

O Reflexo da Importância Atual da Crítica de Moda em Seus Novos Caminhos

The Reflexion of Current's Importance Fashion Review on Their New Paths

Thiago Victor da Silva.
Moda- Gerência de Produto
FMU – Faculdades Metropolitanas Unidas, Brasil.
thiago_martinni@hotmail.com

Leilane Rigatto Martins.
Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela FAU USP.
FAAP/FMU/SENAC
lanerigatto@gmail.com.br

Resumo

A crítica de moda além de informar, tem como papel principal a formação de opinião pública, servindo de auxílio para os consumidores de forma que consigam discernir o que é de bom ou mau gosto. Este trabalho se propõe a repensar a importância da crítica de moda atual, analisando o cenário em que esta se encontra e seus caminhos percorridos.

Palavras chave: Crítica, Jornalismo, Moda.

Abstract

Besides informing, the objective of the fashion review is the formation of public opinion, serving as a base to discern what is good or bad for each other. This article purpose reevaluates the importance of the current fashion review, but also analyzing the context were fashion review is inserted.

Keywords: Review, Journalism, Fashion.

Introdução

Em meados do século XX, as publicações de moda eram as responsáveis por trazer o que havia de mais novo e apresentar para seu público aquilo que seria ditado como tendência, sinônimo de estilo e sofisticação. A partir da década de 1980, além das tradicionais publicações voltadas para este setor, surgiram muitas outras com os

mais diversos estilos. No decorrer desta expansão, a crítica de moda foi perdendo sua força de ditar os caminhos da moda, dando espaço a uma opinião subjetiva e inconsistente. Este artigo tem como objetivo repensar a real importância da atual crítica de moda e quais os caminhos e as conseqüências que podem ser acarretadas devido à falta de compromisso com a crítica íntegra e justa.

A metodologia adotada para esta pesquisa é qualitativa, por se tratar de um estudo descritivo e os procedimentos serão pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, utilizando-se também da técnica de observação e análise de um estudo de caso recente entre uma crítica de moda e um estilista.

Críticos X Estilistas: Estudo de Caso.

Nos dias atuais, tornou-se cada vez mais comum encontrar críticos de moda e estilistas confraternizando e desfrutando de forma pública uma relação que vai além do âmbito profissional. O problema em questão não é a amizade entre críticos e criadores, mas sim a validade e isentabilidade emocional da crítica realizada sobre os desfiles e coleções, uma vez que criticar o trabalho de um amigo ou pessoa próxima é uma situação muito mais delicada.

Ao proferir uma crítica para uma pessoa próxima ou conhecida, ainda mais nos casos em que os resultados são negativos, é natural que o ser humano pondere suas palavras, tomando cuidado para não machucar os sentimentos ou desanimar o criticado. Assim, é notória a quantidade de textos superficiais e sem comprometimento contidos em revistas e sites voltados para o campo da moda. Em geral, são textos que descrevem a coleção sem dizer se o resultado foi bom ou não. Quando este resultado é apresentado, dificilmente é justificado, levando a entender de forma errada que o gosto do jornalista é preponderante em uma crítica. Entretanto, há casos em que textos publicados acabam por provocar tensões entre os dois lados. De um, o criador que diz ser livre para criar e produzir o que bem entender, do outro, o crítico que julga em palavras diretas e duras o trabalho do outro. Foi o que ocorreu entre o estilista da grife Saint Laurent, Hedi Slimane, e a jornalista do jornal *The New York Times*, Cathy Horyn.

Slimane banuiu a jornalista de sua estréia como diretor criativo da marca. Os motivos aparentes são mal entendidos que remontam o ano de 2004. Em uma crítica, Horyn disse que Slimane não seria quem é se não fosse por Raf Simons, sucessor de John Galliano na Dior.

Na coleção da Saint Laurent apresentada por Slimane, apesar das críticas classificando-a como sem relevância para a moda, na opinião dos compradores, dentre eles Barneys e Harrods, a coleção obteve sucesso.

O autor Lars Svendsen (2010: 183) afirma que o campo da moda necessita de crítica séria se quiser ser levado a sério como prática estética. Redigir um texto que vai julgar o desempenho da coleção é decisivo para auxiliar na formação de gosto e opinião pública, da massa sobre o que é moda, além de alavancar ou arruinar um estilista ou marca. Quando a crítica é negativa, esta tem o papel de desafiar o estilista a se superar. Há uma linha tênue que divide o que é publicidade do que é opinião dos críticos. É comum que o produto apresentado como uma escolha do editor seja na verdade uma forma de publicidade camuflada. A palavra do editor nada mais é do que um endosso, atestando a qualidade das coleções.

A crítica positiva ou não, necessita de imparcialidade, não podendo ser influenciada por fatores externos, como agrados ou rurgas entre editores e estilistas. Estes fatores colocam em dúvida a importância e relevância do texto crítico, que pode estar repleto de ressentimentos ou de elogios exacerbados. A seriedade da opinião deste profissional é imprescindível para servir de medidor de qualidade e evolução da indústria.

Referências Bibliográficas

ECO, Umberto. **Como se Faz uma Tese**. 21ªed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma Filosofia**. Rio de Janeiro, Zahar. 2010.

Hedi Slimane v Cathy Horyn: the story behind a fashion spat. **The Guardian**. Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/fashion/fashion-blog/2012/oct/03/hedi-slimane-cathy-horyn-fashion-spat#_>. Acesso em 5 de Maio de 2013.

Paris fashion week ends with ugly spat over YSL and Dior rivalry. **The Guardian**. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/fashion/2012/oct/05/paris-fashion-week-dior-ysl>>. Acesso em 5 de Maio de 2013.