

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DA MODA COMO OBJETO ARTÍSTICO

The Institutionalization of the Fashion as Artistic Object

Cabral, Hellen Alves; mestrandia; Universidade Federal do Rio de Janeiro,
h.alvescabral@gmail.com

Resumo: Esse artigo consiste em um estudo sobre a presença do objeto de moda nos espaços institucionais da arte e seu processo de institucionalização. O objetivo é a estruturação de uma abordagem para analisar moda e arte associadas às suas ações estratégicas e o papel da artificação na manutenção de seus campos de luta, segundo a perspectiva bourdieusiana.

Palavras chave: Moda. Arte. Instituição.

Abstract: This article consists in a study about fashion object's presence in institutional spaces of art and its institutionalization process. The purpose is structuring an approach to analyze fashion and art associated at its strategic actions and the artification's function in the maintenance of its fields of struggle, according to Bourdieu's perspective.

Keywords: Fashion. Art. Institution.

Graduada em *Design* de Moda pela Faculdade SENAI/CETIQT, graduanda em História da Arte pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), mestrandia em Artes Visuais pela Escola de Belas Artes – Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGAV-EBA-UFRJ).



APOIO



REALIZAÇÃO



Introdução

A Institucionalização da Moda como Objeto Artístico é um estudo provindo de um projeto em andamento de pós-graduação, cujo objeto é a presença do objeto de moda em espaços institucionais de arte. Tal processo de institucionalização é aqui considerado uma síntese de ações estratégicas que cumpre um significativo papel no que Pierre Bourdieu chamou de luta pelo capital simbólico e/ou distinção – estrutura de quaisquer campos, inclusive da moda e da arte.

Os principais objetivos da pesquisa são enfatizar a importância de um estudo acadêmico sobre a moda e a arte e sua função na compreensão da contemporaneidade; compreender as influências da arte na moda e vice-versa, e analisá-las considerando os diferentes aspectos em seus campos, partindo de uma abordagem que considere seus pontos semelhantes e distintos; assimilar o atual papel, social e institucional, dos museus e galerias de arte, sua capacidade de agregar efeitos e valores a um objeto; identificar as razões, interesses e objetivos por detrás da ocupação de objetos de moda em espaços institucionais artísticos.

A metodologia adotada é de espécie variada para o alcance de tais objetivos, a fim de que diferentes métodos se complementem e culminem em um resultado mais produtivo e consistente. Os métodos dividem-se em pesquisa teórica – levantamento e revisão bibliográfica - e prática – visitas, entrevistas, estudos de campo - para uma compreensão mais clara e objetiva acerca do objeto de estudo.

O levantamento e revisão bibliográfica de obras que tratem do assunto em questão tem o objetivo de fortalecer o embasamento teórico e fornecer diferentes observações e pontos de vistas, de forma que se perceba questões novas ou pouco abordadas. Nessa análise de discursos é importante a presença de atores da área de arte e de moda, contribuindo assim para um diálogo mais rico e variado entre pesquisadores envolvidos em diferentes meios.

Além de um conhecimento teórico sobre o assunto, é essencial ao desenvolvimento da pesquisa um contato mais direto e experiencial com o objeto em questão. Para tanto, outro método adotado é a visita a museus e galerias a fim de compreender o atual papel desses espaços institucionais; visitas a exposições de moda e indumentária para entender sua relevância para o espaço e para o público; visitas a acervos de objetos de moda e de obras de arte para um estudo comparativo entre eles, e assim compreender melhor suas diferenças em grau de importância para o espaço institucional, em cuidados e conservação, pesquisa e métodos curatoriais.

Para a pesquisa e elaboração do artigo foi necessário o embasamento teórico a partir do pensamento de autores-chave tanto da área da arte quanto da moda, e também de outras como Sociologia e Antropologia. Essa diversidade nos discursos e perspectivas enriquece a pesquisa e contribui para um olhar altero sobre o objeto, de modo que os interesses e valores de um campo em particular não sejam priorizados, mas sim a concretização do todo. Uma concepção que aproxima-se desse objetivo é a do sociólogo Pierre Bourdieu, cuja análise foi capaz de construir uma estrutura comum para todo e qualquer campo, considerando também seus aspectos singulares.

A pesquisadora brasileira de estética e filosofia da arte, Gilda de Mello e Souza, e também uma das principais autoras nos estudos de moda, contribui com os objetivos desse projeto ao encarar arte e moda enquanto áreas que sofrem as ações do mercado na mesma medida (SOUZA, 1987). Assim, rompe com a noção ainda persistente de que a arte distancia-se da moda por estar menos atrelada a questões do capital. Os espaços institucionais são meios capazes de contornar a questão financeira do campo artístico, evidenciando uma problemática indisposição em discutir assuntos concernentes ao mercado de arte.

Quanto ao papel desses espaços, as críticas e análises dos artistas Hans Haacke e Brian O'Doherty, e do antropólogo Néstor García Canclini, são essenciais para o embasamento teórico do projeto. A pesquisa conta também com alguns outros autores importantes para conceituação e fundamentação,

como a autora Roberta Shapiro, o ensaísta Walter Benjamin, o filósofo Lars Svendsen, a socióloga Diane Crane, e os teóricos Peter Stalybrass e Charles Baudelaire, sendo esses dois últimos essenciais para uma visão mais poética sobre a contribuição dessa afinidade entre moda e arte para o ser humano, sua relação com o Outro e o mundo.

A Institucionalização do objeto de moda

A institucionalização da moda como objeto artístico não refere-se apenas à ocupação de espaços legítimos e hierárquicos da arte. Diz respeito também à relação entre os campos da moda e da arte, as razões, influências e propósitos que estão por trás dessa possível “artificação”. Esse conceito foi desenvolvido pela autora Roberta Shapiro, em “O que é artificação?”, e definido enquanto um processo de transformação da “não arte” em arte (SHAPIRO, 2007). Além de apenas uma questão de instituição e disciplinas consagradas, a autora mostra o quanto esse processo é capaz de transformar o funcionamento de um campo:

Isso consiste em um processo social complexo da transfiguração das pessoas, das coisas e das práticas. A artificação não somente tem a ver com a mudança simbólica, deslocamento de hierarquias e legitimidade, mas implica, também modificações muito concretas nos traços físicos e nas maneiras das pessoas, nas formas de cooperação e organização, nos bens e nos artefatos que são usados. Esses processos redefinem os limites entre a arte e a não-arte, e reconstróem mundos sociais novos. (SHAPIRO, 2007, pág. 135)

Ao discorrer sobre os diversos efeitos que a artificação ou institucionalização podem causar dentre o próprio meio, agentes, ações e objetos, Shapiro atenta mais ao fenômeno do que ao fato. Portanto, a presença do objeto de moda em espaços institucionais de arte é mais do que um evento em si, mas também a afirmação de profundas transformações no funcionamento do campo da arte e da moda.

A relação entre essas duas áreas não consiste em um desmonte de valores e regras particulares a cada uma, mas inaugura uma nova não

experimentada antes do trânsito entre esses campos. O conceito de hibridação de Néstor García Canclini corresponde a essa ideia, e quanto a ele o antropólogo afirma ser um “processo sociocultural no qual estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2015, pág. 19). Então, ao relacionar-se com o mundo do objeto de arte, o objeto de moda evidencia e proporciona, em ambos os campos, mudanças do nível estrutural ao discreto, da ação coletiva à individual. Porém, como analisar tal fenômeno e os encontros entre essas duas áreas frente à dificuldade de defini-las de modo consistente?

O filósofo Lars Svendsen, em seu livro “Moda: uma filosofia”, afirma que “os conceitos de moda e de arte foram expandidos de modo a conter as duas coisas” (SVENDSEN, 2010, p. 122), o que nos revela um cenário cultural intertextual e interdisciplinar no qual moda e arte estão em constante troca. Essa abertura que permite diálogos e interações é a mesma que embaça as delimitações, dificultando a tarefa de compreensão dessas trocas, a partir do quê, como, e com que finalidade elas funcionam.

Além da problemática dos próprios conceitos, um outro obstáculo na assimilação dessa relação é o vestígio da resistência em negar a validade da moda como objeto de estudo no universo acadêmico, e a consequente dificuldade em aceitar a possibilidade de sua aproximação da arte e vice-versa, já que a arte carrega os privilégios de uma disciplina consagrada. Para Gilda de Mello e Souza, em seu livro “O espírito das roupas”, a dificuldade em analisar algo complexo como a moda é a escolha do ponto de vista (SOUZA, 1997). Em um cenário contemporâneo em que a moda encontra-se tão expandida e articulada com outras linguagens, assim como todo o campo da cultura, a análise sobre esse assunto pode recair sob diferentes ângulos porque ela, de fato, tem se tornado cada vez mais multifacetada, comercial e midiática. Em relação às características mercadológicas da moda, Gilda afirma que “em nada ou quase nada afetaram-na como arte, pois a moda não é a única manifestação estética que se apoia na propaganda.” (SOUZA, 1987, p. 31). A arte não está excluída

dessas características atribuídas à moda, e é importante que tal realidade seja considerada na análise das relações entre esses dois campos.

Essa visão mais realista sobre a arte e o funcionamento de seu sistema está diretamente ligada a uma revisão de seu conceito. A necessidade de considerar a arte junto às suas transformações, que acompanham e são reflexo de mudanças sociais, já vinha sendo apontada desde 1930 pelo ensaísta Walter Benjamin. Em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (1936), Benjamin atenta à destruição da aura da arte na medida em que ela se aproximava dos novos capitais da indústria cultural e dos movimentos de massa. O mesmo autor também aborda um processo de “refuncionalização” da arte, no qual a obra só passa a ser vista como tal a partir de seu valor de exposição, passando a ter seu valor artístico como fator secundário (BENJAMIN, 2007).

Essa transformação na dinâmica do sistema artístico permite reflexões sobre o espaço de exposição, cuja importância foi redimensionada pela arte moderna e estendida até a produção artística contemporânea. O artista plástico Brian O’Doherty explora sobre essa questão em seu livro “No interior do cubo branco”, publicado entre 1970 e 1980, no qual compara o propósito do espaço de arte ao de construções religiosas. Segundo o autor, esse ambiente promove intencionalmente uma cisão entre a sua própria realidade e o mundo, o que justifica sua eterna legitimidade. Seria “um espaço transcendental que está no mundo mas não pertence a ele” (O’DOHERTY, 2002, pág. 20).

A eternidade implícita nos nossos recintos de exposição é ostensivamente a da posteridade artística, da beleza imortal, da obra-prima. Mas na verdade glorifica-se uma sensibilidade específica, com limitações e condicionamentos específicos. Induzindo à ratificação eterna de certa sensibilidade, o cubo branco induz à ratificação eterna das exigências da casta ou do grupo que compartilha tal sensibilidade. Como local de encontro ritual de membros dessa casta ou grupo, ele alija o mundo da variação social, promovendo um sentido de realidade única de seu próprio ponto de vista e, conseqüentemente, de sua continuidade ou legitimidade eterna. (O’DOHERTY, 2002, pág. 18)

O autor atenta aos esforços desses espaços institucionais em mascarar certas desigualdades ao mesmo tempo que reforça outras. Trata-se portanto de

uma dinâmica que é decerto fator componente no funcionamento do sistema artístico, evidenciando a necessidade da arte de reafirmar seu valor no universo social. É nesse cenário paradoxo e propositalmente intrincado que segue a institucionalização da moda, enquanto a arte mantém-se em uma posição de privilégio por meio do esforço em ocultar seus próprios interesses e estratégias envolvidos nesse processo.

Visando uma melhor compreensão sobre o papel desses espaços institucionais, o artista Hans Haacke define instituição como uma rede de relações sociais entre seus elementos componentes (no caso da arte, galerias, museus, ateliês, imprensa especializada, entre outros), sendo as galerias e os museus recipientes onde se tornam visíveis forças e relações abstratas (HAACKE, 1983).

Figura 1: Foto da exposição Alexander McQueen: Savage Beauty, Victoria & Albert Museum, 2015.



Fonte: <http://parqmag.com>, 2017.

Figura 2: Foto da exposição Yves Saint Laurent: Viagens Extraordinárias, CCBB(RJ), 2009.



Fonte: [http:// magdajornalismo.blogspot.com.br](http://magdajornalismo.blogspot.com.br), 2017.

A intensificação na presença de objetos de moda nos espaços institucionais da arte, o aumento no número de exposições e acervos de moda em importantes museus, a partir de 1980 e principalmente nos últimos anos é a expressão real do jogo entre forças elucidado por Haacke. Nele, a mesma instituição que abraça esses objetos é a que estabelece certa parcialidade nesse processo de institucionalização, que revela-se ambíguo e contraditório. Ao desenvolver sobre o assunto em questão, a socióloga Diane Crane atenta à uma “artificação parcial” (CRANE, 2011, p. 206) na qual o campo de arte impõe certos limites no processo. Evidenciam-se diferenças entre as exposições de moda e as de arte, e muitos dos aspectos que a curadoria de arte tenta retrainir parece recair sobre as exposições de moda. O teor espetacular, os objetos dispostos de modo associado a textos de caráter explicativo e didático, o apelo visual e estético, atentam a um esforço em reforçar que o universo da moda não é o mesmo que o da arte, apesar de ocuparem o mesmo espaço. Revela-se também

que, por detrás desse parcial processo de institucionalização da moda, os agentes sabem que atendem a públicos diferentes nesses dois tipos de exposição, e cada um desempenha funções necessárias à manutenção da legitimidade do espaço institucional artístico. Assim, os museus e galerias revelam ser mais do que instituições, mas uma verdadeira arena para a luta pela distinção.

Trata-se, portanto, da manutenção de um jogo, já bem explicado por Pierre Bourdieu em sua concepção sobre os campos, onde o prêmio é a aquisição do capital simbólico mais relevante. A luta pela legitimação no campo artístico é algo que deixa rastros e é motivado por ambos os lados. Porém, como identificar esses efeitos, causas e interesses que baseiam o fenômeno da institucionalização se arte e moda consistem, primeiramente, em campos tão divergentes, de dinâmicas, lutas e capitais tão singulares?

Surge a possibilidade, então, de um olhar sociológico como proposto na estrutura bourdieusiana, uma análise desses campos que não exclua as especificidades e que releve a influência de uma área sobre a outra no atual cenário cultural; que ajude a investigar como esses dois campos, em suas peculiaridades e semelhanças, contribuem para um fenômeno de efeito geral – o processo de artificação do objeto de moda. Tendo em vista esses fins, a dimensão social a ser estudada não pode ser considerada apenas como pano de fundo ou contexto, ela é, em si, a estrutura pela qual os campos funcionam e se relacionam. É o que propõe Bourdieu em sua teoria geral dos campos, cuja abordagem é de viável aplicabilidade ao objeto da pesquisa.

A ótica social bourdieusiana afirma que existem fatores estruturantes comuns a todos os campos, mas que funcionam de forma particular, como as relações de poder, o capital simbólico – o objetivo central das lutas -, estratégias e interesses, e a noção de *habitus* – o conhecimento sobre as leis imanentes do jogo (BOURDIEU, 1983).

Um campo [...] se define entre outras coisas através da definição dos objetos de disputas e dos interesses específicos que são irreduzíveis aos objetos de disputas e aos interesses próprios de outros campos (não se poderia motivar um filósofo com questões próprias dos

geógrafos) e que não são percebidos por quem não foi formado para entrar nesse campo (cada categoria de interesses implica na indiferença em relação a outros interesses, a outros investimentos, destinados assim a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou nobres, desinteressados). Para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputa, etc. (BOURDIEU, 1983, pág. 89)

Uma das ideias centrais da teoria de Bourdieu é que as especificidades não anulam as características comuns a outros campos e nem lhe garante autonomia, visto que é recorrentemente perpassado por outros, como o campo político, financeiro, científico, etc., variando de acordo com a época e sociedade. Olhar para a questão a partir desse ponto de vista permite analisar moda e arte buscando nesse diálogo o que Bourdieu chama de homologias, “uma semelhança na diferença” (BOURDIEU, 1987, p. 170).

[...]. Falar de homologia entre o campo político e o campo literário significa afirmar a existência de traços estruturalmente equivalentes – o que não quer dizer idênticos – em conjuntos diferentes. [...] o campo literário é um campo como os outros [...]; aqui como em outros lugares observam-se relações de força, estratégias, interesses, etc. Mas não há um só traço designado por esses conceitos que não se revista no campo literário de uma forma específica absolutamente irreduzível. (BOURDIEU, 1987, pág. 170)

Na citação acima, que corresponde a um relato de uma entrevista, os campos mencionados por Bourdieu são apenas exemplos que poderiam ser aplicados a qualquer outro caso, e por isso o sociólogo refere-se à sua teoria enquanto uma teoria geral. Assim, afirma a importância de uma abordagem de caráter neutro, mas de imparcialidade que não comprometa a especificidade de cada campo.

Em vista disso, não é objetivo desse projeto concluir que moda é arte ou o contrário, mas sim esclarecer sobre essa relação e os interesses por trás dela que tanto dizem sobre a contemporaneidade, seu hibridismo cultural e sobre o indivíduo participante dela.

Ao buscar uma ótica sociologicamente justa e realista dessa relação entre arte e moda, o projeto contribui de forma relevante ao avanço nos estudos de ambas as áreas, evidenciando aspectos positivos e negativos sem que se perca

de vista a sensibilidade que qualquer objeto produzido pelo homem e componente de uma cultura material merece, seja ele artístico ou não.

Considerações Finais

A pesquisa em andamento abordada nesse artigo trata-se sobre a institucionalização da moda como objeto artístico, porém abre caminhos para outros assuntos. Ao investigar estruturas e relações a partir do deslocamento de objetos, a pesquisa atenta também à importância da valorização do objeto, de moda e artístico, como expressão material da relação entre o homem e o mundo, proporcionando um olhar que nos permita reconhecer em nós algo além de meras mercadorias.

A análise dessa relação entre arte e moda também leva consigo a sensível interação entre o ser humano e a roupa, já que a presença do objeto de moda no museu, que agrega valor de patrimônio cultural, possibilita conclusões acerca do importante papel que o corpo desempenha em nossa época e cultura. E corpo, roupa e moda não são questões dissociadas entre si.

Segundo Peter Stallybrass, autor de “O casa de Marx: roupas, memória, dor”, “as roupas recebem a marca humana” (STALYBRASS, 2012, p. 11), nosso cheiro, suor e forma, o que faz dela uma superfície perpassada. Como o objeto de arte, a roupa é também testemunha da criação do homem e do desenvolvimento de sua relação com o mundo. Se observado como o registro de uma presença ausente, o objeto de moda em instituições artísticas serve como a certificação do corpo como objeto artístico.

Foi pensando nessa íntima e poética relação com o corpo e o indivíduo que o poeta e teórico de arte Charles Baudelaire fala, no célebre “O pintor da vida moderna” (1863), em extrair da moda o eterno no transitório (BAUDELAIRE, 1997). É quando se compreende a sensibilidade de Gilda de Mello e Souza ao afirmar, diante da possibilidade da moda ser uma manifestação artística, que ela é a mais humana e a mais viva.

Referências

BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: L&PM, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero Limitada, 1983.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

HAACKE, Hans. *All the art that's fit to show*. In: BRONSON, A. A.; GALE, Peggy. **Museum by artists**. Toronto: Art Metropole, 1983.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco: a ideologia do espaço da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SHAPIRO, Roberta. O que é artificação? In: **Sociedade e Estado**. Brasília, vol. 22, n. 1, p. 135-151, jan./abr. 2007.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda do século dezanove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.