

## LAGERFELD E O REGIME DE PRODUÇÃO ESTÉTICO DA MODA

*Lagerfeld and the Aesthetic Production Regime Of Fashion*

Aguinaldo Conrado Pinto <incomumcoletivo@gmail.com>

**Resumo:** O presente artigo discute a conexão entre o procedimento de montagem cinematográfico em Godard e a citação em coleções de moda por intermédio do designer Karl Lagerfeld.

**Palavras chave:** Moda; Produção; Montagem.

**Abstract:** The present paper discusses the relationship between the procedure of cinematographic montage in Godard and the citation in fashion collections through the designer Karl Lagerfeld..

**Keywords:** Fashion; Production; Montage.

"Karl Lagerfeld decreta a volta do power tailleur ao guarda-roupa feminino, em versões acinturadas com ombros e quadril levemente marcados, na primeira parte do desfile de alta-costura da Chanel." (Edição online da Revista Vogue Brasil, acerca do desfile da marca Chanel sob a direção criativa do Designer Karl Lagerfeld - 24/01/2017 - 11h43 - Atualizado 11h43 por BARBARA MIGLIORI)

"(...) constituir o tecido inteiro da copresença, esse tecido que ao mesmo tempo autoriza e apaga todas as costuras; constituir o mundo das 'imagens' como mundo do copertencimento e da entre-expressão generalizados (...)" (Rancière, 2012)

Que tenhamos iniciado o presente trabalho com duas epígrafes aparentemente tão desconexas - uma resenha de desfile de moda de uma marca francesa de alta-costura e a análise filosófica do procedimento de montagem adotado pelo cineasta Jean Luc Godard - se justificaria pela suposição de familiaridades entre os procedimentos de criação do referido cineasta e do designer de moda.

Portanto, parodiando o segundo parágrafo de "A Superfície do Design" (Rancière, 2012), poderíamos perguntar: qual a semelhança entre o desfile da marca Chanel, sob a direção de Karl Lagerfeld e o procedimento de montagem nos



APOIO



REALIZAÇÃO



filmes de Godard e, mais especificamente, de "Histórias do Cinema" (por ser esse o objeto principal de análise de Jacques Rancière naquele artigo)? Claro, algumas objeções poderiam ser levantadas a esse respeito, nós já as conhecemos. O fato de serem formas de produção muito distintas, movidas por interesses (aparentemente) muito diferentes, o fato de a moda ser concebida como mera ferramenta de estímulo ao consumo, como objeto de pura ostentação, luxo e distinção dos poderosos, como prática meramente industrial, etc.

Não nos daremos ao trabalho de relativizar esses preconceitos aqui porque, em primeiro lugar, todos correspondem, em algum nível, a certa medida de justiça e verdade e em segundo lugar, porque uma vez que sejam verdadeiros, ainda assim não eliminarão os traços de semelhança aos quais desejamos nos referir.

Começaremos por afirmar que os textos em epígrafe do presente trabalho apontam, ambos, para a capacidade de coexistência de passado e presente num mesmo "produto" estético e para a capacidade de se rearticular o presente por intermédio dessa "colisão" de temporalidades. Porque, se podemos indicar as inúmeras diferenças implicadas numa e noutra maneira de trazer ao presente as formas do passado, precisamos, contudo, admitir que também em Lagerfeld, e mais do que isso, no hábito geral de citar da produção de moda, o produto do passado, na passarela, é "passés pensés" e "passés dépassés"(Didi-Huberman, 2015).

Mas não só isso, diremos também, por enquanto apenas seguindo as epígrafes, que tanto a roupa quanto o filme são construídos pelo ato de montar (esse é o procedimento efetivo do cinema, mas também é o que se faz com os cortes de modelagem de uma roupa), e que ambos se constituem pela costura, dependem das tessituras do tempo, do texto/narrativas, do tecer as formas e do costurar as imagens.

Poderíamos, também, seguir um pouco adiante, talvez até escapando do escopo de nossas epígrafes, e reconhecer como ponto comum entre os procedimentos de montagem na obra de Godard e na prática de citar da criação em moda ao longo dos séculos que, ambos, cada um à sua maneira, levantam a pergunta acerca da possibilidade de uma criação autoral que se manifeste pela



APOIO



REALIZAÇÃO



"costura" (montagem?) (PERLOF, 2013) e articulação de citações e empréstimos de outras "vozes" e autorias.

Porque o procedimento citacional ao qual aludimos não se compara ao da citação referenciada, tal como no texto científico, que informa suas fontes e que cumpre com o dever de deferência para com o autor. Citar aqui coincide com um tomar para si, um apropriar-se da fala/imagem, formas e narrativas de valor do outro,

La citation procède d'une attitude modeste et vorace à la fois. Citer c'est, d'abord, admirer. Mais ce peut être, aussi, vouloir devenir l'auteur de ce qu'on admire chez les autres, comme un phasme dévore la feuille d'un arbre pour mieux lui ressembler. (Didi-Huberman, 2005. p.13)

Podemos contudo avançar um pouco mais ainda e nos lembrarmos de que "Histórias do Cinema", de Godard, surge na obra "O Destino das Imagens" de Jacques Rancière não porque que o filósofo deseje discutir ali a linguagem cinematográfica ou que se pretenda narrar a epopéia das imagens "das pinturas rupestres de Lascaux ao crepúsculo contemporâneo de uma realidade devorada pela imagem midiática e de uma arte condenada aos monitores e às imagens de síntese (ou digitais)" (Rancière, 2013. p. 09), e sim porque Godard e mais especificamente "Histórias do Cinema" parecem "pressupor" o que Rancière denominará de "regime estético das artes".

Esse "novo regime das artes" que teria como premissa a quebra da ordem hierárquica constituída desde Aristóteles entre "a função textual de inteligibilidade e uma função imageadora posta a seu serviço" (idem, p. 49) se manifestaria na obra de Jean Luc Godard como uma alternativa à chamada autonomia da arte, vista pelas vanguardas do século XX como separação e constituição dos "limites próprios de cada arte".

Dado que seu cinema "aparece como uma série de apropriações de outras artes" e que ele o apresenta "num entrelace de palavras, frases e textos, pinturas metamorfoseadas, planos cinematográficos misturados com fotografias ou fitas de cinejornal, eventualmente ligadas por citações musicais" (ibidem, p. 52), em sua



APOIO



REALIZAÇÃO



obra, a quebra das hierarquias não se daria então sob a lógica da autonomia da arte como independência, incompatibilidade ou "falta de medida comum" entre as artes da palavra e as artes visuais.

Em outras palavras e para forçar a mão - é bem verdade - em direção à "comunidade" que pretendemos constituir na presente obra entre a técnica cinematográfica da montagem (e lógico que nunca é só a técnica) e a repetição de formas na moda (lógico que nunca se trata só das formas, nem só das repetições), seria conveniente afirmar que "Histórias do Cinema" é também um tecido, constituído por imitações de uma arte a outra, por autorreferências, por apropriações a outros criadores do cinema etc., o que para Rancière negaria precisamente a desejada pureza vanguardista.

E assim essa tessitura das imagens (textuais, visuais, sonoras, etc.) testemunharia o fato de que a falta de medida (Rancière, 2012) não responderia a uma incompatibilidade das relações, não reclamaria "por natureza" uma incomunicabilidade das artes, expressaria apenas a existência de um comum sem medidas. Respondendo dessa maneira à lei da grande parataxe, que consiste em que "não exista mais medida, apenas o comum" e ainda que seja "o comum das desmedidas ou do caos que doravante [confira] à arte sua potência" (Ibidem, p. 55).

Continuando, a montagem como medida do sem medida, invenção dos escritores do século XIX que "descobriram por trás das histórias a força nua dos redemoinhos de poeira, das umidades opressivas, das cascatas de mercadorias..." (Ibidem, p.58) seria a virtude da frase-imagem, que, na linguagem do filósofo, não quer dizer "a união de uma sequência verbal com uma frase visual" (Ibidem, p. 56). Ou seja, não quer dizer que a frase é o dizível e a imagem o visível. A frase-imagem seria o que une a função visível e a dizível desfazendo a subordinação entre palavra e visão.

Sendo assim, para Rancière a poética de "Histórias do Cinema", de Godard, baseada na citação e na montagem, que faz conviverem os "separados", radicaliza a potência estética da frase-imagem como combinação de opostos. Agora, seria talvez justo perguntar também aqui o quanto dessas inferências podemos projetar



APOIO



REALIZAÇÃO



na operação de montagem e citação dos tempos e das imagens, das formas e das modelagens, da moda. Na realidade, tudo o quanto desejamos é exatamente interrogar acerca do significado da citação na criação de moda e até mesmo sobre se haveria um lugar para pensarmos essa prática no contexto de um novo regime de produção estética da arte.

A prática da citação, na linguagem corrente dos criadores de moda, da "releitura", atravessa toda a história da moda desde os seus primeiros passos na era industrial. Seria motivo para uma publicação inteira a quantidade de vezes em que uma mesma forma de manga, um corte de vestido, uma gola de determinada época, reapareceu numa passarela ou noutra, trazendo, paradoxalmente, à moda, seu sopro de última novidade, "originalidade" ou "arrojo criativo". Este é o "testemunho" que nos dá o texto em epígrafe,

Karl Lagerfeld decreta a volta do power tailleur ao guarda-roupa feminino, em versões acinturadas com ombros e quadril levemente marcados, na primeira parte do desfile de alta-costura da Chanel. (Op. Cit.)

Deixaremos em suspenso o fato de que o desfile de Lagerfeld para Chanel não define apenas como será a próxima coleção da marca, "decreta a volta do power tailleur", para nos atermos ao fato de que a criação espantosa e genial do designer para a marca consiste simplesmente em fazer voltar uma de suas formas icônicas. Guardadas as devidas medidas, contudo, sem nenhum pudor em realizar tal aproximação, é justo afirmar mais uma vez que também aqui "passado pensado" e "passado não passado" convergem numa harmonização nunca pacificada de dois opostos e, mais do que isso, de duas temporalidades excludentes, para operar um tipo de colagem temporal da qual advém uma coleção de moda inteiramente nova e inteiramente a mesma.

E, se nunca causou qualquer constrangimento a um criador de moda o apropriar-se de uma forma indumentária já consagrada na história, nem por isso esse movimento de apropriação deixou de ser um desafio criativo. Contudo, temos ainda outro desafio que precisa enfrentar e com o qual, mais uma vez, a citação, a



APOIO



REALIZAÇÃO





colagem de narrativas e a repetição original do mesmo se impõe como procedimentos criativos: a ideia de tendências da moda.

Essa ideia que hoje pode ter perdido algo da sua força, no contexto do pós-fordismo, mas que existe e se impõe com algum fôlego, acaba por forçar todos os criadores a "repetirem" em suas coleções um conjunto mínimo de elementos visuais (tipos de estampas, cores ou cortes e modelagens) que precisarão responder a dois critérios aparentemente incompatíveis: fácil identificação e assimilação das narrativas correntes de tendência para a estação e traços de diferenciação e exclusividade que cooperem com a construção e com a impressão de criação única para a coleção.

Nesse sentido, consideramos que Karl Lagerfeld seja um criador particularmente emblemático para a visualização do paradoxo da criação em moda. Poderíamos dizer que Lagerfeld seja o próprio emblema de um gênio criativo "não-original", pois se todo criador tem a necessidade de dialogar com o seu próprio trabalho e se, como Duchamp afirma em sua entrevista a Pierre Cabanne, acaba por apenas se repetir, dado que toda obra acaba por ser, em alguma medida, uma citação ao próprio artista, e se, por fim, a constituição de uma linguagem ou estilo próprios não se daria sem algum nível mínimo de autorreferencialidade - ou seja, de um copiar-se a si próprio - o que dizer do criador que precisa dar conta não só do seu "estilo próprio", mas também garantir a autorreferencialidade não apenas de uma, mas de três ou mais marcas de moda?

Quando Rancière (2013) alude ao trabalho do designer Peter Behrens afirmando que este havia operado um deslocamento dos grandes cânones clássicos no qual "o princípio da unidade na diversidade [tornara-se] o da imagem de marca que se distribui pelo conjunto dos produtos dessa marca" (Rancière, 2013. p. 103), sem que venha a desdobrar todas as pontas da questão que assim se enuncia, nos dá margem, entretanto, a pensarmos no significado e no caráter intrínseco de repetição, de recriação do mesmo como novidade, de toda produção de industrial.

Sem precisarmos nos prender ao fato de já ter passado por um punhado de grandes nomes do mercado de moda, podemos salientar que, em Karl Lagerfeld,



APOIO



REALIZAÇÃO



esse caráter fica ainda mais evidente, em razão de Lagerfeld ser atualmente o criador de três grandes marcas. A sua própria, que leva o seu nome, e as grifes Chanel e Fendi, nas quais ocupa o cargo de diretor de criação.

Somente no que diz respeito à Chanel, prêt-à-porter e alta costura, por estação, responde a algo como cinquenta ou mais composições, "looks" na linguagem da moda, para o desfile de alta-costura e mais de 80 no prêt-à-porter. Se considerarmos que cada uma dessas composições, ou looks, implica em vestidos, calça, camisa, casacos e mais acessórios, estamos afirmando com isso que Lagerfeld tem a tarefa de "projetar", por estação, e apenas para uma das marcas, mais de setecentas composições para a passarela.

Essas composições, vamos nos ater apenas ao exemplo de Chanel, devem ser inovadoras, devem refletir os desejos de distinção das classes abastadas, devem ser atuais e ao mesmo tempo devem ser Chanel, ninguém quer que sejam outra coisa. Mas não só isso, devem ter, no mínimo em hipótese, a força para a transformação de toda a maneira de vestir, mesmo daquelas pessoas que nunca comprarão Chanel. Para uma marca dessa magnitude ainda prevalecem os pressupostos da imitação e distinção e a suposição da lógica de irradiação vertical dos valores indumentários aos quais se refere Georg Simmel a respeito da moda do século XIX e início do século XX em sua "Filosofia da Moda" (Simmel, 2008)

Todavia, uma coisa é esperar que Coco Chanel repita-se, seja cada vez mais ela própria, reforce seu "estilo" pessoal e sua "marca". Outra coisa é o desafio criativo de possibilitar que Chanel, a marca, não mais a estilista, se renove, se atualize, se mantenha atual, ao mesmo tempo em que permaneça o que sempre foi.

O trabalho criativo de Lagerfeld é o de um criador garimpeiro, visitar os acervos históricos de produtos da marca e se perguntar o que há de novo em tudo quanto essa marca já produziu. Como combinar os diversos elementos, como articular as formas, como interferir, atualizar, "des-juntar" o que passou e que é atual, os corpos, intenções e necessidades dos consumidores contemporâneos, e as formas icônicas de uma importante marca de moda?



APOIO



REALIZAÇÃO



Esse movimento é fundamental para que a marca “permaneça viva”, para que o trabalho não seja apenas uma repetição vazia. Essa é a sua arte, o trabalho e o "gênio" da atividade criadora do designer. É da capacidade de citar, de repetir, de juntar coisas, formas do passado e desejos, representações e necessidades do presente, que Lagerfeld afirma e retira seu prestígio, é assim que se torna ao mesmo tempo um citador e um criador de Chanel. Em poucos lugares a observação de Didi-Huberman acerca da citação em Godard cairia tão bem, vale a pena retomá-lo aqui,

La citation procède d'une attitude modeste et vorace à la fois. Citer c'est, d'abord, admirer. Mais ce peut être, aussi, vouloir devenir l'auteur de ce qu'on admire chez les autres, comme un phasme dévore la feuille d'un arbre pour mieux lui ressembler. (Didi-Huberman, op.cit.)

Tornar Chanel uma criação sua, mantendo-a, todavia, "intocada" no imaginário do consumidor. Seria então justo perguntarmos se nesse jogo de dessemelhança, de colisão entre imagens do passado e representações do presente, Lagerfeld, assim como Godard, faz com que a imagem venha no tempo da ressurreição, se suas criações-citações operam, tal como na teologia cristã, onde o filho não é semelhante ao Pai, mas participa da sua natureza (op.cit p.16), se Chanel e Lagerfeld se consubstanciam numa única criação-repetição e ainda se há "uma transcendência imanente, uma essência gloriosa da imagem garantida pelo modo mesmo de sua produção material" (op.cit. p. 18), talvez sejam afirmações demasiado ousadas e que realizam aqui aplicações muito apressadas e, quem sabe, difíceis de se sustentar. Mas à luz de tudo quanto dissemos, essas hipóteses não podem, por mero pudor de aproximar a suposta "frivolidade da moda" da produção artística cinematográfica, deixar de ser, no mínimo, colocadas.

E não seria demais, todavia, afirmar que tanto Lagerfeld quanto Godard têm na citação, na montagem e na coexistência de passado e futuro mais do que um mero recurso de composição, uma maneira de construir o presente. Parece justo ainda afirmar, tal como Rancière o faz a respeito de Mallarmé e Peter Behrens, que nos dois casos estão em jogo a associação de formas [da arte] com as formas da vida (op.cit. p. 118).



APOIO



REALIZAÇÃO





## Referências

BAUDOT, François. **Moda do Século**. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

DEJEAN, Joan. **A Essência do Estilo - como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o Glamour**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

DIDI-HUBERMAN, George. **Passé Cités Par JLG**. Paris: Les Editions de Minuit, 2015.

MIGLIORI, Bárbara. **Artigo digital da Revista Vogue Brasil**, disponível em: <http://vogue.globo.com/desfiles-moda/noticia/2017/01/karl-lagerfeld-decreta-volta-do-power-tailleur-no-desfile-couture-da-chanel.html>. Acesso em 04 de julho de 2017.

PERLOFF, Marjorie. **O Gênio Não Original. Poesia Por Outros Meios no Novo Século**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

RANCIÈRE, Jacques. **A Fábula Cinematográfica**. São Paulo: Papirus Editora, 2013.

\_\_\_\_\_ **O Destino das Imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

\_\_\_\_\_ **O Inconsciente Estético**. São Paulo: Editora 34, 2009.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e Outros Escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, Lda, 2008.



APOIO



REALIZAÇÃO

