

A Experiência Estética na Modernidade entre a Moda e a Arte

Angélica Oliveira Adverse ¹

RESUMO

Sob a ótica da modernidade, Charles Baudelaire propõe uma nova perspectiva para se pensar a experiência estética. A sua leitura crítica do belo introduz na arte as problemáticas pertencentes à moral estética da moda e do tempo histórico. O presente artigo pretende problematizar as transformações que essa proposição crítica legou tanto para a moda quanto para a arte. Trata-se de observar a dimensão da experiência estética pelo processo da estetização do cotidiano introduzida pela cultura de moda na arte moderna.

Palavras-Chave: Moda, Arte, Estética

Résumé

Sous l'optique de la modernité, Charles Baudelaire propose une nouvelle perspective pour penser l'expérience esthétique. La lecture critique du beau pose à l'art les problèmes appartenant aux morales esthétiques de la mode et du temps historique. L'article prétend à penser la problématique des transformations que la proposition critique a délégué tant pour la mode que pour l'art. Il s'agit d'observer la dimension de l'expérience esthétique par le processus d'esthétisation du quotidien présenté par la culture de la mode dans l'art moderne.

Mots-Clés : Mode, Art, Esthétique

¹ Doutora em Artes Visuais pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais.

I. A Axiologia do Belo na Moda

A moda. Uma espécie de corrida pelo primeiro lugar na criação social. A corrida recomeça a cada instante. Oposição entre moda e uniforme. (BENJAMIN, 2006, p.949)

A moda é compreendida, a priori, como um mecanismo de apresentação de novidades. O uso da palavra se modificou ao longo dos séculos e contemporaneamente é utilizada para designar uma espécie de norma estatutária dos hábitos vestimentares na sociedade de consumo. Em geral, a utilização da palavra moda no cotidiano está associada às regulações do jogo estético que se estabelece entre o passado e o presente, determinando o juízo crítico do gosto em relação ao belo. Esse uso nos permite compreender como a classificação cíclica dos costumes ou do uso de paramentos estéticos é legitimada pelas qualificações que instituem as normas do In/Out. Tais regulações constituem um importante instrumento de distinção social que organizam os grupos estéticos, os estilos de vida e as classes sociais.

A moda estabelece um jogo estético muito diferente da dimensão da experiência estética associada à fruição das obras de arte. A experiência evocada pela moda não é desinteressada, pelo contrário, o processo perceptivo está engendrando por um sistema de ordem econômica, política e cultural. Estando o sentimento de prazer provocado pelo belo intimamente associado ao desejo de diferenciação e distinção. Característica, esta, que nos permite apontar um certo tipo de falência da *aesthèsis*. Para ilustrar nosso ponto de vista, lembramos aqui que as tendências sazonais que condicionam as nossas vontades, a nossa sensibilidade ou o nosso desejo por uma determinada cor, formas da modelagem ou estilo. Nesse aspecto, essas orientações determinam tanto uma atitude de bom gosto quanto um déficit de juízo estético apurado. Ambas as leituras estão imbricadas por normas que desconstroem o prazer desinteressado que orienta nossa experiência estética.

Outro aspecto relevante é a axiologia do belo pela moda. O valor é construído por uma lógica de legitimação do ethos da exclusão, ou seja, por um

processo de adesão ao seus princípios reguladores que determinam temporalmente os argumentos discursivos relacionados à beleza e à elegância.

A mutabilidade da moda é, de certo modo, responsável pelo eixo de razoabilidade do sentimento de belo. Assim, o princípio de autonomização do indivíduo no espaço público tende a expressar seu juízo estético-crítico de acordo com as regulações morais determinadas pela impressão dos sentidos produzidas historicamente. Nesse sentido, a experiência estética é marcada por um discurso em interação com um tempo determinado e por uma comunidade que fundamenta de maneira endógena um certo modelo de ethos do bom-gosto. Dito em outras palavras, a experiência estética se efetiva a partir do processo de socialização do belo organizada pela faculdade mimética. Comumente, copiamos modelos e imagens que nos suscitam prazer. Como define Georg Simmel:

No interior da materialização social destes opostos, uma das vertentes dos mesmos é sustentada sobretudo pela tendência psicológica para a imitação. A imitação poderia designar-se como a transição do grupo para a vida individual (...) As condições vitais 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 exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. E este último aspecto consegue-o, por um lado, pela mudança dos conteúdos, que marca individualmente a moda de hoje em face da de ontem e da de amanhã, consegue-o ainda de modo mais enérgico, já que as modas são sempre de classe, porque as modas da classe superior se distinguem das da classe



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.
volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa apropriar. (SIMMEL, 2008, pp.22-4)

A maneira como utilizamos a palavra moda em nosso cotidiano expressa ainda algo extremamente perverso, pois seu uso irreflexivo indica que a sua ordem presenteísta (como por exemplo o “aqui-agora” do acontecimento). A novidade é soberana na moda sendo responsável por qualificar o “novo” como uma categoria estética que define os atributos de beleza. Os ensaios do jornalismo de moda expressam, com frequência, uma análise do belo como um conceito dependente de uma relação estabelecida com a contemporaneidade. Tomemos, por exemplo, as palavras de Carmel Snow, editora da revista Harper’s Bazaar entre 1934 e 1958, ao considerar o *Tailleur Bar* de Christian Dior como uma criação que enfrentava a monotonia dos uniformes da Segunda Guerra Mundial. Após assistir ao desfile em fevereiro de 1947, Carmen Snow exprime a ideia que caracteriza a propriedade do juízo estético para a moda no Século XX: “This is a New Look”. (SEELING, 2000, p.212). A forma como apresentou a criação de Christian Dior salienta como a experiência estética é regulada pelo sentimento de surpresa diante do novo (por mais antigo que ele se revele por um olhar crítico ou dialético).

Encontramos nesse exemplo, a noção de que a vivência presenteísta da novidade é determinante para traduzir a experiência estética da moda. Frequentemente, a leitura crítica contemporânea do jornalismo de moda reitera a análise sobre o belo partindo de um juízo estético temporal. Algumas frases ilustram essa concepção estética: “É belo porque é novo”, “a coleção moderniza a beleza do passado” ou ainda “perdeu a beleza porque envelheceu”. Em geral, o conceito de belo é definido pelo atributo estético originário da experiência da percepção temporal contemporânea. Trata-se, portanto, de um juízo de gosto amparado pela categoria histórica da beleza. Para

a crítica da moda, a propriedade do belo é objetivada pela relação temporal do sujeito com o objeto.



Figura 1. Desfile de Christian Dior em 12 de Fevereiro de 1947

Figura 2. Richard Avedon, Marie-Louise Bousquet e Carmen Snow

Desfile Maison Dior em 12 de Fevereiro de 1947

O uso que fazemos da palavra “moda” desconstrói o sentido da experiência estética universal. O belo da moda jamais é desinteressado ou desprovido de interesse. A ideia do “belo em si mesmo” é esgarçada pelo processo classificatório e qualitativo das normas reguladoras que atribuímos à palavra moda. T. W. Adorno oferece uma definição sobre as classificações cotidianas acerca do belo que se distanciam da experiência estética concernente à fruição da obra de arte:

De certo modo, o belo surgiu do feio mais do que ao contrário. Mas, se o seu conceito fosse posto no índice, como muitas correntes psicológicas procedem com a alma e numerosos sociólogos com a sociedade, a estética tinha de se resignar. A definição da estética como teoria do belo é pouco frutuosa porque o caráter formal do conceito de beleza deriva do conteúdo global do estético. Se a estética

não fosse senão um catálogo sistemático de tudo o que é chamado belo, não existiria nenhuma ideia da vida no próprio conceito do belo. No que visa reflexão estética o conceito de belo figura apenas um momento. A ideia de beleza evoca algo de essencial na arte sem que, no entanto, o exprima imediatamente. Se não se firmasse dos artefactos, de maneiras muito modificadas, que eles são belos, o interesse por eles seria incompreensível e cego, e ninguém, artista ou espectador, teria oportunidade de sair do reino dos fins práticos, o da autoconservação e do princípio de prazer, o qual a arte, pela sua constituição, exige. (Adorno, 2003, pp. 65-6)

Talvez, a moda seja responsável pelo intenso pragmatismo da experiência estética desencadeados pelos “fins práticos” citados por Adorno. Não seria a moda a responsável por transformar a nossa percepção do aqui-agora (*Jetztzeit*) ? O seu faro para o atual pode paradoxalmente introduzir uma ruptura que bifurca a experiência do belo. O belo passaria a ser designado pela relação temporal com o presente e pela expressão de tudo aquilo que se pode atribuir como uma novidade. O novo se torna com a moda uma espécie de autoridade histórica que qualifica a experiência estética.

II. A Moral da Experiência Estética

Em relação a esse processo classificatório, vale lembrar o ensaio “O Belo, A Moda e a Felicidade” (1869) de Charles Baudelaire. É interessante observar como o poeta nos apresenta a inserção do regime criticista da moda pela análise das obras de arte. Primeiramente, inicia um jogo de leituras entre a arte renascentista e a arte de seu período histórico. Em seguida, se detém sobre os croquis de costumes. Baudelaire introduz o elemento temporal como um

indicativo estético para a apreciação estética das obras. Em sua análise ele pontua prontamente as duas qualidades distintivas das obras: passado e presente. Devemos levar em consideração, aqui, que sua observação se distancia do “prazer desinteressado” citado anteriormente por Adorno. A lógica estética enunciada por Charles Baudelaire, estabelece, uma distinção entre o beleza livre e a beleza dependente do valor histórico. Diz Baudelaire:

Há neste mundo, e mesmo no mundo dos artistas, pessoas que vão ao Louvre, passam rapidamente – sem se dignar a olhar – diante de um número imenso de quadros muito interessantes embora de segunda categoria e plantam-se sonhadoras diante de um Ticiano ou de um Rafael, um desses que foram mais popularizados pela gravura (...) Devo convir que o mundo, de alguns anos para cá, se corrigiu um pouco. O valor que os amadores atribuem hoje aos mimos gravados e coloridos do século XVIII prova que houve uma reação na direção reclamada pelo público: Debucourt, os Saint-Aubin e muitos outros artistas dignos de serem estudados. Mas eles representam o passado. Ora, hoje quero me ater estritamente à pintura de costumes do presente. O passado é interessante não somente pela beleza que dele souberam extrair os artistas para quem constituía o presente, mas igualmente como passado, por seu valor histórico. O mesmo ocorre com o presente. O prazer que obtemos com a representação do presente deve-se não apenas à beleza de que ele pode estar revestido, mas também à sua qualidade essencial de presente. (BAUDELAIRE, 1989, pp. 7-8)

Baudelaire afirma que as obras têm um valor estético a partir do espaço-tempo. Para o poeta o belo não seria universal porque estaria associado à expressão estética de um determinado período histórico. O belo teria em si dois

aspectos mutuamente associados: o eterno e o transitório. Ambos suscitarium algo invariável e, ao mesmo tempo, algo transitório referente a uma característica histórica peculiar. Digamos que qualquer leitura seria indissociável de uma moral, de uma moda ou de uma paixão.

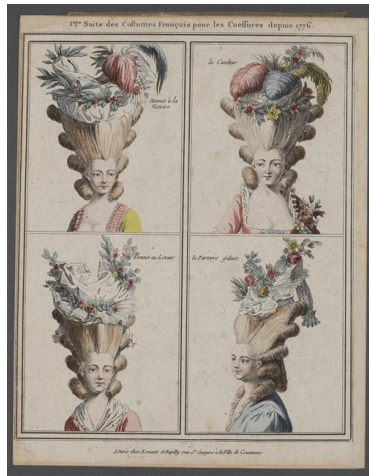


Figura 3- Gabriel de Saint-Aubin, Costumes Franceses para Penteados, 1776.



Figura 4- Philibert-Louis Debucourt, La Toilette d'un Clerc Procureur, 1778.

A citação de Charles Baudelaire nos é importante porque valida a dinâmica temporal da moda. O comportamento contemplativo e desinteressado de apreciação da obra de arte cede lugar a um prazer associado ao valor dado pela cultura.



Figura 5- Constantin Guys, Elegantes conversando num Café em Paris, s/data.

Se o belo é, portanto, uma “promessa de felicidade”, a relação temporal estabelecida aqui destitui o sentimento de resistência que algumas obras de arte incitam. A felicidade, como uma categoria do belo, é articulada pela moda como uma força produtora de modelos pré-estabelecidos e mimetizados no presente. Dessa maneira, o prazer resultante da experiência estética é resultado de normas classificatórias da experiência dadas a priori. A relação entre o espectador e as imagens é regulada por uma moral estética construída por um juízo determinista. Nesse senso, poderíamos inferir que Charles Baudelaire desconstrói o sentido do prazer desinteressado da experiência estética.

III. A Moda & Arte: Práticas Modernas da Estetização do Si

A análise de Charles Baudelaire sobre as práticas modernas da experiência estética inaugura uma nova compreensão da instauração do fenômeno moda nos processos de criação, de produção e de percepção crítica das obras de arte. Fica claro em seu texto o estado-de-devir das obras de arte,

do artista e do olhar do espectador das obras. É por meio de Charles Baudelaire que compreenderemos as práticas modernas da arte na modernidade. Por isso, irão nos interessar suas referências à transformação da experiência estética presentes nos estudos sobre o artista moderno e sobre o flâneur, sobre os croquis de costumes, a mulher, o dândi e a modernização da cidade de Paris. Vemos, de certa forma, que a conjuntura apresentada pela crítica baudelairiana, pode em certa medida, ser analisada como uma forma de anti-estética. É pela ausência de um prazer puro e desinteressado que se aniquila, definitivamente, a experiência tradicional da experiência estética da beleza.

Este novo elemento, observado pelo poeta, se transformará em seu texto num importante estudo para se compreender a relação da moda com as obras de arte. A análise de Charles Baudelaire nos será de grande valia para entender as esferas da representação, da semelhança, da aura e da experiência do belo propriamente dita. Se fará presente, no ensaio de Charles Baudelaire uma das mais importantes questões: a relação do artista com o seu próprio tempo. É por meio da relação que o artista moderno estabelece com o seu tempo presente que se desenvolve o seu ethos filosófico que o leva a se perceber como um artista da modernidade. Charles Baudelaire consegue perceber na análise estética das obras de arte um dos mais relevantes aspectos da moda: “a sua qualidade essencial do presente”. Essa qualidade, reivindicada pelo poeta, se confronta com as teorias estéticas que suscitam a ideia de uma fruição da obra de arte desvinculada do gosto ou do interesse.

Assim, poderíamos dizer que o encontro entre a arte e a moda, desencadearia um outro processo de fruição não mais concernente ao belo. Em outras palavras, seria como se a moda propiciasse à arte a experiência do moderno como um fator essencial para a determinação do belo. A introdução da temporalidade da moda na arte, sinalizou profundas rupturas com os cânones estéticos da tradição. E, ainda, fortaleceu o entendimento da diferença entre o passado e o presente. O conceito de moderno indicou para a arte uma aguda

consciência da atualidade: “modernus designa não o que é novo, mas o que é presente, atual, contemporâneo daquele que fala” (COMPAGNON, 2010, p.17). Não obstante, o sentido de moda sempre estará associado à essência do moderno, pois ambos advém de uma mesma raiz etimológica: *modus*. Diante disso, o entendimento da palavra moda e suas distensões torna-se uma tarefa primordial para analisarmos a experiência estética na arte moderna.

Diante dessa perspectiva, a leitura crítica de Charles Baudelaire alicerça os paradoxos que definem o *self* do artista moderno porque a moda contribui para modelagem da sua própria identidade. Ela se torna responsável pela alteração das técnicas de modelagem do si e pelos estilos de vida que fomentaram a reflexão sobre a obra de arte total. Como esclarece Mike Featherstone (1995), a modernidade assinala uma nova experiência estética na vida moderna, introduzindo o sentido de ruptura com o juízo de gosto da tradição. E, portanto, o homem moderno é aquele que possui uma grande sensibilidade frente à natureza contingente e fugaz da experiência estética do presente. A experiência da modernidade constitui, acima de tudo, a tentativa de inventar a si próprio por meio de estatutos estéticos.

Trata-se de pensar a possibilidade de constituir a vida como um processo estetizante de modelagem do *self*. Essa ideia foi esclarecida, em parte, pela difusão de textos literários que introduziam a ideia de uma vida estetizada e pelo seu mimetismo no espaço social, além da apresentação de novos modelos identitários no espaço urbano que contribuiriam para a ressignificação da existência.

O surgimento de uma identidade moderna nos faz pensar numa experiência totalizante do indivíduo no espaço-tempo. O artista moderno, portanto, representará os novos modos de ser do sujeito moderno. A arte moderna refletirá as múltiplas formas de estetização do cotidiano promovidas pelo encontro entre arte e vida, a partir do íntimo contato que os artistas estabelecerão com novas práticas do fazer artístico. E, dentre elas, o Dandismo.

O gesto do artista representará um sistema de pensamento que entende a obra de arte como a sua própria existência. As tecnologias utilizadas para novos constructos da subjetividade do artista serão muito importantes para a criação de uma existência estética.

A arte moderna, e é essa sua principal virtude, nega-se a considerar o produto acabado e a vida ser vivida como sendo separados. Práxis igual a poiésis. Criar é criar a si mesmo. As obras de arte, contrariamente ao produtos da indústria, revelam-se assim inseparáveis do vivido de seu autor, vínculo que se afirma com tanto mais vigor pelo fato de o sistema econômico, em sua lógica de padronização e maquinização, apagar dos objetos que fabrica qualquer vestígio de criação humana. (BOURRIAUD, 2011: p.14)

Stephen Greenblatt (2005), nos apresenta uma interessante exposição sobre a compreensão do termo *fashion* no Renascimento inglês. Para Greenblatt, há uma crescente autoconscientização da modelagem da identidade humana. *Fashion* designaria a prática da modelagem do Self por meio de artifícios artísticos e estéticos. Este entendimento da palavra se consolidou a partir do século XVI, passando a denotar a formação de um Si. Para o autor, devemos considerar outros aspectos, que por hora se referia à imposição de um modelo ou a sua adoção por meio de uma conotação mimética. A *fashioning* era portanto uma consciência dessa ação e do seu processo. Esta modelagem poderia ainda sugerir o acabamento de uma forma menos tangível, como declara o autor:

Talvez a observação mais simples que possamos fazer é a de que no século XVI parece haver um incremento da consciência da modelagem (*fashioning*) da identidade humana como um processo manipulável, artístico. Tal autoconsciência tinha se espalhado entre a elite no mundo clássico, mas o Cristianismo havia trazido uma crescente suspeita sobre o poder do homem moldar a identidade: “Tire as mãos de si mesmo”, declarou Agostinho. “Tente construir a si mesmo e construirá uma ruína” (...) Quando em 1589 Spenser escreve que a intenção e o significado gerais que ele havia “modelado” (*fashioned*) em *The Faerie Queene* eram o de “modelar um cavaleiro”, ou quando ele faz seu cavaleiro Calidore declarar que “em cada si do homem.../Está em questão modelar sua própria vida”, ou quando ele diz a sua amada, em um dos *Amoretti*, “Você emoldura (*frame*) meus pensamentos, e me modela por dentro”, ele está se servindo das conotações especiais do verbo “modelar” (*to fashion*) neste período, uma palavra que não ocorre em momento algum na poesia de Chaucer. (GREENBLATT, 2005, p.2)

Para Stephen Greenblatt, com o termo *fashion* pode-se compreender importantes tópicos dos processos de subjetivação. Sua leitura segue como itinerário alguns textos literários no Renascimento, nos quais o autor investiga como a construção imagética da personagem se une à produção de um discurso que afirma o si. Fala-se aqui de uma das práticas para a constituição da subjetividade que fundamentará a questão moderna sobre o sujeito: a performatividade da aparência e sua relação com o discurso.

A relação intertextual que se desenvolve entre a literatura e *self-fashioning* (automodelagem) é marcada por um jogo de reconhecimento histórico por meio

das detalhadas citações sobre a *parure*¹ e sobre o *habitus* que consolidava a individualidade. Como veremos mais adiante, o conceito de moda como modelagem confunde-se por vezes com o sentido de uma consciência do Eu. Mas já no texto de Greenblatt está claro que a atividade de automodelar-se redesenha o campo de possibilidades de autoconstituição subjetiva.

Nesse sentido, entendemos que *self-fashioning* é um ponto de partida para se destacar a nova experiência que se apresenta no campo da construção social: a individualidade mundana. O processo de modelagem do *self* é um índice que assinala a percepção do si, contribuindo para enfatizar a representação ficcional do sujeito no espaço do texto. Nessa linha de pensamento, podemos observar como as mudanças de costumes delinearam um novo sentido para os signos com os quais o sujeito, em seu modo de ser, construía o seu processo de comunicação, a sua expressão corporal e a sua maneira de se relacionar com o mundo externo.

Analisemos, por exemplo, as primeiras apresentações de dança moderna introduzida por Isadora Duncan, pensemos na inovação do gestos e na sua expressão corporal. Reflitamos: qual é o elemento que desencadeia uma ruptura frente ao aspecto hierático do corpo feminino e frente ao gesto? Por que tais trabalhos influenciaram a criação de vários estilistas no início do século XX? À título de análise comparativa, tomemos, como exemplo, os trabalhos de Paul Poiret, Mariano Fortuny e Madeleine Vionnet. Por que tantas narrativas histográficas da moda as indicaram como importantes ícones para a moda?

¹ *Parure* é a palavra francesa utilizada para designar o conjunto de ornamentos e roupas que combinam entre si. O termo foi muito utilizado pelas comunidades lusófonas até meados do Século XX, caindo em desuso em nossa contemporaneidade.



Figura. 6. Isadora Duncan, Dança e Véu, figurino Paul Poiret, s./d.

Figura. 7. Isadora Duncan, Dança e Véu, Mariano Fortuny, s./d.

A performance coreográfica de Isadora Duncan encetou uma nova perspectiva da subjetividade feminina. A artista propôs uma insurgência do corpo disciplinado e ereto apresentado pelo passado da dança clássica na arte e pelo espartilho na moda, introduzindo movimentos orgânicos e subjetivos a partir da dança moderna. A consciência corporal apresentada por seu trabalho conduziu a um outro imaginário possível para o corpo feminino. Um corpo mais livre e com atitudes libertárias voltadas às promessas de felicidade da vida moderna. Isto é, à emancipação feminina e à liberdade de ser. Sua experiência biográfica como ativa feminista fundamentou a pesquisa artística que corroborou para destituir as próteses (espartilhos, corpetes, cintas) que limitavam os gestos e o movimento do corpo feminino. Isadora Duncan modificou a experiência do belo ao criar um ponto de contato e fricção da arte à moda.

A bailarina Isadora Duncan fez mais pela libertação da mulher do que qualquer costureiro. Paul Poiret nunca teria

conseguido levar a cabo a sua batalha contra o espartilho se bailarinas como Duncan e Fuller não tivessem exibidos seus corpos. (SEELING, 2000, p.20)

A ideia de uma nova configuração dos gestos femininos foi o espírito que engendrou o seu contato com os criadores de moda. Logo, o deslocamento e a mobilidade no espaço tornaram-se uma problemática tanto para a arte, quanto para a moda. A dança contribui para se pensar a constituição de um outro ideário feminino no espaço público. E, em paralelo, a moda formulou um vestuário para a mulher moderna. Observemos o trabalho de Madeleine Vionnet e seu compromisso com a liberdade de expressão do corpo feminino.



Figura. 8. Isadora Duncan, Modelo de Paul Poiret, 1914

Figura. 9. Madeleine Vionnet, foto: Hoyningen-Huene, Vogue, s./d.

Retomando a experiência temporal da moda, cabe validar que Isadora Duncan por meio de uma vivência da atualidade, reivindicou a partir de seu trabalho, outras possibilidades existenciais para a mulher no início do século XX. Pode-se inferir que a arte antecipa as transformações de cunho social e, a moda tende a difundi-la por causa de sua íntima aproximação ao cotidiano. Sua ação

no vestuário e na constituição estética dos corpos contribuiu para que as inovações se efetuassem na prosa cotidiana. Por isso, a integração entre ambas, a arte e a moda, pode reafirmar as propostas artísticas por meio da adoção de novos gestos vestimentares, como também, pelo processo de ruptura com o passado.

A inovação aqui, passa a ser compreendida como uma emancipação dos gestos e da expressão do corpo feminino. Logo, o contato entre a arte e a moda se efetua na medida em que há um entendimento sobre a transformação da ação e da cultura do feminino no início do século XX. Porventura, não será esse o fundamento da arte? Instaurar reflexões sobre a nossa existência? E não será também essa ação, uma tarefa da moda? Iniciar questionamentos em relação a estetização dos modos de ser? Por acaso, não seria esta a condição da existência da moda numa sociedade moderna? Suscitar novos gestos e percepções estéticas para originar transformações dos nossos modos de ser e em nosso comportamento social? Isto posto, parece enfim plausível afirmar que a moda está para além do vestuário. Sua inscrição inicia-se no espírito e posteriormente se incide na cultura.

Conclusão

Para encerrar, esclarecemos: a diretriz desse artigo foi pensar como o a experiência estética na modernidade se transforma com a introdução do termo “moda” como conceito valorativo para a construção do juízo do belo. E, ainda que, o termo moda pode ser pensado em um sentido amplo (referindo-se a um fenômeno multifacetado), ele nos auxilia em inúmeras reflexões semânticas para explorar a problemática que envolve a experiência estética na arte.

O próprio termo moda tem inúmeras ramificações e faz conexões com diversos aspectos da nossa realidade. Esta riqueza é perdida de vista quando se faz – como costuma acontecer – um uso excessivamente restrito do termo “moda”, como vemos nos meios de comunicação e pela própria indústria do

vestuário, que empobrecem seu significado atrelando a moda à produção cíclica de novidades indumentárias. Neste caso, o novo é simplesmente reduzido a um mecanismo de ornamentação estética.

Ainda no que concerne à restrição do termo “moda”, convém lembrar que para o senso comum, a moda expressa somente a ideia de uma dinâmica de aceleração do tempo para a apresentação das novidades produzidas pela indústria. Junte-se a isso a percepção de que se trata de um fenômeno essencialmente vinculado à cultura do feminino. De certo, pagamos um preço pela má interpretação e uso do termo, pois deixamos escapar algo importante na moda: seu incessante movimento está profundamente arraigado na forma como construímos uma moral do belo em nossos modos de vida. O significado da moda deveria anunciar, já em seu uso mais prosaico, o quão importante é pensar a experiência estética regida pela força da transitoriedade.

Para nós está em questão pensar a ruptura do uso convencional do termo belo para a moda. Tendo em vista, a compreensão dos processos de inovação social num determinado momento histórico. Tal como a arte, a moda pode ser pensada como um dispositivo criativo que promove choques no processo de recepção da experiência estética. Mas, nesse caso, é um fenômeno que age e fundamenta os novos modelos perceptivos através de uma rígida estética normativa. Sua capacidade de aceleração e contínua transformação das coisas pode ser fundamental para que ocorra diferentes mudanças na vida cotidiana, para engendrar modos não convencionais de pensar e agir e, com isso, criar novos modos de ser e de se fazer um tipo de “existência artística”.

Essa breve leitura textual pretendeu apresentar como a moda pode desencadear na arte “modos não convencionais” que configuram uma nova existência estética. À vista disso, supomos que as discontinuidades efetuadas pela moda são primordiais para a criação de novos modos de vida artísticos e de novos modelos de pensamento crítico. Este propósito é, de certo modo, o que alicerça a ideia de uma “obra de arte total” e, portanto, promove o encontro entre



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.
volume 4 • número 2 • setembro/dezembro de 2016

a arte e a vida. Parafraseando as palavras de Jac-Luc Nancy (2009) sobre a beleza: não saberemos jamais experimentar a beleza se não nos livrarmos de todas as convenções, sejam elas, convenções em si mesmas ou as convenções à moda de uma sociedade. É preciso admitir que a experiência do belo deve sempre nos trazer qualquer coisa de inquietante.

Bibliografia:

ADORNO, Theodor W. Teoria Estética. Lisboa: Edições 70, 2006.

BAUDELAIRE, Charles. Sobre a Modernidade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

BENJAMIN, Walter. Passagens. Belo Horizonte: Editora da Universidade Federal de Minas Gerais; São Paulo: Editora da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BOURRIAUD, Nicolas. Formas de Vida: A Arte Moderna e a Invenção de Si. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

CALANCA, Daniela. História Social da Moda. São Paulo: SENAC, 2008.

COMPAGNON, Antoine. Os Cinco Paradoxos da Modernidade. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GREENBLATT, Stephen. Renaissance Self-Fashioning. From More to Shakespeare. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

NANCY, Jean-Luc. La Beauté. Paris: Bayard, 2009.

SEELING, Charlotte. Moda: O Século dos Estilistas. Lisboa: Könemann, 2000.

SIMMEL, Georg. Filosofia da Moda. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.