

De arte a negócio ou de Worth a Herchcovitch: afinidades eletivas, categorias sociais e processos sóciohistóricos - a configuração moda.

Tese de Doutorado apresentada por Maria Salete de Souza Nery em 2009.

Orientador: Edson Silva de Farias

Resumo:

O ponto de partida deste trabalho é a afirmação de que há uma mudança de discurso em nome dos criadores de roupas, que enfatiza o negócio de natureza da moda no século XXI, ao contrário do que ocorreu no século XIX, quando a figura do designer surgiu pela primeira vez (Charles Worth) partindo da afirmação de que forma é arte. Ao afirmar que era realmente sobre uma arte, Worth contribui para uma mudança significativa no estado para aqueles que trabalharam com o criação de modelos de roupas, que só é possível em função das transformações ocorreu em formas de vida da sociedade nos séculos XVIII e XIX séculos. Atualmente, apesar de não tendo por unanimidade, que a matéria, uma nova mudança de discurso é visível entre os dedicados à criação de vestuário: a afirmação de que moda é um negócio, em franca oposição aos declaração Worth. Apesar disso, a concepção de que a moda está ligado à criatividade, o seu negócio natureza é enfatizada. Portanto, considera-se que, em da mesma forma que no tempo Worth, essa mudança de discurso pode ser interpretado em virtude de as transformações ocorridas ao longo do tempo. A moda é heurístico para a compreensão do século XX e XXI relações sociais, devido à crescente valorização da aparência e seu papel no capitalismo de desenvolvimento. Para desenvolver esta pesquisa, a moda é definida como um processo de produção, comercialização e consumo de bens simbólicos direcionado para a composição do imediatamente sensível (imagens, cheiros, sabores, sons, superfícies), que a aceitação / uso é de natureza efêmera e é causada por gostos, estilo social condicionalismos de ordem variável e / ou escolha deliberada em conta os objectivos e previamente estabelecidos expectativas, assumiu pelas relações de interdependência e funcionalidade que amarrar os diversos indivíduos, os contornos do que o sociólogo Norbert Elias chamou configuração. Portanto, a moda seria uma configuração marcada por quatro funções fundamentais: negócio, produto, expressão e utilização. Neste trabalho, o vestuário é especificamente considerado como o ponto de discussão. A estratégia adotada é através da trajetória de indivíduos representativos de ambos os pólos mencionados para desvendar o teia de relações que estão inseridos ea configuração que detém em seu desenvolvimento processo. Desta forma, será possível estabelecer as ligações entre pólos citados. Esses dois indivíduos representativos são o inglês Charles Worth, por seu projeto de moda fazer ser reconhecida como arte no século XIX, e Alexandre Herchcovitch. Em Relativamente a esta última, a escolha foi feita porque ele é um brasileiro de reconhecimento em relação Brasil (e que procura construir uma sólida internacional carreira) e que afirma ser uma moda negócios, o que termina por orientar sua vida profissional trajetória e, portanto, suas

produções. Além dos livros que estudo de luxo, moda e capitalismo, trabalhos que discutem sócio-econômico transformações do período também são tomadas, como também acadêmicos e artigos de revistas, bem como livros escritos por Herchcovitch, tomadas para a configuração fins de análise.

Palavras-chave: onfiguração; moda; sociologia da cultura; CIENCIAS HUMANAS

Banca examinadora: Edson Silva de Farias, Miriam Cristina Marcilio Rabelo ,] Maria Lucia Bueno Ramos , Paulo César Borges Alves, Juliana Gonzaga Jayme