algumas damas da alta sociedade que haviam posado para ele. O relacionamento mais conhecido foi com Adele Bloch-Bauer, retratada em 1907. Outros romances teriam sido mantidos com Rose vonRosthorn-Friedmann e Alma Mahler, antes de esta se tornar esposa do famoso compositor. [...]. ‘Sobre meus casos, um pouco é verdade, mas muito do que se diz é falso’, manifestou Klint certa vez para se defender das acusações de vida libertina que pesavam contra ele.” (SORIANO, Joan. Klint, a inovadora pintura de um clássico. In. SORIANO, Joan. Gustave Klint. Barueri (SP): Editora Sol, 2007, p. 20).

Klimt utilizou-se, portanto, em suas obras, das curvas femininas e do olhar sedutor das mulheres, sempre colocadas como figuras centrais, como verdadeiras armadilhas de sedução para o observador. Assim, as mulheres tornaram-se o foco de atenção, uma verdadeira obsessão do pintor que soube como retratá-las diante do novo século.



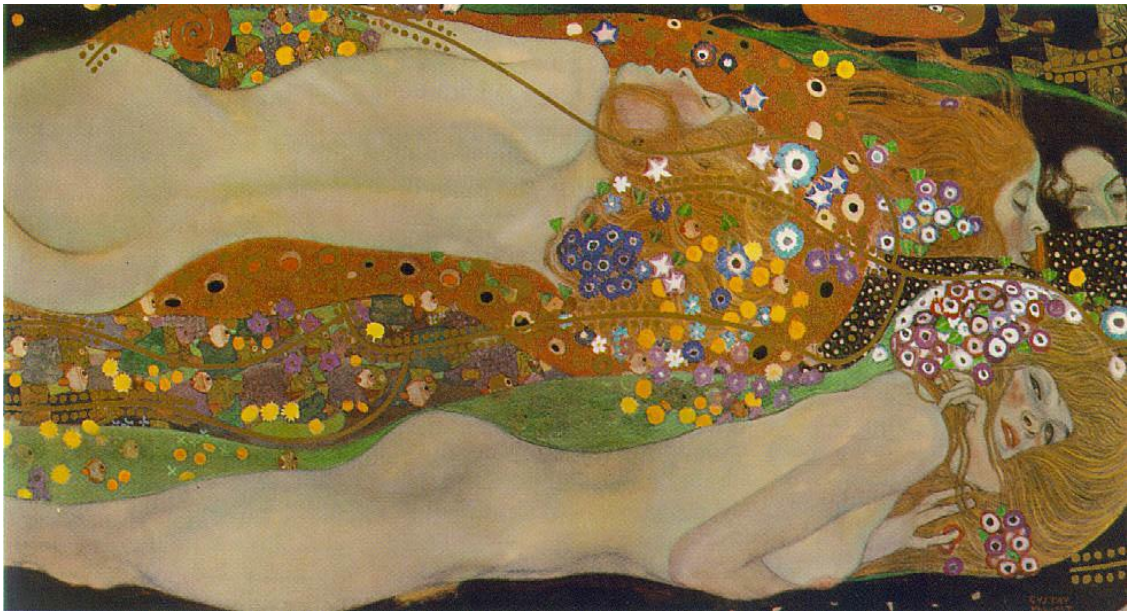
Gustav Klimt, "Adele Bloch Bauer" (1907). Óleo e folha de ouro e prata sobre tela. Coleção particular.

No entanto, as mulheres não são representadas como objetos destinados ao para o prazer, como no erotismo vulgar, mas para excitar com o seu próprio prazer. E o nu

frontal, mostrando até mesmo os pelos pubianos, rompeu totalmente com o conservadorismo tanto da sociedade quanto das artes até então dominante.

Um aspecto curioso, porém não menos relevante, é o fato de que Gustav Klimt criava roupas com a estilista Emilie Flöge, sua cunhada e suposto amor platônico do artista, para depois ser vestidas por suas modelos. Há críticos que se atrevem a enxergar nas formas estampas vestimentas a interligação entre sonho e carnalidade.

A obra de Klimt possui um equilíbrio e um diálogo único entre o refinamento sensível e decorativo e a morbidez de suas figuras, que pendem para o simbolismo. A ornamentação foi o caminho escolhido pelo artista para criar uma atmosfera de sonho, onde as figuras não estão ligadas a nenhum tempo ou local, repletas de alegorias que estimulam a imaginação.



Gustav Klimt, "Serpentes Aquáticas" (1904-1907). Óleo sobre tela. Coleção particular, Viena (Áustria).

O dilema de Klimt e outros artistas do seu círculo era o confronto entre a inovação representada o advento da máquina e a utilização do artesanato na produção de uma arte total.

De acordo com Camps,

“Klimt vislumbrou na ornamentação uma brilhante solução, conforme o estilo *art nouveau* vigente na época, para criar a atmosfera atemporal e irreconhecível de alegorias e retratos, capazes de sugerir sonhos ou estimular a imaginação. Os motivos ornamentais convivem em suas pinturas quase de modo natural com argumentos naturalistas, simbólicos e transcendentais em uma relação baseada no sábio uso da curva, do olhar para o espectador e da evocação do referente orgânico comum da natureza.” (2007, pág. 32).

Portanto, antes de Klimt, a pintura praticada em Viena era provinciana e a maioria das obras retratava membros da elite cidadina. O artista inova na percepção do espírito humano, no estilo pictórico e decorativo, que vai influenciar o “art nouveau”. Suas obras são caracterizadas como pertencendo ao simbolismo, e dialogam com a arte japonesa e africana, o que resultou em uma pintura peculiar distinguindo-o dos outros artistas de sua época.

As joias, parte da ornamentação que ressaltam na pintura de Klimt, são de uma delicadeza e cuidado que atraem o olhar, assim como as vestimentas. O preciosismo de Klimt na representação dos objetos pessoais usados por suas modelos decorrem da familiaridade adquirida com as joias, pois o ofício de seu pai era o de ourives.

Em 2008, John Galliano apresentou em um desfile da Dior uma coleção totalmente inspirada nos vestidos usados pelas mulheres de Klimt em suas obras.



Desfile de John Galliano inspirado na obra de Klimt para a Casa Dior, 2008.

Galliano coloriu a passarela com turquesas, dourados, corais, amarelos, vermelhos e mostarda. Os bordados eram geométricos, assimétricos, ao estilo Gustav Klimt. Algumas

vezes, pareciam inspirados na natureza e em peles de animais como a pantera, o crocodilo e a serpente. Em outras, imitavam flores. A maquiagem, extravagante e que recorria a lantejoulas de cores vivas, também parecia bordada, e sempre combinava com a roupa e os sapatos, estes de plataforma alta. Na cabeça, chapéus também de inspiração oriental. Alguns eram bordados assim como os vestidos, saias, blazer e blusas. Outros, por sua vez, traziam plumas sobrepostas ou tinham a forma de pratos e cubos.

Klint fez parte do Movimento pela Reforma do Vestuário, que pregava um novo tipo de vestimenta para as mulheres, assim como uma reforma nas regras de comportamento. Os vestidos usados pelas modelos retratadas por Klint tinham inspiração na pintura japonesa e nas túnicas africanas de cortes largos confeccionadas com tecidos de estampagem étnicas ou, também, geométricas.

Ao pintar o Retrato de Emilie Flöge, com quem colaborou no estabelecimento de uma boutique, cuja linha de roupas fez sucesso entre as mulheres vienenses, Klimt aplicou, pela primeira vez na pintura, critérios decorativos em um retrato.

Ao desenhar o perfil alongado de Emilie Flöge com fundo sombrio iluminou o corpo da modelo com luz resplandecente de forma a atrair o olhar do espectador para o vestido com estampa azul. De acordo com suas ideias sobre moda, Klimt desenhou na modelo um vestido decotado, solto, leve, com riqueza de detalhes na estampa.

“Os motivos ondulados de aspecto pisciforme dominam a tela azulada, repleta de espirais micênicas, círculos e quadrados dourados e salpicada de diminutos detalhes brancos. O decorativismo do vestido atinge seu ápice na auréola de vistosas cores e formas geométricas que, como um chapéu, assemelha-se a uma estilizada síntese abstrata de flores [...]” (Coleção Grandes Mestres da Pintura, 20. 2007, pág. 54.)



Retrato de Emilie Flöge. 1902. Óleo sobre tela. Historische Museum der Stadt, Viena.

Na obra O Abraço, um dos painéis produzidos por Klimt para compor a decoração de uma casa de campo encomendada pelo magnata belga Adolphe Stoclet ao arquiteto Josef Hoffmann. O arquiteto encarregou Klimt da decoração do refeitório. No grande painel da árvore da vida, Klimt dispôs, no lado direito, em forma de um triângulo, o casal envolvido em um abraço apertado.

O homem, que domina a cena, aparece de costas, envolvido numa longa túnica de inspiração japonesa ou africana com estampa geométrica. Os desenhos formam elipses

concêntricas, quadrados e retângulos de diferentes tamanhos, triângulos invertidos, arabescos com motivos de flores estilizadas, pássaros e peixes. A figura feminina, envolvida pelo abraço do homem, constitui o elemento figurativo da obra representado no rosto que se apoia no ombro e a mão que envolve o suposto amado.



O Abraço. 1905-1909. Técnica mista. Österreichische Museum für Angewandte Kunst, Viena.

O mito grego de Danae, que Zeus, em forma de chuva dourada, fecundou, que inspirou artistas renascentistas e maneiristas também aparece na obra de Klimt. Nesta obra, o artista concentrou a ação no momento da fecundação. No primeiro plano vê-se o corpo da ninfa em posição fetal. Com expressão facial de êxtase, que podem ser observadas nos olhos fechados, nas narinas dilatadas, nas bochechas ruborizadas, na boca entreaberta, Danae recebe entre as coxas a chuva dourada que personifica Zeus.

No entanto, o que atrai o olhar do espectador para o corpo da ninfa, que lembra o mármore clássico, é o véu negro com estampas douradas e uma espécie de halo dourado que a envolvem. A sensualidade é evidenciada no véu estampado com anéis dourados que acaricia o corpo da jovem, enquanto os círculos brancos e dourados remetem ao fluxo seminal de Zeus.



Danae. 1907-1908. Óleo sobre tela. Coleção particular, Graz, Áustria.

Na obra Judith I, o artista mostra a personagem bíblica como ícone da mulher fatal, que tinha, conforme relatado no livro de Judith, a tarefa de livrar seu povo do massacre por meio da sedução do comandante das tropas inimigas, pois, pela sua beleza, acreditavam ser capaz de submeter qualquer homem aos seus desejos, o artista manifesta, por liberalidade, na representação da personagem a dominação como um prazer sexual. Com a boca entreaberta num expresso de gozo sexual, Judith segura a cabeça decepada

do general assírio. Segundo relato bíblico, Judith, com a colaboração de uma criada foi a responsável pela decapitação.

A personagem aparece cercada de ouro que ornamenta o fundo do quadro em que Klimt buscou reproduzir os relevos assírios do palácio de Nínive com a roupa transparente e os seios nus. Seus cabelos negros contrastam com os trabalhos em dourados. Uma feminilidade agressiva, onde a mulher tem o pleno poder, repleta de sensualidade.



Gustav Klimt, "Judith" (1901), Belvedere, Viena.

O que sobressai nos retratados de mulheres de Klimt é a sensualidade que se deixa revelar na arquitetura da roupa. O corpo e a roupa da modelo estampados na obra sintetizam o que classicamente se considerou índices de beleza, tais como, equilíbrio, simetria, leveza, harmonia, simplicidade. Nesse sentido, roupa e arte estabelecem um diálogo revelador do humano no mundo e do dilema entre a utilidade e a estética, o necessário e a fruição.

4. CONCLUSÃO

Pretendeu-se neste estudo monográfico expor o caminho percorrido pela moda, desde quando o ato de cobrir o corpo era apenas uma necessidade de proteção contra as intempéries, até os dias atuais, onde o vestir, para além de uma necessidade física ou imposição moral, transformou-se numa exigência, ou seja, estar na moda passou a ser uma condição reveladora de status social.

Nesse sentido, consideramos que o ato de vestir sempre foi uma necessidade para o ser humano, seja ela natural, social, utilitária ou estética, porém condição de sobrevivência, status social e demonstração de poder e fruição.

Nesse sentido, a moda foi se transformando numa maneira de comunicação dos indivíduos, pois o modo de vestir revela diferentes formas de pensar, sentir e agir. Nos detalhes mais sutis das vestimentas, que se transforma em códigos, é possível demonstrar estados interiores de opressão ou liberdade, ou até mesmo revelar ou ocultar sua verdadeira face diante da sociedade em que se está inserida.

Consideramos, portanto, que no presente, no futuro ou no passado, vestir-se é, antes de tudo, um conjunto de expressões de sentimentos, muitas vezes contraditórios, pois ninguém usa a roupa somente para cobrir-se, pois há sempre uma intenção por detrás deste gesto cotidiano que, pela repetição, poderia ter se transformado em algo banal.

O ato de vestir, nesse sentido, foi se moldando conforme a evolução da humanidade. Em decorrência, a moda transformou-se num fenômeno estético que exerce uma forte influência sobre as pessoas e suas relações, capaz de propor, e até mesmo impor, novas maneiras de comportamento, de consumo, de gosto, que se reflete no espírito da sociedade.

Ressalta-se que os valores estéticos, na sociedade do espetáculo, estão diretamente associados aos valores que foram estabelecidos como relevantes. Quem confere à obra o estatuto de arte, por exemplo, é a sociedade que a aprecia e valora. A noção de arte não está, portanto, ligada unicamente à natureza do produto, mas a sua recepção.

Durante muito tempo em virtude da utilidade, primeiro critério para a definição de qualidade da roupa, a vestimenta ficou reduzida a sua funcionalidade. Nesse caso, a criatividade aplicada ao sistema complexo da sua elaboração ficou reduzido ao ato mecânico da costura e destinação.

No entanto, conforme Pierre Bergé, ao escrever sobre Saint-Laurent como criador de moda, um estilista artista, enfatiza que não há como negar que a moda é uma característica cultural de nossos tempos, reflexo do que somos, do meio onde vivemos. Portanto, a moda é arte que conta com a participação do criador, de quem usa e do espectador. Ela é feita não apenas para proteger o corpo, mas acima de tudo, para ser apreciada, sugerindo novas e múltiplas interpretações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Pedro Duarte de. A moda como arte. www.cetiqt.senai.br, acesso em 01/05/2014.

ARGAN, Giulio Carlo. Guia da história da arte. Lisboa: Editorial Estampa, 1992.

BERGÉ, Pierre. Yves Saint Laurent. São Paulo: Cosac & Naif, 1999. (Coleção Universo da Moda)

CANCLINI, Néstor Garcia. A socialização da arte. São Paulo: Cultrix, 1980.

CAMPS, Teresa. O sentido da pintura de Gustav Klimt. In. SORIANO, Joan. Gustave Klimt. Barueri, SP: Editora Sol, 2007.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda. São Paulo: Annablume, 2005.

CRANE, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo, Senac São Paulo, 2006.

DUVIGNAUD, Jean. Sociologia da arte. Rio de Janeiro: Forense, 1970.

FRANCASTEL, Pierre. Imagem, visão e imaginação. Lisboa: Martins Fontes, 1987.

_____. A realidade figurativa. São Paulo: Perspectiva, 1993.

JEUDY, Henri-Pierre. O corpo como objeto de arte. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

FONTÁN DE JUNCO, Manuel, Profundidades del diseño y permanencia de la moda. Departamento de estudios BBV Bilbao, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MORAES, Angélica. Carlos Mièle: M. Officer. São Paulo: Cosac e Naify, 1999.

OLIVERO, Ricardo. Por onde sua agulha costura. <http://dialogofashion.wordpress.com/> acesso em 30/04/2014.

OLIVERO, Ricardo. A moda como manifesto da arte. <http://revistacult.uol.com.br/>. Acesso em 04/05/2014

PANOFSKY, Erwin. Significado nas Artes Visuais. São Paulo: Perspectiva, 1979.

SANTOS, Alexandre. “35 roupas inspiradas nas artes plásticas: moda/arte”. <http://freakshowbusiness.com>. Acesso em 14/05/2014.

SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

SORIANO, Joan. Gustave Klint. Barueri, SP: Editora Sol, 2007.