



**O CORPO E A ROUPA NAS INTERSEÇÕES ENTRE MODA E ARTE<sup>1</sup>**  
**THE BODY AND CLOTHING ON INTERSECTIONS BETWEEN FASHION AND ART**

**Virgínia Todeschini Borges<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Colocando a moda no centro das discussões em arte e cultura, este artigo inicia uma reflexão a respeito do corpo e da roupa como formas de expressão artística, com o objetivo de levantar questões acerca da convergência entre a arte e a moda. Sob o enfoque da Sociologia da Arte, perguntamos aqui: a moda pode ser considerada um fenômeno artístico? O criador de moda é um artista? Ou o verdadeiro artista é aquele que veste a roupa?

**PALAVRAS-CHAVE:** moda; arte; corpo; cultura.

**ABSTRACT:** Placing fashion in the center of discussions on art and culture, this article initiates a reflection about the body and the clothing as forms of artistic expression, in order to propose questions about the convergence between art and fashion. Under the focus of Sociology of Art, we ask here: can fashion be considered an artistic phenomenon? Is the fashion designer an artist? Or is the true artist that one who wears clothes?

**KEY WORDS:** fashion; art; body; culture.

## **INTRODUÇÃO**

Pode-se afirmar que já é tradição a moda aproximar-se das artes visuais para buscar inspiração — seja na composição de formas e cores ou na referência a movimentos artísticos e obras de artistas consagrados.

Transpondo as fronteiras entre a moda e a arte, podemos citar o estilista e também artista plástico Carlos Miele. Ele promove um diálogo entre as diversas linguagens artísticas. Seus desfiles são verdadeiros shows, com música, dança, poesia e performances que exaltam a cultura brasileira, o sincretismo, com a utilização de elementos das culturas negra e indígena. Miele experimenta a linguagem das artes visuais na moda e vice-versa, buscando interlocuções que desafiam as classificações, que rompem as barreiras entre a moda e a arte.

Se é lugar comum afirmar que a moda se aproxima das chamadas artes visuais, será que podemos afirmar com segurança que a moda constitui uma forma de expressão artística em si?

## **CORPOS: OCASIONAIS ESCULTURAS**



Em primeiro lugar, não é possível pensar a roupa como arte sem antes pensar no corpo como obra de arte. O corpo é tomado como um objeto de arte pela arte institucionalizada, sob o respaldo de museus e galerias, pela criação de artistas reconhecidos como tal.

De acordo com o sociólogo francês Henri-Pierre Jeudy, no livro *O corpo como objeto de arte*, “o corpo é tomado, *a priori*, por um ‘objeto de arte’ vivo”. (JEUDY, 2002, p. 111) O autor destaca que a exibição estética do corpo — maneiras de se vestir, de se maquiar, de se olhar no espelho e de ver os demais — rompe com a demarcação entre a arte e a vida quotidiana. E cita como exemplo um *punk*, que presente numa exposição de arte contemporânea ou numa performance de *body art*, poderia ser considerado este objeto de arte vivo.

Desta forma, a roupa no corpo não é uma obra morta, uma obra de museu, mas uma arte viva, em todo seu dinamismo criador. Aquele que a veste cria e recria a obra a cada dia. A indumentária exposta nos museus é estática, pende sobre um manequim sem vida; a que usamos no dia a dia ganha outra dimensão, conta com nossos movimentos, com nossa criatividade, nos ajuda a nos expressar, a nos comunicar. Nas palavras de Carlos Miele, “as roupas são pensadas para corpos em movimento criarem casuais formas e volumes, proporcionando diferentes configurações do corpo”. (MIELE *apud* MORAES, 1999, p.6)

A arte hoje busca a interação com o público, as pessoas são convidadas a tocar, a sentir, a fazer parte da obra. Esta concepção amplia o universo da percepção artística e a moda passar a ser encarada como uma obra que conta a todo momento com o desejo de participação.

Enquanto espetáculos, os desfiles de moda são a própria moda como expressão de arte viva. As modelos maquiadas e vestidas são esculturas em movimento. Mesmo representadas na fotografia estática, a roupa ganha outro significado sobre o corpo. Ao vivo, ela conta com o balançar dos membros e dos quadris, o andar, a expressão, a atitude de quem a veste. Não é à toa que, em certos casos, as modelos que irão à passarela são escolhidas a dedo pelo próprio estilista da *maison*. O verdadeiro show, a apoteose da arte, sobretudo no universo da alta-costura, é, sem dúvida, o desfile de moda. Um vestido é idealizado e realizado por meses, passa por diferentes etapas de produção, por diversas mãos, por diversos artistas, mas só se expressa plenamente como arte quando é exibido num corpo.

As roupas são feitas para o corpo. Elas pedem o movimento, o gesto, e acompanham as configurações do corpo ao caminhar, sentar, dançar. A estética da roupa está, portanto, no corpo de quem a veste e é disso que ela depende para ser arte. A roupa é, em si, uma obra inacabada. Segundo a pesquisadora Gilda de Mello e Souza “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”. (SOUZA, 1996, p. 40) E completa: “recompondo-se a cada momento, jogando com o imprevisito, dependendo do gesto, é a moda a mais viva, a mais humana das artes”. (SOUZA, 1996, p. 41)

## A MODA NO DEBATE DA ARTE

O valor de uma indumentária histórica enquanto obra de arte dificilmente é contestado. O passado atesta o seu reconhecimento como tal e a torna “digna” de fazer parte de um acervo de museu. Aliás, estar no museu é um atestado do reconhecimento de uma peça do vestuário enquanto um objeto de arte. Mas quanto às obras atuais, cercadas pela magia acerca da assinatura do costureiro?

“Se a diferenciação entre a pintura e a escultura já é grande, que dizer então quando se trata de as comparar com a arquitetura ou a música? Qual é a regra que permite arrumar na mesma categoria formas de actividade (sic) tão diferentes?” (FRANCASTEL, 1987, p. 22)

Em outras palavras, o que faz de uma obra uma expressão artística?

De acordo com Pierre Francastel, em *Imagem, visão e imaginação*, qualquer obra humana que gera um produto é, de certo modo, arte. (FRANCASTEL, 1987, p. 21) No entanto, em relação aos produtos das diferentes atividades estéticas criadas pelo homem, a dificuldade surge na tentativa de caracterizar a obra de arte em si mesma, por dois motivos fundamentais:

1. As formas de arte são múltiplas.
2. É raro que elas existam em estado absolutamente puro.

Para o historiador da arte Giulio Carlo Argan, em *Guia da história da arte*, o campo da arte é dificilmente delimitável, pois consideram-se artísticas atividades muito diferentes entre si — como a poesia, a música, a dança, o espetáculo, a jardinagem. (ARGAN, 1992, p. 13) Mesmo no campo das chamadas artes visuais é impossível indicar categorias, pois são todos objetos artísticos. As funções práticas, ornamentais, representativas, nem as técnicas servem para qualificar de artísticos os seus produtos. Na opinião do autor, o conceito de arte não define categorias de coisas, mas um *tipo de valor*. (ARGAN, 1992, p.14) Uma obra é uma obra de arte apenas na medida em que a consciência que a recebe a julga como tal.

Complementando este pensamento, Pierre Bergé, co-fundador da *maison* Yves Saint Laurent, acredita que “em um século que viu eclodir tantos meios de expressão, podemos nos



referir à moda como *arte*. “Quando expõe um porta-garrafas ou um urinol, Marcel Duchamps criou uma obra de arte?” (BERGÉ, 1999, p. 7) Como moda também é criação, “um estilista pode ser um artista e, neste caso, ele cria uma obra de arte”. (BERGÉ, 1999, p. 7)

Os valores artísticos estão diretamente associados aos valores que a sociedade considera importantes. A arte é uma componente constitutiva do sistema cultural, existe aí uma relação entre os problemas artísticos e a problemática geral da época. Nas palavras de Francastel, em *A realidade figurativa*, “estudo das sociedades ou da sociedade; tempos imaginários e tempos reais; toda arte é a transposição das necessidades e das aspirações da época em que nasce”. (FRANCASTEL, 1993, p. 40)

Quem confere à obra o estatuto de arte é, desta forma, a própria sociedade. A noção de arte não está, portanto, ligada unicamente à natureza do produto. Por esta razão, Francastel julga inadequadas as análises que consideram os objetos segundo as formas que lhe são dadas pelas necessidades de mercado. Não se pode definir arte pelo objeto ou pela forma que lhe serve de suporte.

O autor acrescenta que a Sociologia da Arte repousa, em primeiro lugar, no reconhecimento de que não é possível definir a arte em relação aos seus produtos. Há criação, essencialmente ao nível dos procedimentos e meios utilizados pelos artistas. (FRANCASTEL, 1970, p. 22)

Durante muito tempo, as teorias que guiaram as discussões a respeito da moda como atividade artística se deram com base nas teorias formalistas, para as quais a *Forma* deve ser o único elemento a ser considerado na obra de arte. Segundo esta concepção, a obra de arte na moda nasceria da combinação de determinados elementos, como forma, cor, tecido, mobilidade, comparáveis aos elementos plásticos de uma pintura, por exemplo.

Bem, para Francastel, a teoria da forma mostra-se insuficiente para dar conta do campo da arte, sobretudo após o surgimento da arte moderna. A pura análise da forma não chega a definir a obra e, muito menos, os seus mecanismos de concepção mental e de interpretação. Onde fica o significado da obra para a sociedade ou as intenções do artista que a elaborou?

“A obra de arte tem, por definição, um significado que vai de acordo com as suas próprias regras, e não tem necessidade de ser interpretada segundo esquemas de raciocínio que comandam a reflexão discursiva ou a problemática dos números.” (FRANCASTEL, 1987, p. 23)



Na contramão da teoria da “arte pela arte”, Nestor García Canclini, afirma que o acesso maciço ao consumo da arte, possível graças aos novos meios de comunicação, e a extensão da criatividade estética ao desenho, à moda, à vida quotidiana tornam insustentável a defesa de sua autonomia e da genialidade excepcional dos criadores. O autor questiona em que medida ainda é possível determinar critérios de valor ou mesmo perguntar “que é a arte?”. (CANCLINI, 1980, p. 10)

O século passado presenciou uma transformação na concepção de arte tão radical quanto a que ocorreu no Renascimento. Hoje, o marco teórico desloca-se das antigas teorias estéticas apoiadas na forma e no Belo para as que se apóiam nas ciências sociais. A arte passa a ser compreendida como produto das condições materiais e culturais de cada sociedade. Esta nova visão abre caminho para a possibilidade de uma arte mais democrática, da qual todos podem ser artistas e apreciadores.

Outro problema é se considerar a obra sob o ponto de vista de sua finalidade ou funcionalidade. Durante muito tempo, o argumento de que a roupa é da ordem do funcional, algo usado para cobrir o corpo, foi utilizado para desqualificar a moda enquanto manifestação artística.

Ora, sabemos bem que uma roupa tem uma função prática que é cobrir o corpo. Vestimo-nos, mas não de qualquer forma. A vestimenta contém valores simbólicos que estão no seio das sociedades. Da mesma forma, um móvel ou outro objeto que tenha uma função além da puramente contemplativa também não poderia ser considerada uma obra de arte.

Para Francastel, um objeto artístico não é nunca apenas um fenômeno estético. “Ele está incrustado na realidade humana e social, através de uma rede complexa de relações.” (FRANCASTEL, 1987, p. 25) A arte não tem um papel apenas acessório na vida do homem. A arquitetura ou a cerâmica não são atividades igualmente úteis à sociedade? Há, portanto, uma gama completa de graus entre as obras em que a participação da arte é limitada ao mínimo indispensável e aquela em que é quase exclusiva. (FRANCASTEL, 1993, p. 26) Uma construção pode servir apenas como moradia. No caso de um castelo, conta com uma boa dose de criação artística.

Em *Significado nas artes visuais*, Erwin Panofsky afirma que nem sempre a obra de arte é criada com o propósito exclusivo de ser apreciada. (PANOFSKY, 1979, p. 30) Mas, servindo ou não a um fim prático, o tipo de experiência que ela requer é sempre estético. Isso quer dizer que



podemos experimentar esteticamente qualquer objeto, ou seja uma moradia, uma louça, uma peça de roupa. Para ele, a arte é um traço de identidade do próprio homem.

De acordo com Gilda de Mello e Souza, a moda é uma linguagem que se traduz em termos artísticos. (SOUZA, 1996, p. 29) Críticos alegam que o elemento artístico estaria relegado a um segundo plano, uma vez que a moda está a serviço do consumo e do desperdício. O gosto do consumidor estaria acima de qualquer liberdade criadora.

A autora entra em defesa, afirmando que a moda não é a única manifestação estética que se apóia na propaganda. As obras de artes em geral são lançadas da mesma forma que outros produtos de consumo. Nas palavras de Francastel, “a arte é para uns, um ganha-pão; para outros é um instrumento de expressão, de propaganda ou de dominação”. (FRANCASTEL, 1993, p. 40) Portanto, artistas também têm em mente determinado mercado consumidor quando criam suas obras. A história nos prova de que a obra de arte é idealizada de acordo com a demanda.

A moda para nós ocupa a mesma categoria que outras manifestações artísticas. Ela realmente não tinha vez nas antigas teorias, sobretudo nas que se apóiam na concepção do Belo ou na “arte pela arte”. Uma concepção mais aberta, menos preconceituosa, não permite a exclusão da moda de um campo tão vasto e rico que abrange desde as primeiras pinturas rupestres ao cinema.

A moda é uma arte que se usa, que se leva para a rua. É sim uma arte de consumo, mas acima de tudo é uma arte humana. Uma arte feita por e para o homem. Nas palavras de Pierre Bergé:

“A criação de moda não pode ser abstrata. É uma profissão que se conjuga no presente, jamais no imperfeito nem no futuro ou o que quer que se diga. A alta-costura só existe para ser vivida. Deve acompanhar a vida das mulheres que a ela se entregam.” (BERGÉ, 1999, p. 7-8)

Não há como negar que a moda é uma característica cultural de nossos tempos. Estamos imersos nos seus mecanismos, quer queiramos ou não. A moda é o hoje, o agora, o reflexo dos que somos, do meio onde vivemos. Se a obra de arte se dá na perspectiva de uma cultura, comum ao artista e aos grupos humanos, a moda é arte. Uma 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.

A elaboração do traje — seja para quem desenha o primeiro croqui ou para quem o veste, combinado-o com outras peças, buscando uma composição harmônica — conduz a uma



expressão plena da arte. A concepção da obra artística é estendida às ruas, fazendo da moda uma criação artística presente na vida quotidiana.

Na concepção de Jean Duvignaud, no livro *Sociologia da arte*, uma obra de arte se situa em relação às intencionalidades de uma época, de um grupo, de um indivíduo, está enraizada na trama da experiência coletiva, supondo experiências sempre diferentes de relações humanas, de sentimentos, de emoções. Ela abrange o domínio além do ser material, não exprime nada mais do que é, nós é que a completamos. (DUVIGNAUD, 1970, p. 53)

“Que é, afinal, essa trama de ‘significantes’ ordenados, se não uma provocação para encontrar ‘significados’, com os quais nos será possível uma significação? Nada mais que uma significação permanente, nunca acabada: infelizes das obras que se esgotam no prazer que provocam, ou que qualquer crítica esgota!” (DUVIGNAUD, 1970, p. 11)

Pierre Francastel chama a atenção para o fato de que a percepção da obra de arte repousa, não sobre um processo de reconhecimento, mas de compreensão. (FRANCASTEL, 1987, p. 41) Desta forma, a obra de arte depende também da receptividade de quem a recebe. De nada adianta idealizar um vestido para ser experimentado esteticamente se o olhar de quem o vê não está preparado para recebê-lo. As roupas são feitas para serem vestidas e também para serem vistas. Segundo o autor, “a obra é fixa, mas a visão está em movimento”. Seu significado jamais é único, mas inúmeros possíveis e prováveis. (FRANCASTEL, 1987, p. 32)

“[...] a verdadeira imagem artística não está na obra, mas sim na memória, ou mais exactamente, nas memórias diferenciadas de todos esses — criadores, espectadores, proprietários, críticos — que tratam o objecto de civilização de acordo com a sua forma de pensar e de agir.” (FRANCASTEL, 1987, p. 31)

Portanto, não há como definir precisamente o que é ou não é uma obra de arte; ou o que pode ou não pode ser considerado uma. A descrença na arte como portadora do Belo abriu as portas para uma flexibilidade de conceitos para os estudos da arte. Desta forma, já podemos começar a pensar na moda como arte, ao invés de apenas traçar paralelos entre estas duas atividades.

## QUEM É O ARTISTA DE MODA?



A passagem do artesão tradicional, do costureiro ou alfaiate, para o artista da moda é precisamente marcado. Até a segunda metade do século XVIII, o realizador não tinha papel criador, tratava de reproduzir moldes de acordo com o gosto de quem encomendava os modelos. As roupas da aristocracia são feitas por costureiras e alfaiates afamados. As modas refletem o gosto dos monarcas e dos grandes senhores da nobreza. Nomes próprios são agregados aos lançamentos – penteado à Sévigné, à Fontande, sapatos à Pompignan –, o que prova a importância dos soberanos como ditadores do bom gosto.

Ainda não há a idéia do artista em termos de moda, os executores do vestuário são artesãos sem poder de iniciativa, são apenas executores do que desejam os seus clientes. A regra é a da afirmação da personalidade do cliente, e não do artista criador.

Uma certa autonomia criativa só começa a aparecer com o surgimento de um novo ofício de moda: os vendedores.

“O talento artístico conferido aos negociantes de moda reside, então, no talento decorativo, na capacidade de enfeitar e enobrecer o vestuário por meio de fantasias de moda (chapéus, casquetes, bugigangas, passanamarias, fitas, plumas, luvas, leques, fichus, etc.), não na invenção de linhas originais.” (LIPOVETSKY, 1997, p. 80)

A alta-costura vem modificar radicalmente este cenário, transferindo para o costureiro da *maison* a vocação e liberdade na criação de novas formas. As inovações não se concentram exclusivamente no plano dos detalhes, mas acima de tudo, na linha do vestuário, na idéia original. Esta mudança de concepção em relação ao artista enquanto agente criador se iniciou ainda no Renascimento, em relação a todas as atividades artísticas. O artista sai do anonimato no qual permaneceu por séculos para emergir como indivíduo, ou mesmo como gênio criador.

Desde Charles Frederick Worth<sup>3</sup>, o primeiro costureiro-criador, as roupas passam a ser consideradas criação de um artista; reveladoras do talento do seu criador, reconhecível e incomparável: “o costureiro, após séculos de relegação subalterna, tornou-se um artista moderno, aquele cuja lei imperativa é a inovação.” (LIPOVETSKY, 1997, p. 79)

Diana Crane acrescenta que, no início de sua carreira, Worth fez um esforço considerável para distinguir suas atividades das de seus predecessores, enfatizando sua autonomia como criador e a qualidade de sua arte; ele acreditava estar imprimindo “os padrões e princípios das artes plásticas à criação de roupas”. (CRANE, 2006, p. 303)

Esta nova vocação do costureiro enquanto artista vem, segundo Gilles Lipovetsky, acompanhada de uma extraordinária promoção social:





“a partir desse momento o costureiro vai passar gozar de um prestígio inaudito, é reconhecido como um poeta, seu nome é celebrado nas revistas de moda, aparece nos romances com os traços do esteta, árbitro incontestado da elegância; como as de um pintor, suas obras são assinadas e protegidas por uma lei.” (LIPOVETSKY, 1997, p. 82)

Em 1973, a *Chambre Syndicale de La Couture Parisienne* adota e oficializa do termo ‘criador de moda’ (*créateur de mode*), que representa o rompimento da figura do costureiro (*couturier*) de seu antigo estatuto de artesão. (CIDREIRA, 2005, p. 79)

Mas, na opinião de Lipovetsky, o estilista ou costureiro não é um criador livre, sem limites. À frente de um empreendimento comercial e industrial, ele vê sua autonomia criadora limitada pelos costumes ou pelo estilo do tempo. Ele afirma que não se pode levar muito longe o paralelismo entre estilista criador e os artistas modernos. “Os pintores, escultores e músicos tiveram uma liberdade de experimentação, um poder de afastar as fronteiras da arte que não tem equivalente na moda.” (LIPOVETSKY, 1997, p. 80)

Esta afirmação parece se referir ao campo do *prêt-à-porter*. No que se refere à alta-costura, nos últimos anos ela passou por transformações e seu objetivo hoje é inovar. Os desfiles são espetáculos de arte e o estilista mais liberdade de expressão. Seriam os grandes desfiles um lugar privilegiado, uma vez que oportunidade única de admirar as obras de arte destes estilistas? Mesmo com o advento de outras formas mais eficazes de promoção publicitária — catálogos, campanhas em *out-doors* e revistas, *mershandising* na televisão —, estes eventos sobrevivem com toda força.

Pierre Francastel centra sua discussão a respeito da atividade artística na sociedade. Conseqüentemente, o artista deixa de ser considerado um gênio nato e seu trabalho criativo passa a ser analisado em relação direta com o social. “O que o artista fixa, não é o que ele viu ou aprendeu; é o que ele procura e o que ele quer revelar aos outros.” (FRANCASTEL, 1987, p. 41) O que faz o artista não é a sua genialidade, mas a capacidade que este tem de se expressar, de fabricar novas realidades. Quer dizer que, toda vez que existe trabalho a mão, a arte está presente de um modo ou de outro.

Ao criar um modelo, o estilista resolve problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, cores, de ritmos como qualquer outro artista. Ele é um criador de formas, portanto, dentro do campo da arte. Nas palavras de Francastel, é o artista que, a partir da técnica, confere à obra, não somente sua qualidade, mas sua existência. Seja estilista, costureiro, *designer*, não importa a



nomenclatura, é um artista em todo seu potencial criador. Ele domina a técnica, inova, explora novos materiais, inventa. (FRANCASTEL, 1970, p. 17)

A socióloga Diana Crane observa que embora os criadores estabelecidos produzam suas coleções com a colaboração de grande número de assistentes, seus *designs* são apresentados à imprensa como se fossem criações de um único indivíduo trabalhando sozinho em seu ateliê. Segundo Crane, as estratégias dos criadores ao categorizar as qualidades estéticas de seus *designs* derivam de sua percepção de si mesmos como artistas ou artistas-artesãos. (CRANE, 2006, p. 302-303)

O estilista cria os primeiros traços da roupa e acompanha a sua confecção, de ponta a ponta, mas sem os demais ofícios do atelier não há obra. Para exemplificar, no campo da alta-costura, o *métier* especializado é cada vez mais raro. Em Paris, não há mais que dois ou três fornecedores de flores e plumas para as *maisons* da alta-costura. São atividades artesanais, altamente especializadas, passadas de mestre a discípulo. O trabalho de uma *maison* é como uma orquestra, todas as partes dependem da outra, ninguém pode desafinar sem comprometer o todo da obra.

Por isso, é difícil determinar quem é o artista na moda: o estilista, o costureiro, a modelo que desfila ou aquele que veste a roupa? O costureiro da *maison* pode ser comparado a um compositor, ou um maestro: se não há músicos para tocar a partitura, não há espetáculo.

A arte é também expressão viva da identidade — do artista, de um povo, uma cultura, de quem a experimenta esteticamente. As criações de moda trazem a identidade da grife, do estilista e de quem as veste.

## CONCLUSÕES

Retomando Francastel, a atividade artística é uma das principais formas de transformar em ação o pensamento. (FRANCASTEL, 1987, p. 32) Portanto, numa época em que o indivíduo é, ao lado do estilista, um vetor de tendência, e a moda estimula a busca por um estilo pessoal, o artista de moda também é aquele que se veste. A moda está presente na vida dos indivíduos. Neste caso, cada um é estilista de si mesmo. Nós criamos o nosso estilo, escolhemos a nossa roupa, fazemos os ajustes que consideramos necessários, nos observamos e então saímos para desfilarmos para a sociedade.



Os desfiles das semanas de moda são espetáculos para poucos, mas até a escolha da roupa no dia a dia pode ser um acontecimento artístico. A moda não é um conceito restrito a desfiles ou revistas especializadas. É também algo que se pratica no dia a dia. É a arte enraizada na vida cotidiana. Pois, como afirma Ernst Cassirer:

“Na medida em que a linguagem humana possa expressar tudo, as coisas mais elevadas e as mais vis, a arte pode abarcar e permear toda a esfera da experiência humana. Nada no mundo físico ou moral, nenhuma coisa natural ou nenhuma ação humana é por sua natureza e essência excluída do domínio da arte, porque nada resiste ao seu processo formativo e criativo”. (CASSIRER, 1994, p. 258)

A elaboração do traje – seja para quem desenha o primeiro croqui ou para quem o veste, combinado-o com outras peças, buscando uma composição harmônica – conduz a uma expressão plena da arte. A concepção da obra artística é estendida às ruas, fazendo da moda uma criação artística presente na vida cotidiana.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 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.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- 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. **Etudes de sociologie de l'art**. Paris: Denoël/Gonthier, 1970.
- \_\_\_\_\_. **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.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- MORAES, Angélica. **Carlos Miele: M. Officer**. São Paulo: Cosac e Naify, 1999.
- PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes Visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1979.



SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezanove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

<sup>1</sup> Este artigo é uma adaptação de parte da tese de doutorado “Presença carioca: estudos sobre a moda e a estética corporal na cidade do Rio de Janeiro”, submetida pela autora ao Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGAV/EBA/UFRJ), sob orientação da Profa Dra Rosza W. vel Zoladz.

<sup>2</sup> Formada em Jornalismo pela Escola de Comunicação (ECO/UFRJ). Mestre em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação (ECO/UFRJ). Doutora em Artes Visuais pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes (EBA/UFRJ). E-mail: [virginiaborges@bol.com.br](mailto:virginiaborges@bol.com.br)

<sup>3</sup> Charles Frederick Worth (1825-1895) abre seu próprio ateliê de costura em 1858, na rue de la Paix, em Paris. Segundo Lipovetsky, a primeira da linhagem do que um pouco mais tarde será chamado de alta-costura. (Lipovetsky, 1997, p. 71)