

Moda e arte (r039)

Aspectos artísticos e tridimensionais no design da indumentária.

Maria de Jesus Farias Medeiros*

Este trabalho é o resultado do estudo teórico-prático, aplicado nos eixos de História da Indumentária e História da Moda e promove a interdisciplinaridade com os eixos temáticos da História da Arte, Modelagem Tridimensional, Modelagem Plana e Criação para o desenvolvimento de protótipos da indumentária através de períodos históricos. São práticas desenvolvidas no Curso Superior Tecnológico de Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará - Marista Fortaleza. Elegeu-se o recorte histórico-artístico dos períodos do Renascimento, Barroco, Rococó, pelo estilo exuberante, realçado pelo excesso das formas e riqueza de detalhes demonstrados através da construção de protótipos - bonecas em miniaturas, trabalhados a proporcionalidade das formas e a interatividade entre os aspectos bidimensionais e tridimensionais. A interação moda-arte reflete o “espírito do tempo” e tem a conformação dos elementos de composição visual de materiais, formas, silhueta, linhas, volumes, cores, texturas associados aos elementos do *design*. Neste sentido a moda é um fenômeno cultural, vivenciado por algumas sociedades em diversas épocas, exerce funções “estéticas, sociais, econômicas, culturais”, possui códigos e linguagem traduzidos também através de elementos artísticos. Deste modo, desenvolveu-se uma leitura e interpretação dos estilos, sendo que, a metodologia tem o objetivo de promover a integração dos conhecimentos específicos contemplados na interdisciplinaridade estimulando a atividade profissional do estilista de moda.

* Prof. Faculdade Católica do Ceará. Graduada em Estilismo e Moda. Especialista em Metodologia de História e Design Têxtil de Moda. Mestranda em Administração: Gestão estratégica e Instrumental em Marketing. UFC.

Moda e identidade (r040)

Aspectos psicossociais da roupa na contemporaneidade

María Dolores de Brito Mota*

Os processos sociais na contemporaneidade estimulam o declínio das antigas identidades e o surgimento de novas identidades que fragmentam o sujeito moderno. Tais processos fazem proliferar situações, experiências, estímulos, ilimitados e em ritmo acelerado, fazendo os sujeitos transitarem entre demandas e desejos diversos, impossibilitando-os de se constituírem como “sujeito unificado”. O sujeito que emerge é pura possibilidade, entrecruzamento de identificações e diferenciações, como sujeito mutante e gestor de “identidades próteses”, que além de diferenciadas, são muitas vezes contraditórias.

Nesse sentido somos desafiados a entender a subjetividade moderna como capaz de comportar uma pluralidade de identidades, pois está imersa em práticas sociais descontínuas, que são sucessivamente reformuladas, instituindo processos de identificação que sustentam uma verdadeira “política da diferença”. Desde os primeiros cinco anos do século XXI, a temática da identidade tem se desdobrado por muitas dimensões da vida social com a acentuação de processos e movimentos de formação identitárias, sejam de caráter social, político, religioso, cultural, étnico, nacional, sexual entre outros. Assim, nas sociedades contemporâneas os indivíduos já não têm um lugar estável, seguro no mundo social. Falta-lhes uma identidade que fixe e assegure um lugar e significados. Ao contrário, estão imersos em processos e existências que estimulam a pluralidade do ser e o fragmentam, descentrando-o em identidades abertas, contraditórias, inacabadas e múltiplas.

A moda e os sujeitos possíveis

A lógica da mudança da sociedade contemporânea está apoiada na lógica da moda, definida como uma inovação contínua e programada, representada pela valorização da novidade em detrimento do antigo e tradicional, seja de vestuário, uso, costume, estilo, gostos, etc. Nas últimas décadas do século XX o processo de globalização redefiniu as maneiras de experimentar o tempo e o espaço, fazendo do viver uma constante mutação de informações, práticas sociais e formas de sociabilidade. O sujeito se insere num contexto marcado por reviravoltas contínuas, que impactam de modo a se tornar *sujeito possível*, processual, com identidades abertas. Nesse contexto, a moda estabelece uma rede de relacionamentos com os sujeitos, tornando-se elemento integrante das condições de subjetivação e de construção identitária. A moda, especialmente a do vestuário, está cada vez mais associada às formas do corpo e ao jeito de ser. A roupa não somente exprime, mas compõe identidades participando da composição de sujeitos individuais e coletivos.

Aparecer é ser - o corpo e a roupa como a imagem de si

Nos modos de vida atuais, a aparência, a imagem, guarda destaque como revelador do ser, da sua subjetividade. A contemporaneidade já foi definida como mundo imaginal, em razão da força das manifestações imaginárias, simbólicas, aparentes, que instituem a teatralidade como modo de vida. O lugar primeiro dessa teatralidade é o próprio corpo, que produz uma auto - imagem, conferindo ao sujeito a possibilidade de contar uma história, de afirmar quem é, poderíamos dizer de anunciar-se. O corpo surge como lugar preparado e ocupado para a produção de identidades sociais desde as primeiras formas societárias, quando se desenvolveram os signos de uma linguagem. O corpo é corpo social, e sempre foi marcado por pinturas, vestes e ornamentos, cheios de significados de cada cultura específica. O corpo é matéria, fantasia, arte e discurso, associado à indumentária, uma segunda pele, capaz de demarcar papéis e lugares sociais como sacerdotes, chefes, guerreiros, nobres, plebeus, homens mulheres, bur-