

MODA E ARTE, DESEJO E CONTEMPLAÇÃO

FASHION AND ARTS, DESIRE AND REFLECTION

Claudia Mendes¹

Vânia Polly²

Resumo

Enquanto a definição da natureza da obra de arte permanece sendo uma das questões mais fundamentais da estética, o fosso que separa a criação de moda e a da arte não cessa de reduzir-se. Este trabalho apresenta uma discussão sobre o status da moda como parte do universo artístico, comparando teorias e autores que definiram e definem o estatuto da arte e o da moda, de modo a estabelecer a conexão entre as duas instituições.

Palavras-chave: Moda, arte, teoria institucional, estética

Abstract

While one of the most fundamental questions on aesthetics remains in the definition of the nature of the work of art, the gap which separates works of fashion and arts is increasingly narrowing. The present work presents a discussion on the status of fashion as art, establishing a comparison between theories and authors

¹ Graduada em Design de Moda, especialista em Design de Moda e em Educação no Ensino Superior, professora do Bacharelado em Design com ênfase em Moda da Faculdade SENAI/CETIQT, realiza pesquisa em processos gerenciais em moda.

² Graduada em Arquitetura, especialista em Moda e em Didática do Ensino Superior, mestre em Arquitetura e História Comparada, professora do Bacharelado em Design com ênfase em Moda da Faculdade SENAI/CETIQT, realiza pesquisa nos temas de moda, museus, patrimônio, vestuário e indumentária.

which defined the status of art and fashion, looking for a connection between both institutions.

Keywords: Fashion, arts, institutional theory, aesthetics

Introdução

Em entrevista ao jornal A Folha de São Paulo, o poeta concretista e acadêmico Décio Pignatari afirmou que o único foco recente de vanguarda brasileira não se encontra nas tradicionais raízes do teatro, música, poesia ou arquitetura, mas sim na linguagem da moda (PIGNATARI, 2007, p.3), ainda que esta se limite a apenas um pequeno número de profissionais do meio, como é comum a todo tipo de vanguarda. Mas como dar reconhecimento a este papel de vanguarda ao campo da Moda, dadas as suas peculiaridades de setor produtivo e fortemente ligado a questões de mercado, senão pelo também reconhecimento de suas interseções com o universo da arte?

LIPOVETSKI (2007, p. 272) traz luz a esse assunto quando afirma que o fosso que separa a criação de moda e a criação de arte não cessa de reduzir-se. Segundo o autor, “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 [sic] quanto nas belas-artes, [...] sujeitando-as igualmente à ordem da moda”.

No entanto, estas afirmações, saídas de segmentos intelectuais que historicamente costumam relegar a moda ao domínio da futilidade mundana, despertam novamente uma questão hoje central para a definição do status da moda: pode esta ser considerada uma forma de arte? Talvez respostas para esta pergunta tão controversa residam (i) na perspectiva sobre a qual encaramos a moda e (ii) na própria definição do que é arte.

A natureza "insensata" da moda

Quando falamos de moda, podemos entendê-la a partir de três aspectos principais: (i) a moda como um conceito, onde não existe um compromisso com reprodução e comercialização, (ii) a moda como objeto de desejo, não restrito somente a vestuário, e (iii) a moda em seu caráter mais produtivo e comercial. Estes três aspectos são extremamente interrelacionados, e podemos observar reflexos do impacto que exercem uns sobre os outros – vide o modo como desfiles altamente conceituais conseguem influenciar coleções de grandes redes e magazines, bem como, no caminho inverso, a própria Avant-garde se inspira no consumo de massa. No presente trabalho, para estabelecer o paralelo entre moda e arte, serão considerados principalmente os aspectos mais conceituais e vanguardistas da moda, ainda que algumas considerações sejam levantadas, ao fim do trabalho, com relação à moda como consumo nesse contexto.

Alguns autores, tais como SUNG BOK (1998, p.51-71), acreditam que a estética, ainda que uma das mais importantes características do universo da moda, foi notavelmente pouco abordada por pesquisas sobre moda até o fim do século XX. Sung Bok afirma que essa falta de estudos contribuiu para permitir o surgimento de questionamentos do papel da moda como arte. A autora destaca que estes questionamentos foram especialmente acalorados na década de 90, após a apresentação de uma retrospectiva dos trabalhos de Yves Saint Laurent no Museu Metropolitano de Nova York, sendo esta inserção de um estilista em um ambiente formal de arte alvo de inúmeras críticas no início da década de 1980 (SUNG BOK, 1998, p.62).

No livro "Antropologia de um ponto de vista pragmático" (KANT, 2006), onde são compiladas preleções de Immanuel Kant em diversos tópicos de antropologia, produzidas entre 1772 e 1795, o autor já nos apresentava uma discussão sobre a natureza e o status da moda. Kant, para além de estabelecer as bases de julgamento do gosto, aproximou-se da preocupação central de compreender os fatores que se articulam para gerar o que é considerado bom-gosto em algumas

sociedades (MILLER, 2007, p.29). Dentro desse contexto, a moda é relegada a um costume social, mais do que à estética, costume esse definido com a imitação do outro ou, mais especificamente, de indivíduos mais importantes na sociedade. Como exemplo, teríamos a criança que imita um adulto, ou os membros de classes menos favorecidas que imitam a aristocracia. O homem seria naturalmente inclinado a comparar a si mesmo com indivíduos mais importantes, de modo a não parecer possuir status mais baixo do que os outros, sobretudo em questões nas quais nenhuma consideração é dada à utilidade: "Uma lei de tal imitação (...) é chamada moda" (KANT, 2006, p. 137). A natureza frívola deste tipo de imitação fornece a justificativa para conferir à moda um caráter de vaidade e insensatez: "Ela é, portanto, da ordem da vaidade, porque não há em sua intenção nenhum valor interno; ao mesmo tempo, é também da ordem da insensatez, porque por força da moda temos ainda uma compulsão a nos submeter servilmente ao mero exemplo que muitos na sociedade projetam sobre nós" (KANT, 2006, p. 137). Kant nos apresenta uma de suas características antinomias: (i) indicar que a moda é uma questão de gosto; (b) mostrar que a moda por si mesma não é uma questão de gosto (pois pode ser ausente de gosto). Isso é resolvido pelo autor em seguida: "É sempre melhor ser um tolo na moda do que um tolo fora de moda, se você realmente deseja chamar esta vaidade pelo duro nome de insensatez" e porque "Todas as modas constituem, já por seu mero conceito, modos de vida inconstantes", manter-se atualizado com estas mudanças equivale a manter-se na moda.

A teoria institucional da arte (e da moda)

Certamente, a definição da natureza da obra de arte permanece como uma das questões mais fundamentais da estética. Obter tal definição esbarra na dificuldade imposta pelo próprio caráter diversificado da arte, sendo necessário para isso que se imponha uma essência comum a todas as suas manifestações,

idéia dificilmente aceita por muitos acadêmicos (BARTEL, 1979, p.44-52;) e produtores de arte, de modo geral (HAGBERG, 2002).

De todo modo, gerar uma definição lógica de arte no âmbito das condições suficientes e necessárias para categorizar algo sob o cunho de arte é um desafio que tem sido enfrentado por diversos autores e é uma questão central na filosofia da arte. Noel Carroll ofereceu uma "introdução contemporânea" para esse problema, ao definir a arte através de conceitos-chave tais como representação, expressão, qualidades formais, estética e, finalmente, a influente Teoria Institucional (CARROL, 1999, p. 256). Carroll remete aos trabalhos de George Dickie, que na década de 70 ofereceu uma definição extremamente lógica de arte – uma tarefa especialmente difícil sob a luz das conquistas da avant-garde no século vinte, quando definições canônicas eram sistematicamente desafiadas por iniciativas similares aos jogos e provocações de Duchamps ou Warhol que brincavam e criticavam as categorizações na arte. A definição de Dickie (DICKIE, 1992, p.438) se baseou em um arcabouço histórico fundamentado no conceito grego de mimesis, concluindo que, para além da qualidade auto-explanatória da arte – característica por ele considerada como condição necessária, mas não suficiente – devemos considerar a natureza relacional de nossa definição de arte, a qual pressupõe sua institucionalização. Segundo essa teoria, portanto, um trabalho artístico, em um sentido classificatório, é: (i) um artefato e (ii) um conjunto dos aspectos os quais conferem sobre o mesmo o status de candidato para a apreciação de um indivíduo ou grupo de indivíduos agindo em nome de uma certa Instituição - o mundo da arte. Portanto, um novo conceito, definido como o "mundo da arte", foi postulado com o único objetivo de conferir a artefatos o status de arte. Será portanto a própria comunidade de conhecedores de arte quem definirá e ampliará os limites daquilo que pode ser chamado de arte.

Se aceitarmos esta teoria, podemos considerar que não há problema em definir moda, ao menos em seu aspecto conceitual, como parte do "mundo da arte", bastando para isso que houvesse a aceitação da moda como tal, por parte de

proeminentes nomes e instituições artísticas. Talvez, bastasse a estes especialistas lembrar-se de que museus e galerias também são sujeitos a "tendências", de modo bem similar ao que ocorre nas passarelas. E, curiosamente, uma das principais tendências de museus, galerias e exposições nas últimas décadas tem sido justamente a moda. A cada ano, aumenta o número de museus de arte que abrem exposições dedicadas a diferentes criadores e aspectos do universo da moda. A bienal de Florença em 1996, o Victoria & Albert Museum de Londres, O York Castle Museum, as diversas exposições dedicadas à moda no Metropolitan de Nova Iorque, as exposições itinerantes dos sapatos de Vivienne Westwood, a mostra Viéis, no MASP e a exposição "Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga" são apenas alguns exemplos desta invasão da moda no terreno da arte. Estas exposições apresentam os estilistas e obras como possuidores de um status muito semelhante ao de qualquer artista plástico contemporâneo. Isso fica bem exemplificado nas palavras da curadora da Radical Fashion, exposição realizada no Victoria and Alberts Museum (WILCOX, 2001, p.1):

"Se a Arte é "inventar mundos" que desafiem o mundo existente, criar e materializar novas sensibilidades, escutar o tempo, resistir aos mecanismos dominantes - e portanto causar sensações e reflexões - "moda radical" é esta que se planta em seus terrenos, que se faz em seus (não) parâmetros. Moda radical tem sido aquela que faz esquinas em planas e glamourosas passarelas, que questiona perfeitos corpos, que produz imagens tóxicas. Aquela que incomoda, mais do que acomoda em combinações perfeitas. E nem sempre incomodar significa chocar, assim como muito se tem dito sobre alguns rebeldes de cortes e costuras e visões. Mas quase sempre tem a ver com beleza. Não aquela que enche olhos menos abertos ao estranhamento, mas aquela que fala ao mundo sensível de todos nós. Todos são criadores

inseridos no mercado. Possuem suas griffes, vendem seus produtos, alimentam o funcionamento da moda, máquina das mais capitalísticas. Porém, ousam questioná-la, ousam dizer de si, ousam dialogar com instâncias sensíveis, ousam criar incômoda moda. Em muitos momentos chacoalham suas diretrizes, confundem mídia e espectadores que esperam fórmulas fáceis. Não se deixam aprisionar. Se permitem estranhar o próprio mundo que os cerca. Escutam e esculpem os corpos e criam mais que roupas: inventam paisagens”.

Curiosamente, temos também casos onde personalidades renomadas do campo das artes plásticas associam-se ao mundo da moda, justamente em seu aspecto mais comercial. Um exemplo recente é o da influente artista plástica japonesa Yoi Kusama, que se associou em 2012 ao estilista Marc Jacobs, realizando a tradução de suas famosas padronagens circulares para a confecção de bolsas da marca Louis Vuitton. Na verdade, essa nem seria a primeira incursão desta reconhecida artista no campo da moda, uma vez que Kusama inaugurou na década de 60 a Kusama Fashion Company, em Nova York, onde comercializava vestidos e tecidos inspirados em suas obras de arte.

No entanto, existem diversas objeções à teoria institucional da arte - e, por consequência, à definição da moda como arte por meio da institucionalização. Uma delas vem da percepção de que a teoria institucional é perigosamente circular (WARBURTON, 2003). Obras de arte são definidas como objetos que são aceitos como tais pelas pessoas que entendem de arte; e as pessoas que entendem de arte são definidas como as que aceitam certos objetos como sendo obras de arte. Marcel Duchamps desafiou sob a luz modernista esta definição canônica, ao colocar um urinol em um contexto artístico na Society of Independent Artists, em 1917, conferindo ao mesmo o status de arte. Dickie observou que Duchamps, portanto,

se engajou em um ato humano “despercebido e não apreciado”, de conferir o status de arte ao utilizar um artifício institucional de modo heterodoxo: “Duchamps não inventou o mundo da arte, pois ele sempre esteve presente” (DICKIE 1992, p. 438).

Arte e moda por uma definição histórica

Outra teoria de arte que poderia contribuir para a definição de objetos de moda como tal seria a teoria da “Definição histórica da arte”, segundo a qual a obra de arte deve intencionalmente dar suporte a algum “olhar” artístico precedente. Segundo CARROLL (1999, p.241), essa teoria conecta os diferentes candidatos à história da arte. O aspecto desta teoria mais relevante para a discussão do presente trabalho talvez seja a questão da intenção versus a função, uma vez que esta teoria pressupõe a necessidade da existência de certa intenção por parte do criador de conferir ao objeto um reconhecido olhar artístico.

Talvez este olhar artístico esteja presente em desfiles como o de Jum Nakao em 2004 (NAKAO, 2004, p. 20). Jum Nakao tocou a moda, fez uso de elementos da moda e do altar da moda para discuti-la. Porém, seu desfile fez clara crítica à sua fragilidade e efemeridade – utilizando-se do papel, material frágil, destruído ao fim do evento pelas mãos das próprias modelos, vestidas como robôs-bonecas, representando a massificação. Ao mesmo tempo, exaltou-a, servindo-se de seus elementos constitutivos tradicionais, tais como a silhueta histórica, a decoração de superfície, a mão de obra artesanal e o formato de desfile. Jun Nakao ofereceu, de modo provavelmente não intencional, um curioso paralelo ao urinol de Duchamps. Duchamps conferiu o status de arte a um objeto inusitado, transferindo-o a um contexto do mundo da arte, enquanto Nakao conferiu status de moda a objetos de apreciação artística transferindo-os às passarelas. Nakao fez uso de todos os signos do mundo da moda, em um aspecto teórico, e foi nesse momento que seu trabalho se definiu como arte: fazendo questionar o processo da moda e não produtos de moda.

No entanto, essa definição de arte levanta os mesmos contra-argumentos

poderosos que se opõem à visualização da moda como arte, nos quais os objetos de moda são providos de propósito, natureza funcional e despertam desejos, mais do que contemplação estética, que, segundo Kant, deveria ser desprovida de interesse (KANT, 1995, p. 55).

James Joyce afirma existirem dois tipos de arte: a primeira, conhecida como arte pornográfica ou imprópria, é incapaz de alcançar os três valores básicos fundamentais para tornar-se uma arte própria ou transcendente: (i) integridade, relacionada com o conteúdo (ética), (ii) harmonia, ligada à forma (estética) e (iii) radiância, relacionada com o transcendente, ou aquilo que faz a arte ser "sublime e perene" (JOYCE, 2006, p. 265). Ao carecer destes requisitos, a arte pornográfica teria menor valor artístico, sendo dedicada somente a prover as necessidades humanas mais materiais, tais como o desejo. Sob esta luz, a moda estaria mais relacionada com o campo da pornografia, uma vez que despertar o desejo, peça fundamental do consumo, é muitas vezes o objetivo principal de um objeto de vestuário. Por outro lado, as idéias de Joyce podem levantar diversas outras considerações, a partir do momento em que uma roupa passa a nos despertar mais do que desejo.

Sobre esta diferença, OLIVEROS (2004, p.1) afirma que a separação entre moda e arte está bem definida. O autor afirma que "você tem que saber por onde sua agulha costura...", numa alusão direta entre a diferença de um bordado de Leonilson e um vestido de Herchcovitch, por exemplo. Se um criador deseja realizar uma obra de arte utilizando roupas e referências da moda, a intenção do mesmo definirá o trabalho como arte. Por outro lado, se alguém deseja "fazer moda", deverá levar em conta diversos outros aspectos não artísticos. Ainda, segundo o autor, essa fronteira não impediria que cada área fizesse uso da outra em sua realização:

"Todavia, vale lembrar que, quando a moda se relaciona com outras linguagens, especialmente a arte, é preciso muito mais do que uma imagem que vai ser

consumida pela massa; essa relação tem de ser pensada a partir de um rompimento de códigos pertinentes a cada uma para que se estabeleça um outro lugar, que não resulta em mais um produto, e sim em uma obra. Investir nessas relações, ainda que de forma experimental, traz novas reflexões para ambos os campos de criação. O desfile-obra de Jum Nakao é uma dessas experiências.” (OLIVEROS, 2004, p.1).

A definição de narrativa histórica

Os oponentes da definição histórica da arte negam que a existência de intenção seja sempre necessária. Algumas vezes, o mero fato de que um artefato possa ser usado para servir uma função historicamente reconhecida é suficiente para chama-lo de um objeto de arte, independente da intenção original do criador (CARROLL, 1999, p. 249). Talvez a definição de arte mais adequada para analisar a questão da moda seja a da narrativa histórica (MILLER, 2007, p.27). Esta abordagem estabelece o status artístico de um candidato ao conectar o trabalho em questão a outros trabalhos e práticas previamente reconhecidos. Enquanto as duas definições citadas anteriormente podem cair na armadilha da circularidade e sofrerem duras críticas da avant-garde, autores como Carroll e Miller privilegiam esta última definição por “incorporar as mutações da vanguarda na contínua evolução da arte”. Assim, nada impede que produtos de moda de objetivo comercial como as coleções de Ronaldo Fraga gerem iniciativas de fortíssimo cunho artístico como a exposição “Rio São Francisco Navegado por Ronaldo Fraga” apresentada recentemente no pavilhão das Culturas Brasileiras em São Paulo (HANSEN & MORELLI, 2012).

Anne Hollander, sob esta luz, considera que “o vestuário é uma forma de arte visual, uma criação de imagens tendo como meio a exposição do interior” e deveria

encontrar-se em pé de igualdade com a arquitetura, cuja dimensão funcional não prejudica seu bem-estabelecido status artístico (HOLLANDER, 1993, p.311).

O status próprio da moda

Qual será então o motivo para que na prática, ainda haja por parte de muitos a recusa de aceitar a moda com tal status? Será a moda menos relevante que a arquitetura por ser efêmera? Mas também não o seria uma instalação de arte? Uma das possíveis razões pode residir no fato de que, enquanto a arquitetura é percebida como uma iniciativa heróica (em parte porque dimensões monumentais estão envolvidas), conotações de frivolidade continuam a encobrir tentativas de tratar a moda sartorial como sujeito merecedor de séria pesquisa acadêmica. Diversos autores partilham da opinião de que o status da moda continua sendo prejudicado pela visão de Kant de que suas características mais marcantes seriam a vaidade e a frivolidade. MILLER (2007, p. 28) apresenta uma interessante discussão sobre esta visão da moda, onde a idéia de Kant do caráter de imitação da mesma e "sob o título de vaidade", seria comparável à imitação motivada por ambição descrita por BURKE (1990, p.45). A autora cita ainda o trabalho de Francis Sparshot (SPARSHOT, 1992, p.563), onde surge a afirmação de que os filósofos temem e odeiam o corpo, uma vez que atividades ligadas ao corpo, como a dança e mesmo a moda não oferecem bases filosóficas. Por outro lado, o filósofo John Ducasse oferece uma visão positiva sobre o corpo, os adornos e a beleza (DUCASSE, 2004, p.215). Ducasse afirmou que "a palavra cosmético é derivada do grego Cosmos, emprestada para línguas modernas para significar especificamente o universo organizado. Essa derivação seria suficiente para sugerir que as artes cosméticas, mesmo sendo encaradas com pouca tolerância como um mero estímulo à vaidade humana, ainda assim possuem conexões nobres".

Quando Joyce cita o desejo, permite comparar a moda à pornografia, como algo inferior. Para Walter Benjamin (SELIGMANN-SILVA, 2007, p.181) a moda é o desejo daquilo que não é. É fetiche, o que nunca se satisfaz. Quem sabe então a

moda mais verdadeira não seja aquela que nunca se satisfaz? A que possui “algo mais”, que nos encanta e também nos aprisiona? Inspirador de Benjamin, Baudelaire tem uma visão da moda ainda mais positiva: “...aproximação qualquer de um ideal cujo desejo faz cócegas sem cessar no espírito humano não satisfeito. Ela usa artifícios para colocar o belo acima da fragilidade da vida, da decadência das coisas” (SELIGMANN-SILVA, 2007, p.182).

Então, podemos encarar as roupas sob dois olhares: do ponto de vista de seus aspectos funcionais, nós as avaliamos de acordo com as qualidades que as permitem suprir suas múltiplas funções de nos manter aquecidos, nos fornecer sex-appeal, nos adornar, etc.. Podemos igualmente encará-las como belos objetos de contemplação estética ao ignorarmos sua dimensão funcional. Neste caso, elas poderiam ser (e são) objetos de admiração em museus.

Pensar que questões de estética dentro dos mundos da moda, cultura popular e mídia falham em influenciar a importância da beleza dentro do mundo da arte é se recusar a reconhecer a frequência e potência dessa fertilização cruzada. Ainda, como observado por Bordo:

“as idéias daqueles que trabalham para a Calvin Klein e daqueles que trabalham para a Oxford University Press (ou para a University of Califórnia Press) estão em conversação entre si, sem dúvida. A questão continua sendo se estamos satisfeitos em deixar que essa conversa permaneça encoberta e não estudada” (BORDO, 1997, p. 19).

Ainda, SUNG BOK (1998, p.51), ao analisar a bibliografia de moda até o fim do século XX, indicou que conceitos pós-modernos da moda tendem em direção a uma abordagem mais interdisciplinar, finalmente abraçando diversas formas e práticas estéticas que enriquecem a experiência humana, do mesmo modo que a arte pós-moderna. A autora conclui que a moda pode ser reconhecida como sujeito da arte, como resultado destas concepções mais abertas, tanto de moda quanto de

arte. Hoje, mais de uma década após o estudo de Sung Bok, vemos cada vez mais este "caráter multidisciplinar" da moda se refletir tanto em espaços acadêmicos e formais (museus, universidades) quanto nos próprios espaços redutos da moda (como em desfiles que cada vez mais se confundem com exposições de arte).

Portanto, talvez o grande juiz desta questão seja menos o idealizador e suas intenções iniciais, e mais o sujeito, observador ou consumidor de moda ou arte. Para este, a necessidade humana de se adornar, se sentir belo é legítima, e confirma o inegável impacto que o belo tem em nossa vida. "O belo é ligado tão intimamente à subjetividade humana, que se define, no limite, pelo prazer que proporciona, pelas sensações ou pelos sentimentos que suscita em nós" (FERRY, 1994 p.36). Ainda, segundo o filósofo espanhol Manuel Fontán de Junco, o maior mérito da moda baseia-se no fato de que esta "conseguiu estabelecer uma ponte entre a beleza e a vida. A moda é uma arte que se usa, que se leva para a rua; é uma arte de consumo a que todos têm acesso" (JUNCO, 1996, p.34).

Neste contexto, é seguro afirmar que a moda já adquiriu um status próprio. Ela não só revela, mas também constrói a sua própria época. Não é apenas o reflexo de uma sociedade, mas um fator constitutivo da mesma. A moda se apropria e domina seu universo próprio, seu repertório particular e afirma o que tem de único. Nesses momentos, a partir de muita técnica e domínio criativo, é possível haver uma reação parecida ao que se experimenta ao ver um trabalho artístico. O que, em última análise, nos faz refletir sobre as palavras da professora e consultora de moda Mariana Rocha (ROCHA, 2007, p.1): "Se é arte ou não é arte, tanto faz. Classificar coisas não é mais tarefa para o nosso tempo".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTEL, Timothy W. Appreciation and Dickie's Definition of Art. *British Journal of Aesthetics*, 19 (1) pp. 44-52, 1979.

BORDO, Susan. *Twilight Zones: The Hidden Life of Cultural Images from Plato to O.J. Berkeley*: U. of California Press, 1997.

BURKE, Edmund. *A Philosophical Enquiry Into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful*. Oxford: Oxford University Press, 1990.

CARROLL, Noël. *Philosophy of Art: A Contemporary Introduction*. Londres: Routledge, 1999.

DICKIE, George. *Art and the aesthetics*. Ithaca: Cornell University Press, 1992.

DUCASSE, Curt John. *The Philosophy of Art*. Oxford: Kessinger Publishing, 2004.

FERRY, Luc. *Homo aestheticus: a invenção do gosto na era democrática*. São Paulo: Ensaio, 1994.

HAGBERG, Garry L. *The Institutional Theory of Art: Theory and Antitheory*. In *A Companion to Art Theory*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2008.

HANSEN, Cynthia & MORELLI, Graziela. *A Cultura Sob O Olhar Da Moda: Breve Análise Da Atuação Política De Ronaldo Fraga*. Anais do VIII Colóquio de Moda – 5º Congresso Internacional, Rio de Janeiro, 2012.

HOLLANDER, Anne. *Seeing through clothes*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1993.

JOYCE, James. *Um retrato do artista quando jovem*. São Paulo: Editora Objetiva, 2006.

JUNCO, Manuel Fontán de. *Profundidades del diseño y permanencia de la moda*. Bilbao: Departamento de estudios BBV, 1996.

KANT, Immanuel. *Antropologia de um Ponto de Vista Pragmático*. 1 ed. São Paulo: Illuminuras LTDA, 2006.

KANT, Immanuel. *Crítica da Faculdade do Juízo*. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero.*, São Paulo: Editora Cia das Letras, 2007.

MILLER, Sanda. *Fashion as Art; is Fashion Art?* *Fashion Theory* 11(1): 25-40, 2007.

NAKAO, Jum. *A costura do Invisível*. 1 ed. São Paulo: Senac Nacional, 2004.

OLIVEROS, Ricardo. A moda como manifesto da arte. Revista Cult, n. 82, São Paulo, 2004.

PIGNATARI, Décio. Entrevista. Folha de São Paulo, São Paulo, 4 ago. 2007 p. 3.

ROCHA, Mariana. Moda é arte? Agosto 2007. Disponível em: <http://dusinfernus.wordpress.com/2007/08/09/moda-e-arte-a-colnultora-mariana-rocha-responde/>. Acesso em 28/03/2008.

SELIGMANN-SILVA, Marcio (org). Leituras de Walter Benjamin. 2ª Ed. São Paulo: Annablume Ed., 2007.

SPARSHOTT, Francis. Why Philosophy Neglects Dance. In Philip Alperson (ed.) The Philosophy of the Visual Arts. Oxford: Oxford University Press, 1992.

SUNG BOK, Kim. Is Fashion Art? Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 2(1): 51-71, 1998.

WARBURTON, Nigel. The Art Question. Nova Iorque: Taylor & Francis Group, 2003.

WILCOX, Claire. Radical Fashion (Victoria and Albert Museum Studies). Londres, Victoria & Albert Museum, 2001.

Recebido em 14/09/2011

Aceito em 16/12/2013