

O criador de roupas enquanto artista

Suzie Ferreira do Nascimento

Resumo

Com este texto o que pretendemos é discutir, com vistas ao fazer *design*, se há pressupostos ao ato de criação e se é legítima a aproximação entre o criador de *moda* e os criadores das demais artes. Para tal, fizemos alusão especificamente ao objeto roupa, sobretudo pelo seu caráter emblemático dentro do *sistema moda*. Trouxemos para essa reflexão tanto os pensadores críticos contemporâneos como também os clássicos. Para além da discussão sobre os limites entre arte e técnica, partimos do pressuposto de que se o mundo se transforma pelas mãos do homem, esse mesmo homem é criador, e se ele o faz, é porque traz em si o impulso e a capacidade para tal. De modo que interessa-nos menos quantificar e qualificar tais criações e mais refletir sobre o ato criador em si.

Palavras-chave: moda, criação, arte.

Abstract

With this text we intend to discuss about design, if there are assumptions to create and if the rapprochement between fashion designer and creators of other arts is legitimate. For this, we have specifically alluded to the clothe object, especially for its emblematic character within the fashion system. We brought to this debate critical thinkers and contemporary classics. Beyond the discussion of the art and technique boundaries, we assume that if the world change by man, the same man is a creator, and if he does, it is because he brings impulse and capacity for such. So our interest are less quantify and qualify such creations and more reflect on the creative act itself.

Key words: fashion, crated, art.

Primeiramente é preciso que se aceite o *caráter artístico* do criador do objeto roupa, ao qual pretendemos nos dirigir. Para refletir sobre os aspectos comuns entre *esse* artista e o artista reconhecido como produtor da *grande arte*, o livro de Gilda de Mello Souza *O espírito das Roupas*, é bastante emblemático. Isso porque nele a autora coloca, sem nenhum constrangimento, roupa, escultura e pintura em um mesmo patamar. Ela descreve com sensibilidade como o criador da veste teria com a matéria uma relação artística, e como o vestido, em particular, seria também uma obra de arte. A única ressalva, segundo ela, seria que “no jogo entre o modista e o freguês” se encontra de maneira mais “nítida e mais necessária”, a ligação entre o produtor e o consumidor de arte (SOUZA, 1987, p.31). Para Souza, seja qual for a época a que se faça referência, fechado em seu estúdio, o costureiro, ao criar um modelo, estaria resolvendo problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos. Seu texto nos faz ver que a definição clássica de arte como sendo “um conjunto coerente de formas unidas por uma conveniência recíproca” (FOCILLON, 1939, *apud* SOUZA, 1987, p. 33), é perfeitamente aplicável ao fazer arte do criador de roupas. Ela entende que, tal qual o artista da *grande arte*, ele precisa respeitar o destino da matéria, sua “vocação” formal, descobrindo aquela perfeita adequação entre a cor e a consistência do tecido e as linhas gerais do modelo. Desse modo, ele estaria inscrito dentro do mundo das formas e, para Souza, isso determinaria que ele também estivesse inscrito na arte. O argumento da autora é bastante objetivo, pois se a roupa partilha dos princípios básicos da arte, mesmo considerando seu caráter efêmero, não haveria justificativa para excluí-la desse universo. De acordo com o que ela escreve, é possível julgar uma vestimenta sob um ângulo especificamente artístico, à medida que se considere como seus principais aspectos a forma, a cor, o tecido e a mobilidade, considerando que é da conjugação desses elementos que nasce a obra de arte. Outro aspecto particular da roupa como arte destacado pela autora, é o fato de ser ela uma obra *animada* por um corpo que a veste. Diz Souza: “Assim como para julgarmos a beleza de um rosto não podemos separar o acordo das linhas da expressão que as anima, do mesmo modo as vestimentas” (SOUZA, 1987, p.40). A veste seria uma obra que o artista confiou a alguém, “inacabada”:

Para que a vestimenta exista como arte é necessário que entre ela e a pessoa humana se estabeleça aquele elo de identidade e

concordância que é a essência da elegância. Recompondo-se a cada momento, jogando com o imprevisto, dependendo do gesto, é a moda a mais viva, a mais humana das artes. (Souza, 1987, p.40)

Se assim pensarmos, para além da arte do objeto, a roupa também faz parte da arte da imagem projetada do homem, do seu dar-se a conhecer. O corpo, ao portar o objeto roupa, comporia com ele outra arte, ainda mais instigante e inapreensível.

Mas, muito embora os argumentos de Gilda Souza sejam comprováveis, não há consenso nessa equivalência entre a arte do criador de roupas e as demais artes. Partindo do comentário da própria autora, a roupa estaria mais para a *pequena* arte, haja vista seu caráter utilitário e sua acessibilidade, do que para a *grande* arte, entendida como a arte sem finalidade, de difícil aquisição (SOUZA, 1987, p.37). Note-se que nessa separação não entra em questão o aspecto *moda*, mas sim o objeto criado para vestir. O filósofo Lars Svendsen, por sua vez, dedica um capítulo do seu livro *Filosofia da Moda* para discutir a aproximação entre *moda* e *arte*, e sua crítica é contundente:

Em vez de perguntar se algo é arte, deveríamos indagar em que medida é arte boa ou relevante. Consequentemente, devemos questionar em que medida a moda, vista como arte, é arte boa. É mais duvidoso que possamos dar uma resposta afirmativa em ampla medida. (Svendsen, 2010, p.122)

Svendsen propõe sua crítica à *moda*, entendida mais no sentido que Lipovetsky a define⁶⁶, como um movimento de troca compulsiva estimulado pelo mercado. Svendsen parece entender que a *grande* arte estaria, pelos menos parcialmente, alheia a esse movimento. Contudo é inegável que ele não considera os aspectos construtivos, que tão bem descreveu Gilda Souza. Seu interesse está mais em denunciar as grandes casas de moda, descritas como detentoras de prestígio social e poder financeiro que, segundo ele, estariam sempre buscando proximidade, *aceitação* no mundo das artes, para com isso aumentar o seu “capital cultural” (Svendsen, 2010, p. 105 e 110). Para esse autor a alta costura estaria, desde meados de 1800 com o sucesso de Worth, tentando se emancipar de seu caráter artesanal para obter status de “estilo”, do mesmo modo que por meio da associação com artistas renomados buscaria o aumento da sua credibilidade artística. Vê-se que para Svendsen, há uma distinção qualitativa entre o criador de roupas e o

⁶⁶ Na apresentação de seu *O império do Efêmero*, Lipovetsky faz um apanhado dessas questões e aproxima moda à modernidade.

criador de arte. Ao menos, é o que deixa transparecer ao afirmar: “Em geral, a moda – se é que pode ser considerada arte – é uma arte bastante insignificante” (Svendsen, 2010, p. 123).

Mas, para além da questão valorativa entre *pequena* e *grande* arte, entender o que exatamente faz do artista o que ele é, foi sempre uma questão cara à filosofia. Ora, todo criador é artista? Se o ato de criar é inerente ao homem, o que diferenciaria um homem comum de um artista? Sobre isso diz Flusser: “os ditos ‘artistas’ são invenção da *Idade Moderna* e não sobreviverão a ela” (Flusser, 1981). Svendsen também defende que o que é hoje conhecido como *criador* de moda, é por sua vez uma *criação* da imprensa, haja vista sua íntima ligação e quase submissão ao mercado financeiro (Svendsen, 2010, p.106). Considerando esses comentários, muitos dos artistas surgidos a partir da modernidade não subsistiriam ao tempo, o que faria de sua criação algo menor. O que nada mais seria do que retomar a noção de que a *grande* arte não estaria submetida ao mercado, à *moda*, argumento de difícil sustentação, como se verá mais adiante.

Mas haveria como distinguir os pseudo-artistas denunciados por Flusser, aos quais Svendsen parece dirigir sua crítica, do artista de fato? Tal distinção é necessária? Nesse ponto podemos buscar auxílio uma vez mais nos clássicos do pensamento. Conforme Nietzsche, o que capacitaria efetivamente à criação seria a *embriaguês*. Ele assim a descreve em *O Crepúsculo dos Ídolos*:

É impossível para o homem dionisíaco não entender uma sugestão qualquer, ele não desconsidera nenhum sinal dos afetos, ele tem no grau mais elevado o instinto intelectual e divinatório, assim como possui no grau mais elevado a arte da comunicação. Ele se insere em cada pele e em cada afeto: ele transforma-se constantemente. (Nietzsche, 2000, p. 72)

Flusser reafirma esta prerrogativa à criação quando diz que o que distinguiria um *artista* daquele artista inventado pela *Idade Moderna* seria justamente a *embriaguês*, e nesse caso, não importando se a arte é a de um cientista, técnico, filósofo e, acrescentamos nós, o criador de roupas (Flusser, 1981). Vê-se logo que essa definição exclui de imediato a distinção entre arte *grande* e *pequena*, mas confirma o critério nietzschiano: a experiência ou não da *embriaguês* por parte de quem cria. O “sistema conjunto dos afetos é que está excitado e elevado”, descarregando “de uma só vez” “todos os seus meios de expressão” lançando para fora a força de “apresentação”, “reprodução”, “transfiguração”. O filósofo também aproxima *embriaguês* de “histeria” e de “reatividade exacerbada”. Segundo o aforismo de *O Crepúsculo dos Ídolos*, tais

instâncias se perderam no tempo, restando apenas seu *residuum*. (Nietzsche, 2000, p.72) Não podemos esgotar a questão da embriaguês em Nietzsche nestas linhas, tão pouco essa é nossa pretensão. Inserimos esse conceito aqui porque com ele podemos entender como não é possível a um sistema, seja de moda, midiático ou outro qualquer, fabricar algo como “arte”, não sendo ela originária de um corpo humano vivenciando a embriaguês. Mas é possível, seguindo o pensamento de Flusser, avançar ainda alguns passos na comprovação da proximidade entre a criação de roupa e a criação das demais artes.

Inicialmente, é importante entender o modo como Flusser descreve a relação entre a criação e o *belo*. Ele defende que a arte não pode ser compreendida como expressão da subjetividade do artista, mas sim como proposição de formas ou modelos para experiências futuras. Desse modo, a arte seria sempre uma indicação do que viria, de algo novo, portanto, um ato de *criação*. E justamente a *quantidade* de novidade e a possibilidade de “apreensão” dessa mesma novidade é que caracterizaria o *belo* (FLUSSER, 2011, apud FERREIRA, sd). Flusser argumenta com vocábulos da teoria da informação. Para ele, se um modelo estético é muito tradicional, ele não contém muita informação e não aumenta o domínio da realidade, logo, não é *belo*. Por outro lado, se é excessivamente vanguardista e contém tanta informação a ponto de não comunicar nada, por não ser passível de compreensão, ele tampouco é *belo*. A beleza seria “a fina linha que separa a trivialidade do delírio, seria o alargamento do território da realidade, o aumento do parâmetro do real” (FLUSSER, 2011, apud FERREIRA, sd). Flusser concebe o *belo* como a originalidade de um modelo estético que é *compreendido* e, portanto, baseado na sua capacidade de expandir a experiência da realidade. Ele parece entender que, embora a embriaguês seja pressuposto da arte, nem toda a embriaguês leva à arte, pois nem tudo o que é concebido sob o signo da embriaguez “alarga a realidade”. Agora, considerando que o belo seja essa “fina linha que separa a trivialidade do delírio”, e que represente um “alargamento” de realidade, não é surpresa que a capacidade de criação do artista, aquilo que o diferenciaria dos demais mortais, tenha sido sempre objeto de interesse. Entender o modo como a criação ocorre, daria ao homem uma possibilidade de apreensão do futuro, daquilo que ainda não existe como objeto, mas que pode ser pressentido. Talvez o criador de roupas tenha de fato sido o exemplo mais real da sensibilidade do criador em relação a isso, à medida que era nas suas criações que esse *futuro* se materializava com mais evidência. Note-se o que diz Gilda Souza:

Colocado na encruzilhada entre as solicitações do público e o impulso artístico, o criador de modas, mais do que qualquer outro criador, terá, não há dúvida, de alertar sua sensibilidade para o momento social e pressentir os esgotamentos estéticos em vias de se processar. [...] Como o poeta, ele é apenas o porta-voz de uma corrente que se esboça e cuja tomada de consciência antecipa (SOUZA, 1987, P.31).

Vê-se então que, ao menos no modo como as sociedades ocidentais se organizaram, sobretudo a partir do momento em que foi possível ao homem pagar por uma determinada experiência estética, há pelo menos dois aspectos da criação de roupa a serem considerados: de um lado, o artista de quem a roupa surge, e do outro, aquele que *adquire* essa mesma roupa. O criador de roupas, segundo Souza, é “solicitado”, portanto, sua criação não prescinde de quem a adquire. Assim sendo, de onde viria a indicação para o novo? Daquele que produz a arte, ou daquele que a consome? Um pensador cujas reflexões podem contribuir nesse sentido é Walter Benjamin.

A abordagem de Benjamin, diz respeito mais diretamente à indicação, por parte dos criadores, de algo que ainda está no futuro. Ele foi um dos que abriu espaço dentro das chamadas *ciências sérias*, para o cotidiano, até então tido como secundário, defendendo que nesses fenômenos, muitas vezes considerados insignificantes, é que seria possível vislumbrar o futuro, o que lhe valeu, de modo similar ao ocorrido com Gilda Souza, a ridicularização por parte do *establishment* acadêmico (OTTE, 2004, p. 25 a 38). Embora no *Obra das passagens*, texto no qual nos baseamos, Benjamin seja afirmativo quanto à capacidade da arte de indicar o futuro e relacione esta capacidade à moda, o autor não considera o *criador de moda* um artista digno de ser citado. Tão pouco considera ele a hipótese de igualar a sensibilidade do artista à sensibilidade das “damas”:

Pois sabemos que a arte, em seus quadros por exemplo, antecipa, por muitos anos e de várias maneiras, as realidades perceptíveis. Podíamos ver as ruas e os salões brilhando em fogos coloridos muito antes de a técnica tê-los iluminado numa luz igual através de propagandas luminosas e outros recursos. É certo que a sensibilidade do artista em relação às coisas vindouras ultrapassa de longe a sensibilidade da grande dama. Mas, mesmo assim, a moda se encontra em um contato muito mais preciso com as coisas vindouras graças ao faro sem igual que o coletivo feminino possui por aquilo que o futuro oferece (BENJAMIN, 1983, apud OTTE, 2004).

Benjamin faz questão de frisar a *diferença* entre *moda* e *arte* e, obviamente, para ele não está em questão a sensibilidade do modista em detectar os desejos das “damas”, pois ele sequer cogita a possibilidade de ser o criador de roupas um criador de arte. Mas é bastante peculiar o fato de, para Benjamin, o “faro” feminino em relação ao futuro ser

“mais confiável que o olho do pintor” e estar, entre os cinco sentidos, “especialmente apto para antecipações” (BENJAMIN, 1983, apud OTTE, 2004). Assim sendo, para esse autor o que indicaria o futuro seria o *gosto* de quem adquire a arte. Algo como imaginar uma prateleira onde ficariam expostos objetos artísticos, cuja escolha por um ou outro se daria pela sensibilidade do comprador, o que, por sua vez, indicaria uma *tendência* de comportamento futuro. Benjamin faz assim uma interessante relação entre os movimentos cada vez menos lógicos da moda e a ascensão da burguesia. Segundo ele, a efemeridade dos usos burgueses tinha raízes nas suas “ideias volúveis” resultantes da ausência de ideais sólidos. Dessa volubilidade é que teria surgido a constante variação de gosto que, por sua vez, indicaria a novidade, pois o burguês por sua ausência de tradição seria o primeiro a interessar-se por algo novo (OTTE, 2004, p. 25 a 38). É pertinente então retomar a posição de Flusser: a beleza como a fina linha que separa a trivialidade do delírio, o alargamento do território da realidade, “o aumento do parâmetro do real”. Unindo as duas proposições tem-se que a arte, sobretudo a arte do vestir, daria sempre uma indicação de futuro calcada no gosto de quem a adquire, seja ele nobre, burguês, erudito ou representante da massa. Nesse ponto não podemos nos furtar à pergunta pela autonomia do artista, pois sua arte teria como finalidade última ser consumida, quando não, encomendada por alguém. Nietzsche, no horizonte de sua crítica à modernidade, aponta para o caráter “corruptível” do artista:

O bom e o belo. – Os artistas glorificam sem cessar – não fazem outra coisa – todos aqueles estados e coisas que têm a reputação de fazer o homem sentir-se bom ou grande, ébrio, divertido, são e sábio. Tais coisas e estados seletos, cujo valor para a felicidade humana é tido como certo e estabelecido, são os temas dos artistas: estes sempre se acham à espreita, para descobrir coisas assim e transportá-las para o domínio da arte. Quero dizer que eles não são os aferidores da felicidade e do que é feliz, mas que sempre ficam próximos desses aferidores, com enorme curiosidade e desejando utilizar imediatamente as avaliações deles. Assim, tendo os fortes pulmões dos arautos e os rápidos pés dos corredores, além da própria impaciência, eles sempre estão entre os primeiros a glorificar a nova coisa boa e frequentemente parecem ser os primeiros a chamá-la de boa e aferi-las como tal. Mas isto, como se disse, é um erro: eles são apenas mais velozes e ruidosos que os verdadeiros aferidores. – E quem são eles? São os ricos e os ociosos (NIETZSCHE, 2001, P.114).

Vês-se que para Nietzsche, assim como para Benjamin, a indicação para o que virá, embora se manifeste primeiramente na arte, tem sua gênese no *consumidor*, naquele para quem a arte é criada. Gilda Souza propõe a mesma coisa quando se refere à Dior que, segundo ela, ainda sob os ares da penúria da Segunda Guerra, lançava as exuberantes e dispendiosas saias rodadas. Para Souza, ele o teria feito levado não por um capricho, mas “pelo pressentimento genial de que um novo público estava em via de

se formar”. De modo que a sua criação teria vindo a satisfazer uma necessidade já existente, do contrário teria fracassado como tantos outros (SOUZA, 1987, P.31). De acordo com esses argumentos o criador não seria uma espécie de vidente, mas sim portador de uma maior sensibilidade e aptidão para dar forma objetiva a algo já presente no consumidor ou espectador de arte. O artista, se assim compreendido, seria capaz de atender anseios, de satisfazer desejos, o que colocaria em suas mãos a responsabilidade de decidir que anseios e desejos atender e de quem. Essa interrelação artista consumidor que, segundo Souza, fica mais evidente na moda, aparece em Nietzsche de maneira invertida. O filósofo irá dirigir-se ao consumidor, ao financiador de arte como responsável pelo seu adoecimento: “Vocês não percebem que, solicitando a arte como doentes, tornam os artistas doentes?” (NIETZSCHE 2004, p. 177). O artista, sendo aquele que tem a sensibilidade e as ferramentas para dar forma aos desejos, serve de espelho e lente de aumento para a saúde de quem consome sua arte. Era assim que Nietzsche se dirigia ao músico alemão Richard Wagner: “a modernidade fala [através de Wagner] sua linguagem mais íntima: não esconde seu bem nem mal, desaprendeu todo pudor” (NIETZSCHE, 1999, p.10). E essa análise invertida se dava porque o interesse de Nietzsche, para além da capacidade de antecipação do artista, estava na possibilidade de desnudar a *modernidade*: que homem seria esse, cujos desejos tomavam forma na arte Wagneriana? Percebe-se como seria difícil separar criador e consumidor de arte, e ambos de dinheiro. Veja-se a maneira como Gilda Mello mesmo descreve a função dos criadores de roupa num sistema de moda:

Como chamar de arte um fenômeno sensível às mais leves transformações do gosto, minimamente ligado às elites do dinheiro, manobrando livremente por meia dúzia de homens de talento, cujo mérito principal é conhecer a fraqueza humana e a feminina em particular? (SOUZA, 1987, p.29).

Seria esse o fim a que toda a criação estaria fadada? Servir sempre às elites? Nesse sentido, o capítulo *Morte ou o caso da arte*, do livro *O fim Da Modernidade* de Vattimo, abre ainda outra possibilidade. Ele fala em uma “teoria da cultura de massa”, e descreve essa cultura como sendo a:

[...] estetização geral da vida, na medida em que a mídia, que distribui informação, cultura, entretenimento, mas sempre sobre os critérios gerais de ‘beleza’, assumiu na vida de todos um peso infinitamente maior do que em qualquer outra época do passado (VATTIMO, 2007, p.44).

Para Vattimo, a partir daquilo que Benjamin chamou de “época da reprodutibilidade”, a percepção da arte se daria na “fruição distraída” (VATTIMO, 2007, p.44). Com isso não se poderia mais avaliar o caráter *corruptível* do artista com vistas ao poder financeiro simplesmente, à medida que a quantidade também passaria a representar um poder. Ocorre que, em tempos de “cultura de massa”, o gosto se estabelece pelo consenso, pela instauração e intensificação de uma linguagem comum, e “a homogeneização é tão totalitária como qualquer outro sistema” (ADORNO, *apud* SVENDSEN, 2010, p. 125). Todavia, paradoxalmente, se é pela mão do artista que a arte se corrompe frente aos poderosos, é também através dele que ela se rebela, buscando autonomia. Prova disso é que sempre houve movimentos igualmente artísticos, no sentido de tornar a arte menos “gastronômica”, dificultando qualquer possibilidade de fruição imediata, rejeitando, segundo Vattimo, a comunicação, optando por um silêncio puro e simples (VATTIMO, 2007, p.45). Uma arte “maldita” que, aos moldes do que era visto no movimento *L’art pour l’art*⁶⁷, também buscava a independência absoluta, buscava ser um fim em si mesma. Uma arte que em certos momentos pode romper com as academias, mas que em outros pode também vir a esmerar-se em técnicas, desde que isso represente a sua liberdade frente algum poder. Veja-se essa descrição de Cassagne das características do artista à época do movimento *L’art pour l’art*:

Distante observador da sociedade e seus costumes, mais nobre e mais sábio que seu objeto de estudo, devotado exclusivamente à procura, construção e gozo ideais do belo; neste sentido, ele deve renunciar ao mundo que o cerca: às notícias e atualidades, às modas, à busca de riqueza, de sucesso, de amor; recusar ao máximo, enfim, a todas as formas de agir mundanas (CASSAGNE, 1997, cap. 2, II, *apud* RABELO, 2011).

São inúmeros os exemplos de criadores de roupa que exerceram também o seu direito de autonomia. O movimento denominado *Wearable Art* fez esse papel procurando impor-se, paradoxalmente, contra tudo que é da essência da *moda*: o ditame de estilos através de cartelas, a imposição de tendências da estação, o consumo exacerbado. Notadamente, essas peças acabaram por ficar expostas em galerias e

⁶⁷ Este termo foi especialmente aplicado para designar parte da produção literária francesa, no período aproximadamente compreendido entre a revolução que enseja a Segunda República em 1848, e o massacre da Comuna de Paris que marca a passagem do Segundo Império para a Terceira República, em 1870. [...] O traço comum que permite designar escritores tão diferentes em suas particularidades como membros de um mesmo movimento é o fato de terem por regra primeira uma irredutível autonomia da arte. (Rabelo, 2011)

museus (MOURA, 2008). O que é pertinente se retomarmos o pensamento de Flusser para quem a arte *excessivamente* vanguardista deixaria de ser *bela* à medida que, se não comunica, não poderia indicar o novo, logo, não poderia “alargar” a realidade. Note-se que, para além da pretensão moderna de arte livre, a discussão sobre a *liberdade* da arte tem raízes em Kant, para quem “um genuíno objeto de arte, um objeto de julgamento estético deve mostrar uma ausência de finalidade ou objetivo [...] deve ser objeto de um julgamento puramente estético” (KANT apud SVENDSEN, 2010, p.119). Com tais argumentos podemos perceber que a criação artística vibra entre estes dois polos: a percepção de uma demanda e a necessidade de não se deixar aprisionar por ela.

É possível agora concluir que o artista criador de roupas está sujeito a todas as questões que se relacionam à criação de qualquer arte. Sua peculiaridade seria, conforme dito inicialmente, que tudo o que ocorre nas demais artes, na sua, torna-se muito mais evidente: a sua *corruptibilidade*, a impossibilidade de que sua arte seja sequer pretensamente “livre”, sua capacidade de “mostrar” os sentimentos mais íntimos da humanidade. Contudo, o discurso do consumidor vitimado, sem dúvida, faz muitos adeptos: o artista seria aquele que conhece a fraqueza do homem, podendo, portanto, manipulá-lo. Agora, seria correto desejar que o artista se censure em relação a isso? Se o que caracteriza o criador é justamente ouvir os apelos da alma, não se pode derivar disso que os apelos da alma sejam sempre “politicamente corretos”, pois, na realidade, não o são. Considerando que o artista busque inspirar-se nos desejos mais inconfessos da humanidade, não é de surpreender que, mesmo sob o regime da maior austeridade, a roupa seja sempre o modo como o homem subverte tais sistemas. Não o comprova o sempre permanente mercado do luxo? Que dizer então das roupas feitas de materiais nada ecológicos? Seria ainda justificável responsabilizar unicamente o artista por isso? Seria o caso de o artista, ao invés de *corromper-se* pelo poder e dinheiro que o mantém, *corromper-se* por valorações de bem e mal, procurando estar atento apenas aos apelos da alma dos pretensamente *bons*? Quer parecer que se espera que a criação seja um “alargamento da realidade” mas que esse “alargamento” ocorra pelos meios *corretos* e, sobretudo, que o artista seja crítico em relação à quem lhe financia e aos desejos que atende. Contudo, não se pode tirar de vista o fato de que, assim fazendo, instala-se uma espécie de *censura* à criação. Nesse aspecto, a crítica nietzschiana parece ser mais atual do que nunca: não se deve esquecer que a arte é o meio através do qual o homem se desnuda, onde perde o pudor. A criação artística, qualquer que seja ela, será sempre o espelho de sua época.

REFERÊNCIAS

- FERREIRA, D.P. *O Belo é elevado, o Agradável é Conservador*. Flusser Studies 12.
- FLUSSER, Vilém. (1981) *A arte como Embriaguez*. Publicado originalmente em FSP, 06.12.81, folhetim, (255).
- NIETZSCHE, F. *O Crepúsculo dos Ídolos* (ou como filosofar com o martelo), tradução Marco Antônio Casa Nova, Coleção Conexões, Rio De Janeiro, Relume Dumará, 2000.
- NIETZSCHE, F. *O Caso Wagner: Um Problema para músicos*, Tradução, notas e posfácio, Paulo César de Souza, são Paulo, Cia das Letras, 1999.
- NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*, Tradução, notas e posfácio, Paulo César de Souza, são Paulo, Cia das Letras, 2001.
- NIETZSCHE, F. *Aurora*, Tradução, notas e posfácio, Paulo César de Souza, são Paulo, Cia das Letras, 2004.
- OTTE, Georg. *A questão da legibilidade do mundo na “Obra das Passagens” de Walter Benjamin*. Ipotesi, Juiz de Fora, v. 8, n. 1 e n. 2, pág. 25 - 38, jan/jun e jul/dez 2004. Disponível em <http://www.lettras.ufmg.br/poslit>.
- MOURA, M. *A Moda entre a Arte e o Design*. In PIRES, D. B. (org.) *Design de Moda Olhares Diversos*, Barueri, SP, Estação das Letras e Cores Editora, 2008.
- RABELO, R. *A arte na filosofia madura de Nietzsche*, 2011. Tese (Doutorado em Filosofia) - Departamento de Filosofia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, 2011.
- SOUZA, G.M. *O Espírito das Roupas: a moda no século dezenove*, São Paulo, Cia das Letras, 1987.
- SVENDSEN, L. *Moda: uma Filosofia*, Tradução Maria Luiza X. de A. Borges, Rio de Janeiro, Zahar, 2010.
- VATTIMO, G. *O Fim da Modernidade: Nihilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna*, Tradução Eduardo Brandão, São Paulo, editora Martins Fontes, 2007.