Moda como arte

Fashion as art

Pedro Duarte de Andrade

Professor Adjunto do Departamento de Filosofia e Ciências Sociais da UniRio

Resumo

O artigo discute a possibilidade de pensar a moda como uma forma de arte. Para tanto, sublinha que a própria arte tem sua definição como algo instável. Tendo em vista tal flexibilização do modo de ser da arte, em especial na modernidade, argumenta-se que não é possível alijar, de antemão, a moda de um vigor estético que a qualifique, eventualmente, como artística.

Palavras-chave: Moda. Arte. Modernidade.

Abstract

The article discusses the possibility of conceiving fashion as a form of art. For that, points out that art's definition of its own self is unstable. Given such flexibility in art's way of being, especially in the modern era, it is argued that it is not possible to jettison, in advance, fashion of an aesthetic force that qualifies it eventually as artistic.

Keywords: Fashion. Art. Modernity.

1 Introdução: será que a moda pode ser arte?

Moda é arte? Esta pergunta não tem solução fácil. Modernamente, a arte colocou em questão o seu sentido através de suas próprias obras. Ela tornou-se crítica de si mesma e, com isso, não cessou de perguntar: o que é a arte? Manifestações artísticas passaram a trazer consigo a pergunta pelo seu estatuto, sobre seu pertencimento – ou não – à arte tal como a conhecemos pelos códigos já consagrados por nossa tradição. Simultaneamente, diversas outras dimensões da cultura, sem ser a arte, deram à preocupação estética enorme importância em suas atividades específicas, fazendo com que, várias vezes, sentíssemos-nos mais próximos da arte quando estávamos distantes dos espaços institucionais a ela reservados, como os museus e as galerias. Será que a moda pode estar dentre essas dimensões da cultura acima citadas, ou seja, nas quais a arte está expressa de alguma forma? Esta é a pergunta que motiva o presente ensaio,

ainda que ele represente apenas um primeiro esforço para pensar o que está em questão aqui.

Não se trata, claro está, de qualquer tentativa corporativa de emprestar à moda, tomada como algo fútil, algum caráter artístico, tido como nobre. Por um lado, porque a distinção entre a dita baixa e a dita alta cultura é por vezes enganosa quando se trata de julgar a qualidade dos produtos provenientes de cada uma. Por outro lado, porque o sistema social e econômico em que a arte está inserida é não raro tão fútil quanto o da moda. O que está em jogo, quando se pergunta se há um quinhão artístico na moda, é se ela é capaz de dar aquele prazer estético em que a imaginação e o pensamento são provocados, em que todas as capacidades de nossa sensibilidade são intensificadas e alargadas, em que nossos olhos são levados a enxergar de forma diferente daquele que até então dominávamos, em que nossas emoções podem ser singularizadas na direção de algo novo.

2 O problema da definição da arte

Marcel Duchamp foi, provavelmente, a figura central que, definitivamente, colocou no centro da arte a pergunta por si mesma. Não o fez com teorias ou manifestos, mas com suas próprias obras. Seu gesto deflagrou uma enorme crise, ainda que extremamente produtiva e criativa, na história da arte moderna desde o começo do século XX. Este gesto consistia em pegar objetos já feitos e prontos do mundo cotidiano e colocá-los em museus e galerias, ou seja, nos espaços oficialmente destinados a objetos que não viriam do mundo cotidiano feitos e prontos, mas que teriam sido elaborados, desde o começo, com o "selo" da arte ou ao menos com a pretensão de que a ela pertencessem. Fazendo assim, Duchamp lançava sobre a arte a pergunta sobre o que distinguiria aqueles objetos por ele colocados ali dos outros situados nesses mesmos espaços. Em suma, perguntava, na prática, por que, ao olharmos determinado objeto, concedemos a ele o modo de ser artístico, um modo de ser diferente do habitual e do ordinário, um modo de ser especial e com direitos específicos.

Por isso, era parte central da poética de Duchamp, nesses casos, não fazer objeto algum. Ele chamava suas peças de "ready-mades", justamente porque elas já estariam prontas. Ele pegava coisas originalmente produzidas para servirem para algum fim prático, como uma roda de bicicleta ou um mictório, e simplesmente as deslocava, colocando-as em museu por exemplo, sem adicionar qualquer outro material ou forma a elas. Tirava, com isso, qualquer mitificação da capacidade técnica do artista como centro da arte. Não se tratava de qualquer talento manual específico. Duchamp até era bom pintor, como sabemos por suas telas, mas nos casos aqui citados ele nem sequer precisaria ser. Bastaria ser bom pensador.

Sua poética do deslocamento privilegiava o pensamento da arte, deixando em segundo plano o seu lado artesanal. Suas obras não demandavam tempo de trabalho manual, mas de maturação mental para que a ideia pudesse acontecer. Simultaneamente, o espectador que as suas obras exigiam também não era aquele contemplativo tradicional, mas um outro, capaz de ter prazer estético com o pensamento que abala significados já sedimentados da cultura em que vivemos e, assim, coloca em questão os seus valores. Em suma, Duchamp punha em xeque, tanto do ponto de vista do criador quanto do receptor, o conceito tradicional de arte que tínhamos, abrindo novo campo para sua atuação no mundo.

Não espanta, portanto, que Duchamp, além de seus "ready-mades", tenha também brincado com a própria história da arte, como ao colocar bigodes na *Gioconda* de Leonardo da Vinci. Seu objetivo não era desvalorizar a obra. Ironicamente, ele apenas fazia com que questionássemos o valor não pensado que damos à cultura tradicional. Indiretamente, ele chamava o espectador para, diante da obra-prima de Leonardo, perguntar-se qual o seu sentido, o que ali o atrai de fato e qual seu vigor estético. Era a passividade canônica do espectador anestesiado pela obediência à tradição que Duchamp buscava abalar. "Se, com a *Gioconda* de bigodes, apresenta-se como destituído de valor algo a que geralmente atribuía-se um valor, com o *ready made* apresenta-se como dotado de valor algo a que geralmente não se atribui valor algum" (p.358), conforme observou o historiador da arte G. C. Argan (1992).

Marcel Duchamp, portanto, foi um marco decisivo para grande parte dos artistas de todo o século XX. Ele levou a arte "para um campo em que a linguagem, o pensamento e a visão agem uns sobre os outros", afirma o artista norte-americano Jasper Johns (*apud* FERREIRA; COTRIM, 2006). E completa: "trazer a dúvida para o ar que envolve a arte pode ter sido uma grande obra de Duchamp" (p. 132). Esta dúvida no ar é a responsável pela variedade de temas da arte moderna, pois tudo parece poder ser posto em questão: a relação da arte com a religião, com a história, com a cultura, com a ética, com a política, com o misticismo, com a tecnologia, com a liberdade ou com o mercado, sua suposta autonomia, sua relação com as outras artes e com o signo verbal, sua determinação pela forma ou pelo conteúdo. Duvidar de sua própria definição, portanto, passou a ser o signo que a arte colocou para si mesma. Essa é a questão moderna por excelência.

Ser ou não ser arte, eis a questão moderna. Este ponto é crucial, já que nosso objetivo, neste ensaio, 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, como uma 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.

3 A relação da estética com o mercado – na arte e na moda

Podemos perceber, enfim, que a própria arte, ao encarar o desafio de seu contato com o ambiente moderno em que passou a estar situada, precisou elaborar novas formas de existir. Dadaísmo, Cubismo, Futurismo, Surrealismo, Construtivismo... Todos esses movimentos possuíam o caráter de vanguarda. Eles aproveitaram a conquista moderna da autonomia da arte face aos antigos interesses religiosos para produzir obras de enorme experimentalismo formal, ou seja, de livre pesquisa estética. Eram, porém, ao mesmo tempo, acoçados pelo perigo que consistia em, assim, ver a arte completamente apartada da vida, do que Peter Bürger chamou de “práxis vital” (BÜRGER, 2008, p. 101-106). Buscando criticar o cotidiano burguês, as perversões do mercado e a competição individualista, a arte corria o risco de perder o contato com o mundo em que estava. Tentando integrar-se a este mundo, porém, a arte estaria sob o perigo de não conseguir criticá-lo e, assim, de não criar outras formas de práxis vital além das já dadas e conhecidas: ela poderia ser absorvida por este mundo sem criar outros mundos possíveis dentro dele. Toda a arte moderna convive com tal tensão: a necessidade de criticar a sociedade em que está inserida, mas, ao mesmo tempo, de recuperar alguma centralidade na vida desta mesma sociedade, na qual ocupa uma posição, de modo geral, marginal e secundária, sem tanta importância.

Eis a ambiguidade da autonomia da arte, concretamente vivida pelas vanguardas modernas. Só com tal autonomia, a arte poderia, estando dentro da sociedade burguesa, não ser abduzida pelas relações meramente instrumentais e utilitárias de serventia, que Peter Bürger (2008) chama de “racionalidade voltada para os fins”. A arte não precisar servir para nada e, portanto, seria mais livre em suas criações. Esta foi a batalha das vanguardas, que, por isso mesmo, não se voltavam contra este ou aquele estilo de época artístico, mas contra o lugar que havia sido concedido à arte pela sociedade burguesa, lugar secundário e desligado do resto da vida. Só que – e eis aqui a ambiguidade – apenas com tal desligamento é que a arte pôde se distanciar da sociedade e, assim, criticá-la. Portanto, as vanguardas, se desejam novamente integrar arte e vida, não o fazem querendo esta vida burguesa tal como a conhecemos, e sim a vida transformada que emergiria do poder de sensibilização e pensamento das obras produzidas como manifestações estéticas singulares.

Nesse sentido, diversos movimentos de vanguarda buscaram uma aproximação com o *design*, outros se lançaram na construção de obras públicas, alguns se dedicaram até mesmo à propaganda, além dos que se apegaram à arquitetura. Essas e outras foram

formas pelas quais se buscava fazer com que as experiências criativas da arte, ainda que potencializadas pela sua autonomia, entretivessem um contato com a vida social moderna, marcada pela praticidade e pela funcionalidade do ambiente urbano. Em resumo, tentava-se fazer com que objetos que tivessem que ser usados pudessem ser belos. O objetivo de todo esse tipo de arte, a despeito da enorme variedade de estilos e estratégias aí presentes, era criar formas estéticas que pudessem transpor o abismo que as separava da vida cotidiana das pessoas.

Essas formas, é verdade, às vezes, aproximam-se perigosamente da perda de qualquer distinção que dê às obras espaços de destaque para a experiência estética. 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?

Caso a resposta à pergunta acima seja positiva, talvez algumas expressões culturais sejam solidárias do desafio que a própria arte passou a enfrentar no seu contexto moderno e, ainda mais, contemporâneo. Este desafio consiste em encontrar formas de penetração da experiência estética na vida dos homens modernos, nesta mesma vida que parece, a todo tempo, jogar contra ela. Sem o amparo tradicional religioso e sem sua antiga função social, a arte procura então novas relações com o mundo ao qual pertence.

Chegamos, então, à questão da moda. Se admitimos que é possível que a criação da moda contenha, em si mesma, algo de artístico, então estaríamos diante de uma curiosa constatação. Naquela dimensão tantas vezes desprezada pela intelectualidade e pela academia, naquela dimensão tantas vezes considerada fútil e apenas superficial, encontraríamos uma solidariedade com o desafio crucial presente em outro âmbito, este sim reconhecido como sério e grave – o da arte. Embora a moda, não raro, comece como algo elitizado e para poucos, o seu sistema contém em si, como parte sua essencial, espriar-se pela sociedade, carregar o que faz para muitas pessoas. Mesmo no caso da alta-costura, aquelas produções, embora não sejam usadas por muitos, são vistas por muitos e partilham de um sistema mais amplo do que elas. Se isto que é feito tiver poder estético, portanto, estaríamos diante de certa penetração de algo artístico na vida cotidiana.

Será possível pensar o lugar da moda neste contexto? Em princípio, parece que não, já

que a moda se encontra completamente aderida à sociedade burguesa. Todo o sistema da moda, que ultrapassa em muito a simples necessidade que os homens têm de se vestir, depende da estrutura industrial e de consumo do mundo moderno. Ela faz parte do universo do consumo e, sendo assim, não teria autonomia em relação a ele. No entanto, somos surpreendidos, aqui e ali, por uma beleza estética especial mesmo dentro deste contexto. Em outras palavras, ainda que não se coloque criticamente contra a sociedade burguesa, a moda – e não apenas ela – parece ser capaz de, eventualmente, produzir a partir desta sociedade um tipo de experiência estética que não se encerra apenas no entretenimento, mesmo que possa fazer parte dele. É como se o que Adorno chamou de “indústria cultural” fosse surpreendido, de dentro de si mesmo, por algumas fissuras, pois o sistema de adormecimento das massas que ele imaginou jamais é completo e perfeito, deixando brechas para que desejos e visões singulares despertem.

Nesse sentido, poderíamos, diante da moda, colocar uma questão em termos semelhantes àqueles que afligem as vanguardas artísticas: o fato de a moda ser aderida à sociedade burguesa significa que ela não pode propiciar qualquer experiência estética para além do que já está dado e estabelecido por esta mesma sociedade? Em palavras ainda mais simples. Será que a subordinação da moda ao mercado implica que ela não seja capaz de criar nada de novo? Será que a moda é capaz de operar algum tipo de olhar estético diferente para o mundo? Em suma, se a moda é capaz de levar algum tipo de experiência estética para a práxis vital, será que com isso ela perde qualquer criatividade diferenciada e se torna apenas subproduto de um sistema mercadológico com “cartas marcadas”?

Não há dúvida. Tais problemas existem hoje e não existiram sempre. Decorrem da junção da moda com o industrialismo e, portanto, das facilidades da propaganda e da fabricação em série; decorrem ainda da democracia, da participação de um público muito mais numeroso no consumo da moda e muito menos exigente. Mas em nada ou quase nada afetaram-na como arte, pois a moda não é a única manifestação estética que se apóia na propaganda. Atualmente, em todos os setores artísticos “a influência da crítica desinteressada é contrabalançada pela influência do reclame, que considera as obras de arte como obras comerciais, lançadas do mesmo modo e segundo os mesmos processos de outros produtos”. Antes do aparecimento do filme, do romance ou da peça de teatro, a imprensa e o cartaz já terão preparado a atmosfera emocional que vai, certamente, assegurar o sucesso editorial ou de bilheteria. (SOUZA, 2005, p. 29-34)

Na passagem acima, Gilda de Mello e Souza, em *O espírito das roupas*, pretende dissolver as premissas sobre as quais estariam apoiadas as opiniões de que a moda não pode ser considerada arte. Sua estratégia argumentativa tenta explicitar que as condições sob as quais a moda é produzida são as mesmas sob as quais a arte moderna

o é. Nesse sentido, tal estratégia, em vez de tentar apenas mostrar o quanto a moda pode ser parecida com a arte, busca explicitar o quanto a arte pode ser aparentada à moda, ou, ao menos, o quanto o mundo da arte partilha com o da moda problemas e desafios bem parecidos, pois eles dizem respeito a algo do qual essas duas atividades culturais não têm como escapar: o contexto moderno em que estão historicamente inseridas, com maior ou menor ênfase, dependendo do caso.

Em especial, a tese apresentada indica que o envolvimento da moda com a indústria, o consumo e a propaganda é algo que diz respeito a toda existência moderna, inclusive à arte nela inserida. Não é só a moda, portanto, que encara o desafio de habitar tal situação sem perder sua criatividade específica. Sabemos bem o quanto os valores ditados pelo mercado de arte são discrepantes em relação ao valor estético das obras, pois ele leva em conta variáveis que não dizem respeito apenas à qualidade intrínseca de tais obras – preocupação esta que seria a da “crítica desinteressada”, para empregar o termo de Gilda de Mello e Souza, ou seja, da abordagem cujo foco é apenas estético e nada mais do que isso. Façamos claro este ponto, pois é decisivo: ninguém deveria deixar que os valores de mercado de obras passassem como sinônimos de seu valor artístico. Eles até podem coincidir, mas não necessariamente. Pelo contrário, podem até divergir drasticamente. Tanto na arte como na moda.

Eis aí, aliás, um ensinamento crucial da arte. Ela jamais dispensa aquele que está diante da obra de fazer seu próprio julgamento. Talvez este seja o mais profundo caráter político da arte, superior a qualquer conteúdo manifesto, ideológico ou partidário. É que a arte exige que pensemos por nós mesmos, que formulemos os nossos juízos sem recorrer a preconceitos ou valores já sabidos. Não é possível gostar de alguma coisa porque outra pessoa gosta. Sou eu, sempre, que gosto ou desgosto. Portanto, o valor ditado pelo mercado jamais pode dispensar a avaliação estética que cada um de nós a cada vez precisa fazer.

Também a apreciação estética da moda, portanto, exige de nós a capacidade de fazer julgamentos próprios. Do contrário, ficamos presos apenas aos “modismos”. É claro que a moda tem suas tendências, possui certos anúncios sobre como deve seguir. Porém, tal diagnóstico não exclui a necessidade de interpretações próprias das possibilidades estéticas da moda. Em primeiro lugar, porque há exceções. Pensemos no caso da estilista brasileira Isabela Capeto. Suas produções não seguem à risca as tendências ditadas pelo conhecido mundo da moda, mas são fiéis ao estilo particular criado pela estilista. Em segundo lugar, porque, de maneira mais ampla, o fato de que existem tendências eventualmente claras para a moda não dispensa a necessidade de, dentro de tais tendências gerais, criar algo diferente, ou seja, de dar algum toque particular às produções que façam a diferença estética entre algo que merece ser chamado de criação e aquilo que é apenas repetição e automatismo. Hoje em dia, aliás, poderíamos dizer até que a arte também tem suas tendências, detectáveis para o público, os artistas e os

críticos mais sagazes. Não basta segui-las, porém, para alcançar alguma criação estética que não seja somente um produto mercadologicamente viável.

Por fim, o que importa destacar é que, quando conduzimos nosso olhar para o que há de mais concreto na criação, o trabalho do artista e o do estilista não apresentam necessariamente diferenças gritantes de base. Estão ambos diante do desafio de inventar formas estéticas. Lidam com problemas de cor e de espaço, de luz, volume, linha, figura. Tudo que fica em torno disso pode estar, tanto na moda quanto na arte, contaminado pelo ambiente moderno da propaganda e do consumo, da chamada "indústria cultural". Esta, por vezes, tira toda força singular da criação, transformando tudo em simples distração e em entretenimento que divertem, mas não acrescentam nada ou quase nada à nossa sensibilidade. Nem sempre, porém, é assim. E não temos como saber quando, onde e como as criações da sociedade moderna deixam de ser apenas subordinadas à indústria cultural para, de dentro dela, criar algo diferente dela. Pode ocorrer isso até na moda, por exemplo. E pode até não ocorrer na arte de vez em quando.

Se a moda depende das condições sociais e utiliza em larga escala – convenhamos – a propaganda e as técnicas da indústria, nem por isso deixa de ser uma arte. No jogo entre o modista e o freguês encontramos apenas, de maneira mais nítida e mais necessária, a ligação entre o produtor e o consumidor na arte. Mas hoje como ontem, fechado em seu estúdio, o costureiro, ao criar um modelo, resolve problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos. Como o escultor ou pintor ele procura, portanto, uma Forma que é a medida do espaço e que, segundo Focillon, é o único elemento que devemos considerar na obra de arte. Harmoniza o drapeado de uma saia com o talhe das mangas, traçando um 'conjunto coerente de formas unidas por uma conveniência recíproca'. Respeita o destino da matéria, a sua 'vocação formal', descobrindo aquela perfeita adequação entre a cor e a consistência do tecido e as linhas gerais do modelo. Como qualquer artista o criador de modas inscreve-se dentro do mundo das formas. E, portanto, dentro da Arte. (SOUZA, 2005, p. 29-34)

4 A utilidade do belo e a beleza do útil

Em seu fundamento, moda e arte aproximam-se por enfrentarem, ambas, o desafio da criação e por partirem, ambas, da necessidade inelutável do artesanato em tal enfrentamento, ou seja, do domínio técnico formal de alguma matéria primeira natural. Mas o problema é que, no decorrer das duas atividades, a arte tende a se separar do artesanato sobre o qual se funda, ao contrário da moda, pois a arte abandona a funcionalidade que o caracteriza. Livre da aplicabilidade cotidiana, a arte estaria autônoma em sua existência. Ela contara com o artesanato para criar seus objetos no

sentido técnico, mas este seria apenas uma etapa cuja consumação estaria, contudo, no talento, este sim decisivo. Só que a arte nem sempre se quis assim autônoma. Não só no passado grego, mas mesmo na época moderna, a arte, muitas vezes, questionou o quanto, para ser o que é, precisava se livrar da utilidade dos objetos que criava. Nesse sentido, a moda, ainda que seja útil, pois serve para vestir, poderia ser arte. Todo artesanato poderia, eventualmente, ser ele também arte.

A relação entre arte e utilidade foi uma das principais preocupações do pintor, escritor e *designer* britânico Willian Morris, no fim do século XIX. Bastante influenciado pelo socialismo marxista, Morris acreditava que a arte (ao contrário da sua época, que cada vez mais se aproximava dos interesses burgueses) devia buscar uma relação com a utilidade diária e ser cada vez mais simples, para baratear o preço e ser de acesso fácil à classe trabalhadora. Giulio Carlo Argan (1992) sintetiza, no texto abaixo, com precisão, a proposta de Morris.

Não é muito importante que o artista (um burguês por definição), com um gesto de santa humildade, converta-se em operário; pelo contrário, o importante é que o operário se torne artista e, assim desenvolvendo um valor estético (ético-cognitivo) ao trabalho desqualificado pela indústria, faça da obra cotidiana uma obra de arte. (...) Ao se passar da ideia da arte que imita as coisas para a ideia da arte que faz as coisas, não se está 'rebaixando' o artista a artesão, mas libertando-o da servidão da imitação (...). Enquanto os impressionistas na França enfrentavam o problema, cada vez mais grave, da relação arte-sociedade, demonstrando o caráter insubstituível da visão artística em qualquer sistema de conhecimento ou pensamento (...), a corrente pré-rafaelita e morrisiana, por seu lado, visa à eliminação da especificidade das artes, à inserção direta da experiência estética na práxis da produção econômica e da vida social, à individuação de um *estilo artístico* capaz de se tornar um *estilo de vida*. (ARGAN, 1992, p. 179-182)

Neste âmbito da arte moderna, contrário ao da corrente impressionista, tentava-se eliminar a especificidade das artes e, com isso, algumas manifestações ganhavam uma centralidade antes inexistente, como a arquitetura e o *design*. Eram possibilidades de criação de objetos pragmáticos e que, portanto, poderiam adentrar a vida social do homem. Simultaneamente, podiam trazer consigo a beleza que a automação industrial ameaçava fazer desaparecer. Em casas e edificações, em poltronas e mesas, a inserção cotidiana seria natural e imediata, portanto caberia apenas ali colocar algum sentido estético para que, então, a arte deixasse de estar apartada da vida, distanciada das pessoas em geral. Roupas e acessórios que nos vestem estão na mesma situação, assim como a criação de estampas. Não seria descabido, por consequência, situar a moda no âmbito do modernismo estético como possível estratégia daquela sua vertente que teve começo com William Morris e que se expandiu para além dele: a de unir arte e

funcionalidade, estética e sociedade.

Foi nesse sentido que Umberto Eco comentou que “é sintomático que em alguns grandes museus – como MoMA de Nova York e o Museu de Artes Decorativas de Paris – espaços sejam dedicados a objetos cotidianos como móveis e acessórios de decoração (ECO, 2004, p. 377-378). Ele detecta a drástica transformação pela qual passou a arte desde o começo do século XX. Tal transformação fez com que a residência por excelência da arte na modernidade, o museu, acolhesse dentro de si objetos diferentes dos então tradicionais quadros ou esculturas, por exemplo. Mesas, cadeiras, luminárias, cômodas, vestidos e acessórios, ou seja, objetos de uso passaram a frequentar os acervos permanentes e as exposições especiais de alguns dos maiores museus do mundo. Eles admitiam, com tal acolhida, que, diante da já citada transformação da arte, seria estreito demais apenas contemplar os objetos com os suportes tradicionais em suas salas. Também as criações do *design* passavam a ter lugar no que chamamos de arte, ainda que sem ignorar as diferenças entre objetos de uso e objetos desde sua origem destinados a serem inúteis no sentido do pragmatismo imediato. É verdade que ninguém pode sentar em um quadro de Monet, mas nem por isso deixa de existir sentido artístico, eventualmente, em uma cadeira.

Sem dúvida, a grande arte moderna foi capaz de afirmar-se como experiência autônoma, ou seja, cuja legitimidade não dependia de valores extrínsecos a si e, assim, não precisaria servir para nada que não fosse o simples prazer estético. Mas também é verdade que, no interior desta mesma arte moderna, muitas vezes o belo aí buscado em sua pureza foi encontrado em manifestações distintas. Esses foram os casos, por exemplo, de William Morris e de Sonia Delaunay. Foi em objetos que não estariam destacados da vida social pragmática que eles tentaram colocar a beleza. Por exemplo, em roupas, ou seja, no âmbito da moda, como foi o caso de Delaunay. Também o que é útil poderia ser belo.

Dessa forma, paralelamente à busca por autonomia, a arte moderna abria-se para outra aventura, em sentido oposto, que tentava entrar na esfera social pragmática da vida cotidiana, mas sem se render à falta de sentido estético que o industrialismo reinante às vezes parecia propor. Neste contexto, a moda ganhava para si a possibilidade de afirmar-se como evento estético cuja qualidade não seria sempre tão diferente da arte. Paul Poiret, no começo do século XX, talvez tenha sido o primeiro nome proveniente explicitamente da moda que agregou à sua criação o sentido estético ao qual estamos acostumados na arte. Ele o fez de modo programático, intencional. Buscou em um artista o parceiro para a criação de objetos que servissem para vestir – moda. Como bem destacou João Braga (2008, p. 76), “um dos primeiros criadores a associar seu trabalho às artes foi Paul Poiret, quando elaborou estampas com o fovista Raoul Dufy, além de ter se inspirado na pintura neoclássica, especialmente de David, para criar vestidos de

cintura abaixo do busto e sem o uso do espartilho, mesmo antes da Grande Guerra de 1914. ”

No âmbito da própria arte, foi a Bauhaus, liderada por W. Gropius, que enfrentou talvez de modo mais evidente e franco o aspecto industrial do mundo moderno tendo ainda as preocupações de ordem estética em primeiro plano. Os artistas e trabalhadores da Bauhaus não tinham em vista destacar a inutilidade de objetos úteis quando trazidos para o âmbito da arte como forma de destacar uma atenção e um olhar especiais para eles. Pelo contrario, tratava-se, agora, de explicitar, em objetos construídos, que a beleza estética poderia residir em tais objetos no que era a sua própria funcionalidade industrial e tecnológica. Poderia haver uma espécie de isomorfia entre o que pede a beleza e o que pede a função de determinada coisa. Como aponta Giulio Carlo Argan (1992),

a disputa sobre o belo e o útil era antiga, mas, na época dos primeiros *ready made*, ainda não havia nascido a teoria do desenho industrial. Quando vier a ser formulada na *Bauhaus*, ela o será em termos contrários aos do *ready made* de Duchamp. Afirmar-se-á que a qualidade estética do objeto deve ser a forma de sua função, que a forma estética e a utilidade prática são resultantes do mesmo processo; o valor artístico, portanto, é alcançado mediante, e não contra, a tecnologia industrial da produção. (ARGAN, p. 358)

Não seria preciso, porém, nem sequer recorrer ao depoimento do famoso historiador da arte italiano para compreender o projeto que constituiu a escola alemã Bauhaus, pois Gropius expôs seus ideais no manifesto, escrito em 1919, que anunciava o movimento. Ler as suas linhas é como encontrar-se com uma dimensão, ainda que talvez utópica, na qual nada tem mais importância do que a convicção de que é possível juntar de modo feliz o caráter de arte das coisas e a função que elas têm quando dentro da sociedade. Gropius estaria dizendo que antes do *chef* está o cozinheiro, antes do estilista está o costureiro, antes do artista está o artesão. É preciso voltar a tais fontes diretas. É preciso essa humildade na atitude estética diante do mundo para que um projeto futuro de sociedade venha à tona.

Manifesto Bauhaus

O fim último de toda a atividade plástica é a construção. Adorná-la era, outrora, a tarefa mais nobre das artes plásticas, componentes inseparáveis da magna arquitetura. Hoje elas se encontram numa situação de auto-suficiência singular, da qual só se libertarão através da consciente atuação conjunta e coordenada de todos os profissionais. Arquitetos, pintores e escultores devem novamente chegar a conhecer e compreender a estrutura multiforme da construção em seu todo e em suas partes; só então suas obras estarão outra vez plenas de espírito

arquitetônico que se perdeu na arte de salão.

As antigas escolas de arte foram incapazes de criar essa unidade, e como poderiam, visto ser a arte coisa que não se ensina? Elas devem voltar a ser oficinas. Esse mundo de desenhistas e artistas deve, por fim, tornar a orientar-se para a construção. Quando o jovem que sente amor pela atividade plástica começar como antigamente, pela aprendizagem de um ofício, o "artista" improdutivo não ficará condenado futuramente ao incompleto exercício da arte, uma vez que sua habilidade fica conservada para a atividade artesanal, onde pode prestar excelentes serviços.

Arquitetos, escultores, pintores, todos devemos retornar ao artesanato, pois não existe "arte por profissão". Não há nenhuma diferença essencial entre artista e artesão, o artista é uma elevação do artesão, a graça divina, em raros momentos de luz que estão além de sua vontade, faz florescer inconscientemente obras de arte, entretanto, a base do "saber fazer" é indispensável para todo artista. Aí se encontra a fonte de criação artística.

Formemos, portanto, uma nova corporação de artesãos, sem a arrogância exclusivista que criava um muro de orgulho entre artesãos e artistas. Desejemos, inventemos, criemos juntos a nova construção do futuro, que enfeixará tudo numa única forma: arquitetura, escultura e pintura que, feita por milhões de mãos de artesãos, se alçará um dia aos céus, como símbolo cristalino de uma nova fé vindoura.(GROPIUS, 2010, s. p.)

5 A moda como signo social e como arte

Resta, ainda, responder a uma outra provocação que aparece constantemente para negar à moda o estatuto de arte. Não se trata mais de ver na utilidade um indício de que certo objeto não pode ser artístico e que, portanto, a moda não é arte. Trata-se daquela acusação que vê a moda sobretudo como signo de distinção social. Não devemos negar tal situação, mas podemos compreendê-la de modo que não necessariamente negue que a moda pode ser arte. É claro que a moda serve para que algumas pessoas ou grupos sociais alcancem certa marca distintiva em relação à coletividade geral dentro da qual estão. Isso acontece, aliás, em vários sentidos. Em geral, pensamos apenas na distinção de classes sociais, à qual a moda serve, sem dúvida. Colocar óculos Dolce & Gabbana no rosto, assim como um relógio Rolex no pulso, indica, para quem sabe reconhecê-los, algum grau elevado de poder aquisitivo. Isso existe, mas não é tudo. Pois a moda serve como signo de distinção social não apenas entre classes. Ela também distingue preferências de gosto musical, por exemplo. Distingue às vezes também a imagem que a pessoa quer passar do tipo de vida que ela leva: muito azul e branco pode sugerir leveza, enquanto o vermelho pode indicar ousadia e risco.

Claro, está tudo muito simplificado aqui, mas entendamos o ponto: sim, a moda serve como signo de distinção social em diversos sentidos e assim é costumeiramente empregada por várias pessoas. Isso não significa, porém, que suas criações, ainda assim, não possam ser arte, pois o emprego posterior da moda, ainda que possa influenciar na sua criação antes, não a determina por completo necessariamente. Diga-se de passagem, assim como na arte. É cada vez mais comum que, por exemplo, parte da elite econômica emergente busque na aquisição de obras de arte o signo de elite cultural que lhe falta. Pendurar quadros, sobretudo de artistas em voga como Vik Muniz ou Beatriz Milhazes (no caso do Brasil), no apartamento pode, nesse sentido, ter muitas vezes o mesmo valor de colocar um vestido Armani. São signos empregados pelas pessoas para tentar construir algum tipo de imagem, para os outros e para si mesmas, do grupo ao qual elas pretendem pertencer. Em suma, assim como a moda, a arte também pode ser utilizada como signo de distinção social. Tanto uma quanto outra, assim como várias coisas, podem ser apropriadas como signos de diferenciação social.

Não é o aproveitamento da moda e da arte como signos de distinção social, porém, que vão definir sua natureza criativa. Nos dois casos, este aproveitamento pode se dar. Ele é fruto da inserção de ambas no mundo moderno capitalista em que vivemos, no qual a propaganda e o consumo, para o mal ou para o bem, tendem a absorver tudo em si. Isso não significa que não possam existir brechas dentro das quais a experiência estética possa agir. Exigir, porém, que ela esteja imaculada do mundo dentro do qual se situa é, por paradoxal que possa parecer, aproximar-se perigosamente da alienação idealista. Não há dúvida: a moda é produto da época industrial e capitalista. Seu lugar social está relacionado a este fato. Contudo, esta relação é mais complexa do que costumamos pensar, como provam as observações clássicas do sociólogo Georg Simmel (2008) em *Filosofia da moda*.

As condições da moda como uma manifestação constante na história de nossa espécie podem assim descrever-se. Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. (SIMMEL, 2008, p. 24)

Nesse sentido, a moda, como valor social, é essencialmente ambivalente. Ela serve a dois propósitos distintos e contraditórios, mas que não obstante nos constituem como homens modernos. Primeiro, ela oferece signos pelos quais podemos nos sentir parte de um grupo maior, pelos quais nos integramos. Buscamos marcas semelhantes, nas vestimentas em geral, pelas quais firmamos, em meio à solidão individualista da época moderna, nosso pertencimento através da semelhança com outros – aqueles que se vestem como nós, por exemplo. Depois, contudo, a moda, em vetor divergente deste primeiro, oferece também e ao mesmo tempo – eis aí a ambivalência da situação – o

material pelo qual pretendemos ser únicos e singulares em meio à cultura massificante dentro da qual vivemos, que aparece tantas vezes como simples padronização geral da qual tentamos escapar. Em suma, a moda paradoxalmente oferece para nós tanto aquilo que pode nos tornar homogêneos (respondendo à necessidade de pertencimento contra a solidão social) quanto aquilo que pode nos tornar heterogêneos (respondendo à necessidade de singularização contra a padronização social). Ela possui essa curiosa ambivalência.

Nada disso, é claro, faz da moda arte. Mas certamente mostra que ela não deixa de ser arte só porque tem valor como signo de distinção social. O que nos interessa aqui, porém, é, enfim, dizer que a moda pode ser arte, e não apenas porque ela pertence ao rol das artes em geral, mas porque é uma forma de arte particular, com seus direitos próprios e suas nuances específicas.

Na verdade é o movimento, a conquista do espaço, que distingue a moda das outras artes e a torna uma forma estética específica. Quando falamos da beleza de um quadro, de uma estátua ou de um edifício, fazemos por assim dizer um julgamento estático. Se bem que todos vivam em relação com o ambiente – os largos painéis das igrejas comunicando-se entre si pelo ritmo dos planejamentos e a harmonia ou oposição das cores; as figuras de pedra ou mármore encaixando-se umas nas outras; as lisas superfícies arquitetônicas completando-se com os jardins ásperos e tropicais –, se bem que tais obras vivam e só devam ser julgadas nesta harmonia com o exterior, também podem ser encaradas em si, sem perder nada de sua essência, no equilíbrio interno das linhas, das cores, dos volumes. Tal não se dá porém com a moda. Arte por excelência de compromisso, o traje não existe independente do movimento, pois está sujeito ao gesto, e a cada volta do corpo ou ondular dos membros é a figura total que se recompõe, afetando novas formas e tentando novos equilíbrios. Enquanto o quadro só pode ser visto de frente e a estátua nos oferece sempre a sua face parada, a vestimenta vive na plenitude não só do colorido, mas do movimento. Este acrescenta ao repouso qualquer coisa que nele já estava contido, mas que, apenas agora, subitamente irrompe. E a emoção que a ruptura provoca em nós é semelhante à surpresa do riso repentino em um rosto imóvel. (...) Assim como para julgarmos a beleza de um rosto não podemos separar o acordo das linhas da expressão que as anima – tantos rostos sendo belos por possuírem exatamente essa beleza de expressão –, para que a vestimenta exista como arte é necessário que entre ela e a pessoa humana se estabeleça aquele elo de identidade e concordância que é a essência da elegância. Recompondo-se a cada momento, jogando com o imprevisível, dependendo do gesto, é a moda a mais viva, a mais humana das artes. (SOUZA, 2005, p.40-41)

6 Conclusão: a moda que pode ser arte

Diz-se que moda não é arte, pois suas produções não são feitas para museus nem afeitas a eles. Porém, vimos que a arte moderna de vanguarda e a arte contemporânea buscaram sair deste espaço pré-determinado com suas criações. 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 reproduzíveis 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 em vez de apenas olhadas. Sabemos que a arte contemporânea deu ao mundo várias obras que deviam ser tocadas, vestidas, percorridas, e não só vistas. Tudo isso, é claro, não garante que a moda seja arte e ponto final. Mas abre a chance de que, ao olharmos para a moda, eventualmente possamos reconhecer em algumas de suas criações aquele tipo de vigor estético que em geral admitimos estar presente nas obras de arte.

7 Referências

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BRAGA, João. Aspectos da interação arte-moda. In: _____. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

BÜRGER, Peter. Teoria da vanguarda. **São Paulo: Cosac e Naify, 2008**.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FERREIRA, Gloria; COTRIM, Cecilia (Org.). **Escritos de artista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

GROPIUS, Walter. **Manifesto Bauhaus**. [1919]. Trad. Hilde Engel, Willy Keller, Nice Rissone e Edgar Welze. Disponível em: http://www.arkitekturbo.arq.br/bauhaus_manifesto_por.html. Acesso em: 25 mar. 2010.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda**. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Currículo Resumido do Autor

Pedro Duarte de Andrade

Tem doutorado e mestrado em Filosofia pela PUC-Rio. Graduiu-se em Comunicação Social – Jornalismo, também na PUC-Rio. Ênfase de pesquisa nas áreas de Estética, Filosofia Contemporânea e História da Filosofia. Professor adjunto do Departamento de Filosofia e Ciências Sociais da UNIRIO (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro). Pelo Departamento de Filosofia da PUC-Rio, atua na Pós-Graduação Lato-Sensu (na Especialização em Arte e Filosofia desde 2005 e na Especialização em Filosofia Antiga desde 2010). Foi professor visitante e pesquisador (*Research scholar*) na Brown University (EUA) em 2004 e 2006.

<http://lattes.cnpq.br/4766920066799526>.