

exclusiva de vestir: No Egito a “*toga*” e a “*túnica*” prevaleceram por quase quinze séculos; na Grécia, o “*peplo*” impõe-se até a metade do século VI; e em Roma a “*túnica*” e a “*toga*” persistiram até o final do Império. Somente, entre os séculos XII e XIV é que surge um modelo de roupa capaz de romper essas tradições, a ponto de proporcionar novos conceitos que passaram inclusive pelas questões de gênero, pois a roupa trazia traços expressivos e nítidos para os sexos feminino e masculino com formas ajustadas e verticalizadas que evidenciavam as formas do corpo, caracterizando um estilo-o “*gótico*”, que de tão diferente marcou a transição da Era Medieval para a Era Moderna.

O jeito de vestir tem importância ainda maior no Renascimento, quando surge a primeira burguesia apropriando a moda à hierarquia das condições, onde a partir de então as mudanças nas artes e nos modos de vestir passaram a acontecer à mercê do gosto dos poderosos, e a roupa passou a representar riqueza e poder através da aparência e da sua própria estrutura: O tecido com fibras de puro algodão vestia os escravos e a seda vestia a burguesia. As roupas que vestiam a burguesia, principalmente das mulheres, eram recheadas de saias, de armações (crinolinas e espartilhos) e de babados para ficarem pesadas a ponto de impedir a mobilidade natural do corpo.

No entanto, isso representava uma posição social na divisão e organização de classes na sociedade, pois quanto mais pesada fosse a roupa tanto mais poder era associado ao conjugue - significava que mais escravos tinha a família para atender as necessidades da esposa (como concubina) e as necessidades da casa.

Assim, à sociedade foi se estruturando e mostrando o seu valor através do modo de vestir, como se a roupa fosse a sua própria identidade. Essa representação ainda tem valor nos dias atuais, não com tanta veemência porque de qualquer modo a moda não é mais exclusiva a um determinado grupo de pessoas por um longo período de tempo, a dinâmica, que é própria do fenômeno, trata de popularizar qualquer aspecto, pela perfeição ou pela imitação, atingindo a todos os setores da economia.

A massificação da moda tomou uma dimensão ainda maior com a introdução da mídia, principalmente, de TV, de revistas e jornais com editoriais de moda. A sua representação se dar através do “*design*” aplicado ao vestuário, aos tecidos, aos objetos imobiliários e a indústria automobilística, entre outras.

Para Caldas (2004) o “*design*” é um diferencial que deve ser desenvolvido, por sua capacidade de agregar valor aos produtos, representando-se como uma linguagem da cultura contemporânea que alimenta o sistema de moda em proporção ao desenvolvimento das civilizações. O fato é que através da moda se identifica uma época, um costume, uma cultura, uma sociedade, os grupos sociais separadamente e as suas preferências.

O fenômeno da moda tem ciclo de vida próprio com critérios de aplicação (início, meio e fim), tem visão temporal (curto, médio e longo prazos), tem forte influência na micro e macro economia do país e do mundo, e principalmente no comportamento das pessoas, sendo

até caracterizado como um socializador que movimenta a dinâmica da sociedade.

A exemplo disso temos o uso do cigarro que na década de 70 representava poder e *estatus*, no entanto hoje é tão somente um problema de saúde pública em todo o mundo.

Neste contexto, a moda é também um elemento de responsabilidade social, que deixa de ser compreendida apenas como uma inovação comercial - o novo que inicia o ciclo, uma vez que interfere no comportamento e na construção de grupos e de sociedades.

De maneira codificada ela poderá incluir ou excluir pessoas ou grupos de um contexto social até então dito e sentido como seu, podendo conduzi-las a um comportamento muitas vezes não favorável do ponto de vista social, como é o caso de grupos de jovens (de classe econômica mais baixa que chegam a roubar) que se identificam através de roupas de *griffe* e que se fecham em grupos reduzidos sem que outros jovens tenham acesso, até que se apresentem com roupas parecidas. Isso poderá conduzir a uma situação de conflitos e desintegração familiar, além de outros caminhos em função da não condição social.

A influência da moda atinge a todas as idades, principalmente aos jovens que desenvolveram o vício pelo o consumo. A globalização e o acesso às informações têm participação nessa divulgação, principalmente à televisão através de novelas que lançam de tudo: Roupas, sapatos, cabelos (cor e corte), óculos, jóias e outros, dependendo da época, em todo caso, a televisão é um vetor muito importante para um sistema de moda. Tudo isso nos leva a pensar que lançar moda infere em determinar um paradigma que envolve aspectos comerciais, econômicos, culturais e sociais, podendo favorecer ou não a dinâmica de uma sociedade.

* Professora da Universidade Federal do Ceará - UFC. Fortaleza, Ceará.

A metáfora como operadora do projeto (r095)

Um estudo epistemológico.

Eliane Panisson*

O ato de projetar envolve-se com a representação assim como o falar com a escrita porque enquanto o desenho substitui construções mentais na atividade projetiva, a palavra escrita substitui a linguagem falada no discurso gráfico. Nessa abordagem de transposição é possível inserir a metáfora como operadora da linguagem. Tratar com foco epistemológico esta questão delimitada à atividade de projeto apresenta-se neste escrito.

Neste escrito então, são apontados alguns referenciais teóricos como base para uma argumentação sobre a inclusão da metáfora no projeto, como uma possível alternativa de ensino de atelier. Toda a investigação envolve-se com ensino de projeto como um ensinar a pensar, distanciado do que preconizam alguns mais desavisados sobre o ensino de projeto: Que tal prática é possível

pela imaginação genial. Nesse sentido, trata representação como reflexiva e, portanto operadora do projeto. Ainda, este trabalho, organiza-se em três focalizações sobre a representação no ensino de projeto. Uma primeira, que trata do projeto como atividade intelectual distanciada da atividade manual, o que agrega a representação, nas práticas acadêmicas de projeto que seguem a tradição de atelier. E, uma segunda, que discorre sobre a representação como invenção possível a partir da metáfora. Eleger a metáfora como operadora da representação inserida na atividade projetual exige um distanciamento da alegoria, que se trata na última abordagem, o que permite concluir pela validade da sua inserção no ensino de atelier.

* Arquiteta - Faculdade de Engenharia e Arquitetura. Universidade de Passo Fundo.

Leopardo, madera y metal: Cuando la música entra por los ojos (r098)

Una aproximación a las ediciones alternativas de CD's

Humphrey Inzillo*

Todo melómano sensible sabe de qué se trata. Ya sea para combatir la piratería, o para transformar a su disco en un producto que se destaca sobre el resto en los centros de venta y exposición, cada vez son más los sellos y los artistas que apuestan a ediciones de discos alternativas. De esta manera, no sólo se revelan contra la estandarización del producto, sino que logran verdaderas obras de arte. Muchas de las piezas son artesanales, y muchas veces el valor agregado que otorgan no tiene que ver ni con el lujo, ni con la ostentación, sino con el ingenio. En la mayor parte de los casos estas ediciones se realizan de manera independiente.

Elementos nobles como la madera; cotidianos como la tela; glamorosos como el terciopelo estampado con piel leopardo; y sólidos como el metal, se resignifican en consonancia con los sonidos que envuelven. De esta manera, los discos se transforman en piezas de colección: Elementos decorativos que se destacan en cualquier discoteca.

Esta charla pretende ser un repaso de algunas de las ediciones alternativas más significativas y valiosas, tanto a nivel local como internacional.

* Humphrey Inzillo es Licenciado en Periodismo y Comunicaciones (Universidad de Palermo). Actualmente, escribe para Rolling Stone, Playboy y Hecho en Bs. As., entre otras publicaciones. Además, integra el staff del programa Gillespi Hotel, que se emite por FM Rock & Pop.

A interação arte-moda (r099)

Joelma Damasceno de Matos

Introdução

O objetivo geral deste estudo constituiu-se em esboçar a existência de uma relação entre arte e moda. Os objetivos específicos visam identificar os estilistas que trabalharam estas duas vertentes; quais os principais movimentos que os influenciaram no processo de criação; e identificar se há diferenças entre o “objeto de arte” e o “objeto de moda”, assim como os elementos de suas composições visuais.

A problematização foi identificada dentro do contexto arte-moda, levando em consideração que ambas mantêm uma sinergia desde os tempos mais remotos e que este processo continua até a atualidade. Mas para se estabelecer uma relação entre arte e moda geram-se algumas controvérsias. Mesmo que ambas tragam em sua essência uma característica inerente aos seres humanos que é a capacidade de expressão. Além do mais o artista e o estilista se baseiam na esfera da estética, trabalhando com os mesmos elementos da composição visual.

Relacionar arte e moda gera discussões um tanto divergentes: Enquanto Kalil (1997 apud SCHULTE, 2002), diz que “moda é o que a indústria e os estilistas propõem”, Souza (1987) compara a mutabilidade da moda com a pintura e a escultura: “Enquanto o quadro só pode ser visto de frente e a estátua nos oferece sempre a sua face parada, a vestimenta vive na plenitude não só do colorido, mas do movimento”. A moda e a arte estão intrinsecamente relacionadas às formas de expressão do ser humano. Sendo a moda um suporte ou um instrumento de expressão artística.

Acredita-se que a arte possa contribuir de forma significativa para a formação do profissional de moda, através do refinamento do gosto, do senso estético mais apurado, em coerência com as características e necessidades de seu contexto social. (SCHULTE, op. cit.). Apesar da frivolidade aparente da moda, o estudo deste fenômeno é um componente fundamental para o entendimento daquilo que se pode definir com transformações sócio-culturais da sociedade. Esta característica de efêmera está relacionada ao desejo contínuo que a sociedade apresenta por mudanças.

Conforme Moura (1994), a princípio tanto na arte, quanto na moda, o que existe é a relação criador-objeto, surgindo os sentimentos, as concepções e idéias, passando para o plano real o que estava no plano imaginário, utilizando os mesmos princípios e elementos na concepção de sua criação: Linha, forma, dimensão, cor, textura, entre outros. Durante a criação de um modelo o costureiro trabalha com equilíbrio, volume, linhas, cores, ritmo, assim como o artista. Ambos procuram uma forma que é a medida do espaço, o único elemento que devemos considerar na obra de arte. O estilista, assim como o pintor, o escultor, etc, insere-se no mundo das formas, portanto, está inserido na arte. (SOUZA, op. cit.).

A relação arte-moda fez-se presente primeiramente na primeira década do século XX, através das criações de Paul Poiret que elaborou estampas com o fovista Raoul