

“De Arte a Negócio ou de Worth a Herchcovith: Afinidades Eletivas, Categorias Sociais e Processos Sócio-Históricos- A configuração da Moda”.

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

Orientador: Edson Silva de Farias

Resumo:

Talvez, nos atuais dias, a frase de Alexandre Herchcovitch, estilista brasileiro de carreira também internacional, chegue a soar, de certo modo, banal. Parece evidente a identificação da moda como um negócio. No entanto, se tal afirmação é “comum”, deveríamos questionar o porquê de sua enunciação. Aquilo que já está devidamente assentado pouco carece de declarações tão contundentes. Esse foi o ponto de partida para a pesquisa aqui apresentada. Afirmações como a de Herchcovitch foram lidas em entrevistas com indivíduos renomados da moda nacional e internacional. A curiosidade, contudo, foi apenas despertada com a percepção de que, em alguns casos, afirmações similares surgiam sem que houvesse questionamento por parte do entrevistador a respeito de uma possível identificação da moda com a arte. O ponto nodal estava na tentativa de dissociar a moda quanto ao trabalho artístico (em sentido “tradicional”), algo que parecia dever ser explicitado em frases categóricas, como o exemplo da entrevista realizada pelo Jornal A Tarde com Paulo Borges, “mentor e diretor artístico do São Paulo Fashion Week”, maior evento de moda do Brasil, em 08 de fevereiro de 2002.

Palavras-chave: Arte; Negócio; Categorias Sociais

Banca examinadora: Arte; Negócio; Categorias Sociais