

MODA E ARTE. ALTA COSTURA E ALTA CULTURA.

A dinâmica da moda na mundialização: da distinção social aos estilos de vida.

Maria Lucia Bueno Ramos¹

Resumo: A relação arte e moda apresenta-se como uma importante conexão para apreendermos a consolidação e a dinâmica do sistema da moda globalizado, que tem a alta costura francesa como espaço de referência. O objetivo é apontar como a legitimidade simbólica da alta costura – de sua consolidação no final do século XIX, até a configuração atual, de reduto de marcas de alto luxo – tem se apoiado em estratégias fundadas numa estreita ligação, estética e institucional, entre o mundo da arte e o mundo da moda.

Introdução

Este texto é um produto da pesquisa *Moda, arte e indústria cultural. A constituição de uma modernidade à brasileira na mundialização*, que desenvolvo desde o primeiro semestre de 2003, no Núcleo de Pesquisa em Moda, Cultura e Arte no Centro Universitário Senac. A constituição de uma cultura de moda própria no Brasil, após os anos 1950, com a modernização do país e a expansão dos segmentos médios, apóia-se num modelo de operação fundado na sua associação com a arte e a indústria cultural. Um desdobramento de nossa investigação, proporcionado por um estágio de pesquisa de Paris, revelou que a relação arte e moda - desde as vanguardas artísticas até a contemporaneidade – é um recorte importante conexão para compreendermos a consolidação e a configuração do sistema da moda globalizado.

¹ Bacharel e mestre em Ciências Sociais (PUC-SP). Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. Pós-doutorados: Instituto de Artes da Unicamp/FAPESP (1996-99); École des Hautes Études em Science Sociales/EHESS (1999-2000) e (2001-2002); Université Paris Est/FAPESP (2006).

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

Na sociedade do século XIX, com a emergência do modo de vida urbano e a extinção dos privilégios aristocráticos, o desenvolvimento de uma cultura das aparências (Daniel Roche:1986) estende-se para todos os segmentos sociais, no interior de um universo onde o sistema da moda passa a desempenhar um papel fundamental. Para Elisabeth Wilson podemos encarar “o vestuário de moda no mundo ocidental como um meio através do qual um eu sempre fragmentário é unificado e aparenta uma certa ²identidade. “ (Wilson: 1989:24)

Nesse novo contexto as roupas, juntamente com todo um repertório de objetos e comportamentos, adquirem um caráter predominantemente cultural na construção de uma nova categoria social: o estilo de vida. Para Anthony Giddens “um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo adota não só porque essas práticas satisfazem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade. “ (Giddens: 1997:75)

No século XIX e início do XX a moda, através da indumentária, tomando as mulheres como casos exemplares, opera como mecanismo de distinção social (Veblen:1904; Bourdieu: 1989) assinalando uma diferença radical entre dois universos: o das mulheres de elite, que têm a sua condição ociosa como status social, e o das mulheres que trabalham. Esta distinção se constitui nos espaços urbanos em escala mundial: dos circuitos cosmopolitas em Paris e Nova York à “boa sociedade” do Rio de Janeiro no século XIX (Rainho: 2001).

Em meados do século XX registramos uma transformação nessa dinâmica. Primeiramente a evolução da industrialização da indumentária e da indústria cultural, em particular, emerge cada vez mais como um poderoso veículo de mundialização das tendências, tanto com relação aos estilos de vida, quanto no que diz respeito à moda, produzindo uma desterritorialização de modos de vestir até então confinados em circuitos restritos. Um exemplo é o da consagração internacional da sofisticadíssima e artesanal alta-costura francesa na década de 1950, através das estrelas Hollywood que se converteram nas principais clientes desse comércio restrito. A partir de então, moças de classe média no

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

mundo inteiro passaram a vestir-se de acordo com as últimas novidades da moda parisiense (Durand: 1988 e Crane:2000)

Uma segunda transformação está associada à expansão da esfera do trabalho, antes circunscrita às classes populares, para outros domínios da vida social, inclusive para o espaço privado, onde o trabalho tornou-se uma referência importante na construção das identidades. Após os anos 1960, assistimos uma segmentação na cultura da indumentária, que assume desde então uma nova conotação, como forma de expressão e de afirmação de estilos e modos de ser, geralmente associados à alguma atividade ligada ao mundo do trabalho. A partir dos anos 1970 e 1980, até mesmo as elites econômicas procuraram se inserir e se distinguir socialmente em função de alguma ligação profissional, ainda que, em alguns casos, fosse apenas de caráter decorativo.

Nos anos 80, com o processo de globalização este quadro se complexifica. Na consolidação dessa nova configuração social no mundo da moda, a arte, enquanto instância de legitimação simbólica, e as indústrias culturais, espaços de difusão e circulação de novos estilos de vida, desempenham um papel fundamental.

A globalização só existe enraizada nas práticas cotidianas. Os homens estão cada vez mais ligados pelo destino, pelas experiências sociais e por um repertório simbólico comum.

Renato Ortiz observa que se trata de

um processo social que atravessa de forma diferenciada as realidades nacionais e locais. Seu vetor se define por sua transversalidade. Trata-se de uma tendência. (...) como uma tendência é sempre algo genérico e é preciso aprendê-la indiretamente, torna-se necessário buscar expressões modais que a explicitem. Minha hipótese inicial é pois: cultura popular, consumo, turismo, moda, música popular etc. são objetos heurísticos que revelam um arranjo social transcendente às exigências e expectativas de uma cultura nacional. Pensá-los em um contexto particular é considerá-los como parte de uma matriz mais ampla, mundial. (Ortiz: 2000:12)

Refletir sobre a moda a partir desta matriz significa tomá-la como um objeto privilegiado para compreendermos a organização da cultura e da sociedade na dinâmica globalizada, na qual o sistema da moda opera como um importante motor, no âmbito social, econômico e cultural.

A moda de massas, que passou a ser uma forma de estética popular, pode muitas vezes ajudar os indivíduos a expressar e a definir a sua individualidade. A estética modernista da moda também pode ser utilizada para expressar a solidariedade de

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

grupo e, especialmente em anos recentes, a solidariedade anti-cultural. Os dissidentes sociais e políticos criaram formas especiais de vestir para exprimirem a sua revolta durante o período industrial. Hoje em dia, os rebeldes sociais transformaram a utilização da moda numa afirmação vanguardista. (Wilson: 1989:25)

A roupa e a moda nesse contexto deixam de atuar como mecanismos de distinção social, para funcionar cada vez mais ora como formas de inserção no mundo do trabalho, ora como formas de expressão da identidade ou de diferenciação social – que o sociólogo francês Pierre Bourdieu designaria como mecanismos distintivos – no cotidiano privado. Nossa hipótese é que na nova atmosfera a roupa e a moda emergem cada vez mais na desorganização das fronteiras entre os diferentes segmentos sociais, como agentes de confusão.

Neste contexto, a associação da produção de moda com a arte contemporânea reforça o significado simbólico da indumentária, revestindo-a de diferentes conotações. Nos anos 1970, a estilista inglesa Viviane Westwood provocou uma revolução ao realizar um desfile inteiramente inspirado na estética punk mais radical do grupo *Sex Pistol*, aproximando a alta costura da contra-cultura. Nos anos 1990, no Brasil, Carlos Miele entregou à direção dos seus desfiles a artista como Tunga e Nelson Leirner, estabelecendo uma ligação de sua marca com algumas das vertentes mais críticas da arte contemporânea brasileira. A aproximação converteu-se numa das mais poderosas estratégias de consolidação das marcas no contexto globalizado.

Desde os anos 1970 a alta moda, através da cultura das marcas, atuando em parceria com a arte contemporânea, expandiu seu espaço geográfico, se desterritorializando para diferentes regiões do mundo. Mas a alta costura francesa permanece neste universo como a mais forte instância de legitimação, reduto das principais marcas de luxo. Este poder simbólico transformou Paris em espaço de disputa internacional dos estilistas que lutam pela consagração de suas marcas. O triunfo dos japoneses (Hanae Mori, Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo) e dos ingleses (John Galliano e Alexander MacQueen) a frente de casas tradicionais, como Dior, Givenchy, ou conduzindo os seus próprios estabelecimentos, trouxeram uma diversidade cultural e um perfil cosmopolita para a alta costura francesa contemporânea (Kawamura, 2004 e Breward, 2003). Vale apontar a atuação,

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

mesmo que curta, do estilista brasileiro Ocimar Versolatto, que teve sua produção reconhecida pela Câmara Sindical da Alta Costura, obtendo autorização para operar nesse circuito ultra-restrito (Kawamura, 2004).

No Brasil, na versão de 2004 da São Paulo Fashion Week, o estilista brasileiro Jun Nakao apresentou para uma platéia de 1200 pessoas um desfile-performance em que, ao final “ as modelos rasgaram elaboradíssimas roupas de papel vegetal construídas em mais de setecentas horas de trabalho. Todas as etapas desse trabalho foram documentadas em fotos, vídeos, e fotogramas, desde as primeiras reuniões, o dia-a-dia nos ateliês, o desfile, as roupas, a reação da platéia, até a transposição do conceito para uma instalação na Galeria Vermelho, em São Paulo. “ (Nakao: 2005:6).

A alta-costura francesa e o sistema mundial da moda.

O que designamos como moda moderna ocidental desponta em meados do século XIX com o aparecimento do universo da alta costura que se desenvolve em Paris. Ali se consolida um sistema de concepção, produção e reprodução que passa a operar em escala mundial. As transformações que apontamos até então, relacionadas com o papel simbólico da moda associada à indumentária feminina, estão ligadas às diferentes dinâmicas que vigoraram no sistema da alta costura produzida em Paris em contextos históricos distintos. Acreditamos que foram estas constantes reorganizações e readaptações deste espaço que possibilitaram a perenidade de seu poder simbólico como mecanismo produtor de tendências na moda mundial do século XIX ao XXI.

Na virada do século XIX para o século XX, o aparecimento de uma cultura de moda moderna dentro do domínio da alta costura, desenvolvendo-se em estreita conexão com as vanguardas artísticas, levaram um novo ritmo e uma outra concepção de modo de vida para o universo da moda. Estabeleceu-se uma outra dinâmica de distinção social, apoiada em um novo sistema, cuja base foi a estreita conexão que se constituiu no período entre vanguardas artísticas e mundo da moda. Essas articulações, na atmosfera efervescente da *belle époque*, foram responsáveis pela grande revolução no mundo da moda, particularmente no que se refere à indumentária feminina. A noção de luxo, como ostentação material, é substituída

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

pelo conforto. A funcionalidade e a adequação ao ritmo da vida moderna emergem como parâmetros que irão fundamentar a criação de uma nova concepção de indumentária. Reduto do alto luxo, a alta costura da virada do século foi o laboratório que produziu uma moda afinada com o estilo de vida das mulheres do século XX e XXI. Ao mesmo tempo que construía um novo modelo de distinção social, provocava, através das indústrias culturais, uma transformação radical na cultura da indumentária feminina de todos os segmentos sociais em escala internacional.

A parceria entre estes dois mundos, que se inaugurou no interior da cultura *Arts and Crafts*, permanece até hoje no contexto da arte contemporânea como um vínculo fundamental, com impactos tanto no âmbito da legitimação simbólica, quanto no domínio da produção conceitual e estética da cultura da moda. Uma questão que esta pesquisa pretende aprofundar é até que ponto a perenidade do sistema da moda produzida em Paris não teria uma de suas bases mais sólidas nesse vínculo com o mundo da arte.

Síntese Bibliográfica

ASSOULY, Olivier (org.). **Le luxe. Essais sur la fabrique de l' ostentation.** Paris, Institut Français de la mode – Regard, 2005.

BECKER, Howard. **Les mondes de l' art.** Paris, Flammarion, 1988.

BLUM, Dilys E. **Elsa Schiaparelli**, Philadelphia Museum of Art/ Musée de La Mode et du Textile, 2004.

BOURDIEU, Pierre, **O poder simbólico.** Lisboa: Difel, 1989.

_____, **A produção da crença. Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**, São Paulo, Zouk, 2002.

BRANDSTATTER, Christian. **Le Wiener Werkstatte. Les ateliers viennois. 1930-1932.** Paris, Hazan, 2004.

BREWARD, Christopher. **Fashion.** Oxford, New York, Oxford University Press, 2003.

BUENO, Maria Lucia. **Artes plásticas no século XX. Modernidade e globalização.** Campinas, Editora da Unicamp/Imprensa Oficial/Fapesp (2ª. Edição), 2001.

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

CRANE, Diana. **Fashion and its social agendas. Class, gender, and identity in clothing**, Chicago University Press, 2000.

DURAND, José Carlos, **Moda, luxo e economia**. São Paulo: Babel Cultural, 1988.

ERNER, Guillaume. **Victimes de la mode? Comment on la crée, pourquoi on la suit**. Paris: La Découverte, 2004.

GIDDENS, Anthony, **Modernidade e identidade pessoal**, Lisboa: Oeiras, 1997.

HERPIN, Nicolas. **Sociologie de la consommation**. Paris: La Découverte, 2001.

IANNI, Octávio. **Sociedade global**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992.

KAWAMURA, Yuniya. **The japanise revolution in Paris Fashion**. Londres: Berg Publishers, 2004.

LANG, Abigail S. **Mode et contre mode. Une anthologie de Montaigne a Perec**. Paris, Institute Français de la Mode – Regard, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACKRELL, Alice. **Art and Fashion. The impact of art on fashion and the fashion on art**. London, Batsford, 2005.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENDES, Valerie e HAYE, Amy de la. **A moda no século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

NAKAO, Jum. **A costura do invisível**. São Paulo: Senac, 2005.

ORTIZ, Renato. **O próximo e o distante. Japão e modernidade-mundo**. São Paulo, Brasiliense, 2000.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira, **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX**, Brasília, Editora da UnB, 2002.

ROCHE, Daniel, **La culture des apparences – une histoire du vêtement XVII-XVIII siècle**, 1^a ed., Paris, Fayard, 1989.

SAARINEN, Aline B. **The Proud Possessors. The lives, times and tastes of some adventurous American art collectors**. Nova Iorque: Random House, 1958.

SIMMEL, Georg. **Philosophie de la modernite**. Paris, Payot, 2004.



Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAHIA

TARDE, Gabriel, **Les lois de l'imitation**, Paris, Felix Alcan, 1890.

VEBLEN, Thostein. **A Teoria da classe ociosa**. São Paulo: Editora Abril (Os pensadores, vol.XL), 1974.

WAQUET, Dominique e LAPORTE, Marion. **La mode**. Paris, PUF (Que sais-je), 2002 .

WILSON, Elizabeth, **Enfeitada de sonhos. Moda e modernidade**. Lisboa, Martins Fontes/Edições 70, 1987.