

Moda, Arte e Vitrine: um diálogo com Duchamp

Stela Politano¹

Ao pensar arte e vitrina, pode-se estabelecer um paralelo com a discussão sobre arte e moda². As unidades básicas da moda são as mesmas das demais artes do espaço, como a pintura e a arquitetura, independente da vida efêmera e dos objetivos comerciais mais imediatos que ela detém³, principalmente após se transformar, no final do século XIX até os dias de hoje, em um dos maiores e mais lucrativos sistemas econômicos do capitalismo. Mesmo assim, ainda se mantém o diálogo entre os mundos da moda e da arte, de diversas formas: repensando a vida e o homem através do vestuário, revisando o sistema da moda como um todo, empregando ao vestuário a expressão artística, e outros caminhos. Como já dizia Florence Muller

O vestuário, uma verdadeira carteira de identidade social, fora do seu contexto cotidiano é tudo menos anódino ou inocente. Segundo as épocas e seu intérprete — artista ou estilista —, será tanto a expressão de uma ideologia⁴ quanto a crítica de uma sociedade ou reflexo de uma confusão de gêneros⁵. (MÜLLER, 2008: 4).

No entanto, este campo ainda é perigoso e conflitante. Não há uma concordância geral sobre o que são estes diálogos entre arte e moda. Segundo o historiador de arte Charles Cosac (COSAC, edição 82) o que há são conjunções: arte e

¹ Antropóloga e mestranda em História da Arte pela Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. E-mail: stelapt@gmail.com.

² *A moda é um todo harmonioso e mais ou menos indissolúvel. Serve à estrutura social, acentuando a divisão em classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro do grupo); exprime idéias e sentimentos, pois é uma linguagem que se traduz em termos artísticos.* (SOUZA, 1987: 29).

³ *As unidades básicas da moda são, como vemos, as mesmas das demais artes do espaço, e por isso é possível que, independente da vida efêmera e dos objetivos mais imediatos, se ligue de alguma maneira às correntes estéticas do seu tempo. Principalmente à arquitetura e à pintura.* (SOUZA, 2005: 34).

⁴ Por ideologia, utiliza-se neste trabalho a idéia de T. J. Clark: *[...] as ideologias, como qualquer forma de conhecimento, são constructos; são significados produzidos numa prática social específica e parcial; estão na maioria das vezes vinculadas às atitudes e experiências de uma classe e portanto em confronto, pelo menos em alguma medida, com as atitudes e experiências daqueles que não pertencem a ela.* (CLARK, 2004: 41).

⁵ Para compreender a “confusão de gêneros”, ressaltada por Florence Müller, utiliza-se Diana Crane (autora já citada no relatório parcial deste trabalho):

[...] os elementos pós-modernistas da moda contemporânea contribuem para a existência de uma hegemonia conflitante (de gêneros). A moda pós-moderna, da maneira como é mostrada nas revistas de moda e personificada em produtos, não oferece às mulheres uma identidade específica. Pelo contrário, a heterogeneidade dos estilos contemporâneos permite às mulheres assumir uma variedade de identidades possivelmente contraditórias. (CRANE, 2006: 404).

moda, arte com moda, arte da moda, arte na moda. Para ele, uma das únicas tentativas de hibridação entre arte-moda, pelo menos no solo brasileiro, e que gerou resultados, foi a dos *Parangolés* de Hélio Oiticica. No caso de combinações ou conjunções, pode-se pensar nas coleções *Mondrian* de 1965 e *Por Art* de 1966, de Yves-Saint Laurent. Apesar de linhas retas, do neoplasticismo de Mondrian e das cores fortes e referências diretas a Andy Warhol, estas coleções de *prêt-à-porter* não satisfaziam do ponto de vista conceitual; apenas comercial⁶. Fazendo o caminho inverso, há alguns artistas que trabalham com o vocabulário da moda: Joseph Beuys e o seu feltro legendário, usado sob forma de roupa como escultura de calor em *La peau* [A pele] de 1984, e em outros *happenings* ritualísticos⁷ e Christo e Jeanne Claude com *Vestido de Casamento* de 1961, onde uma mulher carrega nas costas uma espécie de vestido, como se fosse um fardo.

E, entre vitrina e arte? O movimento de conjunção acontece? Historicamente, a vitrina foi o sustentáculo da arte no passado, principalmente nos museus: usava-se uma estrutura de vidro a fim de proteger a obra das “mãos” dos visitantes. O tocar era proibido e não havia interação física entre as partes; o vidro possibilitava o olhar e a admiração, mas jamais o contato. Como um objeto sagrado, a obra existia apenas aos olhos. Atualmente, as vitrinas comerciais ainda trabalham com esta temática: a criação do desejo, da busca pela aquisição. Ao contrário, pode-se tocar o objeto exposto: basta adentrar a loja (extensão da vitrina) e comprar o produto. A aquisição tende a se tornar um hábito: a “admiração” induz consumo constante pois a vitrina, como uma caixa de surpresas, sempre tem o que mostrar. Como o espaço da galeria de arte contemporânea e seu “fantasma errante”: o espectador, muitas vezes apto (não é uma condição fixa) ao novo e disposto a pensar sobre cada nova obra⁸.

Em todo caso, conjunções ou diálogos, a idéia destes encontros entre arte e moda / arte e vitrina são reveladoras da dinamização da sociedade, da evolução desses ofícios e do pensar humano e social sobre a imagem, o corpo e a representação destes. Como “cartógrafos de plantão”, termo utilizado por Roland Barthes, os pesquisadores e críticos possuem o dever de indagar sobre as rupturas e momentos de continuidade da Moda, do Design, das Artes⁹ no geral. São essas

⁶ *A pesar da respeitabilidade de Yves-Saint Laurent, o vestido criado por ele nunca será neoplasticista, como o neoplasticismo de Mondrian nunca será um vestido tubinho.* (COSAC, Charles: 44).

⁷ Ver: MÜLLER, 2000: 14.

⁸ *Quem é o Espectador, também chamado de Visitante, às vezes chamado de Observador, ocasionalmente de Percebedor? Ele não tem face, è principalmente costas, Ele se inclina e pondera; é pouco incrível. Seu comportamento indagativo; sua perplexidade, prudente. Ele [...] apareceu com o modernismo, com o desaparecimento da perspectiva. Parece ter saído do quadro e, como um Adão sensível, é várias vezes atraído de volta para contemplá-lo. [...] Sempre disponível, coloca-se hesitante diante de cada nova obra que exija sua presença. Esse coadjuvante complacente está pronto para representar nossas conjeturas mais fantásticas.* (O'DOHERTY, 2002: 37).

⁹ *[...] estudar arte é explorar uma sensibilidade; de que esta sensibilidade é essencialmente uma formação coletiva; e de que as bases de tal formação são tão amplas e profundas como a própria vida social [...].* (GERTZ, 1998: 149).

práticas sociais e estéticas, reflexos das transformações de uma época, que moldam o nosso contemporâneo (BARTHES: 1979 146) junto com os avanços tecnológicos, biológicos e ideológicos.

Um pequeno diálogo entre as vitrinas e o universo das artes pode ser iniciado. Além de escritores e críticos modernos e contemporâneos¹⁰, muitos artistas trabalharam com o tema. August Macke (1887-1914), pintor alemão da década de 1910, ressaltou o olhar calmo do observador diante da vitrina, numa postura poética e de admiração, em *Hat Shop*, de 1914, e *Magasin de chapeau*, de 1913. O momento retratado está muito além do consumo; está no mero prazer de observar, como o *flâneur*. A vitrina pode ser um objeto de curiosidade, contemplação; o “sublime” pode estar nas cores, formas e iluminação, muito além do objeto exposto. Já Edward Hopper, pintor norte-americano da década de 1950 e retratista da cena urbana, do individualismo do homem e do vazio da cidade, destaca a iluminação da vitrina em *Drugstore*, de 1927. A vitrina se encontra no centro do quadro: as luzes saltam da vidraça transparente e iluminam a noite junto com a fraca luz do poste. Não há observadores ou passantes; apenas a solidão da vitrina e da noite, o espetáculo para ninguém.¹¹ Para além do quadro, temos Man Ray (1870-1976), fotógrafo, trabalhando com o corpo e com os manequins em *La Volière* de 1919, e *Venere restaurada* de 1936. A inclusão da estrutura da anágua no manequim e as amarras ao corpo remetem à idéia de construção e tortura da mulher.

A obra de destaque aqui é de Marcel Duchamp, objeto principal deste artigo: *A noiva desnuda por seus solteiros, mesmo* ou *Grande vidro*, de 1912 a 1923. Esta mesma obra também foi capa da revista Vogue, em julho de 1945, servindo de vitrina para um manequim vestido com as roupas da época. São dois painéis de vidro (1,76 m de altura por 2,74 m de largura), emoldurados em alumínio e são as “telas” dos dois personagens centrais: no painel superior, a Noiva ou a transcendência feminina (é o principal “mecanismo” do quadro, lembrando um motor de

¹⁰ Pode-se destacar aqui o escritor e jornalista Émile Zola (1840-1902) e seu romance *Au bonheur des dames* [O paraíso das damas], de 1883, que descreve várias vitrinas em uma grande loja de departamento parisiense, por volta de 1850. Zola, ao mesmo tempo em que critica o deslumbramento da burguesia no final do século XIX e seus exageros de consumo, descreve minuciosamente as vitrinas e as mudanças das encenações (troca das vitrinas) e os comportamentos e reações dos passantes (tanto homens como mulheres) ao ver os produtos. Charles Baudelaire (1821-1867) também realizou a mesma análise: tanto os olhares dirigidos às vitrinas, pelo *flâneur*, quanto o comportamento do gosto burguês de comprar e querer os modismos do comércio. Faz-se menção aqui aos versos de *À passante* [A uma passante] onde Baudelaire descreve o pensamento do observador (de si mesmo, talvez) ao admirar e desconstruir a moça que passa, vestida com as roupas e comportamentos de elegância da época, legitimando assim uma determinada posição social (ou na tentativa de manter uma). Salientamos ainda Walter Benjamin (1891-1940) e, a partir dos escritos de Baudelaire, sua análise sobre o *flâneur* (citada em nota neste projeto); e, ao pensar na produção nacional, temos João do Rio, cronista carioca do início do século XX, que acredita que a rua possuía alma: via e fazia parte da vida dos seus passantes e do comércio ao seu entorno, sendo a vitrina elemento fundamental deste cotidiano urbano. (DEMETRESCO, 2001).

¹¹ Ver DEMETRESCO, 2001:68 a 83.

automóvel, à combustão). No painel inferior, os Solteiros coadjuvantes ou Celibatários ou a mera impotência masculina (são nove machos, compondo os seguintes conjuntos: Aparelho solteiro, Máquina de Eros, Nove moldes e Cemitério de Librés e Uniformes. Todos também se assemelham a aparelhos mecânicos). Os noivos têm como objeto de desejo a Noiva; porém esta é inacessível: está acima e em outro plano. E, esse ciclo se repete o tempo todo com o olhar do observador: desejo, impotência, masturbação, desejo novamente. A noiva solteira, segundo Jorge Lúcio de Campos (CAMPOS, 2000), representa o próprio ser humano contemporâneo: sozinho com suas representações, com seus símbolos e com sua sexualidade. Uma espécie de “máquina-vespa” ainda virgem. Todos são “criaturas mecânicas”, que trabalham automática e racionalmente.

A obra é a mais emblemática das peças “anti-peças” de Duchamp, indivíduo da metrópole e um “estrategista criterioso da sua obra”¹². Primeiro artista moderno a chegar a América, mais precisamente Nova York, em 1915, Duchamp fez de si mesmo um *ready-made*, um objeto deslocado do seu contexto (França); para ele, não havia a necessidade do lugar para a realização do seu trabalho já que a arte moderna estava consigo. Em 1923, abandonou *O Grande Vidro*, incompletos, semelhante aos movimentos urbanos: dispersos, fragmentados, aleatórios, transparentes como o vidro. A metrópole é o ambiente ideal para um celibatário, representante do homem moderno e projeto existencial e intelectual do próprio Duchamp:

Pelas ruas e avenidas, dobrando as esquinas, nos cafés, circula aquele que, observando e flutuando em meio à multidão, atento ao fugaz, constrói e desconstrói uma fantasia num relance de olhos e na mente tem os versos de *À passante*, de Baudelaire¹³. (TOMKINS: 9).

O Grande Vidro também é uma vitrina. Modifica o espaço com referências ao ambiente da metrópole (abusando da sensibilidade) que envolve o aleatório, a velocidade na informação, o gratuito, as máquinas, o anônimo, a sexualidade difusa nas experiências do cotidiano, do comum. Aliás, este é um dos principais objetivos da obra: a temática sexual entre os gêneros, sobre uma base de vidro,

¹² *A antecipador e inspirador da arte contemporânea, 'dandy' possuidor de um só tema, arreio à polêmica e polêmico ainda hoje, foi o artista que, antes de qualquer um, se deu conta do sistema da arte em toda a sua eficácia institucional e ideológica. Com Duchamp entra em crise uma certa visão ingênua e romântica da arte e do artista. Daí ter sido ele o estrategista criterioso da sua obra.* (TOMKINS, 2004: 7).

¹³ “A uma passante” (tradução de Paulo Menezes): A rua em derredor era um ruído incommum, / longa, magra, de luto e na dor majestosa, / Uma mulher passou e com a mão faustosa / Erguendo, balançando o festão e o debrum; // Nobre e ágil, tendo a perna assim de estátua exata. / Eu bebia perdido em minha crispação / No seu olhar, céu que germina o furacão, / A doçura que embala o frenesi que mata. // Um relâmpago e após a noite! — Aérea beldade, / E cujo olhar me fez renascer de repente, / Só te verei um dia e já na eternidade? // Bem longe, tarde, além, jamais provavelmente! / Não sabes aonde vou, eu não sei aonde vais, / Tu que eu teria amado — e o sabias demais! — Charles Baudelaire.

que aqui é elemento fundamental. Transparente, nada mostra, não serve como empecilho à visão. Apenas reflete o observador e desnuda o pano de fundo, que é mutável: depende do local onde está a obra e qual o movimento ou ação que acontece atrás da mesma. Pode ser um outro observador, pessoas caminhando, ou uma simples parede. O vidro é frágil e possui vida própria: pode trincar e, com o tempo, muda de cor.

[...] A sua mensagem (da obra) encontrar-se-ia o tempo todo diante do espectador, refletindo (virtualizando), desafiadoramente, a rostidade observante deste último [...] ao buscar fabricar toda uma realidade (poética) autônoma, o faria, dentro de um paralelismo absoluto com o concreto, numa espécie de competição dialética com a realidade. (CAMPOS, 2000).

O *flanêur*¹⁴ representa o grande “caçador de acasos” da sociedade do consumo nascente; uma espécie de “consumidor das vitrinas”. Duchamp, como este personagem de Baudelaire, tira proveito de situações fortuitas e aleatórios, do acaso, e que se oferecem à fantasia e à imaginação dos homens.

As vitrinas são reflexos do contemporâneo, do urbano, das transformações que ocorrem na sociedade e no homem, as vitrinas “fabricam” uma realidade: a dos sonhos, a do consumo, a das identidades vendáveis, a da tradição. Fabricam e projetam aos trausentes imagens, despertam sensações, desejo. Os manequins, retradutores das identidades de gênero, são muito mais do que suportes: dão vida às roupas, estabelecem as marcas de gênero no vestuário. Este, carregado de símbolos, às vezes é o menos importante. O olhar do observador à vitrina passa pela experiência do instante, do momento onde o seu cotidiano e universo simbólico e de conhecimento entram em profusão e criam sentidos. O objetivo final da vitrina é que, dessa união de símbolos e referências, o desejo do consumo seja criado e satisfeito. O espaço (da loja, da vitrina, da rua, do shopping) ganha conotação de “espetáculo”. E o homem, “perdido” na multidão e cada vez mais individual (num movimento, mesmo imperceptível, de solidão), encontra-se de frente com uma construção midiática, cultural e econômica contemporânea de “sede e fome” por signos e significantes, na tentativa de representar a sua própria vida, o seu sentido de existir.

As vitrinas mostram um passado, retratado no ato de montar a vitrine, no

¹⁴ Walter Benjamin, em seus estudos sobre Baudelaire e a modernidade, mostrou como a cidade criou um tipo, o *flâneur*. Ele é uma espécie de detetive do espaço urbano: detém o conhecimento integral da cidade, do seu perto e do seu longe, do presente e do passado. Observa as pessoas e, através da roupa, do caminhar, da postura, do modo como fala e dialoga com o exterior, o *flâneur* identifica a profissão do trausente, sua classe, sua condição de vida. No entanto, ao mesmo tempo em que se serve da cidade como seu objeto do olhar, é dela dependente: alimenta-se das esquinas, das novas ruas, das mesmas ruas, do labirinto urbano. A rua é a sua morada, e também o local da transformação do cotidiano: é nela que vivem o comércio, as casas, os indivíduos, os carros e ônibus, o som urbano. (BENJAMIM, 1989).

seu pensar e na sua construção, e vendem um futuro, adquirido com o consumo. O seu presente, que estaria concretizado no olhar do trausente, já passou. Ficou no instante do piscar, nos segundos da observação. Foi-se, junto com os passos do *flâneur*... Mas, permaneceu na sua memória, individual e coletiva. A sua maneira, *O Grande Vidro* de Duchamp também é uma grande vitrina. Ele é grande demais para ser compreendido a primeira vista. Deve ser olhado, explorado, desejado. Consumido.

Bibliografia

BARTHES, Roland. *Sistema da Moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 1979.

BENJAMIN, Walter. “O *Flâneur*”, in *Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo*. Tradução: José Martins Barbosa, Hermerson Alves Baptista. 1ª Edição. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Tradução Renata Aguiar, Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 2003.

CAMPOS, Jorge Lúcio. “Pequeno prefácio a Duchamp: ainda sobre o ‘Grande Vidro’”, in *Revista Cultura*, nº7. Fortaleza / São Paulo, outubro de 2000.

CLARK, T. J. “Introdução” e “A vista de Notre-Dame”, in *A pintura da vida moderna: Paris na arte de Manet e de seus seguidores*. Tradução: José Geraldo Couto. Ed. Ver. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

COSAC, Charles. “Deixe de moda”, in *Dossiê Cult*, edição 82, ano VII. São Paulo: Editora Bregantini.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. Tradução Cristina Coimbra, São Paulo, Editora Senac, 2006.

DEMETRESCO, Sylvia. *Vitrina: construção de encenações*. 2ª ed., São Paulo, Ed. Senac/ EDUC, 2001.

GEERTZ, Clifford. “A arte como um sistema cultural”, *O saber local — novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

MÜLLER, Florence. *Arte e Moda*. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

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

SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

TOMKINS, Calvin. *Duchamp: uma biografia*. Tradução Maria Teresa de Resende Costa. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.