

REFLEXÕES SOBRE MODA AUTORAL E MODA CONCEITUAL

Reflexions about Authorial Fashion and Conceptual Fashion

Laurenti, Alessandra Tavares; Discente; Universidade Estadual de Maringá,
alesssandratlaurenti@hotmail.com

Camargo, Maristela Gomes de; Mestre; Universidade Estadual de Maringá,
marysthella_1@hotmail.com

Introdução

Analiticamente a moda relaciona-se com o contexto artístico, as mudanças da sociedade e do momento histórico no qual se configura. A modernidade possibilitou à moda contemporânea adquirir um caráter conceitual e autoral, onde o importante tornou-se transmitir uma ideia por meio da experimentação, o que permitiu refletir sobre a interação do binômio silhueta/materiais na forma do produto final.

Neste contexto, o conceito torna-se uma ideia reservada de antigos paradigmas, em que formas, construções, cores e texturas são experimentadas. E experiências de vida, lembranças e memórias são expressas em produtos.

Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo fazer uma reflexão sobre as formas de materialização da moda conceitual e autoral, buscando uma relação entre elas e em que medida se aproximam e se distanciam. Busca, ainda, compreender os fatores que motivam a compra desses produtos e a aceitação pelos consumidores, já que há um descomprometimento mercadológico, de consumo e em seguir tendências de moda.

Para que as questões propostas neste estudo fossem investigadas utilizou-se como metodologia a pesquisa de materiais pertinentes ao assunto em questão para estruturar a revisão bibliográfica.

A materialidade estética da moda: do conceitual ao autoral

A roupa conceitual pode ser entendida como uma área da moda que têm um caráter experimental e como objetivo a expressão de valores estéticos e a divulgação de ideias e concepções (BRAGA, 2008).

Como vertente do Conceitualismo na arte, possui em seu aspecto visual composições elaboradas por artistas plásticos ou formas estruturais que se assemelham mais a uma *performance* estética do que a uma roupa em si, chegando, até mesmo, a se materializar a partir de obras de arte. (BASSO, 2014)

O exagero, profusão e complexidade da forma são recursos muito utilizados pelos estilistas para expressarem seu conceito e facilitar a leitura do que está sendo exposto.

Deste modo, o conceitual não se prende a tendências de moda nem à usabilidade, (BASSO, 2014). Tem uma aparência incomum, podendo provocar

em seu expectador sentimentos como encanto, admiração, repulsa e até espanto, sendo vista com estranheza por aqueles que a observam.

Considerando semelhanças entre a roupa conceitual e a autoral, pode-se notar que parte do trabalho de confecção é manual e que há o uso de matérias primas diferenciadas, que no caso da autoral, normalmente evidenciam a cultura local. (GUALBERTO, 2014)

Quanto a diferenças, enquanto na moda conceitual utiliza-se de um leque maior e descompromissado de referências em que qualquer coisa pode servir como ponto de partida para sua configuração, o autoral alcança a novidade por meio do acesso a experiências e aprendizados de vida, a bagagem cultural e histórica do criador que é preenchida de lembranças e memórias pessoais (SALOMON, 2009).

A exemplo, o estilista brasileiro Lino Villaventura trabalha em sua coleção a uma somatória de fatores descompromissados e aleatórios que partem da sua imaginação e gosto pessoal (SCHNABL, 2015).

Produção dos desfiles: a expressão de um conteúdo.

A criatividade empregada não é vista somente nos produtos conceituais e autorais, é vista, também, na produção dos desfiles das coleções, ainda que cada uma tenha um modo singular de montar sua apresentação.

Bastian (2008) afirma que a coleção conceitual permitiu que, a partir do século XX, a exposição das peças fosse conduzida por uma *performance* para que a mensagem do criador fosse compreendida e para que provocasse emoções e reflexões por meio da quebra de paradigmas estéticos, violência e cenas inesperadas.

No que diz respeito à exibição das coleções autorais, também é feito o uso da cenografia para transmitir o conceitual da coleção como percebido no desfile de estilista Ronaldo Fraga para o verão 2016, em que utilizou um cenário preenchido por mulheres de diferentes corpos e idades que tinham os seios amostra e rabos de sereia. O intuito era mostrar ao público a diferença entre o corpo idealizado e o comum, além de salientar a atual poluição de rios e mares brasileiros. As roupas faziam parte do enredo contado pelo estilista (PONTUAL, 2015).

Porém, nota-se que apesar da *performance* ser bastante significativa, as peças desfiladas não são consideradas apenas parte da teatralidade, mas possuem sua importância equiparada já que possuem o objetivo de serem comercializadas.

As formas de comercialização: confluência e divergência

As roupas conceituais são produzidas de modo exclusivo devido ao lento e complexo processo de produção e por não se destinarem a venda, sua reprodução é impraticável. Elas somente são expostas em lojas como uma forma de enaltecer a criatividade do estilista e sua procura e aquisição ficam limitadas a colecionadores, personalidades midiáticas e instituições de arte (BASSO, 2014).

Em pesquisa realizada pode-se observar que, diferentemente, as roupas autorais são produzidas para a comercialização e tem certa aceitação no

mercado, ainda que reservada. Ademais, também foi possível notar que elas adquirem um status elevado devido a sua confecção ser realizada manual e exclusivamente, possuindo pouca ou nenhuma réplica, além de se tornarem acessíveis à compra por meio de pontos de venda prestigiados como o próprio ateliê do criador, lojas em localidades bem prestigiadas e *online*.

O consumidor autoral, em meio a uma massificação do consumo na era do *fast fashion*, preza pela autenticidade, pelo incomum e pelo poder de se diferenciar por meio de seu vestuário. Segundo Lima (2003), o estilista Ivanildo Nunes o define como uma pessoa que atua profissionalmente na área de comunicação e que tem a intenção de destacar, de forma única, sua personalidade.

Fernanda Yamamoto, estilista autoral, acrescenta que, por possuírem uma personalidade forte, suas clientes não consideram a tendência de moda ao se vestirem, mas procuram por uma roupa especial e diferente (GUGLIELMETTI, 2012).

Apesar do aumento considerável da visibilidade que esse setor vêm alcançando nacional e mundialmente e do atendimento especial concedido ao cliente, Alvez e Matos (2014) declaram que o mercado autoral ainda tem dificuldade de despontar no Brasil devido a grande concorrência com produtos chineses e indianos.

Fernanda Yamamoto acrescenta que a moda com conceito ainda não é rentável em razão de uma grande maioria optar por consumir roupas de grande circulação como as vistas em novelas (GUGLIELMETTI, 2012).

Considerações finais

A moda conceitual e a autoral apresentam alguns pontos semelhantes e outros que se divergem. Pode-se dizer que esses dois modos de produção de vestuário tem como objetivo a manifestação de um conceito proposto pelo criador através da quebra de paradigmas estéticos e encenações inesperadas. Também pode ser observada a experimentação quanto a formas, materiais e texturas e o conseqüente descompromisso com as tendências de moda, permitindo que suas criações atinjam formas inovadoras. A confecção a partir de técnicas manuais e de modo exclusivo também aproximam esses segmentos de moda.

No que tange suas dessemelhanças, sobressaíram-se as fontes de inspiração utilizadas por ambas em que, enquanto o autoral se restringe a um conteúdo pessoal do criador, o conceitual utiliza qualquer referência, como inspiração. Nota-se também que a intenção do desfile é outro aspecto que as distingue já que a moda conceitual preza essencialmente pela transmissão do conceito e a autoral alia a importância da mensagem com a apresentação das roupas. Esta última, por sua vez, diferentemente da conceitual, será destinada a venda, ainda que seu mercado seja extremamente reduzido, observando-se que o fator "comercialização" também delimita tais setores.

Entretanto, essas criações estão ganhando maior espaço no guarda roupa do brasileiro de modo que, o vestuário elaborado pelo estilista abandona a passarela para fazer parte de outro acervo de peças totalmente diferente, para o próprio consumidor.

Essa discussão se torna relevante devido ao fato de, por esses segmentos se assemelharem em diversos aspectos, a moda conceitual e autoral são confundidas e misturadas e, por diversas vezes, são tidas como uma mesma coisa.

Referências

ALVES, Mônica; MATOS, Vic. O Brasil made in Brazil: chegou a hora da moda autoral. **Vestiário**, n. 19, nov. 2014. Disponível em: <<http://vestiario.org/2014/11/19/o-brasil-made-in-brazil-chegou-a-hora-da-moda-autoral/>>. Acesso em: 11 mai. 2015.

BASSO, Aline Teresinha. **A costura do invisível**: uma discussão sobre as fronteiras entre arte e moda na obra de Jum Nakao. 2014. 102 f. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2014.

BASTIAN, W. Subvertendo a tradição: moda e arte na produção de Alexander McQueen. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 17., 2008, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UDESC, 2008.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**, v. 3. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

GUALBERTO, I. P. Economia criativa em fortaleza: A moda autoral e o desenvolvimento da identidade local. In: COLÓQUIO DE MODA, 10., 2014, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2014.

GUGLIELMETTI, Júlia. Marcas de moda "conceitual" enfrentam problemas para sobreviver no país. **Uol Mulher**, São Paulo, 05 nov. 2012. Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2012/11/05/marcas-conceituais.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

LIMA, Paula. Quem veste moda autoral?. **O Povo online**, Fortaleza, 14 abr.2003. Disponível em:<<http://www.opovo.com.br/app/opovo/tendencias/2013/04/13/noticiasjornaltendencias,3038254/quem-veste-moda-autoral.shtml>>. Acesso em: 01 abr. 2015.

PONTUAL, Mariana. Ronaldo Fraga e as sereias de verdade. **Fashion Forward**, São Paulo, 15 abr. 2015. Disponível em: <<http://ffw.com.br/blog/moda/ronaldo-fraga-e-as-sereias-de-verdade/>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

SALOMON, G. S. T. Moda e alteridade: moda autoral e a apropriação da criação do outro. **Moda Palavra**, Florianópolis, n.4, ago\dez. 2009. Disponível em: <http://antigo.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao4/files/5_artigo_salomon.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2015.

SCHNABL, Alexandre. Após arraso na passarela da spfw, Lino Villaventura afirma: é preciso ter você mesmo como inspiração para segurar a onda do Brasil atual. **Heloisa Tolipan**, São Paulo, 17 abr. 2015. Disponível em: <<http://www.heloisatolipan.com.br/gente/apos-arraso-na-passerela-da-spfw-lino-villaventura-afirma-e-preciso-ter-voce-mesmo-como-inspiracao-para-segurar-a-onda-do-brasil-atual/>>. Acesso em: 16 abr. 2015.