

A CONJUNÇÃO DO DESIGN, DA MODA E DA ARTE NO ESPETÁCULO DIONISÍACO DE ALEXANDER MCQUEEN

*Conjunction of Design, Fashion and Art
at Alexander McQueen's Dionysian Show*

Camargo, Andréa; Doutora; UFPE, andreacamargo@gmail.com
Moura, Mônica; Doutora, Unesp, monicamoura.desing@gmail

Resumo: As conexões entre design, moda e arte possibilitam uma comunhão que se traduz no desfile da moda conceitual, enaltecendo o sensorio. No *look* arlequim, McQueen homenageia o *performer* Leigh Bowery e insinua à audiência sua inquietação contra a indústria da moda. A vertente dionisíaca declamada por Nietzsche respalda o viés artístico do designer, que não está apenas vinculado aos produtos de consumo.

Palavras chave: Design; moda; espetáculo.

Abstract: *The connections between design, fashion and art allow a communion which is reflected in the conceptual fashion show, praising the sensorium. In harlequin look, McQueen honors performer Leigh Bowery and hints at the hearing restlessness against the fashion industry. The Dionysian aspect declaimed by Nietzsche supports the artistic bias of the designer, which is not only linked to consumer products.*
Keywords: Design; fashion; show.

Introdução

Os desfiles de moda no contemporâneo revelam acontecimentos vivenciados no mundo, transformando-se em um canal de comunicação do designer ante a audiência. Neste espetáculo, o designer expõe suas indagações e evoca através do sensorio, personagens que instigam o espectador. Aqui podemos reverenciar as conexões existentes entre design, moda e arte como facilitadoras de um show que vai além do consumo de objetos tangíveis.

Esse espetáculo se vincula à busca pela essência dionisíaca reinventada por Nietzsche no século XIX e inserida na contemporaneidade por

Michel Maffesoli. Daí sua definição do contemporâneo: “uma sinergia do arcaico com o desenvolvimento tecnológico” (MAFESSOLI, 2007, p. 50).

Para a elaboração do espetáculo, o designer imerge na sinergia descrita onde há a liberdade na criação de *looks* que não necessariamente devam ir ao mercado consumidor, pois podem ser utilizados apenas em desfiles, espetáculos ou adquiridos por colecionadores.

Em escala global, McQueen não foi o único a utilizar o diálogo entre o design, a moda e a arte, como promotor do espetáculo. Elsa Schiaparelli, por exemplo, nos anos 1930, expunha através de sua moda, o conceito performático às suas criações. Algo que era vislumbrado também por seu mentor, o costureiro francês Paul Poiret. Em 1980, Thierry Mugler destacava o espetáculo performático em seus desfiles, sendo este ideal estético seguido por outros designers de moda no decorrer dos anos 1990, tais como: Alexandre Herchocovitch, Ronaldo Fraga, Alexander McQueen, Hussein Chalayan, Martin Margiela, Dries Van Noten. Eram criações extravagantes, com cenários inusitados, silhuetas diferentes, com elementos contraditórios, onde o modelo funcionava como o próprio *performer*. Para Duggan (2002), estes designers contemporâneos promovem eventos que simulam peças teatrais, designadas como “teatro sem trama”, e que para nós são de grande importância, uma vez que estão agregando ao design, uma linguagem imagética que contribui com o pensar da sociedade vigente.

A moda, para Maffesoli, vinculada às diversas modulações da aparência, influenciada pelo seu caráter teatral e espetacular, constitui um conjunto significativo que exprime uma dada sociedade. Nesse viés, teremos como objeto deste estudo, o *look* Arlequim (Figura 1), pertencente a coleção *prêt-à-porter* feminina, outono/inverno, 2009, intitulada *The horn of plenty*. *Look* no qual, McQueen faz alusão ao *performer* Leigh Bowery.

Nesse processo de instalação da arte, da *performance*, usando a terminologia de Nietzsche (2007), existiria uma síntese dialética de duas energias dicotômicas: o apolíneo e o dionisíaco. Ambas são matrizes das artes cênicas e do teatro. O apolíneo dirigindo a organização, a razão, e o dionisíaco a pulsão, a emoção e o irracional. (COHEN, 2013, p. 41). Assim, munidos da

energia dionisíaca descrita, os espetáculos de moda exacerbam o sensório da audiência.

Podemos discorrer que há uma possível aproximação de McQueen com os ideais nietzschiano. Na verdade, eles possuíam características que podem ser tidas como similares. Ambos foram artistas, revolucionários, punham em prática suas obras a partir da metáfora, da ironia, do aforismo; e, segundo Mosé (2009), Nietzsche fazia questão de ser incisivo, marcante, duro, desconcertante, assim como foi o infante terrível no mundo da moda.

McQueen veio implementar uma nova era na moda, sem regras, onde a liberdade intelectual imperou. Essa é a liberdade desejada por Nietzsche quando busca o retorno dos preceitos dionisíacos da Grécia antiga para contemporâneo, já que no século XIX o racionalismo dominava as mentes humanas. É aí que está a semelhança entre os dois criadores — o desejo, a vontade de conceber a vida liberta de imposições, concebendo livres criações.

Com isso, salientamos que a arte sempre foi motivo de inspiração para McQueen. E, apesar do poder empresarial que patrocinava as apresentações de moda, com vistas a coibir, por vezes, o imaginário do criador, ele sempre manteve seu pé fincado no espetáculo dionisíaco que transcende a aparência.

Conexões entre design, moda e arte

As conexões entre design, moda e arte possibilitam uma comunhão mais híbrida, mas também mais forte, mais diversa e mais interessante. Em um desfile de moda, essas vinculações reverberam a moda conceitual que mantém sintonia com as efetivas transmissões de ideias, inovações, experimentações e desafia a apresentação frente à audiência.

O design pode ser consubstanciado como uma área necessária para a construção de uma sociedade onde há a ênfase nos objetos de consumo. É através da ação projetual de um designer que esses objetos são gerados. O designer tem como responsabilidade a criação do projeto, com uma análise sistêmica de todas as etapas da criação até o produto final. Deste modo, este profissional deve também ir ao “chão de fábrica” para conhecer e viabilizar a confecção do objeto. O diferencial construtivo será percebido pelo consumidor,

diante dos aspectos fisiológicos (funções práticas), estéticos e simbólicos, proferidos por Löbach (2001).

Para Maffesoli (1996), não há separação entre os mundos social e “objetal”, ou seja, existe uma espécie de simbiose entre ambos, gerando a necessidade de compreensão das questões sociais e estéticas envolvidas em conjunto. Explicação que enaltece a comunhão entre design, moda e arte.

Mesmo quando projetando a moda (conceitual) para o espetáculo, os designers continuam gerando objetos que estejam vinculados ao desejo e necessidade do consumidor. A moda conceitual é na verdade a hora que o designer demonstra todo seu potencial artístico.

Segundo Vilaseca (2011), o desfile conceitual é aquele que mantém sintonia com a arte conceitual, ou seja, sua grande preocupação está nas ideias e no conceito. É por meio desse desfile que o designer “apresenta, comunica e questiona, convidando os presentes a refletirem sobre certos aspectos ou temas” (Ibid, p. 88). O designer Hussein Chalayan afirma que “o conceito é tão importante quanto as roupas, e as suas apresentações estão próximas da *performance*”. (idem).

Quando tratamos da moda, Godart (2010, p. 14) salienta que “além de ser uma atividade econômica pelo fato de produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos”. Sendo assim, a moda (vestuário) atual não se contenta em transformar tecidos em roupas, pois seu intuito é gerar objetos com significação. Se a moda gera signos é porque ela é portadora de uma linguagem que comunica, ou seja, “as roupas são ‘máquinas de comunicar’” (MAFFESOLI, 1996, p. 161).

O dito acima corrobora com o pensamento de Castilho (2009, p. 34) que afirma que “dentro das possibilidades humanas criadas para o fenômeno da comunicação, a moda pode ser compreendida como expressão de um conteúdo e, assim, ela pode ser lida como um texto, que, por sua vez veicula um discurso”. Esse discurso serve para indicar, informar, ou mesmo incitar, como no caso da obra de McQueen.

Vale ressaltar, que a moda contemporânea também está presente em galerias internacionais, museus, espaços públicos. Com isso, a moda também

tem o potencial de causar um grande impacto intelectual que é refletido na sua configuração, e também nas pessoas, nos corpos, nas identidades, na ética, na estética, noções que representam a própria matéria-prima da moda.

Moura (in PIRES, 2008) salienta que tanto Gaultier quanto Lacroix, Versace, Westwood, Viktor & Rolf, entre outros, possuem espaços dedicados e abertos à sua produção nos museus europeus. Viktor & Rolf, inclusive, doaram as peças da coleção primavera/verão 2015 para o museu Boijmans Van Beuningen, na Holanda.

No que tange ao legado de McQueen, em 2011, ocorreu a exposição no *The Metropolitan Museum of Art*, em Nova York, intitulada *Alexander McQueen: Savage Beauty*. Em 2015, a mesma exposição esteve presente no *Victoria and Albert Museum*, em Londres. E, em 2016, parte da *Savage Beauty*, especificamente os looks que fazem alusão a pássaros foram expostos no Museu de Moda da Antuérpia, sob o nome de *Birds of Paradise*.

Leigh Bowery, a inspiração

O trabalho de McQueen, concernente ao espetáculo, é pontuado pela *performance* implementada às suas modelos, sugerindo uma alegoria ao seu desfile. Através da moda conceitual, McQueen reverbera o seu ideal contemporâneo e inusitado, sempre pronto a causar êxtase na audiência.

Inserido na arte performática, no surrealismo, na *body art*, destacamos o australiano Leigh Bowery. *Performer* que ficou conhecido por suas criações de moda conceitual e aparições públicas que sempre demonstravam seu interesse em ser o sujeito e o objeto de sua obra. Para Seeling (2013), no final da década de 1980 e início dos anos 1990, Bowery foi o grande lançador de moda, no cenário criativo de Londres.

Para Sorger e Udale (2009, p. 36), “a visão do legado de Bowery muitas vezes pode ser encontrada no trabalho de designers contemporâneos, por exemplo, no de Gareth Pugh” (Figura 1).

Figura 1: Peça da coleção Gareth Pugh 2006, inspirada em Leigh Bowery
Fonte: SORGER; UDALE, 2009, p. 37



O Arlequim de McQueen

O Arlequim, juntamente com o Pierrô e a Colombina são personagens que se originaram na *Commedia dell'arte*. Seus personagens eram fixos e típicos, e usavam máscaras que os identificavam no meio do povo. Em termos de crítica, significava a resposta do povo aos clássicos eruditos que aconteciam nos salões da nobreza italiana.

No caso do Arlequim, o palhaço, o bobo da corte, acróbata e amoral, uma de suas marcas-registradas era a roupa, cuja estampa era composta por losangos. De acordo com Bravo (2014) o Arlequim — representante da classe social mais baixa —, é o mais popular dentre os personagens supracitados, sem dizer que é o próprio empregado trapalhão.

Dacorso (2008) salienta que o palhaço é uma combinação de trágico e cômico. É a encarnação do trágico na vida cotidiana; é o homem assumindo sua humanidade e sua fraqueza e, por isso, cômico.

Inspirado na *performance* de Bowery (Figura 2), McQueen criou o *look* Arlequim (Figura 3), onde não revela apenas a silhueta, que é a forma geral da roupa antes de questionarmos o detalhe, o tecido ou a textura (SORGER; UDALE, 2009). Mas, McQueen cria a atitude; transforma a imagem da modelo em personagem que além de ter vinculação com a moda, com as tendências,

demonstra um aspecto mítico, carregado de questionamentos e designa uma mensagem, onde a metáfora é a sua linguagem.

Figura 2: *Performance* de Leigh Bowery
Fonte: GREER, 2002, p. 35



Figura 3: *Look* Arlequim
Fonte: <http://www.bobbintalk.com/trends/page/2/>



O arlequim na coleção *The horn of plenty*

O objeto desta pesquisa, cujo criador foi o designer Alexander McQueen, foi extraído da coleção *prêt-à-porter* feminina, outono/inverno 2009, intitulada *The horn of plenty*. Tal designação, em português, significa cornucópia ou corno da abundância e se refere a um chifre de onde saem víveres derivado da mitologia. Manguel; Guadalupi (2003) explicam que na mitologia grega o símbolo da abundância provém da Amaltea, cabra que amamentou Zeus em Creta. Foi desta cabra que se originou a cornucópia ou corno da abundância. Segundo narram, certo dia, Zeus estava brincando com a cabra quando quebrou o seu chifre, então para compensar sua falta, atribuiu a este corno o poder de se encher com todos os alimentos que fossem apetecidos. A cornucópia tornou-se, assim, símbolo da abundância e da fertilidade ilimitada, que só pode ser obtida por dom divino.

A coleção *The horn of plenty* simbolizou uma crítica à obsolescência da moda, estabelecendo uma sinonímia com o conceito de desperdício, empreendido pelos excedentes de mercadorias na produção em escala industrial. Há se ser destacado que esta coleção foi concebida em meio à grande recessão de 2008, fazendo com que McQueen percebesse a sua efetiva participação no mercado de consumo de moda. Esse caracterizado pela alta rotatividade e descarte dos produtos, procedimento que, segundo ele, deveria ser suplantado em tempos difíceis. Watt (2012) explica que a consciência da não longevidade do produto de moda inquietava McQueen, pois mais do que um designer, ele era um artista e como tal queria que suas obras fossem preservadas, e arquivadas como relíquias para as futuras gerações.

Considerações Finais

As conexões existentes entre o design, a moda e a arte salientam o caráter espetacular da moda conceitual contemporânea, enaltecendo a liberação de todo o sensorio em favor da emissão de mensagens que ultrapassem o mero desejo do consumo de objetos.

O anseio dos criadores, em especial, Alexander McQueen, era demonstrar à audiência toda a carga emotiva que estava atrelada às suas

criações, bem como, homenagear artistas que tinham ideais similares aos seus e que contribuíram para disseminação da moda conceitual, em questão Leigh Bowery.

Assim, a moda conceitual de McQueen, com moldes no espetáculo, na arte performática, conseguiu expressar seus questionamentos em relação ao tempo presente, à inquietante constatação da abundância no mercado de consumo. Abundância essa compreendida em sentido figurado, pois McQueen via a obsolescência programa da moda como um caminho para o desperdício, um incentivo para a destruição do planeta, além de favorecer o esquecimento da obra criada.

McQueen utiliza o viés crítico e cômico incorporado ao personagem arlequim, para instaurar uma carga sensorial vinculada ao trágico nietzschiano. O *look* inspirado na *performance* de Bowery, respalda a liberdade no pensar, no criar, algo que escapa à razão humana. Assim, há a perpetuação da expressão artística, no espetáculo de moda, difusor de uma mensagem e, que no contemporâneo, é parte intrínseca de um desfile.

Referências

- BRAVO, H. Comédia. Disponível em:
<<http://www.desvendandoteatro.com/comedias.htm>>. Acesso em: 9 Jan. 2015.
- CASTILHO, K. Moda e linguagem. 2.ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.
- COHEN, R. Performance como linguagem. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- DACORSO, S. T. de M. As máscaras de Menotti del'Picchia: Arlequim, o desejo – Colombina, a mulher – Pierrot, o sonho. *Estud. psicanal.*, Belo Horizonte, n. 31, out. 2008. Disponível em:
<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372008000100018&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 30 dez. 2014.
- DUGGAN, G. G. O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática. *Fashion Theory*, v.1, n.2, p.3-30, 2002.
- GODART, F. Sociologia da moda. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- LÖBACH, Bernd. Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.
- MAFFESOLI, M. O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno.

Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. No fundo das aparências. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

NIETZSCHE, F. O nascimento da tragédia — o Helenismo e Pessimismo. 3.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PIRES, D. B. (Org.). Design de moda: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SEELING, C. Fashion — 150 anos. Postdam: H. F. Ullmann publishing, 2013.

SORGER, R; UDALE, J. Fundamentos de design de moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VILASECA, E. Como fazer um desfile de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

WATT, J. *Alexander McQueen: the life and the legacy*. New York: HaperCollins Publishers, 2012.