

MODA E ARTE: UM ESTUDO SOBRE A BELEZA FORA DO PADRÃO

Fashion and art: A study on the beauty standard out

FRIZO, Caroliny Fernanda, Estudante da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, cfrizo@hotmail.com

DE ABREU, Ana Cláudia, Docente na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, anaabreu@utfpr.edu.br

Resumo: A pesquisa consiste em causar uma reflexão entre moda e arte, para melhor compreensão e a valorização da beleza no corpo do indivíduo *plus size*. A metodologia utilizada para desenvolver este estudo foi bibliográfica, apontando causas e consequências de uma sociedade baseada em padrões de beleza que não são adequadas a maioria das pessoas.

Palavras chave: moda.beleza.arte

Abstract: The research is to cause a reflection of fashion and art, for better understanding and appreciation of beauty in the plus size individual's body. The methodology used to develop this study was literature, pointing causes and consequences of a society based on standards of beauty that are not suitable for most people.

Keywords: fashion.beauty.art

1. Introdução

Na cultura da imagem corporal pós-moderna é vista uma valorização e um domínio do corpo por conta da liberdade e individualidade pessoal. “A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro” (LIPOVETSKY, 1989, p. 39). Pode-se dizer que o corpo humano é uma ferramenta indiscutível para transmitir significados de uma maneira que o coletivo entenda o que indivíduo queira disseminar como um todo. Este conjunto de signos se constitui além da estética, que se manifesta através da arte e contempla a identidade subjetiva de cada ser.

Cada ser tem uma estrutura de saberes e vivências que há de contribuir para a constituição de uma sociedade plural, porém a “A indústria cultural pelos meios de comunicação encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens padronizando corpos” (RUSSO, 2005, p. 80) retirando assim, a forma com que o indivíduo tem de se manifestar, mostrando o seu eu, através de meios de expressões artísticas – como a moda – que contemplam suas raízes para direcionar um caminho de libertação.

“Se o corpo é responsável por transmitir significados, então a moda pode ser considerada um instrumento para conseguir transmitir esses significados.” (WINTER; MORAES, 2013, p. 6) Dado que a moda é um dos maiores meios

sociais e culturais que impulsionam uma grande quantidade de pessoas no mundo inteiro, esta pode ser considerada uma forma de expressão artística.

1.1 Metodologia

Esta pesquisa consiste em utilizar o método bibliográfico, para o melhor desenvolvimento do estudo, apontando causas e consequências de uma sociedade baseada em padrões de beleza que não são adequadas a maioria das pessoas, como é visto no século XVII e na sociedade pós-moderna que visa uma valorização de beleza de corpos dominantes *versus* dominados – cria uma resistência no tempo e espaço, se adaptando e transmutando com novas perspectivas.

2. Moda e Arte: A Beleza na História.

Não é de hoje que a humanidade se empenha em adornar e idolatrar o corpo. Na Era paleolítica a Vênus de Willendorf representava um padrão de beleza diferente do que conhecemos hoje, é uma estátua de 11,1 cm de altura de seios fartos e curvas voluptuosas e de características férteis.

Figura 1 - Vênus de Willendorf" 11,1 cm - c. 24.000-22.000 a. C.
Fonte: <http://gabinetedehistoria.blogspot.com.br/>



"Os padrões que aparecem ao longo da história são, como regra, acessíveis a poucos", disse a psicóloga Joana de Vilhena Novaes, Coordenadora do Núcleo de Doenças da Beleza e representante da Fundação Dove para a Autoestima no Brasil. Essas minorias, como em todas as épocas, por volta do século XVII, eram omissas, passavam necessidades e eram escravizadas. E, como sempre, quem tinha o luxo e os privilégios eram as famílias mais nobres, que faziam até três refeições por dia, esbanjando fartura e riqueza.

No Renascimento, a liderança artística veio de Roma e Veneza, quando

o ser humano passou a estar no centro do universo e teve liberdade para se expressar, a partir de novos conhecimentos para a área da literatura, geometria, ciência e artes plásticas, o qual esta se utilizou do conceito da cultura greco-romana. (PROENÇA, 2007, p.92). Com o antropocentrismo, o homem começa a se valorizar; passando a exprimir além do que lhe estava posto.

Um dos artistas contemporâneos que desfrutam da técnica renascentista é o pintor e escultor colombiano Fernando Botero, universalmente reconhecido por suas obras com temas cotidianos, histórias de vida e críticas sociais o qual utiliza a técnica de volume de modo intuitivo, essas formas voluptuosas, sejam elas pessoas, cavalos ou flores, exprimindo certa sensualidade nas pinturas, junto com seus contrastes de luz e sombra.

Em busca de acabar com a escravidão da beleza que permeia o ser humano, a artista contemporânea londrinense Fernanda Magalhães, traz em suas obras a imposição que a sociedade, mídia e cultura constroem através do corpo feminino, criando um padrão a ser seguido. Seu trabalho é reconhecido no mundo inteiro, seu conceito de beleza é a auto aceitação, suas obras tem o caráter de emocionar, chocar e criticar esses padrões, causando reflexões no sujeito que conhece seu trabalho. Um dos seus primeiros projetos foi o Auto Retrato no Rio de Janeiro (1993), série que mostra uma mulher presa em seu próprio corpo.

Figura 2 - A Natureza da Vida – Bosque Central Londrina, Madona, 2011.

Fonte: <http://fermaga.blogspot.com.br/>



Magalhães é fotógrafa, *performer* sua arte é singular e de fácil compreensão. Atualmente, ela realiza projetos abrangendo temas com um olhar mais coletivo, além do padrão estético; em 2011 realizou uma arte performática,

protestando contra a retirada das árvores do Bosque Central de Londrina.

Na atualidade, o corpo apropria-se de um formato cada vez mais evidente, e “continua o estatuto de representação, de subjetividades, de individualidade, de personalidade, de exteriorização de conteúdo do sujeito” (BRANDINI, 2007, P.8). Em busca do corpo perfeito, ditado pela sociedade e pela mídia consumista, alguns acabam excedendo os limites do seu corpo e das condições financeiras, criando uma desarmonia física e psicológica.

“A ‘beleza’ é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política.” (WOLF, 1992, p.15) Observa-se que a beleza é uma organização e que em cada década existiu um padrão de beleza determinado pelo política e difundido através das mídias. A imagem corporal imposta no ocidente, em se tratando de mulheres, se é dada pelo corpo magro, pele branca e cabelo loiros. Na contemporaneidade, pessoas que possuem uma beleza padrão possuem vantagens e melhor aceitação, já as que não possuem são vistas como reprováveis ou excludentes (WINTER; MORAES, 2013, p. 5).

2.1 Corpo e Moda

O sujeito, desde o seu surgimento, é direcionado a um determinado grupo social, o qual muitas vezes não condiz com a sua verdadeira identidade. “... o culto ao corpo supermagro difundido pela mídia está gerando uma psicose coletiva que assassina a auto-estima e a auto-imagem de crianças e adultos...” (CARON, 2006, p.4.) A ânsia de se enquadrar nos padrões, ter uma boa aparência e ser bem apresentável para a sociedade gera conflitos psicológicos que levam a reações ou ações físicas radicais. Um exemplo são pessoas que apresentam características *plus size*¹ estas enfrentam barreiras para ingressar no meio social, pela baixa estima e por partir de um pressuposto de que não é bem apresentável por não ter o padrão de corpo aceito na sociedade, esta, que aponta uma valorização exacerbada do corpo escultural, da juventude e da beleza ideal.

A moda, como um meio de manifestação, deveria gerar opções para este consumidor – *plus size* - mas não é isto que se vê em um mercado que está disposto a atender apenas pessoas com um determinado biótipo. A busca pela valorização do corpo fora do padrão e apresentação de si está ligada a uma construção imagética.

“As transformações no/do corpo possibilitam uma leitura do sujeito, dos seus valores, de suas crenças, e ‘estados de alma’ materializáveis, tornados visíveis e estruturados, declarados em seus corpos” (CASTILHO, 2004, p.50). O corpo é visto pelo sujeito como meio de expressão e significados, almejando encontrar sentido para seu vestuário, já que o produto de moda visa também ornamentar e embelezar o corpo e não apenas protegê-lo como era feito na pré-

¹ *Plus Size* nasceu como movimento nos EUA a fim de colocar modelos femininas acima do manequim 44 em campanhas publicitárias.

história, afim de melhorar sua comunicação com a sociedade e frisar sua identidade.

3. Considerações Finais

Ao longo da história, é possível ver que em cada tempo e espaço existiu um padrão estabelecido pela sociedade, e a arte sempre fez o papel de transmitir o sentimento do Homem diante do mundo e da sociedade, exprimindo sua visão da natureza humana.

A arte e a moda são meios de expressão e comunicação que tratam da particularidade e da individualidade de cada ser, estes, expressam sentimentos de uma forma única, transpassando sua identidade e contemplando o que está ao seu redor. Os padrões que a sociedade impõe são irrelevantes diante destas ações, pois elas provem de uma necessidade não só orgânica, mas também espiritual, que servem como uma válvula de escape da sociedade e seus moldes.

Quando estas pessoas fora do padrão social trazem de dentro sua identidade, elas de alguma forma se libertam do mundo exterior, conseguindo atingir um estado de espírito maior até do que de uma pessoa que está dentro dos padrões, conformada, pois a pessoa que está fora do padrão, estará sempre em busca de mais, visando mudanças, seja na sua arte, na sua forma de se vestir, e na sua representatividade.

Referências

BRANDINI, V. Bela de morrer, chic de doer, do corpo fabricado pela moda: O corpo como comunicação, cultura e consumo na moderna urbe. Rev. de Comunicação e Cultura Vol. 5 , No. 1,2. 2007 Disponível em <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/view/3508/2563>> Acesso 10 set. 2015.

CARON C. F. A influência da moda na ditadura da beleza femininina. Disponível em: <http://www.fiepr.org.br/nospodemosparana/uploadAddress/moda%5B24229%5D.pdf> Acesso 15 set.2015

CASTILHO, K. Moda e Linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PROENÇA, G. História da arte, Editora Ática, 2007.

RUSSO. R. Imagem corporal: construção através da cultura do belo, Movimento & Percepção, v.5, n.6, jan./jun. 2005

WINTER, M.; MORAES, S. Nem 38, nem 42: Vaidade, autoestima e autoconceito para a consumidora de moda plus size. Disponível em: <http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/maria_fernanda_faria_winter_-_ii_semic_2013_0.pdf> Acesso 07 set.2015

WOLF, Naomi. O Mito da Beleza. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

