

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS
LICENCIATURA EM ARTES VISUAIS

Carolina Wudich Borba

**A LINGUAGEM DA MODA NA ARTE E NA EDUCAÇÃO:
INVESTIGANDO IDENTIDADES.**

Porto Alegre
2015

Carolina Wudich Borba

**A LINGUAGEM DA MODA NA ARTE E NA EDUCAÇÃO:
INVESTIGANDO IDENTIDADES.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial e obrigatório para obtenção do título de Licenciatura em Artes Visuais pelo Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Paula Mastroberti

Banca examinadora:

Prof^ª. Dr^ª. Joana Bosak

Prof^ª. Dr^ª. Luciana Gruppelli Loponte

Porto Alegre
2015

“A moda é celebrada no museu, é relegada à antecâmara das preocupações intelectuais reais; está por toda parte na rua, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes”.

(Gilles Lipovetsky)

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Cristina, a primeira pessoa que devo agradecer por toda a minha vida, a razão maior por estar aqui, por esse amor incondicional que me educou e me amou lindamente e incentivou-me em todas as minhas decisões, sempre estando ao meu lado e me ajudando no que precisava.

Agradeço ao meu companheiro, Leonardo, pelo apoio imenso, por me cuidar, pelas massagens e por me alimentar todas as noites com torradinhas e comidinhas especiais, e principalmente, pela compreensão durante todos esses dias em que tive que me dedicar aos estudos e ao estágio. Se não fosse por ti, não seria fácil conciliar tudo – e estendo este agradecimento aos meus sogros Selço e Ergila, que também me apoiaram e me ajudaram imensamente.

As minhas sobrinhas lindas Betina e Paulinha, que nem sabem ler e escrever ainda, mas são as pessoas mais fofas e lindas da sua Dinda Carol. Quando estou brincando com elas, descanso e alívio a mente e me encanto com cada palavra e descoberta aprendida. Agradeço aos meus irmãos pela presença, compreensão e apoio também.

Agradeço às minhas avós, Celeste pelas comidinhas e Ieda pelo carinho de sempre.

Agradeço ao meu pai, que talvez não acredite tanto na minha potencialidade, não se interesse muito pelos meus gostos e trabalho, mas sei que ele me apoia de outras maneiras e me ama muito, como eu a ele.

Agradeço as minhas fiéis amigas Letícia e Marla, amizade feita na época da escola, desde o Ensino Médio. E também as outras fortes amizades que formei através delas: Bruna, Maria e Marina, que me deram forças durante este período.

Agradeço muito a minha amiga doutora Ana Flavia por aguentar meus dramas e incômodos durante este período. E a minha amiga Lu, que mesmo longe, de SP, esteve sempre presente me desejando boa sorte e enviando energias positivas. É incrível que mesmo vivendo em outro estado, temos uma conexão imensa.

Agradeço as minhas colegas queridas da turma de estágio, Clarissa, Ana Paula, Débora e Diane, que junto à monitora Camila, a estagiária Taila e a professora Luciana, formamos o grupo #MonalisaTeVira, que rendeu muitas conversas produtivas, goles de chás, e alguns choros e frustrações, que não se comparam aos inúmeros momentos de risadas e aprendizados.

Agradeço pela orientação tão importante das professoras Paula, Luciana e Joana.

Também não posso deixar de agradecer à UFRGS e aos que contribuíram para oportunizar o acesso como está hoje. Graças às cotas de ensino público, entrei nessa instituição que achava que era inatingível para mim. Sinto-me muito feliz de ter feito parte dela, e mais ainda, de saber que muitas pessoas agora podem ter acesso.

Gratidão a todos.

RESUMO

O presente projeto tem como temática a linguagem da moda e a relação dela com as artes visuais, buscando alinhar reflexões da cultura visual e seus reflexos na escola. Ocorrendo em concomitância à observação e prática do Estágio Obrigatório Curricular, este trabalho reflete acerca do papel da moda e da cultura visual dentro da escola e de como o sistema da moda se manifesta na conduta escolar, investigando os discursos que os jovens desenvolvem dentro deste ambiente, analisando as experiências dos alunos e suas identidades. Envolve também a pesquisa na qual ocorrem encontros da moda e da arte e a importância da sua inserção no âmbito do ensino, com aportes teóricos principais de Gilles Lipovetsky e Lars Svendsen, além de outros da cultura visual, como Raimundo Martins e Irene Tourinho.

Palavras-chave: Identidade – moda – cultura visual - arte – educação.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sonia Delaunay.....	20
Figura 2 – Gustav Klimt, Retrato de Emilie Flöge, 1902.....	20
Figura 3 – Andy Warhol, Marilyn Monroe, 1962.....	21
Figura 4 – Yves Saint Laurent.....	21
Figura 5 – Flavio de Carvalho, Experiência nº3, 1956.....	22
Figura 6 – Helio Oiticica, Nildo da Mangueira com Parangolé, 1964.....	22
Figura 7 – Lygia Clark, Roupas-Corpo-Roupas, 1968.....	22
Figura 8 – Marina Abramovic, <i>The artist is present</i> , 2010.....	23
Figura 9 - Marina Abramovic, <i>Imponderabilia</i> , 1977.....	23
Figura 10 – Alexander McQueen, Outono-Inverno 2009-10.....	23
Figura 11 – Hussein Chalayan.....	24
Figura 12 – Martin Margiela.....	24
Figura 13 – Rei Kawakubo.....	24
Figura 14 – Jum Nakao, A costura do invisível, 2004.....	25
Figura 15 - Jum Nakao, A costura do invisível, 2004.....	25
Figura 16 – Beyoncé.....	31
Figura 17 – George Gower, Rainha Elizabeth, 1588.....	31
Figura 18 – Wiz Khalifa.....	32
Figura 19 - Hiacinthe Rigaud, Rei Luís XIV, 1701.....	32
Figura 20 – Capa CD Iron Maiden.....	32
Figura 21 - Nicolas-René Jollain, Rei Luís XIV.....	32
Figura 22 – Nicki Minaj.....	33
Figura 23 – Angelika Kauffmann, Autorretrato, 1785-90.....	33
Figura 24 – Lana Del Rey.....	34
Figura 25 – Frida Kahlo, Autorretrato dedicado ao Dr. Eloesser, 1940.....	34
Figura 26 – Lana Del Rey.....	34
Figura 27 – Jake Pitts.....	35
Figura 28 – Pawel Kuckinsky.....	36
Figura 29 – Banksy.....	36
Figura 30 – Pawel Kuckinsky.....	36
Figura 31 – <i>Selfie</i> da aluna A.....	39
Figura 32 - <i>Selfie</i> da aluna B.....	39

Figura 33 - <i>Selfie</i> da aluna C.....	40
Figura 34 - <i>Selfie</i> da aluna D.....	40
Figura 35 - <i>Selfie</i> da aluna E.....	40
Figura 36 - <i>Selfie</i> da aluna F.....	40
Figura 37 - <i>Selfie</i> de aluno A.....	41
Figura 38 – Retrato de aluno B.....	45
Figura 39 – Retrato de aluna G.....	45
Figura 40 – Foto de alunos.....	46
Figura 41 – Desenho do aluno C.....	48
Figura 42 – Desenho do aluno D.....	48
Figura 43 – Desenho de aluna H.....	49
Figura 44 – Desenho de aluna I.....	49
Figura 45– Desenho de aluna J.....	49
Figura 46 – Depoimento final de aluno E.....	53
Figura 47 – Depoimento final de aluna K.....	54
Figura 48 – Depoimento final de aluno F.....	55

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 APRESENTAÇÃO.....	11
2.1 O retorno à escola.....	13
2.2 O estágio.....	14
2.2.1. <i>A escola</i>	14
2.2.2 <i>Contextos das turmas</i>	15
2.2.3 <i>Um pouco sobre a metodologia e aplicação do projeto de ensino</i>	15
3 PRELIMINARES.....	17
3.1 Conceituando a moda.....	17
3.2 Moda e(é) arte?.....	18
3.3 Encontros entre moda e arte.....	20
4 A MODA E A ARTE NA EDUCAÇÃO.....	27
4.1 As pedagogias culturais: a moda exercendo uma pedagogia.....	28
4.2 Ligações da arte com as referências da cultura visual dos alunos.....	30
4.3 Buscas de si através dos ídolos.....	34
4.4 Trabalhando a arte e elementos da moda como crítica.....	36
5 MODA E IDENTIDADES JUVENIS.....	39
5.1 <i>A Selfie</i> pra pensar a identidade.....	39
6 MODA: COMUNICAÇÃO E REFLEXÃO.....	43
6.1 O uso das roupas.....	43
6.2 A roupa fala?.....	43
6.3 Sobre o efêmero na moda.....	44
6.4 Formação de grupos e tribos.....	45
6.5 Estilo próprio.....	47
6.6 O consumo da moda em grifes e marcas.....	48
6.7 A busca da beleza.....	51

6.8 Desconstruindo padrões, despindo-se de preconceitos.....	52
7 TECENDO REFLEXÕES SOBRE A PRÁTICA.....	54
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

A moda é um fenômeno social que contribui para a compreensão das sociedades, de nós mesmos. Define-se como um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve. Mas é também uma linguagem, expressão de liberdade dos sujeitos, que comunica não verbalmente nossa identidade e tem a ver com o “prazer de ver e de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro”. Não quer dizer apenas marca de distinção social, é um “prazer dos olhos e da diferença”. (LIPOVETSKY, 1989).

O interesse pelo tema da moda tem relação com o trabalho que realizo há oito anos, no qual produzo e confecciono bolsas e roupas. Tendo em vista essa justificativa, questiono-me como os estudos da moda podem contribuir com a educação, mais especificamente com o ensino de arte?

O objetivo deste trabalho é trazer alguns discursos de imagens advindas da moda e imagens da arte relacionadas à moda, a fim de ressaltar a importância de inseri-las e discuti-las no âmbito do ensino, além de investigar como o sistema da moda se reflete na conduta escolar.

Pela ocorrência em concomitância com o Estágio Curricular realizado em uma escola pública de Porto Alegre (RS), alinhavo reflexões oriundas de experiências, através das observações e práticas dos alunos, e procuro tensionar a moda partindo da ideia da roupa, como veículo para a construção das identidades. Levanto questões referentes não só ao modo de como os jovens se vestem, mas também os discursos da moda que compõem a cultura visual, disseminadas em sala de aula.

A estrutura deste trabalho foi construída de maneira a abordar nos primeiros capítulos a apresentação de um pequeno resumo da minha trajetória de vida escolar e construção das minhas identidades, ao longo de doze anos em que estudei na escola à qual retornei como professora-estagiária. Relato um pouco sobre a estrutura escolar, o contexto das turmas e a metodologia aplicada no projeto de ensino.

Como preliminares, conceituo a palavra moda justificando o que pode se entender por ela neste trabalho. Em seguida, trago os encontros que possibilitaram a relação entre os campos da moda e da arte, mostrando um apanhado geral dos acontecimentos que marcaram época.

No capítulo seguinte, falo sobre moda e educação, trazendo um pouco dos Estudos Culturais, o que dizem os principais teóricos estrangeiros e brasileiros, seguido das

pedagogias culturais e o papel da moda exercendo essa pedagogia, principalmente entre as mídias. Saliento a importância de trazer a cultura visual, especialmente a linguagem da moda, para o ensino das artes visuais, e mostro na prática o que foi realizado com os alunos. Apresento elementos culturais e ligo-os com a história da arte; percebo a busca de identidade através de ídolos; observo sobre como os jovens buscam compor suas identidades no que os cercam; e trabalho a arte com elementos da moda na compreensão crítica.

No capítulo cinco, abordo a *selfie*¹ com os autorretratos da história da arte. E no capítulo seis, falo sobre a moda como comunicação e reflexão de si. Discorrendo em conjunto com os alunos o uso das roupas, o estilo como comunicação, o efêmero da moda, a formação de grupos, o estilo próprio de se vestir, o consumo de marcas e grifes, a busca da beleza e a desconstrução de padrões.

Após, no capítulo seguinte, teço algumas reflexões a respeito da prática, e no capítulo final, algumas considerações sobre o modo de como as minhas proposições colaboraram para produzir subjetividades mais conscientes do uso da moda para a projeção de suas próprias identidades.

¹ Selfie vem do termo em inglês self, que significa “eu”, “si mesmo” ou “a própria pessoa”. É um tipo de fotografia de autorretrato normalmente tirada com a mão através de câmera fotográfica ou de celular.

2 APRESENTAÇÃO

Começo a escrever contando um pouco sobre a minha vida, principalmente um pouco das memórias das identidades que construí, com a intenção de mostrar o percurso que me levou a este trabalho, tão intenso e importante para mim.

Eu era uma menina quieta, diria um pouco tímida. Não era de estudar muito, mas costumava tirar notas boas na escola pública em que estudei durante toda a minha trajetória escolar, do chamado Jardim ao 3º ano do Ensino Médio.

Nos primeiros anos do Fundamental, gostava de me vestir que nem um menino: não gostava de rosa, vestia calças bem compridas, camisetas bem largas, tênis e cabelo amarrado. Não sei dizer se era porque me sentia mais confortável ou pela influência dos meus irmãos homens.

Depois, houve uma fase em que embarquei no estilo “surfista”, talvez por influência do meu irmão mais novo que começou a surfar, mas que durou pouquíssimo tempo.

E então veio a adolescência em que me vestia somente de preto e *jeans* rasgados, com muitas correntes, pulseiras de *spikes*² e pentagramas no pescoço. Era a influência do *rock and roll* na minha vida, e, por isso, já não mais prendia o cabelo, mantendo-o bem comprido, por influência da Alanis Morissette³. Foi o período em que a dança da boquinha da garrafa, as Spice Girls e os Backstreet Boys deram lugar ao *rock and roll* e ao *blues*.

Eu continuava tímida, gostando de sentar ao fundo e no canto da sala, escutando músicas no Walkman e riscando nas classes. Meus cadernos escolares eram sempre cheios de desenhos. Eu andava com um grupo pequeno e seletivo com o qual me identificava com mais ou menos os mesmos gostos, mas sempre mantive uma relação diplomática com outros grupos diferentes.

Foi nessa época adolescente, que comecei a customizar e criar minhas próprias roupas. Fazia tiras de rasgos nos cotovelos e nas golas, criava meus próprios cintos com diversas correntes e costurava à mão minhas bolsas. Logo que concluí o Ensino Médio, em 2006, no ano seguinte já estava matriculada em Design de Moda, na UniRitter, iniciando minha trajetória acadêmica.

Na época, me senti feliz por finalmente estudar algo que realmente gostava, porque não entendia muito bem a razão de ter que ficar decorando a fórmula de Báscara, por exemplo.

² Eram pulseiras com “espinhos” metálicos. *Spike*, referente à ponta de ferro, em inglês.

³ Cantora canadense que estourou no final dos anos 90, com o álbum *Jagged Little Pill*, trazendo influências do rock, sendo o álbum de estreia mais vendido por uma mulher nos EUA.

Nesse meio tempo, ousei produzir acessórios sem o mínimo de conhecimento em modelagem, e criei um blog no qual comecei a vender minhas primeiras bolsas.

Com o mundo ao meu alcance - a Internet - comecei a descobrir filmes franceses, o Franz Kafka⁴ e o universo Stanley Kubrick⁵. Com a dificuldade em encontrar roupas e estampas das quais gostasse, comecei a criá-las e vendê-las para pessoas que se identificavam com os mesmos gostos, pelo Brasil afora. Foi quando nasceu a Amélie Franz⁶, no ano de 2007, que continua firme até os dias de hoje.

Com a faculdade de moda, acabei estagiando em uma loja, onde descobri a modelagem e a produção. Decidi investir em um curso de costura e modelagem, enquanto esperava aprender algo útil na faculdade. As aulas de estética e história da arte eram as únicas que me interessavam porque as aulas de desenho limitavam o meu traço e as de modelagem e costuras não cheguei a cursar. Em dois anos e meio de curso, decidi trancar a matrícula por questões financeiras e principalmente, porque aos poucos, percebi que não me sentia bem naquele mundo *glamourizado* das tendências da moda em que a faculdade prezava tanto. Esse universo não fechava com minhas ideias de moda alternativa e independente.

Nesse meio tempo, descobri que existia o curso de Artes Visuais e decidi tentar a universidade pública. Optei pela licenciatura porque achava que o bacharel não tinha muita utilidade. Imaginava que dar aulas de arte poderia ser interessante.

Cheguei à prova específica com as folhas erradas e me deparei pela primeira vez com um cavalete e folhas enormes de papel A2, porque na escola só era utilizada A4. Mesmo assim, acabei passando na prova e no vestibular.

Então, no Instituto de Artes, achei que havia encontrado a verdadeira “praia”, a verdadeira “tribo”. Ao estudar as disciplinas da educação, acabei me apaixonando por esse meio e comecei a acreditar que poderia trabalhar em algo que realmente pudesse fazer a diferença, em meio às utopias de mudança do sistema de ensino. Ansiava por iniciar o estágio e poder aplicar na prática tudo o que idealizava na educação.

⁴ Escritor tcheco do século XX, famoso por sua obra “A metamorfose” e “O processo”.

⁵ Cineasta americano, autor de grandes clássicos do cinema como “2001, uma odisseia no espaço”, “Laranja Mecânica” e “O iluminado”.

⁶ A Amélie Franz é uma loja virtual que atua desde 2007, vendendo para o Brasil e exterior, atendendo àqueles que curtem propagar suas ideias através do ato de se vestir, investindo em exclusividade e criatividade, na contramão dos produtos industrializados. <www.amelie-franz.com>

2.1 O retorno à escola

Até que chegou o momento esperado do Estágio, e talvez por uma questão de afetividade e curiosidade, escolhi voltar à escola onde estudava, não mais como aluna, agora como professora-estagiária. A maior parte de nossa infância e adolescência se passa dentro de uma escola, e no meu caso, apenas essa escola fez parte da minha vida.

Após quase dez anos, percebo que quase nada mudou: a mesma configuração das mesas e de toda a escola; a mesma forma de ensinar decorando e copiando; conteúdos desconexos entre si; e nem mesmo o ensino dos professores de Arte, que normalmente costumam desviar-se dos padrões, acabava diferente. Ou seja, continuava uma escola sem conexão, sem emoção, sem arte, sem vida. Com a imensa maioria dos alunos e também dos professores, querendo constantemente estar em outro lugar, que não ali.

Com o incentivo da minha orientadora resolvo alinhar a moda a essa experiência do estágio e ao trabalho de conclusão, já que o tema constitui a minha vida e o meu trabalho no qual atuo há oito anos. Diante disso, passo a notar atentamente o comportamento e o estilo dos alunos e lembro-me daquela Carolina criança e adolescente, resgatando minhas identidades e estilos construídos ao longo daqueles doze anos.

Ao adentrar novamente na escola - agora com um olhar mais maduro e reflexivo – vou percebendo a existência dos grupos formados por estilos e identidades semelhantes – como se fossem os mesmos formados na mesma época em que eu estudava: são grupos que se diferenciam e identificam com os mesmos jeitos de se vestir, de gostos musicais, de estilos de vida, percebendo uma massificação de estilos e tendências dentro da escola.

Através deste resgate de minhas memórias e observações feitas durante a realização do meu Estágio Curricular, procuro neste trabalho investigar sobre o papel da moda na construção de identidades e produção de subjetividades na escola.

Stuart Hall (2014) argumenta que o sujeito pós-moderno não apresenta uma identidade fixa, mas várias delas, porque a identidade é culturalmente formada e transformada constantemente. Vinculo esta ideia para falar sobre a construção de identidades.

Já o conceito de produção de subjetividades está relacionado à ideia do filósofo francês Félix Guattari. Ele considera que uma das principais características da produção de subjetividades nas sociedades “capitalísticas” seria a tendência a bloquear processos de singularização (particular, único, isolado) e instaurar processos de individualização (tornar-se diferente dos outros). A subjetividade, conforme ele afirma, é essencialmente social, assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares.

Dentro dessa perspectiva, a moda se encontra presente em sala de aula, embora não se discuta ou se reflita sobre ela. Portanto, busco refletir neste trabalho acerca do papel da moda e da cultura visual dentro da escola, alinhavando às minhas experiências obtidas através do estágio, trazendo exemplos de encontros entre a moda e a arte, a fim de ressaltar a importância de inseri-las e discuti-las no âmbito do ensino.

2.2 O estágio

O período de estágio ocorreu entre março e julho sendo que a primeira fase foi somente de observações; e a parte prática iniciou em setembro até o final de novembro do ano de 2015.

2.2.1. A escola

Para tal, é importante primeiramente informar o contexto escolar em que realizei o estágio. O colégio estadual Coronel Afonso Emílio Massot foi fundado em 1938 e situa-se no bairro Azenha, em Porto Alegre, RS.

De acordo com o PPP (Projeto Político Pedagógico), o colégio vivencia problemas relacionados às drogas e a violência, que contribuem de maneira significativa para o aumento dos índices de evasão e repetência. Na comunidade escolar predominam alunos de classe média e baixa, existindo em quase todas as turmas, alunos com o benefício Bolsa-Família. As famílias apresentam estruturas variadas e valores diversificados. As condições econômicas das famílias destes alunos exigem que seus pais tenham uma dedicação intensa ao trabalho, dificultando o acompanhamento efetivo das atividades escolares de seus filhos, e consequentemente as reuniões de pais resultam em salas quase vazias. A escola atende um público procedente de diversas zonas de Porto Alegre e Região Metropolitana, principalmente dos bairros Restinga, Azenha e Partenon.

O funcionamento da escola se divide pela manhã atendendo ao Ensino Médio com cerca de 500 alunos, à tarde em média 320 alunos do Ensino Fundamental do 1º ao 9º ano, e à noite o Ensino Técnico (com 140 alunos) e EJA (75 alunos), totalizando aproximadamente 1.040 alunos.

2.2.2 *Contextos das turmas*

As quarenta horas obrigatórias do Estágio Curricular foram preenchidas com uma turma do sétimo ano do Ensino Fundamental, e outras duas turmas do primeiro ano do Ensino Médio.

A professora de Artes destas turmas é formada em História pelo IPA e além das aulas de artes ministra as disciplinas de história, sociologia e ensino religioso.

A turma do Ensino Fundamental era muito agitada e queriam sempre muita atenção. Eles gritavam e falavam alto, porém, eram bastante participativos, embora lentos nas atividades: a maior parte dos alunos da turma não conseguia terminar as tarefas e solicitavam pra entregar os trabalhos posteriormente. As classes eram divididas em duplas, e normalmente sentavam-se separados por gênero. Muitos costumavam ficar com os fones de ouvido escutando músicas, às vezes até cantarolavam.

Nas turmas do Ensino Médio, a dispersão e desmotivação na sala de aula eram claramente notáveis: alguns ficavam deitados nas classes, ou debruçados sobre seus colegas; existiam grupos e alguns casais em aula, que viviam abraçados e dividiam os fones de ouvido; o celular estava frequentemente presente, conectado às redes sociais; eram desanimados e desinteressados; agrupavam-se conforme os estilos e era perceptível a ostentação de marcas.

Todas as turmas eram grandes, em média trinta alunos. Os alunos tinham idades entre 12 e 17 anos.

2.2.3 *Um pouco sobre a metodologia e aplicação do projeto de ensino*

Para desenvolver uma compreensão crítica de objetos e imagens de arte, é necessário considerar que o mundo simbólico e suas formas são construções sociais mediadas por tradições que ocupam espaço instável e contraditório, aberto a novas interpretações e aprendizagens. Para que o conhecimento artístico seja crítico, é necessário confrontá-lo com a tradição e com os cânones que o medeiam, criando espaços propícios para a experimentação e a pesquisa. Também é necessário construir relações com ideias, visualidades e práticas que façam parte do repertório artístico e imagético contemporâneo e do mundo simbólico dos alunos. (MARTINS, 2011, p.20.)

Baseando-me na citação acima de Raimundo Martins, durante a minha realização do Estágio Curricular, busquei explorar a identidade, através dos temas da arte e da moda, trazendo referências da cultura visual com o intuito de dar voz ao aluno, empoderando-o para explorar suas potências e compor uma consciência mais crítica em relação às visualidades.

O objetivo geral do meu projeto de ensino foi contribuir para um pensamento mais crítico e complexo sobre o universo de visualidades que compõem a cultura visual, em especial, da moda.

A metodologia que envolveu as atividades propostas dentro deste trabalho foi realizada a partir de atividades práticas, com desenhos e fotografias. Também utilizei atividades reflexivas, por meio de questionários e análise de imagens. Por isso, todas as respostas dos alunos mencionadas neste trabalho encontram-se escritas e guardadas em meus arquivos pessoais, material do Estágio Curricular.

Como primeira atividade, realizei o jogo do Retrato Chinês⁷, que consiste de várias perguntas a respeito das preferências e gostos, possibilitando ter uma ideia ampliada sobre a cultura visual deles, percebendo o que eles gostam e estão consumindo. Com as respostas em mãos, pesquisei as referências trazidas por eles e apresentei ligações com a História da Arte, possibilitando a percepção de que muitas coisas que fazem parte da cultura visual podem partir ou se inspirar na arte. Trabalhamos a questão dos autorretratos e das *selfies*; o jeito e estilo de se vestir com perguntas e desenhos; e a análise de imagens, possibilitando reflexão e crítica quando relacionamos com alguns assuntos que envolvem nosso cotidiano e visualidades.

⁷ Jogo feito de perguntas como: Se eu fosse uma música; se eu fosse uma banda/cantor(a)/grupo; se eu fosse uma marca; se eu fosse alguém famoso... eu seria?

3 PRELIMINARES

Antes de começar, é importante a conceituação da palavra moda, bem como as suas relações entre os sistemas e suas instituições. Para isto, gostaria de explanar as diferenças entre os conceitos de moda, indumentária e roupa e tomar a minha posição do que entendo por moda neste trabalho.

3.1 Conceituando a moda

Ao pesquisar sobre as palavras roupa e indumentária, encontra-se o significado, de roupa como sinônimo de indumentária, traje, vestuário. Todavia, enquanto a roupa é considerada peça de tecido ou conjunto de peças do vestuário, a indumentária refere-se à arte e a história do vestuário através dos tempos e dos povos⁸.

O pensador norueguês Lars Svendsen (2010), autor do livro *Moda: uma filosofia*, afirma que o desenvolvimento da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, porque aboliu as tradições e indicou a direção da modernidade.

Tal como coloca Svendsen (2010), a moda não é universal, mas desde que surgiu na sociedade, foi levando um número cada vez maior a seguir sua lógica. As variações e evoluções no vestuário eram muito lentas durante a Antiguidade e Idade Média, sendo tipos de roupas que perduraram por séculos. Somente a partir do final da Idade Média que foi possível reconhecer a moda como um sistema: em meados do século XIV, provavelmente no começo do Renascimento com a expansão do capitalismo, que nobreza e realeza passaram a usar modelos de vestimentas diferenciados e exclusivos por conta da contrariedade em ver a burguesia copiando suas roupas, disputando o poder pelo status social, assim podendo considerar a criação de um ciclo de novidade e imitação e compreender a moda como ela é hoje (COSTA, 2009). Um ciclo que durava de uma década e que no século XIX passou a durar apenas uma estação. Entrava-se na chamada era da moda consumada⁹, como pondera o filósofo francês Gilles Lipovetsky (1987).

A roupa, esse hábito inventado pelo ser humano, e a moda, enquanto fenômeno que regula a forma de vestir, calçar e ornamentar-se, (COSTA, 2009) é reconhecida como linguagem, e interage com o mundo contemporâneo em conversa com as artes e as mídias. A

⁸ De acordo com o dicionário Priberam. Acesso em: <<http://www.priberam.pt/DLPO/indument%C3%A1ria>>

⁹ Segundo Lipovetsky (1989), é a era em exercida pela efemeridade, sedução e diferenciação marginal. Uma nova geração de sociedades burocráticas e democráticas, que não se identifica somente ao luxo das aparências e da superfluidade.

roupa tornou-se também um veículo de expressão, tanto de críticas, ideais, utopias, conceitos e metáforas. Dessa forma, a moda é um sistema de significados cultural que segue o vestuário, integrando desde as triviais roupas do dia-a-dia a um contexto social e político.

Identidade é um dos conceitos seminais para se descrever a função da moda como aponta Svendsen (2010). O modo como nos vestimos constrói uma identidade, e ela sendo uma condição da vida em sociedade, encarrega-se de compor nossos modos de ser e agir socialmente.

Desde o Renascimento, a moda tem sido um dos fenômenos mais influentes na civilização ocidental, que uma compreensão dela deveria contribuir para uma compreensão de nós mesmos e de nossa maneira de agir, mas apesar disso, ela foi praticamente ignorada pelos filósofos (SVENDSEN, 2010), como também apontava Lipovetsky (1987).

Antigamente, a moda era difundida entre a classe mais alta, detentora de maior renda e bens, para a classe baixa que copiava seus modelos, perdurando esta lógica durante muito tempo. Atualmente, essa regra se desfez e os padrões de difusão seguem mais a idade, na medida em que cada vez mais os jovens¹⁰ usam modas “adultas” e os adultos usam modas “jovens”, tornando-se a juventude um estilo de vida. E estilos de vida também entram e saem de moda.

Alguns podem pensar que a moda relaciona-se à obsessão das mulheres pelo tema, mas aqui vamos pensa-la direcionada a ambos os sexos porque é notável que ela atinja a maioria das pessoas em relação aos outros, ou a si mesmas. Também não se pode limitar o olhar à esfera das roupas, e considerá-la como um fenômeno que invade todas as áreas, penetrando na arte, política e ciência. Pode-se defini-la como um sistema que substitui de modo relativamente rápido por algo novo, mas que só se configura quando a mudança é buscada por si mesma (SVENDSEN, 2010). Desse modo, também levanto questões ligadas às coisas e expressões que estão “na moda”, por vezes motivos de rejeição e desqualificação, porém através destes discursos creio ser possível desenvolver uma relação mais reflexiva com o tema.

3.2 Moda e (é) arte?

A moda e a arte são dois campos que trabalham na construção da diferenciação social, contribuem para o estabelecimento de valores estéticos e transitam de uma para outra.

¹⁰ Saliento que a criação da ideia de infância e juventude é muito recente, não existindo antes roupas de crianças ou adolescentes, passando a moda a ajudar a criar estes conceitos.

A roupa, sendo ela uma linguagem, objeto de reflexão artística, torna-se principalmente no final do século XIX, um “meio de expressão e suporte para criação, de que os artistas apropriaram-se sob as mais variadas perspectivas” (COSTA, 2009, p.37).

Segundo Svendsen (2010), foi por volta de 1860, desde que a alta-costura foi introduzida, que a moda aspirou a ser reconhecida como uma arte de pleno direito. Foi Charles Worth quem promoveu a “emancipação” do estilista, que deixaria de ser artesão para se tornar um “criador livre” e passando a assinar suas produções, inserindo etiquetas. Worth também lutou para que o estilista pudesse ser reconhecido como um artista, mas foi Paul Poiret que se declarou: “sou um artista, não um costureiro”. Desde então, a moda rivaliza-se nas referências artísticas para designar os estilistas: Dior é o Watteau dos costureiros; Balenciaga, o Picasso da moda (LIPOVETSKY, 1987).

Creio que tanto a arte como a moda se encontram em pé de igualdade, principalmente se levarmos em consideração o que está sendo produzido atualmente. Evidente que estilistas como, por exemplo, Ronaldo Fraga e Vivienne Westwood e artistas como Rosana Paulino e Marina Abramovic são mais reconhecidos no meio em que atuam e pouco na cultura midiática. Não obstante, a moda é reconhecida mundialmente por marcas como Adidas, Nike, Gap e Louis Vuitton, lembradas por suas frequentes propagandas e também reproduções falsas no mercado clandestino. O mesmo acontece com a arte, nas reproduções em massa de pôsteres e utilitários com estampas dos girassóis de Van Gogh, os jardins de Monet ou a MonaLisa de Leonardo DaVinci, comprovando que hoje, ambos os campos estão voltados ao consumo e comunicação de massa.

A moda e a arte se aproximaram tanto que se tornou difícil uma distinção clara entre as duas (SVENDSEN, 2010). Até mesmo a atemporalidade que poderia diferenciar a arte da moda, já não é mais uma característica desde o momento em que a moda apareceu em grandes exposições e criaram-se museus específicos pra ela.

Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2013) no livro *A estetização do mundo*, anunciam que vivemos na era do capitalismo artista em que “o princípio de sedução estética não é mais um fenômeno socialmente limitado à arte e ao luxo, ele inerva a sociedade de hiperconsumo em seu conjunto sob o signo de moda.” (2013, p. 80).

Podemos perceber mais claro o convívio entre a moda e a arte por meio de alguns exemplos de obras e criações que possibilitaram o encontro dos dois campos. Em uma rápida passagem pela história, verifica-se a troca de ideias e conceitos dessa potente união, a seguir.

3.3 Encontros entre moda e arte

É possível encontrar diversos criadores de moda que buscam referências e inspirações em obras de arte, como também artistas que interpretam conceitos e ideias do vestir e desenvolvem estampas exclusivas para coleções de moda. Certos profissionais da moda¹¹ buscam a criação de roupas e acessórios distanciando-se das tendências e da alta costura e aproximando-se mais da arte.

Na arte, quase todos os movimentos vanguardistas tiveram uma forte interação dos artistas com a vestimenta, que segundo Costa (2009) exploraram possibilidades plásticas, performáticas ou de provocação, conforme as características de cada grupo. A artista russo-francesa Sonia Delaunay era uma delas: tornou-se referência nos dois campos ao transpor suas telas de grafismos e cores vibrantes em estampas para tecidos de peças de roupas que acompanhavam as silhuetas e formas da moda da época. Conforme Costa:

Sonia utilizava novos materiais, estampas inéditas e, principalmente vestia, ou fazia vestir, os trajes que criava e denominava de ‘pinturas vivas’, expressando seu empenho pela projeção no espaço de formas, cores e texturas e a transformação destas pelos movimentos do corpo. (COSTA, 2009, p.38.)



Fig.1: Sonia Delaunay¹²



Fig.2: Gustav Klimt
Retrato de Emilie Flöge¹³, 1902.

¹¹ Neste parágrafo, denominam-se criadores ou profissionais de moda ou costureiros, como assim eram chamados, pois o termo “estilista” foi criado somente por volta de 1960.

¹² Disponível em: <<https://suecosta.files.wordpress.com/2010/05/sonia-delaunay-terk.jpg>>. Acesso em nov. 2015.

¹³ Disponível em: <<https://artmodel.wordpress.com/2012/02/24/emilie-floge-art-and-fashion-with-gustav-klimt/>> Acesso em nov.2015.

No começo do século XX, arte e moda se cruzaram com a criação de dez vestidos da criadora Emilie Flöge para ser retratada com suas vestes pelo amigo artista austríaco Gustav Klimt, resultando em eternas e belíssimas pinturas.

Mas segundo Lipovetsky e Serroy (2013), foi o artista americano Andy Warhol, o grande responsável por casar a moda e a arte por volta dos anos 1960, ao buscar inspirações da moda e da cultura de massa, estampando em suas telas imagens da publicidade e celebridades, autoproclamando-se “*business artist*”. Warhol, inclusive, iniciou sua carreira no campo da moda, como ilustrador de revistas, vitrinista e desenhista, que segundo Costa (2009, p.55), “o tornou para sempre muito consciente da relação entre arte, moda e consumo”.

Em 1965, o estilista francês Yves Saint Laurent, inspirado no artista neerlandês Piet Mondrian, exibiu uma coleção com os característicos padrões de cores vibrantes com linhas pretas.



Fig.3: Andy Warhol
Marilyn Monroe¹⁵, 1962.



Fig.4: Yves Saint Laurent¹⁴

No Brasil, impossível não referenciar os artistas brasileiros Flávio de Carvalho, Lygia Clark e Hélio Oiticica. Flávio de Carvalho com sua performance *Experiência nº3*, em que caminhou pelas ruas do centro de São Paulo vestido com uma blusa amarela de náilon de mangas bufantes com buracos sob as axilas, um saio verde de pregas e meias arrastão, no ano de 1956. Era um traje libertador considerado provocador, criticando a moda brasileira, a

¹⁴ Disponível em: <https://www.auctionaftersale.com/art_stories/focus-en/les-robres-mondrian-dyves-saint-laurent-une-heresie/?lang=en> Acesso em nov. 2015.

¹⁵ Disponível em: <<http://saatis.com.br/blog/2009/07/o-principe-da-pop-art-andy-warhol-pop-art-2/>> Acesso em nov. 2015.

roupa copiada da Europa, propondo uma maneira revolucionária de se vestir, fortalecendo a identidade do homem brasileiro. Hélio Oiticica, no ano de 1964, criou suas vestes híbridas (tendas, estandartes e capas) que eram usadas pelo espectador que recorria à movimentação do corpo, correndo ou dançando, virando a própria obra de arte, os tais inesquecíveis Parangolés. Além de romper com a barreira entre obra de arte e o povo, criando uma integração entre o corpo e o objeto artístico, o artista também buscava quebrar o distanciamento entre classes sociais. Já Lygia Clark, criadora de uma série chamada *Roupa-Corpo-Roupa* (1968) que propiciava diferentes tipos de ideias, sensações, diálogo e sensibilização, como as obras *O Eu e o Tu* e *Cesariana*, as duas são compostas por macacões e capuzes de plástico que devem ser vestidos pelo espectador/participante. A primeira obra é usada em conjunto por um homem e uma mulher que vestem macacões com zíperes que contém diversos materiais em cada bolso e um tubo de borracha une as duas roupas como se fosse um cordão umbilical – a ideia é a exploração do outro, proporcionando diferentes sensações, podendo sentir o homem uma sensação feminina e a mulher vice-versa. Já *Cesárea*, é vestida somente por homens e consiste em um macacão de plástico com um bolso de zíper na altura do abdômen, que aberto contém uma bolsa de borracha cor-de-rosa repleta de pedaços de confetes e espuma, como se fosse uma espécie de “barriga grávida”. Há também os acessórios de Lygia, como as Luvas Sensoriais (1968), vestidas para pegar bolas de variadas dimensões e texturas, feitas para pensar numa redescoberta do tato, e os Cintos-Diálogos, que eram peças imantadas, que ao serem usados eram atraídos ou repelidos (COSTA, 2009).



Fig.5: Flávio de Carvalho¹⁶

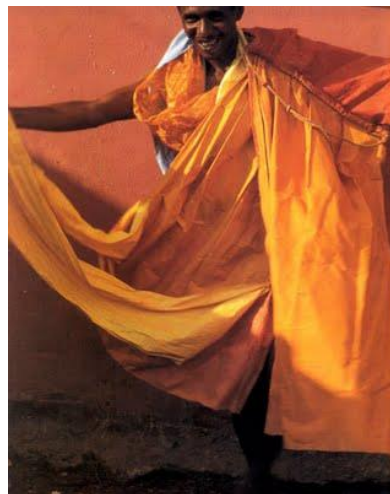


Fig.6: Hélio Oiticica¹⁷



Fig.7: Lygia Clark¹⁸

¹⁶ Disponível em: <<https://duodeluxo.wordpress.com/2010/11/15/flavio-de-carvalho-desveste-a-moda/>>. Acesso em nov. 2015.

Podemos perceber que a interação entre os dois campos fica mais evidente, principalmente a partir dos anos de 1980, quando “a moda conceitual surge com suas raízes fincadas na arte conceitual dos anos de 1970” (BASSO, 2014), criando um paralelo no qual a arte não precisa necessariamente de objetos e as roupas não mais necessitam ter a função de usáveis e/ou confortáveis, desfilando peças performáticas especialmente para a ocasião.

A partir daí, a roupa é findada como elemento acionador na performance artística (SOUZA, 2014). Como o caso das obras da artista sérvia Marina Abramovic. Em suas performances, apresenta o corpo como ato intrínseco da obra, e a roupa como um significante. Suas obras estão ligadas às suas experiências pessoais, sendo o vestir e despir componentes marcantes, com a própria nudez sujeita a pensar sobre a ausência da roupa. O nu é o traje do corpo como nas obras *Imponderabilia* (1977) em que Marina fica nua junto de seu ex-namorado Ulay em um corredor estreito em que pessoas encostam-se para circular ou em *Rythm 0*, em que se coloca vestida à disposição de seus espectadores, e acaba nua por eles. Na performance *The Artist is present* (2010), fica horas sentada em uma cadeira disponível para o público, usando um belíssimo vestido longo de gola alta e mangas compridas, vermelho ou branco. Aqui, mesmo não havendo falas, a vestimenta da artista constrói uma comunicação com o espectador com as cores e potência de suas vestes.

A moda passa a ser apresentada no campo das ideias, tal como a arte, tornando uma aproximação cada vez mais forte ao sistema das artes, tal como pondera Lipovetsky:

O fosso entre a criação de moda e a da arte não cessa de reduzir-se: enquanto os artistas não conseguem mais provocar escândalo, os desfiles de moda se pretendem cada vez mais criativos, há doravante tanto de inovações e de surpresas na *fashion* quanto nas belas-artes, a era democrática conseguiu dissolver a divisão hierárquica das artes sujeitando-as igualmente à ordem da moda. Por toda a parte, o excesso em originalidade, o espetacular, o marketing, levaram a palma (1987, p. 319).

¹⁷ Disponível em: < <http://www.obrasilcoms.com.br/2013/08/parangole-por-helio-oiticica/>> Acesso em nov. 2015.

¹⁸ Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/337/diversao_arte/expo_lygia_clark.htm> Acesso em nov. 2015.

Fig.8: Marina Abramovic¹⁹Fig.9: Marina Abramovic²⁰Fig.10: Alexander McQueen²¹

No final do século XX, a moda abandona a estética da beleza para a estética da transgressão, lançando nomes controversos como o estilista britânico Alexander McQueen. Sua intenção era provocar reações na plateia, e dizia que ao invés de um agradável coquetel, preferia provocar náusea em seus desfiles.

Durante as décadas de 1980 e 1990 os desfiles gradualmente foram se transformando em eventos espetaculares. Os estilistas começaram a usar estratégias associadas às artes contemporâneas, criando roupas mais próprias às exposições em galerias e museus do que a desfiles de moda, como os casos do britânico Hussein Chalayan, precursor da união entre moda e a “tecnologia vestível”; o belga Martin Margiela, afeito às desconstruções e reciclagens; e a nipônica Rei Kawakubo, desafiadora dos volumes e proporções. Todos fizeram verdadeiras obras de arte e instalações em seus trabalhos.

¹⁹ Disponível em: <<https://lesetincellesdesmots.wordpress.com/2013/12/20/marina-with-ulay/>> Acesso em nov. 2015.

²⁰ Disponível em: http://40.media.tumblr.com/a8f4e0b1526ecf147b75d99cf8eb3961/tumblr_npqkfTNIw1uuif0qo4_1280.jpg Acesso em nov. 2015.

²¹ Disponível em: <http://theredlist.com/media/database/fashion2/history/1990/alexander_mcqueen/25-alexander_mcqueen_theredlist.jpg> Acesso em nov. 2015.

Fig.11: Hussein Chalayan²²Fig.12: Martin Margiela²³Fig.13: Rei Kawakubo²⁴

Mas certamente, o estilista brasileiro Jum Nakao foi um dos grandes responsáveis pelo cruzamento arrebatador da arte no mundo da moda, com seu memorável desfile performático chamado *A costura do invisível*, no ano de 2004, em um dos eventos mais famosos da moda brasileira, o São Paulo Fashion Week. Toda a coleção de roupas composta por quinze peças inspiradas no século XVIII, confeccionadas em mais de 700 horas de trabalho em papel vegetal importado, com bordados de renda e estampas feitas a *laser* foram destruídas em frente à plateia pelas próprias modelos, ao final do desfile.

Fig.14: Jum Nakao²⁵Fig.15: Jum Nakao²⁶

²² Disponível em: <<http://static.dezeen.com/uploads/2009/01/dezeen-podcast-hussein-chalayan-at-the-design-museum-hussein-chalayan-springsum.jpg>> Acesso em nov. 2015.

²³ Disponível em: <http://www.vogue.xl.pt/moda/especiais/detalhe/livro_de_historia_maison_margiela.html> Acesso em nov. 2015.

²⁴ Disponível em: <<https://fashionview.wordpress.com/tag/rei-kawakubo/>> Acesso em nov. 2015.

A escolha pelo material de papel remete à ideia do frágil, efêmero, e do anticomercial na indústria da moda. Em entrevista à revista UFG, Nakao declara:

A escolha do papel como material para a confecção das roupas foi importante porque o tecido não nos permite nos desfazermos de nós mesmos, porque os traços, as marcas, o material ainda estão lá. Com os papéis, despi as ideias e elas ficaram expostas, flutuando. (NAKAO, 2009.)

Trabalhando a questão da efemeridade, tão bem relacionada à moda, o estilista se opõe a lógica dos desfiles que têm como função principal o lançamento de tendências. Inclusive, Nakao foi indagado se o seu trabalho não seria mais bem exibido em uma galeria de arte. Penso que o trabalho de Nakao não teria esse sucesso todo se apresentado em um espaço expositivo de arte. A ideia do estilista era justamente atingir o público da moda, tão afeito às tendências. Ao contrário dos excelentes estilistas performáticos mencionados anteriormente, Nakao vai além, liquidando com todo o seu trabalho em questão de segundos. Suas roupas não foram feitas para serem usadas, guardadas ou compradas como objetos de arte após o desfile, mas lembradas eternamente no campo das ideias e da memória, marcando profundamente esse entrelaçamento entre arte e moda.

Nesse sentido, torna-se importante ponderar sobre o que dizem os teóricos Lipovetsky e Serroy (2013): vivemos hoje no tempo dos cruzamentos hipermodernos, em que “os produtos de consumo se confundem com a moda, a moda imita a arte, a publicidade reivindica a criatividade artista e a arte se aproxima do produto moda e luxo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2013, p. 78).

²⁵ Disponível em: <<http://portaltagit.ne10.uol.com.br/moda/28393/uma-reflexao-sobre-a-efemeridade-da-moda-e-de-tudo-o-mais/>> Acesso em nov. 2015.

²⁶ Disponível em: <<http://portaltagit.ne10.uol.com.br/moda/28393/uma-reflexao-sobre-a-efemeridade-da-moda-e-de-tudo-o-mais/>> Acesso em nov. 2015.

4 A MODA E A ARTE NA EDUCAÇÃO

Os Estudos da Cultura Visual (ou Estudos Culturais Visuais) são discutidos por alguns teóricos da educação como Bolin e Blandy, Mitchell, Barnard e Mirzoeff e Freedman (SARDELICH, 2006) que contribuem para pensarmos sobre os temas relacionados à cultura visual e midiática. Destes, penso que Barnard identifica duas vertentes fundamentais nesses estudos: a primeira trata de normatizar e prescrever objetos de estudo como sendo a arte, o *design*, a moda, etc.; a segunda se refere a valores e identidades construídos e comunicados pela cultura via mediação visual. Mirzoeff acredita que a cultura visual é uma estratégia para compreender a vida contemporânea. E Freedman, salienta que nossas identidades se refletem e se definem nas maneiras como representamos a nós mesmo visualmente, do que vestimos ao que assistimos na televisão. Segundo ela, “a cultura é a forma de viver e a cultura visual dá forma ao nosso mundo, ao mesmo tempo em que é nossa forma de olhar o mundo” (SARDELICH, 2006).

No Brasil, Raimundo Martins, Irene Tourinho e Belidson Dias são autores que trazem importantes reflexões acerca do tema, principalmente da importância de vincular os estudos culturais nas práticas educacionais e de como a escola deve se posicionar com relação à proliferação de imagens. Inclusive, estes autores criaram uma série chamada Cultura visual e escola, no programa Salto para o Futuro, veiculado pela TV Escola. O objetivo da série contribui para a formação de professores no campo das visualidades e possibilita informações e troca de experiências que orientam os alunos no desenvolvimento de uma visão crítica e criativa com relação à cultura visual, às imagens que expressam formas de vermos e sermos vistos na contemporaneidade, envolvendo o exercício de atitudes éticas e estéticas com relação a nós mesmos e aos outros, tal como coloca Tourinho:

A educação da cultura visual cruza abordagens da arte das ciências sociais visando um olhar crítico e investigativo em relação às imagens aos modos de ver, valorizando a imaginação, o prazer e a crítica como constituintes das práticas de produção e interpretação de visualidades. Ao compreender arte e imagem como cultura, a cultura visual explora usos e possibilidades educativas e pedagógicas de um amplo espectro de visualidades que inclui imagens de arte, ficção, publicidade, entretenimento e informação.

As imagens contam de nós, dos outros, para nós, para outros. (TOURINHO, p.4, 2011.)

Dentro dessa abordagem, o espanhol Fernando Hernández já inseria a expressão “compreensão crítica” através dos Estudos da Cultura Visual, no que acredito ser de competência a toda forma de conhecimento, não só das artes. Para o autor, o vocábulo

“crítica” significa avaliação e juízo que resultam de diferentes modelos de análise, e fundamenta sua proposta em ideias provenientes do pós-estruturalismo e do feminismo pós-estruturalista (SARDELICH, 2006). Sendo assim, creio que os estudos referentes à cultura visual, e em especial à moda, são acessíveis e importantes para se discutir em sala de aula.

A moda, parte integrante da cultura visual, é bastante atuante no cotidiano dos alunos, na condição de formação de grupos e estilos, no desfile de etiquetas e marcas, tornando-se assunto de pauta entrecortado dentro da sala de aula e no recreio.

Na escola é possível identificar nos discursos dos alunos maneiras de ser e de agir por meio de roupas e acessórios exibidos, isso quando esses discursos não estão claramente explícitos, por exemplo, em camisetas, mochilas e capas de celular estampadas com imagens de ídolos ou preferências culturais. Estes dispositivos são responsáveis por reproduzir moda e sendo bem trabalhadas em sala de aula, trazem a cultura visual para dentro da escola com a finalidade de facilitar experiências reflexivas críticas, conforme Hernández (2000; 2007).

Mas o que então a moda, especificamente, tem a contribuir com a educação?

A moda pode estabelecer conexões com a estética que se corresponde à arte. Também a moda é capaz de se relacionar com a ética no sentido de se portar e conduzir culturalmente em nossa sociedade. Já a ética, consegue se associar com a educação, e a educação em arte pressupõe uma educação estética imbuída de valores éticos, na condição de corporeidade, de como se decora, modifica-se e promove-se o corpo para a construção de uma identidade visual, um sujeito de valor estético e ético.

Portanto, deve-se considerar que a moda (ligada aos Estudos Culturais), enfatiza a experiência social do ver e ser visto, impactando e instituindo modos de ver, de ser, de agir, de desejar e de imaginar (TOURINHO, 2011), participando da formação de identidades, em busca dos modos como se usa a moda de uma forma mais crítica e consciente.

4.1 As pedagogias culturais: a moda exercendo uma pedagogia

Um aluno costuma passar no mínimo um turno inteiro durante cinco vezes por semana na escola, ou seja, a maior parte do tempo de sua infância e adolescência é vivida dentro do ambiente escolar. Nesse ambiente, além dos conteúdos passados pelos professores, o aluno também toma e transfere conhecimento através da troca com os colegas e professores durante as aulas, entre períodos e o recreio.

No entanto, sabe-se que o exercício do ensino não se limita somente à escola, ele pode ocorrer em variados locais sociais, como a TV, filmes, livros, jornais, revistas, brinquedos,

anúncios, esportes, videogames, redes sociais, etc., que são as chamadas Pedagogias Culturais (STEINBERG, 1997).

As Pedagogias Culturais incluem os estudos da mídia, sendo esta entendida como qualquer dispositivo (TV, propagandas, revistas, etc.) que possa estar ligada aos processos de construção de ideias, comportamentos e valores, junto aos meios de comunicação em massa.

Detenho-me aqui, sobre esses estudos - relacionados à ideia de construção de moda, compreendida como um modo de ser e vestir-se, exercendo um papel forte entre os jovens. Pois a mídia especializada, segundo Castilho (2005), pode construir “mundos perfeitos, possíveis, desejáveis, prováveis, e tantos outros nos quais se espelham os sujeitos, seus destinatários” (p. 22).

Não podemos negar que a mídia é um excelente instrumento para formar e integrar os indivíduos. Como cita Lipovetsky (1987), “a mídia conseguiu substituir a Igreja, a escola, a família, como instâncias de socialização e de transmissão de saber” (p. 263). Através da imprensa, da televisão, e da Internet, os indivíduos estão cada vez mais a par, do que se passa no mundo.

Os jovens quando não estão na escola, em sua maioria, passam cada vez mais o dia assistindo a televisão e nas redes sociais ou jogando games eletrônicos, imersos na saturação de imagens que estabelecem modos de interação que atraí e repele nossos olhares, das chamadas “máquinas de ver e ser vistos” (TOURINHO, 2011).

Há também, como afirma Tourinho (2011), o consumo involuntário das imagens, que nos são impostas, constando que “consumimos quase 18.000 imagens somente percorrendo nossos trajetos rotineiros” (p.9). A mesma autora fala sobre compreender a experiência do ver e ser visto, dando conta dos significados que atribuímos às imagens, construídas não apenas em consequência das limitações, cegueiras e circunstâncias que nos constituem, mas também construídas em consequência das diferentes e várias maneiras como as imagens podem ser (re)construídas, (re)apresentadas, transfiguradas, postas em circulação e ‘recepcionadas’:

Imagens são artefatos que articulam informação, conhecimento, entretenimento e comunicação. Elas influenciam, direcionam, alteram e transformam sentidos e significados de experiências e de papéis sociais de alunos e professores. Desenhando nossos jeitos de ser, sentir e agir, as imagens nos formam, construindo e configurando traços identitários que nos identificam e nos representam. (TOURINHO, 2011, p. 6.)

Nesse sentido, alunos se identificam ou opõem-se a imagens e discursos da moda, construindo suas identidades.

Conforme Lipovetsky (1987), “a moda se traduz pela amplitude da paixãoite, pelo sucesso da massa visível nos gráficos de discos e livros mais vendidos, filmes e programas mais vistos” (p.239). “As indústrias culturais são tributárias da forma moda, da publicidade, dos diferentes vetores de sedução e de promoção” (p.242). Ainda segundo ele, “é a forma moda que organiza a produção e a difusão dos programas, que regula a natureza e os horários das transmissões” (p. 270).

A pluralidade na moda deve-se ao fato do vasto número de informações visuais que nos são bombardeadas diariamente. Dessa forma, no meio de tantas imagens que estão por toda a parte produzindo discursos, faz-se necessário uma tomada de consciência e um olhar mais reflexivo sobre este excesso de informações visuais (BUORO, 2002).

Por meio das imagens podem-se problematizar discursos, principalmente aqueles ditos como “verdades” veiculadas pela mídia, ensinando a “ler” as imagens, produzindo uma alfabetização visual. A educadora Shirley Steinberg fala sobre esse alfabetismo na mídia, enfatizando que é preciso pensar um currículo que desenvolva a análise crítica das mídias:

O alfabetismo na mídia, isto é, o desenvolvimento de habilidades de análise da mídia, torna-se não apenas um acréscimo necessário a um currículo tradicional, mas uma habilidade básica necessária para negociar a identidade, os valores e o bem-estar da pessoa nessa hiper-realidade saturada de poder. Em muitas escolas essas ideias nunca foram sequer consideradas e muito menos ainda discutidas. O alfabetismo na mídia, como o poder, não é visto nos círculos tradicionais como constituindo um tópico para ser ensinado às crianças (ou mesmo aos adultos). (STEINBERG, 1997, p.111).

Tendo em vista esses apontamentos, considero importante que o professor - não só de artes visuais, mas de qualquer outra disciplina - traga questões ligadas à moda e mídias, levando os Estudos Culturais para dentro da sala de aula, ambientando o aluno em um lugar em que se sinta mais reconhecido e atraído, ao identificar suas referências, contribuindo assim para desenvolvermos um pensamento mais crítico em relação a elas.

4.2 Ligações da arte com as referências da cultura visual dos alunos

Através do jogo do Retrato Chinês²⁷ obtive uma ideia ampliada sobre a cultura visual dos alunos, identificando o que gostam e estão consumindo. As respostas me levaram a conhecer suas músicas, bandas/cantores(as)/grupos, filmes, livros, programas de TV, jogos, celebridades, redes sociais, marcas preferidas, entre outros. Estes gostos, preferências, ou

²⁷ Ver *Um pouco sobre a metodologia e o projeto de ensino*, p. 13.

“paixonites” da moda como coloca Lipovetsky (1987) imbricam-se na construção das identidades.

Por meio desta atividade, embarquei em uma longa pesquisa com os elementos trazidos pelos alunos, procurando em conjunto, representações da História da Arte que pudessem se comparar, fazendo ligações entre referências de obras de arte com a cultura visual dos alunos, possibilitando a percepção de que a arte encontra-se presente e inspirada nos mais variados temas, inclusive em nossos gostos pessoais e atuais.



Fig.16: Beyoncé²⁸.



Fig.17: GeorgeGower, Rainha Elizabeth, 1588²⁹.

Como exemplo desta pesquisa, trouxe uma imagem de Beyoncé (Figura 16), uma das cantoras mais *pops* da atualidade, referenciada por muitos alunos. Esta foto de Beyoncé foi produzida para a campanha de uma agenciadora de ingressos para uma de suas turnês mundiais. As golas vitorianas bastante detalhadas, o cabelo em um coque cheio, a roupa volumosa, com seus adereços dourados, denotam elegância, riqueza, poder e ostentação. Nesta imagem, estes elementos querem sugerir a representação da cantora como uma rainha, uma soberana. Relacionei esta foto com a pintura de uma verdadeira rainha, Elizabeth (Figura 17), feita pelo artista George Gower, no ano de 1588.

Características semelhantes que ostentam poder e luxo, também estão contidas nas capas do CD *Edward, The Great*, (Figura 20) da banda britânica de *heavy metal* Iron Maiden e do CD *O.N.I.F.C* (Figura 18) do rapper norte-americano Wiz Khalifa. Para tais, utilizei duas representações distintas do Rei Luís XIV, uma do artista Hyacinthe Rigaud (Figura 19), de 1701 e a outra do artista Nicolas-René Jollain (Figura 21), de ano desconhecido.

²⁸ Disponível em: <<http://mankindunplugged.com/wp-content/uploads/2013/02/Beyonce-concert-the-mrs-carter-show-world-tour.jpg>> Acesso em nov.2015.

²⁹ Disponível em: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/f7/ae/1c/f7ae1c0fe905b3ed7efd9db3ce7ed024.jpg> Acesso em nov. 2015.

Fig.18: Wiz Khalifa³⁰.Fig.19: Hyacinthe Rigaud³¹,Fig.20: Capa CD Iron Maiden³².Fig.21: Nicolas-René Jollain³³

Nestas representações, procurei indagar os alunos do por que de muitos artistas sentirem essa necessidade de se representar como reis, sentados em posições impositivas no trono, com muitos adereços de ouro, tais como outras referências que eles me trouxeram, como os brasileiros MC Pedrinho, Mister Catra e MC Gui. Esses cantores são marcados e conhecidos pelos alunos por suas imagens que remetem a pessoas ricas e poderosas, segundo eles, que “venceram” na vida. Pode significar um indício de vaidade ou uma forma de protesto por conta da tardia democratização da moda, em que pessoas da classe trabalhadora só foram atingidas pela moda no século XIX (SVENDSEN, 2010, p.41). Denota também, de acordo com Lipovetsky (1987) o “desejo dos indivíduos de se assemelhar aqueles que são

³⁰ Disponível em: <<http://static.idolator.com/uploads/2012/08/08/Wiz-Khalifa-onifc-album-cover.jpg>> Acesso em nov. 2015.

³¹ Disponível em: < <http://msalx.viajeaqui.abril.com.br/2013/10/01/1536/5tY2z/luis-xiv-hyacinthe-rigaud-museu-do-louvre-paris-franca.jpeg?1380654826>> Acesso em nov. 2015.

³² Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/a/a2/Iron_maiden_-_edward_the_great_a-ww.jpg> Acesso em nov. 2015.

³³ Disponível em: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/92/Lodewijk_XIV_zittend.jpg Acesso em nov. 2015.

considerados superiores, que brilham pelo prestígio e pela posição, que os decretos da moda conseguem propagar-se” (p.43).

Também foi possível uma comparação entre um retrato da cantora americana Nicki Minaj (Figura 22) realizado para o ensaio da revista de moda W posando como cortesã do século XVIII, com o autorretrato da pintora neoclássica suíça Angelika Kauffmann, realizado entre 1780-1785 (Figura 23). Ambas as imagens em formato oval estão na mesma posição, trajando vestidos com muitos babados e rendas, cabelos enrolados caídos sobre o corpo, conferindo-lhes um aspecto doce e singelo ao retrato. Nesta representação trazida da cantora Minaj houve certo rebuliço dos alunos desacostumados a encontrá-la neste tipo de traje, porque normalmente Nicki é veiculada em videoclipes com cenas e vestes sexys e eróticas, gerando uma contradição/oposição de sua imagem.



Fig.22: Nicki Minaj³⁴



Fig.23: Angelika Kauffmann³⁵.

Foi possível encontrar também uma semelhança nos retratos da artista mexicana Frida Kahlo, especialmente na pintura chamada *Autorretrato dedicado ao Dr. Eloesser*, de 1940 (Figura 25) e da cantora estadunidense Lana Del Rey (Figuras 24 e 26). Selecionei estas imagens por ambas encontrar-se com o olhar sério e fixo, maquiagem no rosto e as flores na cabeça. Neste caso, também se pode debater sobre a atual construção midiática em que vivemos, na qual celebridades são montadas e modificadas (seja por cirurgias plásticas ou por efeitos do Photoshop) para alcançar o tão esperado sucesso. E a partir disso, discutir sobre a

³⁴ Disponível em: <<http://4.bp.blogspot.com/-1TanjGfYB8/TptkX2mcqrI/AAAAAAAAABcA/frM-i6b5PVA/s1600/8.bmp>> Acesso em nov. 2015.

³⁵ Disponível em: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/45/Angelica_Kauffmann_006.jpg Acesso em nov. 2015.

deterioração da autoestima dos jovens, formada por essa cultura visual que carrega um filtro midiático.

Alguns alunos julgaram muito a aparência de Frida, por sua sobrancelha espessa, dizendo que era muito feia. Nesta comparação, houve muita polêmica a respeito da beleza, e pude discutir com as turmas as questões de gênero e padrões de beleza impostos pela sociedade: Por que a mulher deve estar sempre bonita, maquiada e depilada? Por que não há essa comparação com os homens? Os alunos ficaram pensativos. Curiosamente, ao mostrar alguns famosos retratos da artista Frida, o aluno do sétimo ano chamado Leonardo escreveu na avaliação que: “Pode se fazer arte com as pessoas, homem, mulher, a arte não é só do homem”.



Fig.24: Lana Del Rey³⁶.



Fig.25: Frida Kahlo³⁷.



Fig.26: Lana Del Rey³⁸.

Pesquisar e procurar elementos dessa cultura jovem, de massa, que se desvela principalmente em forma de ídolos, revela grandes possibilidades para a educação, e diversas ligações com o ensino de Arte. “Se a cultura de massa está imersa na moda é também porque gravita em torno de figuras de charme com sucesso prodigioso, que impulsionam adorações e paixões extremas: estrelas e ídolos”, como aponta Lipovetsky (1987, p. 248).

4.3 Buscas de si através dos ídolos

A escola, sendo ela um lugar na qual passamos a maior parte do tempo enquanto seres infantis e juvenis, não só a habitamos para estudar fórmulas, regras e conceitos. É nela que formamos nossas identidades, que também são linguagens. Essas identidades estão ligadas ao

³⁶ Disponível em: <<http://s.glbimg.com/po/ms/f/original/2014/02/05/lana-del-rey50.jpg>> Acesso em nov. 2015.

³⁷ Disponível em: <http://i.huffpost.com/gen/1492132/thumbs/o-FRIDA-900.jpg?6> Acesso em nov. 2015.

³⁸ Disponível em: <http://www.papermag.com/uploaded_images/Lana-Del-Rey-70s-hair-styles.jpeg> Acesso em nov. 2015.

encontro ou desencontro com o outro na busca de si (PAIS, 2006), na procura de identificação ou oposição ao outro.

Os jovens, normalmente inspiram-se em seus ídolos, sejam eles musicais, televisivos, etc. Mesmo não admitindo, eles costumam copiar os estilos ou até mesmo suas atitudes, seja referente à roupa, ao cabelo, aos acessórios ou aos trejeitos.

Muitos alunos acabam admitindo essa busca por quererem se parecer com alguma personalidade renomada, sendo a fama, a beleza e a coragem os elementos justificativos, exemplos: Beyoncé, “porque ela é perfeita e gostosa”; Katy Perry, “acho ela muito linda”; a Isis Valverde, “porque ela é linda, bonita, famosa e adorada por todos e eu sou feia e quero que as pessoas tenham uma boa impressão de mim”; um famoso lutador de Wrestlers³⁹, “porque ele é muito famoso, gentil e talentoso”, ou Joana D’Arc, “porque eu acho que ela foi uma mulher corajosa”.



Fig.27.

No caso do retrato da figura 27, se percebe mais clara essa forte necessidade dos jovens na busca de se parecer com seus ícones preferidos. Um aluno trouxe uma foto que à primeira vista, por não ter conhecimento, imaginei que era ele que havia se produzido para realizar o trabalho, mas logo depois, o aluno se explicou dizendo que era seu grande ídolo: o guitarrista americano da banda de metal, Jake Pitts. “Eu gostaria de parecer com Jake Pitts, pois eu o considero um dos melhores guitarristas do mundo e procuro me parecer o máximo possível com ele”, disse ele. Seu colega, da mesma turma e grupo de amigos, também tem uma aproximação parecida: “Quero parecer o guitarrista do Slipknot, Jim Root. Porque eu o

³⁹ Arte marcial que utiliza técnicas de agarramento, arremessos e derrubadas entre dois competidores.

acho muito legal, porque eu sou muito fã dele, porque é disso que gosto, quero viver e sonho com isso”. Lipovetsky explica essa relação entre o fã, partidário incondicional do ídolo:

Ter um ídolo: maneira para eles de demonstrar, na ambiguidade, sua individualidade própria, maneira de chegar a uma forma de identidade subjetiva e de grupo. Se o fenômeno se manifesta entre os jovens é porque nessa idade os gostos e as preferências estéticas são os meios principais de afirmação da personalidade (1987, p. 255).

Certa aluna acaba relacionando sua busca estética ao simples gosto musical, sem haver reflexão das canções: “Queria ser a Nicki Minaj porque gosto muito de suas músicas, posso não entender a mensagem que ela quer passar de algumas músicas, mas você sente a batida de suas músicas *rap*”.

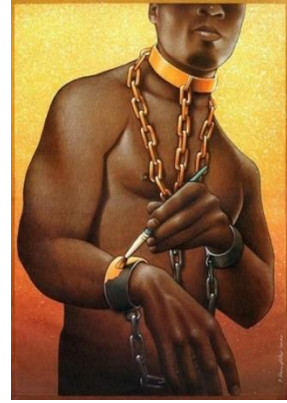
Outros tomam a paixão pelo futebol e dizem querer se parecer com “jogador de futebol, porque eu gosto e sou apaixonado pelo Grêmio”; “porque gosto de jogar futebol e quero mostrar a bola e roupas de jogador”; ou especificamente com “o Cristiano Ronaldo, porque gostaria de ser jogador de futebol”. Essa característica se confere também em seus estilos: é grande o número de meninos na escola que se vestem com camisetas de times de futebol, com suas marcas de patrocinadores bem estampadas, alguns usando o uniforme inteiro. Percebe-se não somente a mimetização da vestimenta, como também dos acessórios, entre outros: cortes de cabelo, correntes douradas, brincos brilhantes, tatuagens em diversas partes do corpo. Nota-se que atualmente há uma aspiração ao estilo “Neymar” de ser: um excelente jogador de futebol, rico e famoso no mundo inteiro.

4.4 Trabalhando a arte e elementos da moda como crítica

Trabalhar pedagogicamente com imagens pressupõe refletir sobre seu poder e força polissêmica. Pressupõe, ainda, compreender que nem todos veem a mesma coisa quando olham algo e, portanto, a escola necessita refletir sobre como vemos e porque vemos de determinadas maneiras (TOURINHO, 2011, p. 6).

Utilizei algumas imagens sátiras e críticas do artista polonês Pawel Kuczynski e do grafiteiro britânico Banksy para análise em conjunto.

Dentre elas, escolhi algumas que continham elementos que estão na moda, como a rede social Facebook e as correntes douradas, muito usadas pelos artistas de *rap* e *funk*, conforme a seguir:

Fig.28: Pawel Kuczynski⁴⁰Fig.29: Banksy⁴¹Fig.30: Pawel Kuczynski⁴²

O artista Pawel trabalha em suas pinturas temas bastante atuais e pertinentes para discutirmos como o racismo, a desigualdade social, a meritocracia, e destas imagens, ele traz referências da cultura visual que estão em voga.

A imagem de um homem no escuro observando o mundo por meio de um periscópio com o formato do símbolo do Facebook (Figura 28) presume que acabamos cada vez mais imersos virtualmente nas redes sociais de olho em tudo e em todos, nos distanciando fisicamente do mundo real que se encontra lá fora. Na outra imagem de Kuczynski (Figura 30), mais complexa, mostra um homem negro algemado com um pincel na mão que pinta suas correntes na cor dourada. Nela, podem-se fazer interpretações, tanto sociais (racismo) e históricas (período da escravidão), como também uma análise sobre a moda atual, o estilo marcado pelos *rappers*, *funkers* ou MC's, que gostam de ostentar acessórios como correntes, pulseiras e anéis de ouro. Todos esses estilos de músicas surgiram em comunidades negras e o artista faz uma indagação sobre essa relação entre as correntes presas da escravidão substituídas pelos adereços de ouro, associado ao luxo e a ostentação.

Os alunos, na primeira e na segunda imagem, acabaram se identificando e concordando com a crítica dos artistas, se questionando sobre essa real necessidade de sabermos mais da vida do outro através de uma tela do que pessoalmente. Na terceira imagem, alguns não concordaram com o artista, sentindo-se ofendido, como se a imagem fosse uma afronta.

⁴⁰ Disponível em: <http://www.sermelhor.com/images/artigos/pawelkuczynky/pawel-kuczynky-38.jpg> Acesso em nov. 2015.

⁴¹ Disponível em: <http://i.imgur.com/f9DxYSd.jpg> Acesso em nov. 2015.

⁴² Disponível em: <http://geekness.com.br/wp-content/uploads/2014/02/Pawel-Kuczynski-11.jpg> Acesso em nov. 2015.

Conforme Tourinho (2011), nem todos fazem uma leitura semelhante, por isso, debater em conjunto com as turmas foi um processo muito interessante para refletirmos sobre determinados assuntos, e quem sabe, mudar a ótica do pensamento.

5 MODA E IDENTIDADES JUVENIS

De acordo com Stuart Hall, o sujeito pós-moderno não tem uma identidade fixa, porque ele é transformado continuamente pelos sistemas culturais que o rodeiam, assumindo “identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (2014, p. 12). A ideia de construção e pluralidade de identidades vincula-se a Hall, quando argumenta que:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2014, p. 12)

O modo como se costuma vestir normalmente diz algo sobre a identidade, principalmente os símbolos contidos no vestuário: um *piercing*, um crucifixo, uma calça rasgada, uma mochila estampada, uma corrente de ouro. Através das roupas, tiram-se conclusões baseadas nelas. É possível identificar, o que Elisabete Garbin (2006) traz através de seus estudos sobre as identidades juvenis, “as múltiplas e fragmentadas identidades pelas quais os jovens são subjetivados”.

Em todo o nosso processo histórico, somos movidos a estruturar e propagar linguagens que possibilitem e potencializam nossa comunicação, nos vestindo pensando na forma que seremos vistos pelo “outro” (CASTILHO, 2005). Kant (apud SVENDEN, 2010) afirmava que era uma inclinação natural do homem comparar seu comportamento com o de alguém mais importante para imitar seus modos.

A moda funciona como um campo em que é possível nos encontrar, inventar e reinventar. Tendemos a procurar nossa identidade no que nos cerca e temos acesso, nos valores simbólicos. Por meio destes símbolos que nos são adquiridos, construímos uma identidade, dizendo algo sobre quem somos (SVENDSEN, 2010, p. 137).

5.1 A *Selfie* pra pensar a identidade

Por meio dos diversos autorretratos da História da Arte - desde o célebre pintor da famosa MonaLisa, Leonardo DaVinci, aos artistas mais atuais, como Andy Warhol – fiz uma ligação com as nossas *selfies* de hoje, percebendo que os artistas de antigamente, há muitos anos atrás, também costumavam se retratar. É um modo de se mostrar e se portar no mundo.

A diferença era que antigamente não havia uma tecnologia tão rápida como hoje, em que facilmente podemos tirar diversas *selfies*, sendo apagadas as fotos de que não gostamos.

Nesta etapa foi proposta uma *selfie* de cada aluno procurando embasar algumas questões que investigam a identidade: quem eu sou? O que ou quem eu quero parecer? Que sentimentos e elementos eu quero mostrar em meu retrato?

Através das redes sociais é possível observar exposições do tipo: os lugares frequentados; as músicas que mais gostam; seriados e filmes assistidos; as companhias com quem saio; a idolatria de personalidades, além das poses e biquinhos em *selfies*. Porém, quando é solicitado para que produza seu próprio retrato como trabalho de aula, eles se sentem envergonhados. Desse modo, acredito que não há uma exposição excessiva dos indivíduos ou uma vontade “desinteressada” de se mostrar por se mostrar, e sim uma projeção, uma forma de se projetar como alguém no mundo.

Geralmente, ao perguntar aos alunos o que eles querem parecer, as respostas remetem a estados de si, sentimentos e emoções como: feliz e de bem com a vida. Todavia, ao questioná-los mais a fundo referindo-se a estilos e posturas diante da vida, obtive excelentes respostas.

Mais do que tudo, o que a maioria da juventude quer quando se veste, é aceitação. “Como La Rochefoucauld observou já em meados do século XVII, a rejeição de nosso gosto fere mais o nosso orgulho que a de nossas opiniões. É pior ouvir que nossas roupas são feias do que ter nossas ideias sobre política econômicas nacionais tachadas de confusas”, disse Svendsen (2010).

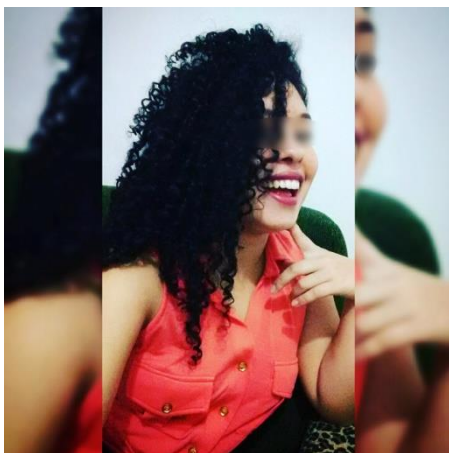


Fig.31.

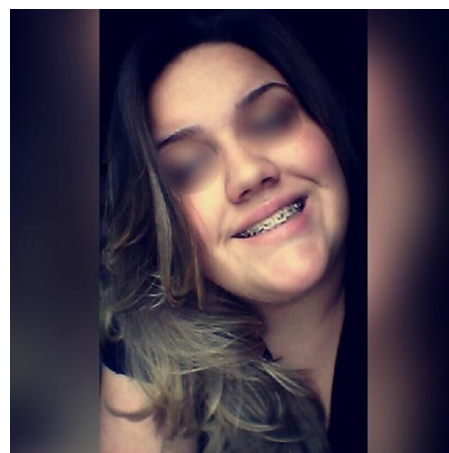


Fig.32.

As duas fotos (Fig.31 e 32) são de alunas do Ensino Médio. Ambas tem aplicação do mesmo filtro de um aplicativo do celular, com a foto tirada no meio, e o desfoque da mesma,

visto por trás. Este filtro têm sido recorrente na maioria das fotos dos jovens de hoje, sendo evidenciado em uma busca rápida pela rede social Facebook. Esse estilo de foto é marcado como “uma moda”, podendo futuramente ser lembrado como uma característica do ano de 2015.

O sorriso é comum nas *selfies*, mesmo não havendo a real necessidade de sorrir nas fotos há um desejo de expressar carisma e simpatia, conforme apresentam as figuras 33 e 34.

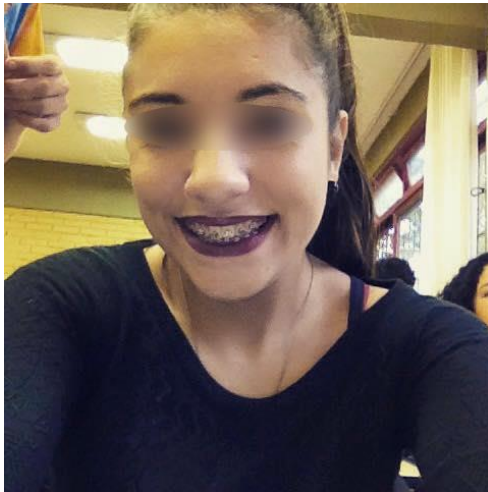


Fig.33.



Fig.34.

Na figura 35, a *selfie* da aluna revela uma preocupação com seu estilo, com colar de pérolas, coque e bandana no cabelo. Enquanto a aluna da figura 36 se mostra em uma expressividade mais séria e concentrada.



Fig.35.

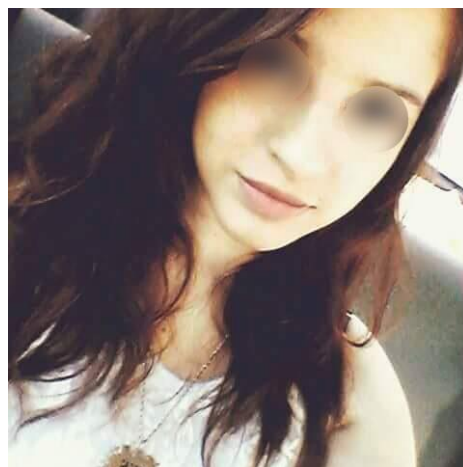


Fig. 36.

Já este aluno da figura 37, quis se representar como um zumbi. A foto, realizada através de um aplicativo de celular em que a pessoa consegue facilmente modificar suas imagens com características de zumbis, com olhos sangrentos e pele necrosada. O zumbi é um morto-vivo, sem vontade própria. Pergunto num tom cômico ao aluno se a foto poderia ser uma crítica à nossa alienação, "zumbificação" da vida ou se seria somente uma "zombaria" mesmo. Ele ri, com ar pensativo, mas não responde.



Fig.37.

Nota-se neste trabalho, que a maioria das *selfies* que os alunos criaram, mostravam seus rostos, dando mais ênfase em suas características faciais e expressivas do que em seus corpos e estilos, que não eram muito aparentes. As poses figuram seus rostos, ombros e colos, com exceção das alunas das figuras 31 e 34, que buscaram poses mais dinâmicas, como levar a mão ao rosto, em direção ao queixo ou à cabeça.

Mediante as *selfies* e a pergunta: "O que ou quem eu quero parecer?" foi possível que os alunos pensassem sobre suas identidades, algo que dificilmente se faz quando se é adolescente.

6 MODA: COMUNICAÇÃO E REFLEXÃO

A moda é comunicação, como afirma Malcolm Barnard, “a peça de roupa é o meio pelo qual uma pessoa manda uma mensagem à outra. É por meio da roupa que a pessoa tenciona comunicar suas mensagens a outra” (2003, p. 52).

6.1 O uso das roupas

Questionados para quê servem as roupas, a imensa maioria dos alunos respondeu para se vestir, cobrir o corpo, proteger-se das temperaturas, e principalmente não andarmos nus.

Alguns mencionaram a beleza como fator primordial, dizendo que as roupas servem para “ficarmos bonitos” ou “mais bonita”; “ficar com algo adequado e bonito para usar”. Outros, como forma de socialização: “para se socializar melhor”. Ou por uma questão estética: “configurar um estilo, jeito, forma”; “para passar uma impressão melhor do seu estilo e gosto”; “para se vestir e desfilar na passarela”; “servem para expressar nosso estilo”.

As roupas servem mais do que apenas nos vestir, “o tecido permite um mutante e constante jogo de aparências, e cada uma delas pode ser interpretada como índices de fragmentos da identidade do sujeito que é construída – a recorrência no uso de determinados tipos de roupa, contribui, por sua vez, para o reconhecimento de um estilo do sujeito”. (CASTILHO, 2005, p. 100).

6.2 A roupa fala?

De acordo com os alunos a roupa é um revestimento (“serve para nos cobrir”), mas é muito mais do que isso. Conforme destaca Castilho: “mesmo não querendo, portanto, o sujeito porta, simplesmente por vestir-se, um discurso da moda, e por ele é identificado” (2005, p. 109). Então, que discursos são esses? O que os alunos acham que as roupas podem “dizer” sobre eles?

Abaixo, selecionei algumas respostas, separadas por categorias:

- Discursos a respeito da identidade: “que fala um pouco como eu sou”; “que pode dizer o que gosto”; “sobre os meus gostos”; “dizem minha personalidade”; “que sou metida”; “despreocupado, preguiçoso, protestante”; “maloqueiro ou preguiçoso”; “que sou um pouco intelectual”; “que sou um cara diferente”.
- Discursos relacionados ao tempo: “que estou na adolescência”.

- Discursos relacionados à beleza: “Que me visto bem”; “gosto de me vestir bem”; “sou uma pessoa com estilo”; que não gosta de coisas longas; “que sou linda”; “que sou feliz, bonita”; “que fico mais bonita”. “que sou feia e mendiga e que não sei me vestir”;
- Discursos relacionados a estados de si: “que sou feliz”; “que sou alegre”.
A moda além de comunicar sentimentos e estados de si e revelar um pouco das personalidades, também é uma forma de expressar valores e crenças:
- Discursos relacionados a grupos religiosos: “que sou tímida e crente”.
- Discursos de oposição à moda (para eles, no sentido de tendências, modismos): “que não sigo a moda, que sou original”; “que não dou bola para roupa ou moda”.
Mas é possível fugir da moda? “Quem procura se distanciar da moda reinante usando deliberadamente roupas antiquadas permanece completamente sob os ditames dela, simplesmente por estar negando-a” (SVENDSEN, 2010, p. 176).
- Ou na relação de afirmação dessas tendências: “que sigo a moda”; “que estou na moda”, que segundo Lipovetsky (1989) significa que não se liga fortemente a nada e a ninguém e tem uma personalidade e um gosto constantemente cambiantes.
- Discursos relacionados à distinção social: “que gosto de ostentar”.
- Discursos relacionados a estilos musicais: “sobre rock”; “que meu estilo é pagode e funk”; “que eu gosto de rock”; “que sou extrovertida, roqueira, gosto de experimentar coisas novas”.
- Discursos à crítica social: “que me importo com as opiniões dos outros, mas que sou insegura com meu corpo, pois estou sempre o escondendo”; “que sou discreta”.

6.3 Sobre o efêmero na moda

Ao propor aos alunos que imaginassem que suas *selfies* fossem descobertas por algum desconhecido após longos anos, foi indagado o que esse alguém do futuro pensaria do passado ao ver o retrato, tal como hoje vemos os retratos antigos da História da Arte: quem seria essa pessoa retratada? O que ela estaria fazendo?

A fim de fazer uma breve reflexão a respeito da efemeridade da moda, pensando em seu princípio que é tornar a roupa ou objeto supérfluo para criar um novo em uma velocidade cada vez maior (SVENDSEN, 2010, p. 30), obtive algumas respostas bem significativas, tais como: “Que tudo que é do passado é antigo, velho e antiquado”; “Achariam as roupas cafonas”; “Acho que iriam achar fútil, cafona, ridículo porque as coisas vão mudar muito”;

“Pensaria que as coisas são antigas e que tudo é melhor no futuro”; “Eles iriam pensar ‘nossa’, como eles são diferentes”; “Pensariam que os estilos eram diferentes”; “Acho que eles pensariam, ‘que moda esquisita’”. Uma aluna foi bem perspicaz, definindo: “A moda hoje em dia varia muito, pois existem muitos estilos, e as pessoas criam coisas novas todo o dia”.

Os jovens entendem essa relação da efemeridade da moda como algo que sempre será cafona e antiquado, que o novo é sempre melhor, sem perceberem a quantidade de brechós que temos espalhados pelas cidades e que a moda atual, muitas vezes, reconfigura velhas peças, trazendo-as de volta às tendências. Exemplos disso: a cintura alta, as calças boca-de-sino, e a própria aluna que gostaria de se parecer como “uma rainha do passado, mostrando vestidos longos com renda, armação e acessórios de outro, porque mostra riqueza e poder, como alguém importante”.

Houve respostas mais críticas, relacionadas ao comportamento bisbilhoteiro, materialista e idealista das pessoas: “Pensariam que já passaram anos e eles ainda cuidam um da vida do outro”; “Que as pessoas eram muito materialistas, só pelo fato de tirar foto com câmera frontal, imitando alguém que você nunca vai ser”.

6.4 Formação de grupos e tribos

Enquanto jovens, somos mais propensos a procurar um grupo, uma “tribo”. E essa formação de grupos se dá conforme os estilos, principalmente relacionados às preferências musicais. A moda diferencia os sujeitos ao mesmo tempo em que os torna “mais semelhantes”, como aponta Castilho (2005).

O grupo dos roqueiros é o que mais chama a atenção por fugir um pouco dos padrões da escola. Conhecidos pelo grito da contracultura, o grupo abrange o rock e suas vertentes como o punk, o grunge, o Heavy metal, entre outros. São alunos que se destacam por suas estéticas mais diferenciadas (Figura 38): vestem-se com cores mais sóbrias; costumam mostrar seus ídolos estampados em camisetas, *bottons*, bolsas ou mochilas; ostentam poucas marcas, como os tênis *All Star*; abusam de acessórios como cintos, pulseiras e colares de rebites; e também costumam modificar seus corpos, com *piercings*, tatuagens, cabelos compridos e tonalizados. Svendsen (2010) chama-os de subculturas:

Esses estilos subculturais têm em geral um maior conteúdo semântico que os de cultura de massa (...) a subcultura pode parecer desprovida de qualquer forma de ordem, mas na realidade até a subcultura mais “anarquista”, como o punk, é

extremamente bem-ordenada. Em geral as subculturas cultivam a individualidade, mas nesse aspecto elas estão em completa conformidade com a cultura de massa. Novas subculturas criam novas modas e tendências que são adotadas pela indústria. (SVENDSEN, 2010, p.147-148)

Uma destas alunas demonstra essas características em seu depoimento dizendo que quando se veste busca “a independência pessoal relacionada ao estilo de vestimenta e ao estilo musical. Para mostrar a diversidade dentro da sociedade e a liberdade de expressão muitas vezes reprimida”. Estes grupos se dizem não seguir tendências. Chamados de antimodas⁴³ por Lipovetsky (1989) fogem dos padrões de beleza e são mais firmes em suas identidades:

Não quero me parecer com ninguém, sigo pouco os padrões de beleza ou qualquer coisa que seja. Eu já tentei me parecer com muitas coisas, mas me dei conta que é melhor ter uma essência própria (B., 15 anos).

Normalmente integrantes deste tipo de grupo salientam não querer se parecer com cópias de outras pessoas, mas admitem a inspiração no modo de se vestir em ídolos da contracultura como Kurt Cobain⁴⁴ e Nancy Spungen⁴⁵. Geralmente também se caracterizam por alunos mais tímidos, que se dizem vestir para se esconder e “ser diferente”.



Fig.38.

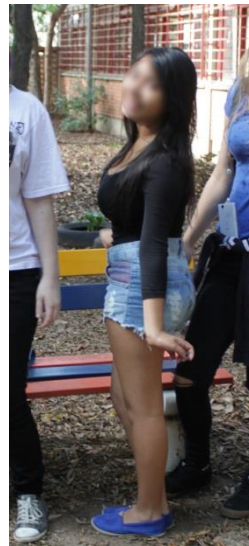


Fig.39.

⁴³ As primeiras “antimodas” surgiram a partir dos anos 1960, com as vogas *hippie*, *punk*, *new-wave*, *rasta*, etc, a moda viu-se desestabilizada, os códigos foram multiplicados pela cultura anticonformista jovem, manifestando-se em todas as direções na aparência do vestuário, mas também nos valores, gostos e comportamentos (LIPOVETSKY, 1989).

⁴⁴ Compositor, vocalista e guitarrista americano de uma das maiores bandas de estilo “grunge” da História, o Nirvana.

⁴⁵ Foi uma “*groupie*” (pessoa que busca intimidade com um músico) que ficou conhecida por seu envolvimento com o baixista Sid Vicious, da banda britânica Sex Pistols.

O grupo dos pagodeiros é mais homogêneo, abarcando os que gostam de *funk* e músicas *pop* atuais. É um grupo mais difícil de ser identificado, pois normalmente usam roupas com estilo padronizado, o que não diz que estão menos preocupados, pelo contrário. Prezam a beleza e principalmente a sedução. Vestem-se para se mostrar, exibir e seduzir, como eles mesmos afirmam. Há também a tribo dos entusiastas do *rap* e do *funk*. Seus estilos caracterizam-se nas roupas largas, bonés e marcas estampadas para os meninos (Figura 40) e roupas apertadas, curtas e sensuais para as meninas (Figura 39), além do uso de correntes douradas, bonés e óculos escuros. “É a moda como instrumento de sedução, poder de mistério e de segredo, meio de agradar e ser notado no luxo, na fantasia, na graça amaneirada”, conforme Lipovetsky (1987).



Fig.40.

As tribos andam sempre juntas no recreio e sentam-se próximas umas às outras na sala de aula. Quando questionado quais os grupos detestariam ser identificados, eles se contrapõem: roqueiros respondem dos pagodeiros e estes os dos roqueiros. Entretanto, uma aluna do grupo do rock demonstra bastante maturidade, ao dizer: “Gostaria de mostrar às pessoas que sempre podemos melhorar em tudo, mostrar as culturas e os modos diferentes de pensar e, principalmente, saber respeitá-los”.

6.5 Estilo próprio

Para os jovens, definir seu próprio estilo não é uma tarefa fácil, ainda mais porque estão compondo cada um o seu. Além da resposta em se definir como “normal”, houve também aqueles “despreocupados” com seus estilos, afirmando taxativamente que se vestem com “qualquer roupa”, “depende do humor”, “variado”, “estilo preguiça de se arrumar”, ou

simplesmente afirmam: “não tenho estilo, visto o que eu gostar”. Entretanto, quando questionado se havia alguma roupa ou acessório que jamais usaria, a resposta era afirmativa revelando que não usamos “qualquer roupa”.

Já outros se descrevem como estilo “normal”, “próprio”, “livre”, “simples”. Estilos cada um têm o seu próprio, mas o que é ter um estilo normal? Existe estilo livre? Mas o que é ser e se definir normal em uma sociedade com estilos tão próprios e diversificados? Ser normal é ser um padrão? Talvez caiba citar Lipovetsky (1987), que disse que “o importante não é estar o mais próximo possível dos últimos cânones da moda, menos ainda exibir uma excelência social, mas valorizar a si mesmo, agradar, surpreender, perturbar, parecer jovem” (p.141).

As pessoas não se vestem com liberdade, escolhendo suas próprias peças de roupas e estilos? A autora Kathia Castilho pondera que imaginar que se está sendo “único” com esta ou aquela roupa é uma inverdade, pois, nesse movimento discursivo da unicidade proposto pela moda, padronizam-se estilos, tipos, grupos, etc. (2005, p. 56).

Outros buscam uma definição como estilo moderno, sofisticado, esporte, sendo que alguns mencionaram estilo “social”, sem pensar, por exemplo, que eles não estão vestidos como se definem, talvez por não conhecer que este modo de se vestir denomina-se pelo uso de ternos, gravatas e vestidos de festa. Também surgiram definições que representam grupos de estilos musicais como roqueiro, pagodeiro, *indie*, *grunge*, *metalhead*. Houve também colocações de estilos formados nas ruas como o Lolita⁴⁶ e a tendência *girly*⁴⁷.

6.6 O consumo da moda em grifes e marcas

As roupas são uma parte vital da construção social do eu, e a identidade não é mais fornecida apenas por uma tradição, é também algo que temos de escolher em virtude do fato de sermos consumidores. (SVENDSEN, 2010, p.20). Antes mais produtores, agora mais consumidores, como coloca Svendsen (2010).

⁴⁶ Estilo de moda alternativa de rua que começou no Japão, dizem que no final da década de 1970. Com influências da moda europeia do Rococó e da era Vitoriana, por isso se caracteriza pelo uso de vestidos, laços, rendas e fitas.

⁴⁷ *Girly* significa menininha em inglês, e traduz o estilo marcado pela delicadeza e feminilidade, com o uso de cores leves, estampas divertidas, acessórios românticos e cabelos com trancinhas ou tiara de flores. Ver mais em: <<http://www.acordabonita.com/2013/06/girly-conheca-o-estilo-que-inspirou-a-colecao-verao-2014-da-estilista-stella-mccartney-e-entenda-como-surgiu/>>

Os alunos acabam por ter mais conhecimento sobre o último lançamento de celular ou o novo corte de cabelo do jogador de futebol, do que o conteúdo que cairá na prova.

Eles sabem exatamente quais são as marcas patrocinadoras do time de futebol, do que elementos da tabela periódica. “Esse não é o iPhone 6, é o iPhone 4! Que atrasado...”⁴⁸, disse uma aluna do sétimo ano zombando do colega que recortou da revista e colou na testa, uma foto do celular “da moda”. Afinal, o que é preciso saber hoje na escola com tantas informações disponíveis?

Ao pensar sobre os elementos que seriam mostrados nas *selfies*, alguns meninos demonstraram a necessidade de imaginar a posse pelo luxo: “Queria mostrar um carro luxuoso”; “Uma Lamborghini”; “Gostaria de mostrar minha Ferrari”.

O desejo por itens de consumo simbolicamente poderosos torna-se então um mecanismo auto estimulador que é ao mesmo tempo causa e consequência da desigualdade social (SVENDSEN, 2010, p.42), conferindo-lhes como elementos de distinção. Essa lógica sempre perdurou desde o início do surgimento do sistema da moda, mas apesar de ainda conferir significância, hoje a moda opera mais como um instrumento de distinção individual, estética, de sedução, de juventude e de modernidade (LIPOVETSKY, 1987).

Apesar do poder de compra ainda não fazer parte da maioria dos jovens, são eles que escolhem como se vestir, optando por determinadas marcas e grifes. Eles se vestem e também se autorretratam em seus desenhos (Figuras 38 e 39) com suas roupas estampando marcas famosas como Adidas e Nike. Quando se compra e se usa determinada roupa ou acessório, significa que estamos construindo valores simbólicos, contribuindo para que a marca exista e seja difundida.



Fig.41: Desenho do aluno A



Fig.42: Desenho do aluno B

⁴⁸ Registro feito em uma das aulas de observação ocorridas durante o Estágio Curricular. A atividade era um desenho ou colagem “livre”, que representasse a ida ao circo Thiany, em que a turma foi levada.

Em outro exercício prático, solicitei aos alunos que desenhassem coisas que os representassem, sua personalidade, seus gostos. As marcas se fazem presentes no vestuário como Eleven e Converse All Star (Figura 44); eletrônicos, como Apple e Samsung; a rede de *fast food* McDonald's (Figura 45) e as marcas Facebook, Tumblr e Netflix (Figura 43).



Fig.43: Desenho de aluna H.



Fig.44: Desenho de aluna I.

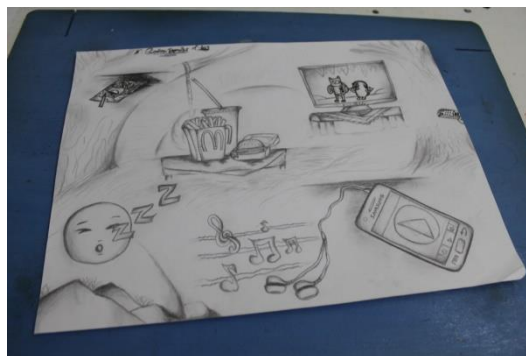


Fig.45: Desenho de aluna J.

Lipovetsky (1987) concede à Baudrillard o mérito por ter conceituado a moda e o processo de consumo fora do esquema da alienação e das pseudonecessidades, tendo analisado como lógica social e não manipulação das consciências, e conclui que o consumo se manifesta em vista do bem-estar, da funcionalidade e do prazer para si mesmo.

Para Lipovetsky (1987), a sociedade de consumo pode se caracterizar por diferentes traços: elevação do nível de vida, abundância das mercadorias e dos serviços, culto dos objetos e dos lazeres, moral hedonista e materialista etc. Mas estruturalmente, é a generalização do processo de moda que a define propriamente (p. 184). Ele diz ainda, que todos os objetos são destinados à moda, ao espetacular fútil, ao “complô da moda”, em que a aparência dos produtos e sua renovação estilística continuam tendo um lugar determinante na produção industrial. Incluso, as publicidades, com suas chamadas insistentes do novo, da moda. Contudo, ele afirma que as campanhas publicitárias são de “sensibilização”, não de

doutrinação, “influencia, mas não ameaça, sugere, mas sem pretensão à dominação doutrinal, funciona sem maniqueísmo nem culpabilização, na crença de que os indivíduos são capazes de se autocorrigir quase por si próprios, por alerta midiático, por tomada de consciência responsável” (p. 225).

Parafraseando Svendsen (2010), consumimos para expressar uma individualidade. A ideia de que o consumidor é quase hipnotizado pelo marketing foi proposta, segundo ele, nos anos 1950 pelo crítico da cultura Vance Packard, e certamente, tem sim uma influência, do contrário não existiria, mas ao invés de sofrerem uma “lavagem cerebral”, os consumidores agem deliberadamente.

O valor inerente e a funcionalidade das coisas tornam-se então menos importantes, e seu tempo de vida fica à mercê de mudanças da moda. A natureza da moda é produzir signos eficazes que pouco depois se tornam ineficazes. Seu princípio é criar uma velocidade constantemente crescente, fazer um objeto se tornar supérfluo o mais rapidamente possível de modo a dar lugar a um novo. Quase se poderia dizer que o sentido de operar uma empresa pós-moderna não é satisfazer as necessidades dos consumidores, mas sim criar novas necessidades, porque as velhas nos entediam. Estamos viciados em experiências, e as experiências são uma questão de estímulo emocional. (SVENDSEN, 2010, p. 150).

Consumir é um ato político, por isso devemos nos atentar para o fato de atribuímos ou não valor a determinada marca ou empresa. Motivar uma consciência nos alunos de que consumir é também um ato político pode ser transformador para construirmos uma sociedade melhor.

6.7 A busca da beleza

Em se tratando da beleza e estética, segundo Lipovetsky (1987), há um “narcisismo que se prende essencialmente à força preponderante do código da beleza feminina: o valor atribuído à beleza feminina desencadeia um inevitável processo de comparação com as outras mulheres” (p. 160). A apologia à busca do corpo estruturalmente perfeito, muito recorrente nas mídias. Dessa forma, as meninas levam mais em consideração a aparência em querer mostrar-se linda, com a preocupação constante com a aparência dos cabelos, maquiagem e vestimenta: “Quero demonstrar minha personalidade, parecer linda, com os cabelos ao vento”, disse uma aluna do Ensino Médio.

A questão da beleza é relacionada ao corpo, sendo que frequentemente as meninas principalmente, revelam uma preocupação maior, dizendo que queriam ter algo diferente em seu corpo, recorrendo às modificações. Uma aluna do Fundamental, por exemplo, diz querer

não ser igual aos outros, mas revela que alisa os cabelos, e ao representar-se em um desenho, a fez com os cabelos cacheados, denotando uma incerteza quanto suas preferências.

Ainda persiste o ideal da beleza vigorando no sexo feminino, com a beleza permanecendo muito mais admirada, encorajada, exibida em profusão entre as mulheres do que homens, principalmente. Contudo, não significa que os meninos não se importam (e bastante) com isso também, como exemplo de um aluno interessado em querer mostrar “relógio, óculos, tênis e roupa porque tudo isso traz felicidade em estar bem vestido”; ou outro que diz querer que “as pessoas pensem que ele se veste bem”; e mais outro que fala em querer ser “lembrado como uma pessoa que se arrumava bem”.

No entanto, não podemos generalizar dizendo que todas as mulheres ainda são submissas aos ideais de beleza. A resposta de uma aluna do Ensino Médio projeta o novo tipo de mulher, corajosa e conquistadora de seus direitos: “Gostaria de ser lembrada com roupas de uma mulher trabalhadora (roupa social), lembrando que as mulheres eram trabalhadoras e batalhadoras”.

6.8 Desconstruindo padrões, despindo-se de preconceitos.

A moda, responsável por construir padrões e estereótipos, também pode ser pensada para desconstruí-los. Diante disso, levam-se em conta as diversas transformações ocorridas durante séculos de história da moda.

O salto alto, sinônimo em nossa cultura de elegância, sensualidade e mesmo fetiche, relacionado hoje somente às mulheres, *drag queens* e travestis, na verdade, tornou-se muito utilizado pela corte extravagante do rei da França, Luís XIV (1643-1715), porque segundo registros, ele não passava de 1,60 e gostava de usar saltos para aumentar a sua estatura. Aliás, a corte do rei era a responsável por lançar moda sendo espalhada e copiada rapidamente. Mas foi com o rei Luís XV que o salto passou a ser devidamente conhecido, sendo peça exclusiva da indumentária masculina, somente depois utilizada pelas mulheres.

De acordo com Lipovetsky (1987), no século do rei Luís XIV, o vestuário masculino era mais enfeitado e rebuscado do que o feminino. Foi no século XIX que os trajes masculinos acabaram se obscurecendo diante do feminino.

Outra questão discutida foi sobre as cores, indagando-os de a cor rosa ser remetida sempre às meninas e o azul aos meninos, sendo que hoje, vemos camisas e camisetas de cor rosa para os homens. “Meu pai tem uma camisa rosa, e ele fica lindo com ela” disse a aluna do sétimo ano.

Conforme Lipovetsky (1987), desde os anos 1960, a aparência dos sexos aproximou-se consideravelmente: além da adoção generalizada da calça feminina, os homens usam cabelos compridos, cores outrora proibidas, brincos, etc. Porém, apesar desse movimento, ainda persiste uma lógica não igualitária, por exemplo, das mulheres adotarem o estilo boy look, mas os homens afrontarem o riso ou o desprezo ao usar emblemas femininos, como saias e maquiagem.

Também as calças, tal como homens e mulheres usam hoje, em forma de jeans, *leggings*, social, eram trajadas somente por homens. Só a partir da Revolução Francesa que elas se tornaram moda (SVENDSEN, 2010) e a famosa estilista Coco Chanel contribuiu enormemente para as calças tornarem-se peças coringas do vestuário feminino.

Outra questão que surgiu em sala de aula foram as propagandas de cervejas voltadas quase sempre para o público do sexo masculino, tornando a mulher um objeto, constantemente mostrando seus corpos, com forte apelação à vulgarização do sexo feminino. Graças à veiculação constante destas propagandas, a cerveja hoje é associada à virilidade masculina, mas segundo historiadores, mulheres da Mesopotâmia antiga foram as primeiras a desenvolver e vender cervejas. Questionava-os constantemente a respeito da objetificação e padronização da beleza da mulher, que em nossas discussões, apesar de serem dispersas, observava semblantes mais pensativos.

Normalmente os meninos não querem parecer nada e as meninas são mais propensas a querer se comparar a pessoas famosas, principalmente pela beleza, provavelmente pelos padrões em que a mulher é submetida diariamente até hoje em nossa sociedade. Apesar dos avanços, ainda a veiculação da mulher na mídia, exige uma postura sempre impecável, linda, jovem, magra e branca. Enquanto a dos homens, não se exige tantos esforços. Até pouco tempo atrás, por exemplo, homens grisalhos eram considerados *sexys* e a mulher se aparecesse um fio de cabelo branco era sinal de descuido, hoje ao menos, a cor cinza para os cabelos das mulheres tornou-se moda, e até mesmo meninas adotam o tom cinza, *grey* ou *grannyhair*.

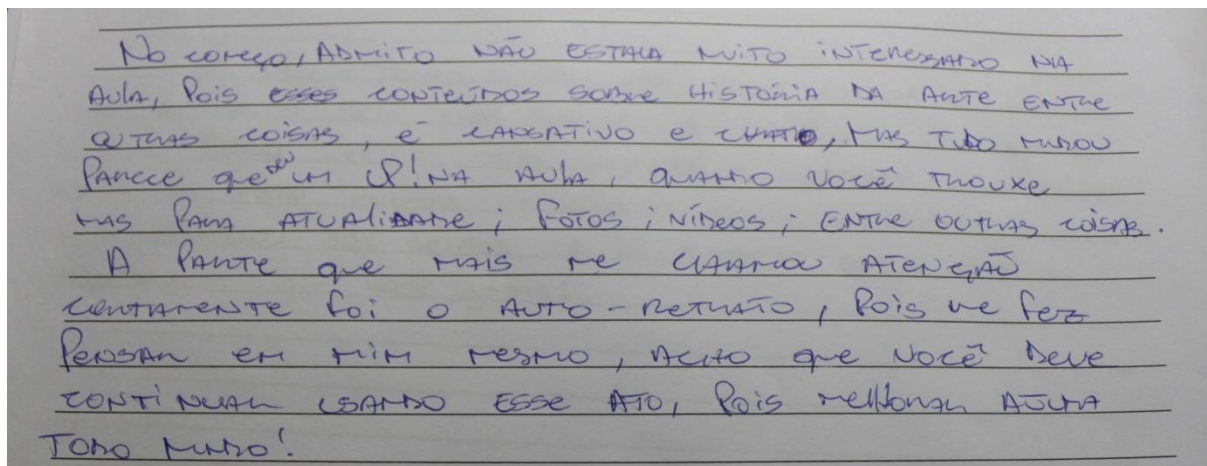
Existe no mundo da moda uma frequente construção e desconstrução de padrões, que se faz necessário analisarmos e entendermos seus contextos para nos despirmos dos discursos preconceituosos que são gerados e replicados.

7 TECENDO REFLEXÕES SOBRE A PRÁTICA

No decorrer de minhas observações do Estágio Curricular, notei que não havia muito envolvimento entre professora e alunos, não havia questionamento, nem muito diálogo. Dessa forma, durante a minha prática, procurei me envolver nos assuntos entrecortados durante as aulas e trazer as referências dos alunos, apresentando elementos da cultura visual, o que possibilitou tornar a aula mais leve e descontraída, tal como propõe Sardelich:

Não cabe mais ao/à educador/a se perguntar o que as/os educandas/os não sabem e propor-se a ensinar-lhes, e sim o que já sabem e como é possível ampliar as conexões, para que, juntos, possam organizar outros discursos com os saberes-mosaico que todos possuem. (...) Essa abordagem requer uma mudança na forma como se organiza tradicionalmente o conhecimento escolar. Sugere às/aos educadoras/es que estejam especialmente atentos aos objetos da Cultura Visual do grupo, ou seja, as imagens que estão nas capas dos cadernos e pastas das/os educandas/os, as revistas que leem, os programas de televisão a que assistem, seus conjuntos musicais e jogos preferidos, suas roupas e seus ícones populares. (SARDELICH, 2006, p. 466-467.)

Por conta dessa abordagem, pude sentir um envolvimento maior até mesmo daqueles alunos que não se interessavam por aulas de Artes, conforme o relato de avaliação final do aluno na figura 40.



“No começo, admito que não estava muito interessado na aula, pois esses conteúdos sobre História da Arte entre outras coisas, são cansativos e chatos, Mas tudo mudou, parece que deu um *Up* na aula, quando você trouxe mais para a atualidade; fotos; vídeos; entre outras coisas. A parte que mais me chamou atenção certamente foi o autorretrato, pois me fez pensar em mim mesmo, acho que você deve continuar usando esse ato, pois melhora a aula todo mundo!”

Fig.46: Depoimento final do aluno E.

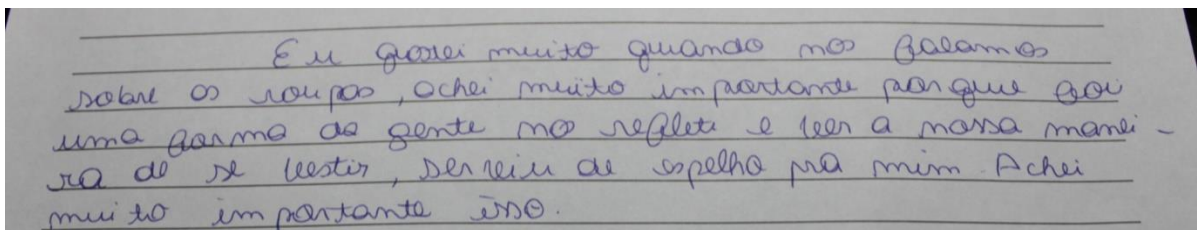
Através das questões a respeito de identidades, focando nas aspirações do modo de ser e ter e dos estilos de vestir-se, penso ter incentivado uma visão mais aberta e perceptiva nos

alunos. Com as atividades práticas e reflexivas, e a minha abertura em atendê-los, os alunos se reconheceram e perceberam melhor suas identidades e de seus colegas.

As questões sobre a roupa e os estilos ajudaram no entendimento sobre a efemeridade e diversidade da moda, despindo-se de alguns preconceitos e eliminando as diferenças, tais como roupa de menina e a rivalidade entre grupos que se diferenciam.

Especialmente durante as análises das imagens, pude observar pelos semblantes pensativos dos alunos, que consegui criar outra atmosfera em sala de aula; um clima de reflexão para que buscassem um olhar mais crítico sobre as coisas; para que possam pensar sobre nós mesmos e o mundo à nossa volta, sustentando a visão de que “o foco de um trabalho de compreensão crítica da cultura visual não está no que pensamos dessas representações, mas sim no que, a partir delas, possamos pensar sobre nós mesmos.” (SARDELICH, 2006).

Por isso, concluí o meu estágio com a certeza ainda maior de que devemos estar atentos ao que se passa no mundo. Procurar abordar nas aulas, propostas relacionadas ao nosso entorno. Não só o educador como também o educando, podem desenvolver juntos projetos que realmente possam fazer sentido para nós mesmos, para a vida, assim como coloca a aluna no depoimento da figura 41:



“Eu gostei muito quando falamos sobre as roupas, achei muito importante porque foi uma forma da gente nos refletir e ver a nossa maneira de se vestir, serviu de espelho pra mim. Achei muito importante isso.”

Fig.47: Depoimento final de aluna K.

O andamento do meu plano de ensino foi prejudicado pela greve dos servidores que durou cerca de um mês. Sendo que as aulas tiveram de ser recuperadas aos sábados e muitos alunos não compareciam. Por diversas vezes houve troca de horários para que a escola pudesse cumprir o calendário, fazendo com que os alunos tivessem uma baixa frequência nas aulas de artes.

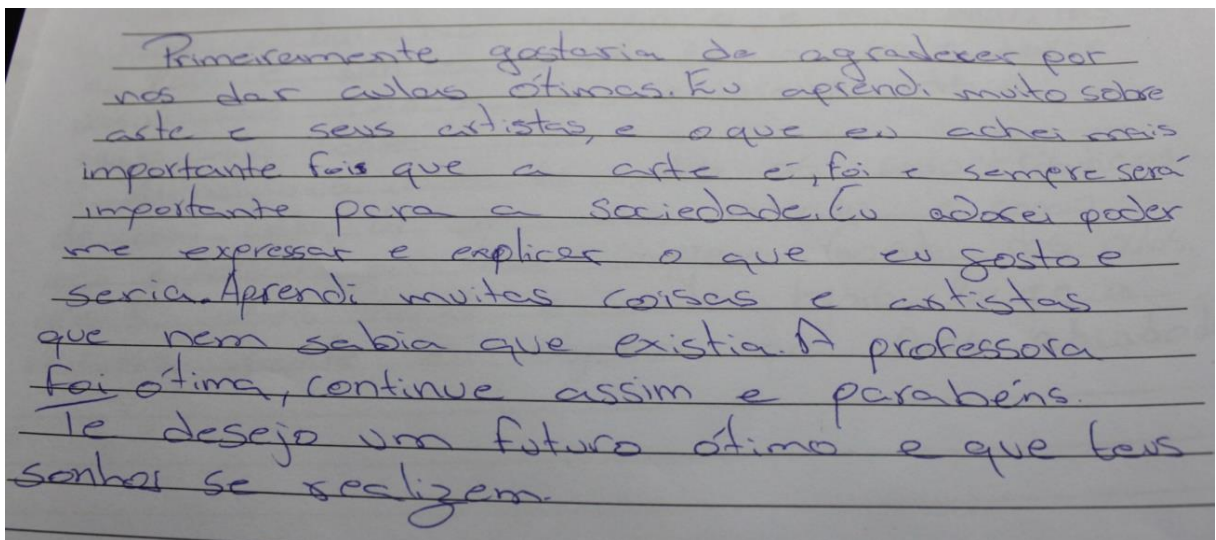
As escolas públicas possuem baixos recursos, e nesta que fiz meu estágio não foi diferente. Logo, até mesmo para tirar uma simples cópia, precisei usar meus próprios recursos para que eu pudesse apresentar um material atrativo aos alunos.

Não havia uma sala própria para as aulas de artes, e com isto os períodos se tornavam mais curtos, pois para o próximo professor era preciso deixar as classes organizadas e a sala limpa. A sala multimídia em que eu podia passar as imagens era localizada distante das salas e a locomoção já nos roubava alguns minutos.

Minha expectativa era de poder apresentar outras atividades práticas, mas infelizmente o tempo e meus recursos financeiros eram curtos.

Não foi fácil me desdobrar entre as aulas, o estágio Curricular, as leituras, a escrita deste Trabalho de Conclusão e as minhas atividades na minha empresa Amélie Franz, que com lamento, tiveram de ser estreitas. Diminuí o ritmo das costuras reais que faziam parte do meu dia-a-dia para alinhar reflexões e costurar experiências em mim e nos alunos.

Encerro dizendo que apesar de toda esta maratona, termino feliz, mas não satisfeita. Exemplos de depoimentos como este (Figura 42) me fazem querer continuar nessa luta por fazer mais e melhor:



“Primeiramente, gostaria de agradecer por nos dar aulas ótimas. Eu aprendi muito sobre arte e seus artistas, e o que eu achei mais importante foi que a arte é, foi e sempre será importante para a sociedade. Eu adorei poder me expressar e explicar o que eu gosto e seria. Aprendi muitas coisas e artistas que nem sabia que existia. A professora foi ótima, continue assim e parabéns. Te desejo um futuro ótimo e que teus sonhos se realizem.”

Fig.48: Depoimento final de aluno F.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda, não é apenas falar e discutir sobre o novo, as roupas, tendências e *glamour*. Moda também é uma extensão do sujeito, de seu corpo, significando uma linguagem que comunica modos de ser e estar no mundo, portanto, ao falar sobre ela, discutimos sobre nossas identidades, comunidades e culturas e compreendemos melhor o mundo em que vivemos.

Neste trabalho, não procurei afirmar taxativamente que moda é arte, pois seria limitar dois campos e de forma alguma pretendo fixar um conceito, pelo contrário, me agrada mais a ideia de desregular, desmistificar, não impor limites às possibilidades que tanto a arte como a moda podem trazer. Tal como afirma Svendsen (2010), a moda descontextualiza e contextualiza; desconstruir para depois construir. Espero, com a leitura deste trabalho, alinhar reflexões, mostrando possibilidades de incluir a moda e suas linguagens na educação, especialmente no ensino de artes visuais, no qual se pode encontrar mais clara essa atuação.

O outro sempre terá uma impressão de quem somos pelo nosso estilo, e isso é determinante para a percepção e posição que temos de nós mesmos e do mundo. A identidade é mutável, assim como a moda. E o espaço escolar é um lugar potente para promover essas mudanças, construções, afirmações, etc.

A moda é importante para a educação, ao pensar que ela também é uma pedagogia, na maneira como nos vestimos, criamos e nos identificamos ou não, trazendo ela para o mundo da escola. Parafraseando o estilista Ronaldo Fraga, a moda está além da roupa. Através dela demonstramos nossa personalidade, propagamos valores e ideias.

A partir de meus estudos e principalmente da aplicação prática como professora-estagiária, pude comprovar que a moda contempla posições a respeito da afirmação pessoal; da formação, identificação e pertencimento a certos grupos; além de expressões de sentimentos e ideais.

Nesta minha pesquisa, descobri que podemos relacionar as coisas atuais com as do passado, construindo projetos de ensino ligados à moda e a cultura visual dos alunos, despertando a curiosidade para que se interessem pela Arte, como uma forma atrativa de contribuir na educação. Por meio dos interesses e trajés do aluno: investigar e descobrir um mundo de outras referências e possibilidades.

Pesquisar o que eles estão lendo, vendo, assistindo, consumindo, é um ótimo exercício para pensar como aplicar na educação, além de facilitar a aproximação e envolvimento dos

alunos, pois eles estão se identificando, e através destas referências, podemos discutir sobre nossas identidades.

A pesquisa sobre o viés da moda, principalmente a respeito das identidades juvenis abrange um enorme repertório, com diversas outras possibilidades e abordagens que podem ser abarcadas. Cada resposta que obtive em minha pesquisa com os alunos, caberia outras diversas abordagens e questionamentos, e aproveito para deixar registrado o meu interesse em dar continuidade a estes estudos.

Moda e arte como exercício para (re) criarmos e (re) inventarmos.

Esta investigação das identidades juvenis serviu para que eu própria pudesse repensar as minhas ideias e verificar o quanto estamos ao longo de nossas vidas nos (re) inventando. Essa noção construtiva de saber que podemos (nos) modificar e melhorar está na moda, nas artes e na educação. Então finalizo, mais uma vez me referindo a Svendsen (2010), pertinente ao citar o filósofo Nietzsche com sua lição do “torna-te quem (o que) tu és” e Foucault que nos dá a tarefa de sempre nos “criarmos como obras de arte”.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Rita. **Jum Nakao – Design de Moda, entre enredos e desenredos**. Revista UFG / Dezembro 2009 / Ano XI nº 7 Disponível em: http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/dezembro2009/jum_nakao_19.pdf Acesso em setembro de 2015.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. RJ: Rocco, 2003.
- BASSO, Aline Teresinha. **Roupa de artista: a roupa como linguagem na arte**. 10º Colóquio de Moda – 7ª edição Internacional – 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design de Moda, 2014.
- BUORO, Anamelia Bueno. **Olhos que pintam: a leitura da imagem e o ensino da arte**. SP: EDUC/Cortez, 2002.
- CASTILHO, Kathia (coord.); MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. SP: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- COSTA, Cacilda Teixeira da. **Roupa de artista – o vestuário na obra de arte**. SP: Edusp, 2009.
- GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. RJ: Editora Vozes, [1986] 2011.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. RJ: Lamparina, 2014.
- HERNÁNDEZ, Fernando. **Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2000.
- _____. **Catadores da Cultura Visual: proposta para uma nova narrativa educacional**. Porto Alegre: Mediação, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. SP: Cia das Letras, 1987.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. SP: Companhia das Letras, 2013.
- MARTINS, Raimundo. **Imagem, identidade e escola**. In: *Cultura Visual e Escola*. Boletim 09 Salto para o Futuro. Ano XXI, 2011.
- MOTA, Guilherme. **Como surgiu o salto alto**. Super Interessante. Disponível em: <http://super.abril.com.br/historia/como-surgiu-o-salto-alto> Acesso em setembro de 2015.

PAIS, José Machado. **Buscas de si: expressividades e identidades juvenis.** In: ALMEIDA, Maria Isabel M. de; EUGÊNIO, Fernanda (Org.). *Culturas jovens: novos mapas do afeto.* RJ: Jorge Zahar, 2006.

SARDELICH, Maria Emilia. **Leitura de imagens, cultura visual e prática educativa.** Cadernos de Pesquisa, v.36, n.128, maio/ago., 2006.

SOUZA, Nívea Faria. **Roupa: um disparo para a ação.** 10º Colóquio de Moda – 7ª edição Internacional – 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design de Moda, 2014.

STEINBERG, Shirley R. **Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações.** In: SILVA, Luiz Heron da. *Identidade social e a construção do conhecimento.* Porto Alegre: Secretaria Municipal de Porto Alegre – Prefeitura de Porto Alegre, 1997.

SVENDSEN, Lars. **Moda, uma filosofia.** RJ: Zahar, 2010.

TOURINHO, Irene. **Ver e ser visto na contemporaneidade. As experiências do ver e ser visto na contemporaneidade: por que a escola deve lidar com isso?** In: *Cultura visual e escola.* Salto para o Futuro. Ano XXI Boletim 09, 2011.