

Corpos “imperfeitos” como objetos de reflexão a respeito dos ideais de beleza e perfeição propagados pela mídia nas interações entre a moda e a arte

“Imperfect” bodies as objects of reflection about the ideals of beauty and perfection propagated by the media in the interactions between fashion and art

Virgínia Todeschini Borges

Mestra em Comunicação e doutora em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, professora adjunta dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário da Cidade (UniverCidade)

Resumo

Este artigo aborda a problemática do corpo como objeto de reflexão nas interações entre a moda e a arte por meio da análise de trabalhos de moda que fazem referência ao universo da arte – um realizado pelo estilista brasileiro Carlos Miele (1999) e outro, pelo estilista alemão Karl Lagerfeld (2009). As imagens de corpos “imperfeitos”, ou que desviam da dita “normalidade”, trazem à tona questionamentos a respeito dos ideais de perfeição e modelos corporais (re) produzidos pela mídia e pela moda.

Palavras-chave: corpo; moda; artes visuais.

Abstract

This article proposes a discussion about the human body as an object of reflection in the interactions between fashion and art, through the analysis of fashion work inspired by the art world – one realized by the Brazilian designer Carlos Miele (1999) and another by the German designer Karl Lagerfeld (2009). These images of imperfect bodies bring up questions about the ideals of body perfection and models reproduced by the media and fashion world.

Keywords: *body; fashion; visual arts.*

Introdução

Este artigo tem como objeto de investigação dois trabalhos de moda cujo foco é a problemática do corpo: o vídeo *Lucíferos Vestíveis*, de 1999, idealizado pelo estilista brasileiro Carlos Miele, e um editorial de moda produzido e fotografado pelo estilista alemão Karl Lagerfeld, em 2009.¹

O objetivo é iniciar uma reflexão a respeito da problemática do corpo nas interações entre a moda e a arte por meio da análise de imagens de moda que fazem referência ao mundo da arte, trazendo à tona questionamentos a respeito dos ideais de perfeição e modelos corporais (re)produzidos pela mídia e pela moda. A moda, quando evidencia o poliformismo e a plasticidade do corpo, revela suas interações com a arte, dando forma a interrogações e elevando o corpo de mero suporte a objeto de reflexão.

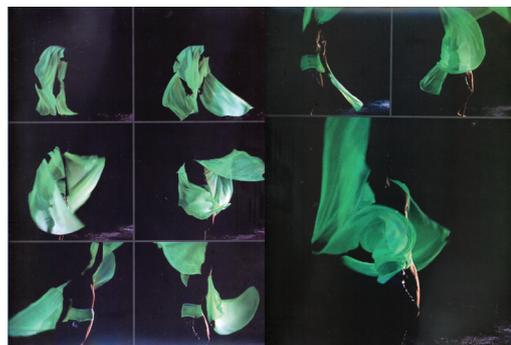
Lucíferos Vestíveis, de Carlos Miele (1999)²

Já é tradição afirmar que a moda se aproxima das artes visuais para buscar inspiração, seja na composição de formas e cores, seja na referência a escolas, movimentos artísticos, obras e artistas já consagrados. Transpondo as fronteiras entre a moda e a arte, podemos citar o estilista Carlos Miele.

Seus trabalhos promovem um diálogo entre as diversas linguagens artísticas; são eventos que mesclam música, dança, poesia, performance, vídeo. Ele experimenta a linguagem das artes visuais na moda e vice-versa, buscando interlocuções capazes de inaugurar novas percepções em seu próprio território de ação, a moda.

Seriam, então, as passarelas os museus e as galerias da moda? Para Miele, a passarela seria o terreno mais apropriado para estes trabalhos, pois os espaços oficiais e consagradores dos museus “roubariam a voltagem de ruptura pretendida por sua proposta”. A passarela dessacraliza o acesso à arte e ao mesmo tempo “traz emanação artística ao lugar da moda” (MIELE apud MORAES, 1999, p. 8). São propostas que rompem as barreiras entre a moda e a arte.

Figura 1 – Balé



Fonte: Imagem extraída do vídeo de arte *Lucíferos Vestíveis*, dirigido por Carlos Miele. Modelo Ranimiro Lotufo (MORAES, 1999, p. 80-81).

Essas imagens são de instantâneos do vídeo *Lucíferos Vestíveis*. A fotografia, neste caso, pode ter tanto função documental, como meio de registro da performance, quanto pode ter intenções artísticas, ou seja, acabam produzindo um novo tipo e material, com existência própria, independente da situação que a criou.

O vídeo *Lucíferos Vestíveis*, de 1999, serve de veículo para a afirmação da trajetória de autossuperação do modelo Ranimiro Lotufo (vítima de um acidente de parapente que mutilou uma de suas pernas), estimulando a reflexão sobre a importância da reintegração do deficiente físico à sociedade.³

Lotufo veste uma sunga e uma espécie de capa fosforescente desenhada por Miele, peça que tem longas mangas adejantes e traz em sua genealogia os *Parangolés*, as capas dançáveis de Hélio Oiticica, exibidos ao ritmo do corpo (ver Figura 1). São peças que não escondem o corpo, mas, antes, o revelam, deixam à mostra o corpo do modelo e a prótese da perna direita. O vídeo é um balé de luz, cor, dança e mecânica dos tecidos: a roupa parece assumir movimentos próprios. Ela pede o gesto, só existe pelo movimento do corpo. Nas palavras de Carlos Miele, “as roupas são pensadas para corpos em movimento criarem casuais formas e volumes, proporcionando diferentes configurações do corpo”.

Figura 2 – Balé



Fonte: Imagem extraída do vídeo de arte *Lucíferos Vestíveis*, dirigido por Carlos Miele. Modelo Ranimiro Lotufo (MORAES, 1999, p. 78-79).

Segundo Angélica de Moraes, crítica de arte, jornalista e curadora de arte, no livro *Carlos Miele: M. Officer*: “Ao mesmo tempo, este vídeo é uma profissão de fé na roupa como prótese tecnológica, alternativa apontada pelo desenvolvimento dos tecidos térmicos inteligentes e da gradual portabilidade dos computadores e equipamentos eletrônicos de comunicação individual” (MORAES, 1999, p. 10-11). Porém, este vídeo se refere menos à roupa do que

ao próprio corpo que a carrega.⁴

***Movimento Surrealista* (2009), De Karl Lagerfeld**

O alemão Karl Lagerfeld, conhecido como o “imperador” (*kaiser*) da moda, é considerado pela crítica especializada não só um dos estilistas mais influentes do mundo da moda, mas também o mais polivalente. Além de ser diretor criativo das linhas de alta-costura e *prêt-à-porter* da maison Chanel, da italiana Fendi, e de se dedicar à sua própria grife, o designer já colaborou com uma série projetos relacionados à moda e à arte. Lagerfeld também é fotógrafo: fotografa frequentemente suas campanhas publicitárias, já clicou e produziu editoriais de moda e capas de revistas, além de um número um especial da revista *Visionaire*.⁵

Figura 3 – Editorial de moda *Movimento Surrealista* para a revista *Elle* italiana, em outubro de 2009.



Fonte: Revista *Elle*. Fotografia Karl Lagerfeld. Modelos Iekeliene Stange e Baptiste Giabiconi (out. 2009).

A edição de outubro de 2009 da revista *Elle* Itália traz um editorial de moda, com inspiração no surrealismo, fotografado e produzido por Lagerfeld. Intitulado *Movimento Surrealista*, o editorial é todo em preto e branco, com algumas pinceladas de cor, e faz referências ao surrealismo e à década de 1930 (ver Figuras 3 e 4). O foco está na ilusão de corpos plastificados (o modelo está maquiado de forma a se parecer meio humano, meio manequim) e no emprego de acessórios pouco convencionais como proposta de moda, usados como adornos na cabeça da modelo: escorredor de macarrão, sapato, telefone, bolsa, capacete de penas, gaiola – bem à moda surrealista.

As fotografias são acompanhadas do seguinte texto de abertura: “Costura do inconsciente. Pensamentos livres, proporções, materiais. *Tóps* que se espalham como nuvens, corpetes estruturados que se tornam corpo humano, penas de aves que são mulheres. Moda onírica, radical, entre Man Ray e Salvador Dalí. Sem inibições” (REF)

A chave do procedimento surrealista é o deslocamento: a combinação de uma variedade de objetos em contexto bizarro, fora do comum. Para os surrealistas, objetos ordinários deveriam ser despidos de sua significância normal, a fim de criar uma imagem que iria além da sua organização formal ordinária. Frequentemente, as criações mais ousadas são chamadas de surreais, em referência a este movimento artístico que, ao enfatizar os fatores inconscientes na criação, livre das exigências da lógica e da razão, valorizava os sonhos, o bizarro, o fantástico, o maravilhoso, subvertendo as ideias de bom gosto e decoro.

A moda contemporânea parece buscar constantemente a inovação, o inesperado, o extravagante, o inusitado, embora Fredric Jameson tenha afirmado que “há muito pouco na forma ou no conteúdo da arte contemporânea que a sociedade contemporânea considere intolerável e escandaloso” (JAMESON, 1993).

A parceria moda/surrealismo vem de longa data. Segundo Florence Müller, no livro *Arte e moda*, o surrealismo modificou a moda, sobretudo na sua tradução em imagens. Até a década de 1950, as revistas de moda esbanjavam imagens produzidas dentro do espírito surrealista e que acentuavam o caráter naturalmente irreal das criações de moda, por meio de encenações oníricas (MÜLLER, 2000, p. 9).

A problemática do corpo nas interações arte/moda

O ponto em comum entre os estes dois trabalhos é o foco na problemática do corpo. Segundo Jean Baudrillard, para além do vestuário, agora é próprio corpo que se tornou material da moda, “na sua identidade, no seu sexo, no seu estatuto” (BAUDRILLARD, 1996, p. 151). Assim, segundo o autor, o jogo da roupa se desfaz diante do jogo do corpo, que se transformou no principal meio da moda.

Há uma espécie de “corpo ideal” que habita o campo discursivo da moda e dos produtos da cultura de massa. A mídia hoje se tornou um dos principais meios de difusão do culto ao corpo através da inculcação de padrões de beleza e comportamento. Corpo este que deve ser belo, jovem, perfeito, sem defeitos; e que está presente para ser exibido em espetáculo. Este corpo é alvo de admiração, de obsessão, mas também de críticas.

A fotografia possibilitou a proliferação de imagens corporais. No entanto, a despeito da multiplicidade de estéticas corporais, nos meios de comunicação e na moda, essas imagens reproduzem um corpo homogeneizado, são calcadas em padrões de beleza padronizados. Na moda e na mídia, todos os

corpos se parecem.

Na arte, o corpo sempre esteve presente, ora representado, ora tomado como suporte para a obra e também no debate teórico, como objeto de reflexão.

Além de onipresente, no decorrer do século XX até hoje, o corpo foi deixando de ser uma representação, um mero conteúdo das artes, para ir se tornando cada vez mais uma questão, um problema que a arte vem explorando sob uma multiplicidade de aspectos e dimensões que colocam em evidência a impressionante plasticidade e poliformismo do corpo humano (SANTAELLA, 2004, p. 65).

Para Lucia Santaella, a arte é a esfera da cultura que toma a dianteira, fazendo emergir complexidades até então insuspeitadas (SANTAELLA, 2004, p. 67). Para a autora, os artistas conseguem dar forma a interrogações humanas que outras linguagens da cultura ainda não puderam claramente explicitar. Neste caso, as artes dão conta de inquietações incorporadas no imaginário social que ainda não foram conscientemente apreendidas.

Portanto, quando a moda revela suas interações com a arte, observamos uma tendência ao questionamento desse modelo *fashion*. Ela coloca em cena a multiplicidade, o poliformismo, a plasticidade dos corpos, num desafio e, por que não?, alívio dos estereótipos da moda. Neste caso, o corpo é elevado de mero suporte, de mero “cabide” para as roupas, à objeto de reflexão, de interrogações.

O modelo Ranimiro Lotufo não trabalhou com Carlos Miele apenas no vídeo *Lucíferos Vestíveis*. Também estrelou campanhas publicitárias para a linha masculina da M. Officer. Para Angélica de Moraes, as criações de Miele dispensam os biótipos arianos, celebram a mestiçagem, a diversidade, e colocam o corpo no centro de uma ação afirmativa (MORAES, 1999, p. 5). “O processo criativo de Miele provoca um trânsito de dupla via, que tanto instala o estranhamento na moda quanto gera novos registros na arte” (MORAES, 1999, p. 8).

No mesmo ano, 1999, o designer inglês Alexander McQueen também empregou modelos não convencionais às exigências do mercado de moda em seu desfile de primavera. A modelo Aimee Mullins, de 23 anos, apareceu com próteses fornecidas por ele em substituição às pernas amputadas (DUGGAN, 2002, p. 8).

McQueen e Miele podem ser considerados “designers de afirmação”, segundo critério da curadora de arte norte-americana Ginger Gregg Duggan, em artigo sobre a relação dos desfiles de moda contemporâneos com a arte performática. Seus trabalhos podem ser interpretados como protesto, abordam temas como o uso de peles de animais, imagem corporal e indústria da moda como um todo. Nas palavras da autora, “os designers de afirmação criam ambientes e apresentações que refletem mensagens conflitantes” (DUGGAN, 2002, p. 23). Conflitantes, pois criticam e ironizam o próprio universo onde estão inseridos: a moda.⁶

Neste trabalho, a respeito do corpo vivo do artista (no caso, do modelo Ranimiro Lotufo), trata-se de uma performance viva registrada em

vídeo e também reproduzida na forma de instantâneos.⁷ Segundo Rosalind Krauss, o vídeo, seja qual for o assunto que visa referenciar, é eminentemente uma arte do corpo, pois, nele, o corpo humano é, via de regra, usado como seu instrumento central. (KRAUSS apud SANTAELLA, 2004, p. 70)

O conteúdo do vídeo é autobiográfico: o corpo é usado como o corpo de uma pessoa particular, este não é uma entidade abstrata, nem está desempenhando um papel. O corpo é suporte e meio de se expressar. Nas palavras de Lucia Santaella (2004, p. 69), o “conteúdo dessas obras coincide com o ser físico do artista, que é, ao mesmo tempo, sujeito e meio de expressão estética”. Mesmo na documentação fotográfica ou em forma de vídeo, o poder da fisicalidade e do gestual transcendem sua representação imagética. Para o espectador, trata-se do corpo do outro, uma tentativa de conseguir enxergar o outro, ver a diversidade.

Nas fotografias do editorial *Movimento Surrealista*, a relação do artista com o corpo é diversa à observada no vídeo *Lucíferos Vestíveis*. Não se trata do seu próprio corpo, mas do corpo em geral, no caso, o corpo da moda.

Trata-se do corpo abstrato da moda, aquele representado nas revistas especializadas, assim como proposto por Roland Barthes (1979, p. 245), no livro *Sistema da moda*. O corpo ideal é o corpo do manequim, da modelo. Este não é o corpo de ninguém, mas uma forma pura, sem atributos próprios, tautologicamente definida pelo vestuário.

Já na opinião de Jean Baudrillard (1996, p. 160), toda a gente se tornou manequim (cada qual é chamado, intimado a investir no seu corpo e na regra do jogo da moda), todos são “agentes” da moda, assim como todos se tornam agentes produtivos. Mais que não ser o corpo de ninguém, para Baudrillard, o corpo da manequim é o corpo de todos, pois todos querem ter o corpo da moda.

A figura que causa estranhamento nesta série de fotografias é o modelo. Trata-se de um corpo híbrido: meio homem, meio manequim. Este procedimento de tornar o corpo estranho para si mesmo, provocado pela desfiguração das figuras humanas, de alguma forma, já introduz o viés surrealista neste editorial.

Um dos temas recorrentes do surrealismo é o corpo, suas mutilações e metamorfoses, mas também o manequim e a boneca. Sem cabeça, ou sem braços, porém sempre manipulável, o manequim esteve presente na imagética surrealista, mas, segundo Fiona Bradley, no livro *Surrealismo*, sempre representando a mulher como musa (BRADLEY, 2001, p. 47).

Aqui, o corpo da musa está representado na figura do manequim masculino. No entanto, nas revistas femininas (e este é o caso da revista *Elle*), os homens têm presença secundária, aparecem nas fotografias de moda como mero complemento estilístico, como coadjuvantes para a mulher que está em cena. Uma interpretação possível é a de que, comparada a um manequim, a figura humana acaba sendo reduzida ao estado de coisa, de mercadoria a serviço a mídia e da moda.

Considerações finais

Segundo David Le Breton, no livro *A Sociologia do Corpo* (2006, p. 73), a relação social estabelecida com o homem que tem uma “deficiência” é de forte ambivalência nas sociedades ocidentais. Se o discurso social afirma que ele é “um homem normal, membro da comunidade cuja dignidade e valor pessoal não são enfraquecidos por causa de sua forma física ou suas disposições sensoriais”, no dia a dia é objetivamente marginalizado, mantido afastado do mundo do trabalho e da vida coletiva, motivado pela carência de infraestrutura urbana, comumente mal-adaptadas à locomoção dos “deficientes”. O corpo “deficiente” é praticamente excluído das imagens idealizadas da moda e, quando figura nas imagens da mídia, muitas vezes é contextualizado pela estética do grotesco.

Muniz Sodré e Raquel Paiva (2002) denunciam que a cultura midiática tende a ridicularizar os defeitos, as fraquezas e a infelicidade das pessoas através de uma estética do grotesco. Assim, pela via midiática, o corpo “deficiente”, ou vítima das tragédias sociais, é exposto por meio de imagens impactantes, muitas vezes ao estilo de um *freak show*, sobretudo na programação televisiva dita popularesca.

Retomando o pensamento de Le Breton (2006, p. 74), nossas sociedades fazem, assim, da “deficiência” um estigma, ou seja, um motivo de avaliação negativa da pessoa. O corpo que apresenta uma deficiência observável de imediato causa compaixão e angústia, por se desviar da considerada “normalidade”. O autor observa que o ser humano tem dificuldade de ritualizar a parte do desconhecido; a impossibilidade de identificação com o outro torna desconfortável ter de lidar com o que é diferente, causando angústia e mal-estar a ambas as partes. Nas suas palavras, “o espelho do outro é incapaz de explicar o próprio espelho” (LE BRETON, 2006, p. 74).

Por outro lado, a aparência desviante é perturbadora, pois chama a atenção para a fragilidade da condição humana, a precariedade inerente à vida:

Quanto mais a deficiência é visível e surpreendente (um corpo deformado, um tetraplégico, um rosto desfigurado, por exemplo), mais suscita a atenção social indiscreta que vai do horror ao espanto e mais o afastamento é declarado nas relações sociais. A deficiência, quando é visível, é um processo atrativo de olhares e de comentários, um operador de discursos e emoções (LE BRETON, 2006, p. 75).

Estas imagens, tanto as de corpos que desviam da dita “normalidade” como os corpos híbridos (homem/manequim) ao estilo surrealista, mais que reiterar a estética grotesca mormente adotada pela via midiática, parecem caminhar na sua contramão. Aqui, a moda, para além da submissão cega às lógicas do consumo, se aproxima da arte, não apenas no sentido de uma fruição estética, mas, conforme Santaella (2004, p. 67), como linguagem que traz à tona os questionamentos e as inquietações humanas incorporadas no imaginário social que ainda não foram conscientemente apreendidas ou abertamente assumidas e debatidas, como algumas das questões levantadas por Le Breton a respeito dos corpos “deficientes”.

Portanto, quando a moda revela suas interações com a arte, observamos uma tendência a se questionar este modelo *fashion*. Ela coloca em cena a multiplicidade, o poliformismo, a plasticidade dos corpos, num desafio e, por que não?, alívio dos estereótipos e ideais de beleza propagados pela moda e pela mídia. Na celebração de corpos imperfeitos ou híbridos, o corpo acaba por ser elevado a objeto de reflexão, de interrogações.

Um dos objetivos da arte, além de pensar no corpo do outro, é abalar a ideia que o indivíduo tem de si mesmo. Se a moda tende a realizar um trabalho *sobre* o corpo, as interações moda/arte buscam produzir trabalhos *a respeito* do corpo, *que tratam* do corpo. Estes trabalhos (distantes dez anos no tempo, um de 1999 e o outro de 2009) são, ambos, críticas aos modelos corporais (re) produzidos pela mídia e pela moda. Mais do que oferecer respostas, o poder transgressor destas imagens está em colocar em discussão a moda na sua estrutura, seus cânones e códigos, em suas relações com o corpo.

Que aspectos da cultura corporal vêm sendo enfatizados: perfeccionismo estético? Metamorfozes e hibridações? Quais os limites do corpo? Livre das amarras da moda, o corpo pode ser tratado como território sem fronteiras, continuamente renovável e infinitamente interpretável. Assim como na arte, seu significado jamais é único ou acabado, mas inúmeros possíveis e prováveis.

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: Nacional: Universidade de São Paulo, 1979.

BAUDRILLARD, Jean. *A troca simbólica e a morte*. Lisboa: Edições 70, 1996.

BORGES, Virgínia Todeschini. Moda e arte sem fronteiras. XII ENCONTRO DOS ALUNOS DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS, 12, 2005, Rio de Janeiro: UFRJ *Anais...* 2005.

BRADLEY, Fiona. *Surrealismo*. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

CARLOS MIELE. Disponível em: <<http://www.carlosmiele.com.br/>>. Acesso em: 1 nov. 2009.

DUGGAN, Ginger Gregg. O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática. *Fashion Theory*: edição brasileira, v. 1, n. 2, p. 3-30, 2002.

GOFFMAN, Irving. *Estigma*: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, Ann (Org.). *O mal-estar no pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. p. 25-44.

KARL LAGERFELD. Disponível em: <<http://www.karllagerfeld.com/>>. Acesso em: 1 nov. 2009.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes, 2006.

MORAES, Angélica. *Carlos Miele: M. Officer*. São Paulo: Cosac Naify, 1999.

MÜLLER, Florence. *Arte e moda*. São Paulo: Cosac Naify, 2000.

O'HARA, Georgina. *Enciclopédia da moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

PALOMINO, Erika. "Imperador" deixa todo mundo nu. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, Ilustrada, p. 10, 31 jan. 1998.

SABINO, Marcos. *Dicionário da moda*. São Paulo: Elsevier, 2007.

SANTAELLA, Lucia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

1. Este artigo foi apresentação como comunicação no XVI Encontro dos Alunos do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGAV/EBA/UFRJ), realizado de 10 a 27 de novembro de 2009 no Museu Naval, no Rio de Janeiro, cujo tema foi “Interações nas Artes Visuais”.
2. Lúcífero, que dá ou traz luz.
3. São características do trabalho de Carlos Miele mesclar o vestuário, comercializado em lojas de shoppings urbanos, a questões sociais e elementos da cultura popular brasileira. O estilista integrou o artesanato da Coopa Roca (cooperativa de costureiras localizada na favela da Rocinha, no Rio de Janeiro) à confecção de seus vestidos de festa, que mesclam material de alta tecnologia, chiffon, crochê e outros tipos de artesanato.
4. Segundo o teórico Marshall McLuhan, o vestuário e as tecnologias são extensões do corpo, suas próteses, que, uma vez criadas, influenciam o próprio corpo e modificam-no profundamente (MCLUHAN, 1988, p. 149).
5. Karl Lagerfeld produziu, em 1997, o número 23 da *Visionaire*, mix de revista de moda e objeto de arte, podendo assumir diversas formas, é consagrada objeto cobiçado no universo da moda. O título *As roupas novas do Imperador*, provém do clássico *A roupa nova do Imperador*, escrito em 1837, por Hans Christian Andersen, e ainda aproveita o trocadilho com o apelido do estilista na mídia alemã: *kaiser* (imperador). Ao invés de fotografias de modelos vestidos com suas criações, trata-se de uma série de fotografias de nu do modelo sul-africano David Miller. Desta forma, Lagerfeld promove a sua marca através da exposição de corpos nus. Não se encontra nem uma foto sequer que revele qualquer vestígio de suas criações.
6. Para Ginger Gregg Duggan (2002), esta aproximação com a arte também é uma estratégia que diminui o lado comercial da moda. Estratégia que ajuda a formar a imagem individual dos designers, contribuindo para a consolidação do seu nome e do conceito de sua marca. Não se trata, contudo, de moda conceitual. A liberdade criativa e a licença à experimentação se encontram aliadas às exigências do mercado. Em muitos casos, além de designer, o profissional desempenha os papéis de artista e também de empresário, assim como Carlos Miele. Já Lagerfeld assume-se como estilista independente. A marca própria Karl Lagerfeld foi vendida em para Tommy Hilfiger, em 2005, embora o estilista continue no comando da direção criativa.
7. Instantâneos do vídeo *Lucíferos Vestíveis* foram publicados em catálogo da grife M.Officer e também no livro sobre Carlos Miele, editado pela Cosac Naify (MORAES, 1999). A fotografia é utilizada como meio de documentação de performances, como registros da efemeridade – neste caso, sua função é documental. Contudo, muitas vezes, as intenções são artísticas, acabam produzindo novo tipo e material, com existência própria, independente da situação que a criou.