

## AS DIMENSÕES ESTÉTICA E ARTÍSTICA DOS DESFILES DE MODA: UM OLHAR SOBRE A CHANEL EM CUBA

*The aesthetic and artistic dimensions of fashion shows: a look at Chanel in  
Cuba*

(Leahy, Renata Costa; doutoranda; UFBA; renatagr@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Resumo:**

O presente artigo procura compreender as dimensões estética e artística dos desfiles de moda. Nesse sentido, busca ultrapassar um entendimento do desfile de moda unicamente como ferramenta comercial e de *marketing*, a partir de um olhar sobre o primeiro desfile da Chanel em Cuba. Serão acionados os temas da estética, a partir de Luigi Pareyson, e da artisticidade na moda, abordado por Renata Pitombo Cidreira.

**Palavras-chave:** desfiles de moda, estética, artisticidade, Chanel, Cuba.

### **Abstract:**

This article seeks to understand the aesthetic and artistic dimensions of fashion shows. In this sense, seeks to go beyond an understanding of the fashion show only as a commercial and marketing tool, from a glance at the first Chanel fashion show in Cuba. There will be used the themes of aesthetic, from Luigi Pareyson, and the theme of artistry in fashion, raised by Renata Pitombo Cidreira.

**Keywords:** fashion shows, aesthetic, artistry, Chanel, Cuba.

### **Introdução**

O desfile da Maison Chanel realizado em Cuba, no dia 3 de maio de 2016, se configura como um dos símbolos da abertura desse país à lógica mundial globalizada e capitalista. As aproximações foram iniciadas desde o final de 2014,

---

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências (IHAC/UFBA). Doutoranda pelo mesmo programa, em cotutela com a Université Paris Ouest Nanterre La Défense (Paris X).

com o reestabelecimento das relações diplomáticas e econômicas com os Estados Unidos, continuadas com a visita do papa Francisco, em fevereiro de 2016, e do presidente norte americano Barack Obama e da banda Rolling Stones em março do mesmo ano. Pode-se dizer que a Chanel foi uma das marcas não só da moda, mas dentre outros tipos de empresas<sup>2</sup>, a sair na frente e vislumbrar seu evento de moda, neste momento oportuno, como estratégia de *marketing*<sup>3</sup>.

A cidade cubana de Havana foi a escolhida da vez pelo estilista da Chanel, Karl Lagerfeld, para a apresentação da coleção Cruzeiro 2016/17 (que antecede a coleção oficial de verão apresentada em Paris), compondo o elenco de locações solares e tidas como diferentes – Miami, Veneza, Singapura, Dubai e Seul – deste tipo de desfile da marca, que acontece desde o ano 2000. A Chanel arrebatou essa oportunidade propagandística a partir de uma provável aura pop que passa a rondar a ilha de Cuba nesse momento. Com esse intuito, o desfile em questão acaba por realizar um trabalho com as referências culturais locais, fontes principais de inspiração visivelmente presentes nesse histórico desfile: a rua *El Paseo Del Prado* como passarela, os típicos carros coloridos locais, da marca *Cadillac*, trazendo as celebridades do desfile e também nas estampas de algumas roupas, na música cubana tradicional e contemporânea, na boina no estilo Che Guevara.

Entre os componentes do desfile, como mostraremos mais detalhadamente, estão a própria rua como locação, música ao vivo, roupas e peças minuciosamente elaboradas, apresentadas em cerca de 80 *looks*, e uma banda fechando a apresentação em clima descontraído. Uma série de características criativas e artísticas estão claramente presentes nas roupas da coleção, mas também nos adereços, na maquiagem, no cenário e na música, e mesmo naqueles itens que parecem “despretensiosos” ou comuns a esse tipo de mostra: o andar das modelos na passarela, a coreografia e o tipo de palco, que são também elementos-guia da situação proposta nessa espécie de cena, elaborada como uma nova sugestão de presença e aparência para o cotidiano. São esses elementos da composição “desfiles de moda” que sobressaem como

---

<sup>2</sup> A empresa Unilever também anunciou sua volta à Cuba, após ter saído em 2012.

<sup>3</sup> Outras marcas, como a Proenza Schouler e a estilista Stella McCartney, já utilizaram, neste ano de 2016, Cuba como inspiração. No entanto, McCartney causou polêmica ao apresentar dois atores fantasiados de Fidel Castro e Che Guevara jogando xadrez com as modelos.

um conjunto visual e mesmo conceitual, configurando sua existência aos olhos do público. Se realmente aliados ou camuflando as intenções de divulgação da marca, o arranjo de tais elementos acaba por inserir os desfiles de moda nos contornos nem sempre precisos das expressões artísticas.

Tais qualidades e a composição elaborada que podem ser observadas nos desfiles, como o da Chanel em Cuba, nos enviam para além dos objetivos comerciais de um desfile de moda. Duggan (2002, p. 5) dirá que alguns desfiles atualmente se configuram como “minidramas completos”, e que o que os separa de uma relação maior com o teatro é o seu objetivo primeiro, de ser uma estratégia de *marketing*. Mas quando observamos que o elenco de qualidades dos desfiles de moda, dispensados para tais fins mercadológicos, está inserido no mundo da elaboração criativa e dos elementos artísticos, com finalidade de provocar emoções no público, podemos compreender também seu caráter artístico e sua qualidade estética.

Deste modo, podemos pensar sobre os desfiles de moda de maneira mais ampla, considerando, além de seu papel como instrumento comercial e de *marketing* da moda, também como uma apresentação que visa sugerir e instigar certos sentimentos no público a partir de arranjos artísticos, se configurando, assim, como um complexo estético.

## **Estética**

Ao pensarmos sobre a qualidade estética de uma obra ou apresentação de arte, e mesmo de algum objeto ou situação mais corriqueira, acreditamos que antes de nos voltarmos aos seus aspectos ditos “artísticos”, devemos procurar entender do que se trata essa qualidade estética de coisas, mostras e eventos. Nos propomos partir do que considera o filósofo Luigi Pareyson, que entende a estética como reflexão ‘[...] na qual entra toda experiência que tenha a ver com o belo e com a arte [...] a contemplação da beleza, quer seja artística, quer natural ou intelectual [...]’ (2001, p. 5).

Essa afirmativa nos coloca, em primeiro lugar, a questão da beleza e do belo como “objeto” dessa contemplação e meio dessa experiência. Consideramos aqui o belo em duas vertentes. Uma que, como mostrou Guyau

em *A arte do ponto de vista sociológico* (2009), tem a sua parcela comunal: o autor afirma que na transmissão das emoções há uma ligação entre os indivíduos por uma ‘solidariedade inconsciente entre os sistemas nervosos.’ (p. 83), emoções compartilhadas resultantes da experiência social e que se manifestam na vida individual. ‘O sentimento do belo não passa de uma forma superior do sentimento da solidariedade e da unidade na harmonia; ele é a consciência de uma sociedade em nossa vida individual.’ (p. 86)

A segunda vertente a partir da qual consideramos o belo é a da experiência com a beleza e com a arte, como afirmou Pareyson (2001) na passagem em questão. Se esse contato não provoca sempre e em todos “uma experiência”, no sentido que parece convocar uma maior efetividade e transformação do sujeito, como colocado por Dewey (1974), ainda podemos afirmar com este autor que o tipo de experiência não depende de sua condição (artística, intelectual ou uma ação prática), mas se trata de um conjunto de ações que fazem sentido como a completude de um processo, que revelem ‘interesse em completar uma experiência’ (p. 250). Essa dimensão abordada por Dewey liga a estética à experiência humana de forma geral, com as artes ou não, que despertam uma emoção e um sentido de completude.

Assim, por um viés, os desfiles de moda se configuram como situações e apresentações que buscam o arranjo de elementos que sejam de alguma forma aderentes com os valores e sentidos do mundo ou do raio de alcance pretendido. Como instrumento comercial, um desfile deve pensar no reconhecimento dos elementos que utiliza e propõe, com vistas a estar inserido no aspecto comunal das ideias, inclusive as de beleza, que envolvem quem assiste. Mas também – e a despeito da dita “falta de novidade” na moda contemporânea –, a elaboração dos desfiles é pensada no viés propositivo, do contato do público com uma forma de beleza que apresente algo a mais como modo de aparição, que possa ser agregado ao modo de ser do indivíduo no cotidiano: isso acontece através das novas roupas apresentadas, mas também de uma experiência que se propõe inventiva a cada apresentação elaborada nesse ambiente já estabelecido das passarelas. No mundo dos desfiles de moda, são os arranjos de elementos como música, cenário e coreografia, que vão gerar novas aparições, proposições e emoções.

Vemos aí que a condição estética dos desfiles de moda está, em grande medida, em sua capacidade e mesmo objetivo de instigar sentimentos no espectador nessa experiência com o inventivo e com o belo. É justamente sobre essa finalidade instigadora das emoções que Pareyson (2001) defende sua ideia de estética, pois, ao considerá-la como filosofia, entende-a como reflexão especulativa tanto do criador como do fruidor do belo, ou seja, uma reflexão que recai, de certo modo, sobre essa qualidade de geração de emoções a partir das experiências artística e de beleza. Independentemente da qualidade do evento enquanto “obra”<sup>4</sup>, a dimensão estética dos desfiles de moda passa por esse tipo de reflexão, na medida em que, nesse formato de apresentação/expressão, há experiência artística e/ou da beleza tanto dos criadores dessa cena, que compreende arranjos de elementos do mundo artístico, como do público, no âmbito da experiência com o comunal e com a inventividade.

## **Artisticidade**

Ao tecer suas considerações a respeito da estética, o pensamento de Pareyson sobre a contemplação das belezas artística, natural ou intelectual, e mesmo o desdobramento de suas ideias, no sentido de entender a produção artística, bem como toda produção humana, como elaborações processuais – o que vai desembocar em sua teoria da formatividade –, abrem espaço para compreendermos a dimensão estética como presente não só na arte. Com isso, estamos considerando as possíveis e diversas correntes de entendimento do que se qualifica ou não como arte e, portanto, que nem tudo o que contiver elementos e arranjos artísticos será entendido como arte. O que evidenciamos aqui é o reconhecimento da dimensão artística de uma série de manifestações, como o desfile de moda, e como operam para provocar um sentimento e uma experiência com a inventividade e o belo no público.

Nesse sentido, quem nos esclarece sobre essa dimensão artística, considerando-a como artisticidade, é a pesquisadora de moda Renata Pitombo Cidreira. Em *Os sentidos da moda* (2005), ao refletir sobre a relação entre moda

---

<sup>4</sup> Segundo Pareyson (2001, p. 176), a reflexão sobre a qualidade estética de uma obra deve ser feita a partir da comparação da ‘obra tal como é com a obra tal como ela própria queria ser’, em sua finalidade de atingir o belo enquanto êxito.

e arte, parte de autores como Bosi e Valverde para considerar que a arte, como expressão, conhecimento e construção, é oriunda de ações que transformam as formas oferecidas pela natureza e pela cultura. A partir daí, a autora também recorre a Pareyson e, com ele, considera o aspecto formativo de todo processo artístico, para, em seguida, reconhecer a artisticidade inerente aos processos que envolvem, de maneira geral, o desenvolvimento de um modo de formar próprio: '[...] toda atividade em que se dá a produção do seu modo de produção mereceria o reconhecimento de uma qualidade artística, de uma artisticidade.' (VALVERDE *apud* CIDREIRA, 2005, p. 85).

Em Cidreira, a artisticidade é relacionada ao jogo, que podemos entender como os arranjos de elementos ora inovadores, ora reconhecíveis dos indivíduos e da cultura. A autora mostra que, como é próprio do jogo, se estabelece uma relação regida por regras, mas que é definida por esse caráter duplo que estabelece com a inventividade e o comunal. É dessa relação que surge o “novo reconhecível” nos limites da cultura e da sociedade, estando presente, portanto, também em diversas esferas da vida cotidiana, nas artes e na moda. É a dinâmica do jogo, no arranjo entre o conhecido e o novo da coleção apresentada nos desfiles de moda e em seus elementos cênicos, que os permitem de serem reconhecidos como esse tipo de evento promotor de experiências variadas em quem assiste.

Assim, ao considerarmos, com Cidreira, a artisticidade enquanto oriunda de um processo formativo e do jogo, nos parece ser justamente via caráter artístico dos desfiles de moda que é elaborada a sua existência – enquanto instrumento do comercial que é, mas para além dele. É através da artisticidade que os desfiles de moda instigam e geram sentimentos e emoções no público, valorizando, portanto, a importância do seu caráter estético para a realização do trabalho de *marketing*. O processo artístico que envolve um processo formativo, transformando a “matéria”, é a forma da elaboração de um desfile de moda, com vistas à apresentação de algo relativamente novo, capaz de provocar tais sentimentos e emoções. A forma desse arranjo é que vai conferir a transformação posta e materializada para a apreciação do público, o que nos leva a perceber, na observação das variadas formas de desfiles de moda contemporâneos, os diversos modos de formar.

## Desfiles e seus arranjos

As formas de elaboração e apresentação dos primeiros desfiles de moda sofreram mudanças desde suas primeiras elaborações. Podemos pontuar os desfiles realizados por Charles Frederick Worth (1825-1895), considerado, em grande medida, o inventor de muitos dos mecanismos e formas da indústria da moda do início do século XX, e que conhecemos hoje: para mostrar suas invenções vestimentares, através dos desfiles de moda, inovou ao utilizar modelos vivos, portanto figuras humanas tridimensionais e em movimento. Desde os anos 1960, os desfiles passaram a incorporar iluminação (DUGGAN, p. 5) e outros elementos, transformando os desfiles de moda em pequenas (ou mesmo grandes) apresentações, análogas a encenações. Vale dizer que muito dessa transformação está associada às mudanças nas próprias formas da indústria da moda – a emergência e estabelecimento do *prêt-à-porter* (o pronto para usar que se popularizou com os jovens) como forma principal da moda, em detrimento da Alta costura – e do próprio mundo nessa época, em que as artes ficaram conhecidas por apresentarem um caráter reconhecidamente mais experimental e contestador. Os desfiles de moda podem ser observados e reconhecidos no interior dessas formas e movimentos artísticos, influenciados pelas artes, em especial pela arte da performance e suas experimentações do próprio processo, do formato e do corpo enquanto obra.

A partir de então, diversas formas de se apresentar novas coleções de moda, ou seja, vários formatos de desfile de moda surgiram e continuaram a ser experimentados. Reconhecendo a relação dos desfiles de moda com as artes de performance, Duggan (2002) propôs uma classificação desses formatos em pelo menos cinco categorias. Desfiles Estrutura: prezam pelas formas possíveis na relação corpo-roupa, na proposição de outras maneiras de uso e de novas formas ao humano através da roupa, cujos formatos são mais abstratos e exploram as possibilidades da visualidade da forma do corpo em si; desfiles Ciência: foco nas possibilidades técnicas e tecnologias da própria roupa e suas funções, o que promove tanto formatos de roupas diversos quanto novos tecidos e texturas; desfiles Substância: privilégio do processo e do conceito, o que,

segundo a autora, os aproxima de rituais; desfiles Afirmação: contestação política e social, como uma forma de protesto, tendo, portanto, a mensagem como foco; e desfiles Espetáculo: de característica bastante expressiva, seu objetivo é principalmente reificar a imagem da marca através de uma apresentação espetacular, articulando de forma chamativa e indicativa os elementos da cena à coleção, a cada *look* e à ação mais expressiva da modelo.

Tais formas de desfiles de moda são encontradas em diversos eventos do ramo, dos mais simples e pouco divulgados, como os que acontecem em feiras e exposições de beleza e vendas de roupas, às principais *Fashion Weeks* mundiais. No entanto, podemos afirmar, ao observarmos as notícias e transmissões do mundo da moda, que as possibilidades vão além dessa classificação, e os desfiles podem ser uma mescla de vários desses tipos propostos por Duggan. Tendo reconhecido a dimensão estética dos desfiles de moda, podemos exemplificar alguns desses tipos de desfile, utilizando as categorias da autora como parâmetro de identificação satisfatório, e observar alguns dos elementos utilizados para o arranjo e elaboração dessa apresentação que visa a venda e uma aderência emocional do público.

Nos desfiles de moda de um estilista experimentador de tecidos e formas como Issey Miyake, por exemplo, podemos identificar ao menos os tipos Ciência, Estrutura e mesmo Substância. Em desfiles de 1999, mostrou ao vivo no palco sua proposta de estruturação das roupas, dentre outras experimentações (DUGGAN, 2002). Essa apresentação-processo mostra as relações entre a estrutura da roupa com a estrutura corporal (da modelo), revela o próprio processo como foco da apresentação. Por um lado, acaba por enquadrar o desfile na categoria Substância, pela relevância conceitual da apresentação e pela aproximação do ato a um ritual, e, ao mesmo tempo, revela a aproximação (ou mesmo condição) performática, no sentido entendido pela arte da performance (a performance enquanto movimento artístico), como levantado por Cidreira no artigo *Moda e performance* (2012). Por seus processos, roupas e apresentações artístico-experimentais, o trabalho de Miyake já foi considerado arte, e algumas de suas peças foram postas em exposição pelo mundo.

Outro exemplo emblemático são os desfiles de Alta Costura do estilista John Galliano para a Dior. Podemos citar a coleção primavera/verão 2003, muito



falada até hoje não só pela exuberância cênica já costumeira nos desfiles de Galliano, mas pela quantidade de tecido na confecção das peças. Na verdade, trata-se de uma conjunção de elementos levados, cada um deles, a níveis elevados de aparição: a inspiração no festival das cores da Índia, o *Holi Fest*, deram o tom das formas e cores das roupas, completados, também em maquiagem e ação das modelos, pela inspiração no performer inglês Leigh Bowery. Se trata de um desfile do tipo Espetáculo, com toques conceituais, e muito luxo e extravagância. Além disso, o desfile parece bem “performático”, tanto no sentido da ação corporal mais ampla realizada pelas modelos, quanto no caráter mais experimental da apresentação. Segundo o site de moda *Fashion Foward* (YAHN, 2012, s.p.), na época foi dito pela colunista e crítica de moda Sarah Mower, no site Style.com, que ‘John Galliano deu vida a uma apresentação escandalosa de arte performática, um espetáculo que funcionou de forma exuberante diante da finalidade “normal” da moda.’

Os dois desfiles exemplificados levantam, entre outras questões, uma que interessa especialmente à nossa discussão. Nesses desfiles de moda “diferentes”, é possível constatar uma artisticidade de certo modo mais visível, a ponto da usabilidade das roupas serem questionadas; estariam eles, por esse motivo, fora dos objetivos comerciais? Podemos afirmar que não, pois as suas formas de realização, quando não de modo claramente intencional, acabam por funcionar como chamarizes de jornalistas especializados, editoriais de moda e mesmo daqueles compradores e ou grande público que buscam inspiração na inventividade e/ou na extravagância, sempre relacionados às marcas e estilistas que as propuseram.

Ao nos debruçarmos, agora, de maneira um pouco mais específica sobre o desfile da Chanel em Cuba, podemos identificar uma apresentação que, por mais que represente o luxo e seja realizada com o requinte exigido por uma marca famosa e histórica como a Maison Chanel, não tem os contornos mais inovadores das visualidades propostas por Miyake e Galliano. Para uma observação um pouco mais substancial desse desfile específico, recorreremos novamente a Duggan (2002), quando identifica alguns “elementos de manipulação” de que os designers dos desfiles de tipo Espetáculo lançam mão para causar um grande efeito: tipo de modelo, locação, tema e encerramento.

Os desfiles de moda são uma forma estabelecida na cultura contemporânea e podem ser reconhecidos, mesmo pelo grande público, por algumas características específicas, o que nos leva a identificar certos elementos de manipulação mais gerais aos propostos por Duggan, que são arranjados aos moldes da artisticidade e do jogo para o efeito “desfile de moda” almejado. Como viemos pontuando já em alguns momentos, podemos elencar: *aspectos visuais do espaço*, como locação, tipo de passarela e outros elementos da cena; *aspectos visuais do foco do que é apresentado*, que são as roupas, combinados com adereços, maquiagem e cabelo e o tipo de modelo; e *aspectos construtores da ação deste foco*, como música e coreografia. Reconhecemos, desde já, as possibilidades de intercessão entre tais elementos, bem como que o elenco de elementos de classificação não foi proposto com o intuito de reduzir desfiles de moda a partes independentes, mas, ao contrário, funcionam na inteireza dessa composição, que agrega tais elementos de forma a produzir uma unidade potencialmente estética.

Para o desfile da Chanel em Cuba, a locação saiu do espaço fechado para a rua, especificamente o conhecido *El Paseo Del Prado*, um passeio/almameda de tipo colonial. Se trata de um espaço de cerca de 160 metros de profundidade e bastante largo. A “passarela” era naturalmente rodeada de árvores nas laterais, local em que foram postos também os assentos para os 600 convidados. São um tamanho e um tipo de disposição da plateia que oferecem, portanto, uma área relativamente grande para o desfilar dos corpos vestidos das modelos. Completando essa ambientação que faz referência ao próprio local em que o evento aconteceu (o espaço urbano de Cuba), as casas e prédios coloniais que também rodeiam o passeio, cujas sacadas se encheram de curiosos, o que tornou um desfile da Chanel relativamente “aberto ao público”. Vale mencionar, como componentes dessa ambientação, os *cadillacs* coloridos, típicos de Cuba, que traziam os convidados ilustres ao local.

Dentre os *aspectos visuais do foco do que é apresentado*, temos o grande motivo da existência mesma dos desfiles, que são as roupas e os *looks*. As coleções Cruzeiro da Chanel têm a característica de serem propostas vestimentares sofisticadas, adaptadas da Alta Costura para o verão. Foram mostrados alfaiataria, vestidos e saias longas e fluidas, calças com listras

verticais vermelhas e brancas, shorts, camisetas, alguns biquínis de base larga e os tradicionais blazers de *tweed* que caracterizam os desfiles da Chanel. Mas a maioria dos tecidos utilizados eram leves, alguns com certa transparência, em tons pastéis de rosa, verde militar, azul, bege e mesmo em preto e cinza combinados com branco. Dentro dessa paleta de cores mais tranquila, apareceram também algumas peças estampadas, aplicações de tecidos em forma de flores e algum brilho e aplicações prateadas e douradas. Várias referências a Cuba estavam nas próprias roupas, como a mencionada boina estilo Che Guevara, adornada com paetês, a presença da jaqueta verde-militar, estampas dos *cadillacs*, peças em crochê e ainda bolsa que imitava uma caixa de charutos. Uma “variedade cubana”, portanto, em que se podia identificar a Chanel, nas calças alfaiataria e nos clássicos *tweeds*.

Os adereços eram, além da bolsa como caixa de charuto, os próprios charutos segurados pelos modelos, alguns colares em pérolas e em dourado. Aliás, esses “pontos de luz” estavam presentes durante todo o desfile também em cintos prateados e dourados de largura pequena a média. Os chapéus panamá permearam diversos momentos do desfile nos *looks* masculinos e femininos. Havia bolsas, por vezes contendo duas cores pastéis, mochilas e *bottons*. Também muitos sapatos baixos, como *oxfords* preto e brancos e rasteirinhas prateadas ou de cor, e algumas sandálias pretas e prateadas de salto usadas por cima de meias brancas na altura dos tornozelos. A maquiagem era natural, sem destaques a áreas específicas do rosto, com bochechas e bocas levemente coradas, ambos em tom voltado para o pêssego. Junto a isso, os cabelos das modelos femininas eram soltos ou levemente presos na nuca.

As modelos escolhidas se enquadravam no padrão magro, alto, em sua maioria brancas, sendo somente algumas mulheres negras; temos aí uma continuidade de um dos mais propagados modelos de beleza corporal contemporâneos, utilizado não só pela Chanel, mas por quase todo o mundo da moda. O tipo de modelo, obviamente, faz a relação com os elementos construtores da ação, pois são eles os corpos vestidos em movimento que desfilam, em cima de determina música e com determinado direcionamento coreográfico. A trilha sonora aconteceu ao vivo, iniciada pela dupla de irmãs franco-cubana Ibeyi, seguida de uma pequena orquestra que foi colocada na

entrada da passarela e acompanhou todo o desfile. A música ocorreu como um crescente casual de piano, violino e baterias, se desenvolvendo, ao final do desfile, em algo mais agitado, acompanhando o aparecimento de mais estampas e brilhos. Assim, a coreografia dos modelos aconteceu como um passeio glamuroso em uma cidade da América Latina – no caso Cuba. Ao término, Karl Lagerfeld fez sua aparição final na passarela, seguido por uma banda que puxou os modelos para curtirem uma festa cubana animada. O desfile, que começou no cair da tarde, foi encerrado já à noite.

Nesse desfile da Chanel, o arranjo está especialmente no fator Cuba. Ele não é somente mais um motivo de inspiração para verões chiques da marca, mas a própria escolha do país, nesse momento oportuno, condiz com o clima da coleção como um todo e da apresentação mostrada. A elaboração dos elementos pareceram seguir esse fato, atentando para a locação típica e para as referências do país. Tais elementos de reconhecimento de um clima cubano certamente foram um dos pontos que provocaram a emoção do público, dessa presença inédita da Chanel em Cuba, dos elementos reconhecidamente cubanos nas peças da Maison.

As roupas, em seus tecidos fluidos, cores calmas aliadas a brilhos, à alfaiataria e à coreografia dos modelos indicam o que pode representar um trunfo dessa elaboração do desfile da marca em Cuba: o tipo “turista da Chanel” apresentado não parece querer ser um cubano, nem mesmo um cubano sofisticado, mas um turista sofisticado, adaptado à temporada em terras tropicais. Ao optar pela “sofisticação turística tropical”, a Chanel evita apropriações culturais complicadas, próximas a estereótipos que, ao contrário, um “cubano chique Chanel” poderia conferir frente à impossibilidade de aquisição das caríssimas roupas da marca pela população local. Por outro lado, há um toque de ousadia, próprio das elaborações de condição estética, ao fazer certas referências, especialmente aquelas relacionadas a personalidades da política, como Che Guevara e Fidel Castro, nas boinas, nas jaquetas militares e no contraste entre o verde militar e os tons pastéis e brilhos. Eis aí outro ponto de emoção que compõe a elaboração do desfile e a completude que pode ser experienciada pelo público.

Ao que parece, essa elaboração prescindiu de alguma cautela, quando as roupas e as cores, mais calmas, e mesmo a ausência de babados dão certa distância de estereótipos cubanos. O jogo se deu justamente no tom do arranjo de referências cubanas com as da Chanel, e da leveza e despojamento do verão com a elegância própria da marca parisiense. Nesse desfile, tudo transporta o público para esse mundo de veraneio tranquilo e sofisticado.

### **Considerações Finais**

O reconhecimento da dimensão estética dos desfiles de moda não significa a busca de sua qualificação como arte ou não arte, mas entende sua capacidade e finalidade de promover experiências com o belo no âmbito da moda, através dos arranjos formativos e da artisticidade dos “criativos” que trabalham para uma marca.

Assumimos, assim, que essas experiências conferem aos desfiles de moda uma dimensão estética e suas elaborações acontecem pela dimensão artística, como artisticidade que trabalha justamente com o processo de elaboração entre o reconhecível e o inventivo, com o jogo. A variedade de tipos de desfiles apresenta, portanto, certos “graus” em sua artisticidade, a passagem gradual a qual Pareyson (2001) se refere, que acontece em toda atividade humana.

Um desfile como o da Chanel, que certamente já entrou para a história – se não a mundial, a da moda –, apresenta suas parcelas de inventividade e inovação, já pela escolha do local e por pequenas provocações, como também seus itens de reconhecimento, como a própria “forma-desfile” (uma coleção de moda, uma passarela, uma trilha sonora, modelos desfilando), as referências cubanas, as parisienses e as da própria marca Chanel.

O mundo da moda apresenta, assim, variados tipos de mostra de coleções e experimentações com o corpo e com a roupa, em que a experiência do público será diferente conforme cada tipo de arranjo “desfile de moda”: se mais extravagantes, cênicos, mais experimentais, focados nas possibilidades estruturais da roupa ou na sua aderência ao mercado consumidor.

## Referências

CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.

\_\_\_\_\_. *Moda e performance*. In: Anais do 8º Colóquio de Moda. Rio de Janeiro, 2012.

DEWEY, John. *A Arte como Experiência*. In: Os Pensadores. Trad. Murilo Leme. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1974.

DUGGAN, Ginger Gregg. *O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática*. In: Fashion Theory: a revista da moda, corpo e cultura. Vol. 1, Número 2. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2002.

GUYAU, Jean-Marie. A arte do ponto de vista sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

PAREYSON, Luigi. Estética: teoria da formatividade. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

\_\_\_\_\_. Os problemas da estética. Trad. Maria Helena Nery Garcez. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Trad. Artur Mourão. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

YAHN, Camila. *Yes, nós queremos moda!* In: Fashion Forward. Disponível em: <<http://ffw.com.br/blog/moda/no-blog-reflexoes-sobre-o-momento-atual-da-moda>>. Acesso em: 25 Mai 2016.