A forma pensada: um diálogo com o espaço físico no desenvolvimento do objeto de moda

The thought shape: a dialogue with the physical space in the development of the fashion object

Bruno Henrique Medeiros de Souza
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA
brunohenri.design@yahoo.com.br

Resumo

Este artigo é um resumo de um trabalho de monografia de Estilismo em Moda, realizado no ano de 2007 na Universidade Estadual de Londrina. A roupa sempre esteve ligada à forma do corpo. Entretanto, o corpo não é o único espaço com o qual a roupa se relaciona. Há um espaço exterior à roupa, que modifica também a sua forma e a maneira pela qual ela é percebida. Esse trabalho se propõe a estudar essa relação e desenvolver novas possibilidades perceptivas e consequentemente criar novas formas para a roupa.
Palavras-chave: moda – espaço – forma

Abstract

This article is an abstract of a monographic work of Fashion Design, developed in 2007, at Universidade Estadual de Londrina. The clothing has always been linked to the body's shape. Even though the body isn't the only space wich the cloth has relation with. There's a space external to the clothes that also modifies its shape and the way that it is noticed. This work proposes to study this relationship and develop new perceptions' possibilities and, as a result, to create new shapes to the cloth.
Key words: fashion – space – shape

Introdução

Para se desenvolver esse projeto, parte-se da definição de objeto estético da roupa. A roupa, sendo um objeto estético possui uma forma, e essa forma

revela uma realidade autônoma e complexa, alheia às representações sociais e de gênero. Desse modo, é estudada a realidade da forma: as suas possibilidades de ser percebida e as pesquisas artísticas que foram desenvolvidas pela arte dentro da relação objeto-espaço.

O espaço está aqui tratado como estrutura dessa forma, como agente indissociável da percepção dela - o espaço interfere na forma, e a forma interfere no espaço e ambos desenvolvem um diálogo com a percepção do homem. Assim, fazendo uma alusão às próprias pesquisas estruturais de Cézanne, quando esse estabelece uma fruição do objeto no espaço, esse trabalho propõe desenvolver uma roupa que esteja em relação com as estruturas do seu próprio espaço, a cidade. Esse espaço urbano onde a geometria dos edifícios está constantemente em contato com a imagem labiríntica das favelas - uma estrutura que se revela a todo o momento entre a construção e a desconstrução.

Essa fruição entre o objeto-roupa e o espaço promove novas maneiras de se perceber a roupa e isso gera consequentemente novas possibilidades de construir a sua forma. Contudo, buscar através do espaço uma nova possibilidade de se ver a roupa demonstra aquilo que a arte do século XX criou: mudar a forma como as coisas são vistas, muda a forma como elas são criadas.

Roupa e forma

A roupa é uma forma de comunicação (Barnard 2003). Mas como todo objeto estético, ela comunica através da imagem, e essa imagem dá-se através da forma. É a forma da roupa (que se apresenta em planos, linhas, cores e texturas) que emite seu próprio sistema de comunicação, mas uma comunicação que não se limita apenas a carregar conceitos sociais e de gênero. A roupa é antes de tudo uma forma, e toda forma, de acordo com Merleau-Ponty (1999), estabelece suas estruturas de significação.

Forma e Pesquisa

A partir do século XX começam a surgir várias pesquisas de percepção da forma - a forma passa a ser questionada como realidade inteligível e dotada de funcionamento próprio.

A Gestalt, uma das primeiras correntes a tratar da forma, demonstrou através da psicologia experimental como a forma é percebida pelo homem. De acordo com Gomes Filho (2003), a base das idéias da percepção da Gestalt está na descoberta de que existe uma diferença entre o que acontece no cérebro e na retina. Ela também propõe que nada é visto de forma isolada, que um objeto sempre é visto de acordo com as relações que ele estabelece ao seu redor. Portanto, a forma percebida não seria exatamente o que os olhos vêem, mas sim o resultado de relações que o cérebro estabeleceu na percepção.

Dando continuidade ao pensamento da forma, Meleau-Ponty (2004), filósofo fenomenologista, acredita que o homem não percebe apenas pelo seu sistema fisiológico, mas também através de seu sentimento. Logo, a percepção traduz as formas em um sistema de significações. O homem vê as formas dos objetos de acordo com o significado que ele as atribui, ou seja, condizente com o que ele sente.

O que se pode concluir de ambas as teorias é que a roupa, enquanto forma, além de nunca ter o mesmo significado, também nunca é percebida visualmente da mesma maneira que foi criada. Entre o criador e o observador sempre existe um hiato, uma distância em relação ao significado e a percepção daquela forma, conferindo à forma da roupa o mesmo dinamismo que a forma artística possui.

Forma e arte

De acordo com Argan (1996) a arte, a partir do momento que encontra sua autonomia com a pintura Impressionista, não precisa ter mais sua imagem ligada a significações ou pura representações. Ela começa a criar seus próprios signos. Há uma nova forma de se comunicar e perceber as imagens. Portanto, a roupa que nesse trabalho intenta criar novas situações de percepção e comunicação através da sua forma, pode ter na arte uma vasta fundamentação teórica. Esta aproximação com a arte consiste em entender como ela consegue criar novas maneiras de se perceber e se comunicar os objetos, e trazer esse pensamento para roupa.

A relação objeto-espaço é uma constante na pesquisa artística, sendo um imenso território de experimentações e resultados dentro da teoria da percepção. Entretanto, o espaço só começa a ser estudado como forma de percepção a partir do Renascimento, como demonstra Sevcenko (1994), com a descoberta da perspectiva

linear. A expressão "perspectiva", de acordo com Sevcenko (1994), significa para o pintor Albrecht Dürer "ver através". Essa impressão inédita de se olhar um quadro, é realizada através de apenas um foco de observação. A perspectiva trazia à arte uma maneira totalmente nova e realista de desenvolver no observador a sensação de espaço ao olhar os objetos.

Se o Renascimento é a tentativa de representar a visão real do espaço e do objeto, o Impressionismo é a tentativa de inventar uma percepção específica e única de se perceber os objetos e os espaços que os compõem como demonstra Argan (1996). Essa nova definição da relação do espaço com o objeto dentro da pintura tem como protagonista Cézanne, a grande figura do impressionismo e primeiro pesquisador do funcionamento interno da pintura.

Na pintura de Cézanne, Argan (1996) mostra que o espaço não é algo que faz fundo para alguns objetos em destaque - o espaço é criado pelos próprios objetos, que se decompõem em cores juntamente com ele. Cézanne cria um contínuo movimento do espaço com os objetos, desenvolvendo uma mobilidade espacial inteiramente nova e diferente daquela perspectiva Renascentista, que cabia ao espaço apenas ser fundo imóvel. Essa relação proposta por Cézanne trata-se de um sistema de relações que ocorrem na consciência.

O Cubismo enquanto corrente totalmente influenciada por ele, dedica sua pesquisa na primeira fase para a criação de um novo espaço. Segundo Argan (1996), a disposição do quadro desenvolvida pelos cubistas propõe um espaço mental: o objeto está criado de tal forma que existem várias possibilidades de espaço, vários ângulos. Dessa maneira, no cubismo, a percepção das formas não é apenas um ato visual, mas é também um ato imaginativo. Para se apreender toda a criação cubista, deve-se dispor a percepção de uma maneira que ela aja ativamente sobre o quadro, estabelecendo múltiplas relações de figura-fundo que o quadro produz.

As pesquisas da relação objeto-espaço na arte conseguem realizar na prática aquilo que a fenomenologia e a Gestalt pesquisam sobre a percepção humana na teoria. Observa-se através desses trabalhos de arte que a percepção humana pode se tornar um ato dinâmico diante da realidade imagética e se comunicar através de um pensamento criativo com novas formas de representação.

E por essa busca de novas formas de representação, que esse trabalho

se realiza. Ele busca, como a arte, uma nova maneira dinâmica de o homem perceber o espaço, para assim criar novas relações entre ele e a forma da roupa.

Espaço – uma nova concepção

Apesar de todas as mudanças em várias áreas de pesquisa sobre o conceito de espaço ao longo do século XX, observa-se ainda no senso comum uma idéia antiga sobre esse termo como mostra Merleau-Ponty (2004). O espaço ainda é pensado em termos de percepção como o palco inalterado onde ocorrem as mudanças e ações dos objetos, como que sua eterna imagem não sofresse qualquer relação com a percepção dos objetos. Entretanto, a pintura, a filosofia, a psicologia e a ciência modernas mostram que a relação do espaço é muito mais abrangente e dinâmica que a simples relação figura - fundo.

> Em psicologia, assim como em geometria, a idéia de um espaço homogêneo completamente entregue a uma inteligência sem corpo é substituída pela idéia de um espaço heterogêneo, com direções privilegiadas, que têm relação com nossas particularidades corporais e com nossa situação de seres jogados no mundo (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 17).

Essas novas concepções de espaço trazem para a forma da roupa a possibilidade de haver aquela fruição entre o objeto e o espaço como a que ocorre na pintura. Se o espaço não é mais pensado como algo inalterado, mas sim, dinâmico e capaz de modificar a percepção dos objetos a sua volta, essa relação pode acontecer também com a roupa e o espaço que a compõe.

Diálogo da roupa com o espaço

Diante da idéia da Gestalt e da fenomenologia de que toda forma só pode ser apreendida no campo visual em relação ao contexto a sua volta, ou a seu meio, tem-se o diálogo com o espaço como fato essencial da própria percepção da forma. E a forma, o espaço e o próprio mundo estão todos submetidos à dependência da percepção do homem, do momento em que, como diz Merleau-Ponty (1999) ele "sustenta o mundo percorrendo-o com seu olhar".

O retorno ao espaço dentro da estruturação da forma nas pesquisas artísticas mostra a infinidade de possibilidades que surgem para a percepção com esse ato. Estudando o espaço, Cézanne não só conduz toda a pesquisa moderna da autonomia da imagem, mas também consegue provar que a relação espaço-objeto pode criar novos signos, novas formas e uma comunicação criativa com o próprio homem.

> A pintura não era literatura figurada, tampouco uma técnica capaz de transmitir a sensação visual ao vivo: era um modo insubstituível de investigação das estruturas profundas do ser, uma pesquisa ontológica, uma espécie de filosofia (ARGAN, 1996, p. 110).

O presente trabalho não se propõe a limitar a roupa a uma relação de semelhança com o espaço: ele procura relacionar visualmente a roupa com o espaço. A roupa é comumente pensada relacionando-a com o espaço do corpo, esse trabalho, porém desloca esse pensamento para o espaço exterior porque esse espaço também se relaciona imageticamente com a forma da roupa.

O espaço aparece como coeficiente, como problema que questiona toda a estrutura dessa forma, como meio de vê-la e estudá-la. Esse espaço, que na pesquisa artística aparece em vários sentidos, defini-se nesse projeto como o espaço urbano, o caos visual, onde a cidade formal e a cidade informal desenvolvem essa urbanidade, construindo e desconstruindo a si mesma e as formas à sua volta.

Essa fruição entre o objeto-roupa e o espaço promove novas maneiras de se perceber a roupa e isso gera consequentemente novas possibilidades de construir a sua forma. Se espaço e roupa estão colocados nesse projeto com a intenção de desenvolverem um diálogo estrutural imagético, isso só poderá ocorrer se ambos partilharem das mesmas estruturas visuais, mesmo que essas estruturas estiverem na antítese do homogêneo e do caos.

Matériais e Métodos

A coleção é desenvolvida seguindo a idéia de ruído visual da Gestalt. Nessa teoria as formas e as cores de um objeto em questão podem alterar a percepção de uma composição - no caso da coleção trabalhada, a composição do espaço - ao mesmo tempo em que o objeto também sofre essa alteração. Essa relação que o objeto estabelece com o espaço (ou a composição), cria no objeto em questão, de acordo com

Gomes Filho(2004), um centro ou ponto de interesse na sua percepção visual, ou seja, essa forma que se diferencia e causa ruídos com o espaço que o compõe se torna mais evidente justamente devido a sua diferenciação enquanto forma e cor.

Tomando com referência os conceitos da Gestalt de diferenciação de cor e forma, a coleção propõe assim formas que sejam diferentes, que sejam vistas dentro do espaço desconstruído e construído da realidade das cidades, e que transformem tanto a percepção de quem vê a roupa, como de quem olha o espaço.

Para construir essas formas é utilizado a técnica da *moulage*, criando formas que se constroem de maneira geométrica e estabelecem um diálogo com a parte construída das cidades dos prédios e linhas. E por outro lado, com a técnica de descontrução das roupas, novas formas surgem para dialogar com as formas desconstruídas da cidade informal.

Conclusão

Esse trabalho demonstrou como a moda pode buscar em diferentes fontes de pesquisa novos métodos de criação. A arte não precisa ser para a moda apenas um meio visual para sua fonte de criação, mas pode ser também uma fonte teórica de pensamento sobre o método.

Agradecimentos

Esse trabalho só foi possível através da excelente orientação da Professora Patrícia Mello. Uma grande mestre.

Referências

ARGAN, Giulio Carlo. Arte Moderna. São Paulo: Schwarcz, 1996.

BARNARD, Malcom. Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

CALDAS, Dário. Observatório de Sinais. São Paulo: Senac, 2001.

GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto. São Paulo: Escrituras, 2004.

MERLEAU-PONTY, Maurice. Conversas-1948. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MERLEAU-PONTY, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

PEDROSA, Mário. Modernidade cá e lá. São Paulo: Edusp, 2000.

SABTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SALTZMAN, Andréa. El cuerpo diseñado. Buenos Aires: Paidós, 2004.

SANTOS, Jair Ferreira. O que é pós-moderno. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SEVCENKO, Nicola. O Renascimento. São Paulo: Atual, 1994.

Currículo do autor

Bruno Henrique Medeiros de Souza é formado em Estilismo em Moda pela Universidade Estadual de Londrina, com curso complementar de Marketing em Moda pela ESPM e atualmente cursa Pós- Graduação em Administração de Empresas pela FGV.