

**FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI
CAMILA MARIO CERATTI**

**O ESTUDO DA CORRENTE ARTÍSTICA ONTOARTE E SUA
APLIACAÇÃO NA MODA**

RECANTO MAESTRO-RESTINGA SÊCA

2011

CAMILA MARIO CERATTI

**O ESTUDO DA CORRENTE ARTÍSTICA ONTOARTE E SUA
APLIACAÇÃO NA MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti- AMF.

Orientadora: Prof^a. Ms. Josiane Beatriz Piccin Barbieri

RECANTO MAESTRO-RESTINGA SECA

2011

CAMILA MARIO CERATTI

**O ESTUDO DA CORRENTE ARTÍSTICA ONTOARTE E SUA APLICAÇÃO NA
MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti- AMF.

Orientadora: Prof^a. Ms. Josiane Beatriz Piccin Barbieri

COMISSÃO AVALIADORA

Prof^a. Ms. Josiane Beatriz Piccin Barbieri
Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso
AMF

Prof^a.
Membro da Banca Examinadora AMF

Prof^a.
Membro da Banca Examinadora AMF

Recanto Maestro, _____ de Julho de 2011

DEDICATÓRIA

Antes de tudo, dediquei esse trabalho a mim mesma. Agora que o finalizei, dedico a todos aqueles que, como eu, pretendem, através da moda e da arte, servir o humano.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente e essencialmente ao Acadêmico Professor Antonio Meneghetti que, devido a sua sabedoria inigualável e a sua grandeza humana, individuou meu potencial e minha virtualidade na direção da moda e da arte, o que de fato ficou evidente na medida em que fui realizando este trabalho, pois verifiquei o quanto estes temas me tocam. Meneghetti, ao construir o Recanto Maestro, lugar que faz parte da minha formação desde muito jovem, possibilitou, igualmente, minha formação acadêmica, onde conheci diversas pessoas especiais e intrigantes.

Sou imensamente grata à duas famílias em especial; a família Mario Ceratti e, a família Amantino Durante. A primeira que, desde meus primeiros interesses pelo mundo da moda, incentivou-me incansavelmente, investindo, em especial, no meu potencial artístico e criativo. A segunda, que se fez presente nesses últimos três anos e meio, como verdadeiros amigos e professores.

Por fim, agradeço a minha orientadora Josiane Barbieri, pela sua sensibilidade, seriedade e apreço pelo meu tema. Não somente direcionou o meu trabalho, mas provocou em mim um sinal de alerta que, certamente, proporcionará um divisor de águas na minha vida.

Somente prepotência não constrói uma história. Porém, a prepotência aliada a uma grande inteligência, evoluída e devidamente maturada, podem fazer a diferença na história.

RESUMO

O presente trabalho tem como escopo evidenciar o critério que diferencia o movimento de pensamento OntoArte e sua aplicação na moda. Para isso, parte de uma revisão bibliográfica histórica da relação entre vestimenta, sociedade e indivíduo até chegar à construção do conceito de moda, derivando para o surgimento da alta-costura e a da relação arte-moda. Ambas surgem da necessidade do indivíduo em ser reconhecido como único, singular, o que pode ser alcançado através do modo de se vestir. A OntoArte preenche esta necessidade de uma forma totalmente nova, pois apresenta um critério, o Em Si ôntico, que fundamenta tanto a existência individual, assim como a arte e a moda propriamente ditas. Sendo estas, fenomenologias do humano, é essencial que o homem que as produz, seja autêntico. A autenticidade para a OntoArte é conscientizar a própria intencionalidade para função estética. A metodologia utilizada foi de revisão bibliográfica, através da qual, igualmente é apresentada a empresa AMStile no Brasil, onde certificou-se a real aplicação da OntoArte na moda.

Palavras-chave: Moda. Arte-moda. OntoArte. Critério. AMStile.

ABSTRACT

This work has the objective to highlight the criteria that differentiates the movement of thought OntoArte and its application on fashion. For this, part of a literature review of the historical relation between clothing, society and the individual until the construction of the concept of fashion, drifting to the rise of haute couture and of the art-fashion. Both arise from the need of the individual to be recognized as unique, singular, what can be achieved by mode of dress. OntoArte meets the need for an entirely new way, because it presents a criterion, the ontic In Si, which underlies both the individual existence, as well as art and fashion themselves. As such, the human phenomenology, it is essential that the man who produces them, is authentic. The authenticity OntoArte is to educate the intent to own aesthetic function. The methodology used was a literature review, through which also shows the company AMStile in Brazil, where he made sure the actual application of OntoArte trendy.

Key-words: Fashion. Art-fashion. OntoArte. Critério. AMStile.

SUMÁRIO

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 10 |
| 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 12 |
| CAPÍTULO I - MODA, SOCIEDADE E INDIVÍDUO - UMA ABORDAGEM HISTÓRICA..... | 13 |
| 3.1 Relação arte-moda e alta-costura..... | 17 |
| CAPÍTULO II – A ONTOARTE NO UNIVERSO DA MODA..... | 31 |
| 4.1 OntoArte e processo de autenticação..... | 37 |
| 4.2 OntoArte como educação ao ato estético | 41 |
| 4.3 OntoArte aplicada e o nascimento da Moda OntoArte | 43 |
| CAPÍTULO III – AMSTILE - ONTOARTE APLICADA NA MODA NO BRASIL..... | 50 |
| 5.1 O artista e estilista Antonio Meneghetti | 50 |
| 5.2 A marca Antonio Meneghetti e sua relação com a OntoArte..... | 52 |
| 5.3 A marca Antonio Meneghetti no Brasil..... | 54 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 62 |
| REFERÊNCIAS | 67 |

1 INTRODUÇÃO

O conceito de moda, apresentado neste trabalho, é desenvolvido a partir de uma ótica histórico-social. Destaca-se, nesse aspecto, como as diferentes classes sociais, e seus respectivos comportamentos, podem influenciar o fenômeno da moda. Sucessivamente, apresenta-se o conceito de sazonalidade, derivado da "criação-cópia-criação", expressão que representa as condutas em relação à moda da burguesia e da nobreza vigentes no fim da Baixa Idade Média.

A moda como tentativa de diferenciação, é apresentada, a princípio, como uma contradição, sendo que, na atualidade, conforme sugerem alguns autores, torna quase impossível manter um estilo próprio.

O indivíduo, a personalização, a exclusividade, são conceitos que advêm da relação arte-moda e da alta-costura parisiense do início do século XX. No decorrer histórico da alta costura, são demonstrados fatores que influenciaram em seu declínio, como a inserção do *prêt-à-porter* no mercado de luxo. A relação de artistas e estilistas é manifestada até os dias de hoje, porém com uma discrepância de conceitos, pois não existe unidade de definição sobre o que é arte, o que é técnica e se existe, de fato, alguma corrente artística aplicada na criação das roupas ou se estas são somente obras artísticas estampadas no vestuário.

A OntoArte não aborda estes temas, mas provê os princípios elementares que podem fundamentar os conceitos de arte e moda, aportando instrumentos que podem restituir ao homem sua identidade estética original, a qual, posteriormente, poderá ser aplicada na moda, dando-lhe um novo significado. O movimento de pensamento OntoArte surge da projeção da intencionalidade de natureza individuada em cada ser humano, em âmbito artístico. Assim, a manifestação do ontoartista, a qual deriva de um homem feliz e sadio, é sempre um resultado estético.

O critério que diferencia a OntoArte das demais correntes artísticas é o critério de natureza, ou seja, o Em Si ôntico, que será explicitado no decorrer do trabalho. Ser estético e criativo são duas de suas quinze características, evidenciadas e verificadas pela Ciência Ontopsicológica.

Podemos constatar, no decorrer da revisão bibliográfica, a aplicação da OntoArte na moda. A AMStile no Brasil apresenta, em suas criações, essas duas

características, estética e criatividade, que se manifestam com excelência no bem vestir de seus clientes e colaboradores. A OntoArte, na AMStile, é consequência da sanidade de seus colaboradores, que por sua vez, já passaram pelo processo de autenticação com o fim de tornarem-se pessoas realizadas, sadias e criativas.

O estudo apresenta o conceito de OntoArte e a relação OntoArte-moda. Trata-se de exemplificar, com a prática, através da análise empírica na AMStile no Brasil, a aplicação destes conceitos. O instrumento de coleta de dados foi o levantamento documental: livros de diversos temas relativos a moda, arte e OntoArte; revistas específicas de Ontopsicologia; e, além da entrevista com a administradora da empresa, concedida a um programa de televisão, apresentando a AMStile.

A motivação na escolha deste tema deve-se a uma curiosidade pessoal em compreender a relação arte-moda dentro da corrente artística OntoArte, qual o critério que a diferencia das demais e como aplicá-la na moda.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa foi classificada como exploratória. A pesquisa exploratória, visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 1991).

Quanto à abordagem do problema foi classificada qualitativa, porque, deu-se mais atenção aos aspectos subjetivos quando se analisou as temáticas da pesquisa (BAPTISTA; CUNHA, 2007).

Com base nos procedimentos técnicos foi classificada, como pesquisa documental, porque as fontes foram livros de diversos temas relativos a moda, arte e OntoArte; revistas específicas de Ontopsicologia; e, além da entrevista com a administradora da empresa, concedida a um programa de televisão, apresentando a AMStile. A principal característica da pesquisa documental está relacionada com a sua fonte, a qual restringe-se a documentos escritos ou não-escritos, sempre de fontes primárias (GIL, 1991). De acordo com Gil, (1991, p. 51), “a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.”. Entre as vantagens da pesquisa documental, pode-se citar que os documentos como fonte de informações são ricos e de baixo custo; não exigindo contato direto com os sujeitos a serem analisados (GIL, 1991).

CAPÍTULO I - MODA, SOCIEDADE E INDIVÍDUO - UMA ABORDAGEM HISTÓRICA

Antes do século XVIII, a relação da sociedade com a indumentária era outra, as pessoas procuravam os alfaiates para que estes confeccionassem suas roupas. Nesta época, não existiam ainda os estilistas, nem mesmo o conceito de moda. A sociedade da época, não tinha como atuar a novidade, pois não era reconhecida como o agente de sua própria história. Segundo Lipovetsky (1989), para os homens, nada restava que continuar a narrativa do que lhes foi contado segundo percepções míticas. Essa tradição impedia algumas classes sociais a usar determinadas cores, adornos, que eram características de outras.

Na Alta Idade Média, a função da roupa era quase o mesmo que cobrir o corpo. No início da Baixa Idade Média, quando surgiu a corte de Borgonha, surgiu então o conceito de moda. Uma vez que os burgueses da época copiavam as roupas dos nobres, estes, incomodados com a cópia, inventavam outra característica na indumentária que os diferenciasse, de forma tal que os burgueses os copiavam novamente. “Daí, dessa contínua criação-cópia-criação, apareceu o aspecto de sazonalidade” (BRAGA, 2008, p. 36).

O conceito de moda surgiu por volta do fim da Idade Média e início da Idade Moderna. Nesta primeira época a situação era bem diferente, pois o modo de vestir caracterizava a diferenciação de classes sociais. Para Charles (2004), a diferenciação social tem grande importância no fator moda, porém não esgota o fenômeno, tendo em vista que o mesmo traz também a ideia de autonomia pessoal. Este fato social não responde ao apelo nem ao porquê da aristocracia da época ter se deixado levar pela aparência de modo tal que a tradição se viu derrubada em favor da infinita espiral da imaginação.

De acordo com Sabino (2007), após a Revolução Francesa de 1789, que teve o intuito de acabar com a desigualdade social e os exageros da monarquia, a França mostrava-se, aparentemente, em condições sociais iguais. Mas não durou muito tempo até aparecerem os *incroyables et merveilleuses*¹ – os inacreditáveis e as

¹ Os *incroyables* eram saudosistas do tempo da monarquia francesa que foram precursores do dandismo e começaram a aparecer em Paris a partir de 1794. Tentavam um resgate dos tempos da

maravilhosas – que tinham por objetivo lançar novas modas, tanto na indumentária quanto no linguajar. Como forma de conquista e conservação de honra e prestígio superior, as classes precisam, segundo Veblen, citado por Lipovetsky, (1989, p. 55-56) "dar e despende amplamente, devem fazer exibição de riqueza e de luxo, manifestar ostensivamente, por suas boas maneiras, seu decoro [...]."

Efêmera, a moda é identificada pelo contexto em que está inserida, em uma determinada cultura, classe, grupo e época; ela reflete a sociedade e a sociedade é refletida nela. "É a moda como reflexo do contexto em que ela vive" (BRAGA, 2008, p. 24). É um conjunto de fatores que abarca a beleza, dinheiro, vaidade, consumismo etc., afirma Sabino (2007).

Sendo assim, é inevitável que a moda seja um dos fatores que faz com que existam as diferenças social, cultural etc., mesmo que alguns autores não a considerem o mais relevante.

No reinado da moda total, o espírito é menos firme, porém mais receptivo a críticas; menos estável, porém mais tolerante; menos seguro de si, porém, mais aberto a diferenças, a evidências, à argumentação do outro. É ter uma visão superficial da moda consumada identificá-la com um processo sem precedentes de padronização e despersonalização; na realidade, ela estimula um questionamento mais exigente, uma multiplicação dos pontos de vista subjetivos, um declínio da semelhança de opiniões. Não mais a conformidade crente de todos, mas a diversificação das pequenas versões pessoais. As grandes certezas ideológicas se esvanecem [...] em benefício de singularidades subjetivas talvez pouco originais, pouco criativas, pouco ponderadas, mas mais numerosas e mais flexíveis (GAUCHET *apud* CHARLES, 2004, p. 31-32).

Conforme esse autor, os indivíduos, hoje, têm mais liberdade, podem cada vez mais exercer o livre arbítrio, pensar de acordo suas próprias convicções, ter um pensamento mais individualista. Não existe mais a certeza religiosa, a contínua tradição ideológica. A moda, por mais que seja ambígua, faz com que as pessoas pensem que têm seus espíritos mais firmes, porém são mais instáveis; têm participação firme no que diz respeito à escolha própria, pois ela estimula esse aspecto, mesmo que seja de forma numerosa e que algumas pessoas tenham as mesmas ideias e opiniões.

Segundo Braga (2008), a moda é uma contradição, a mais clara é quando falamos que “estamos na moda”. “Estar na moda” hoje não significa ser diferente, e sim ser igual ao determinado grupo que veste, escuta, lê as mesmas coisas. O paradoxo existe quando “queremos” estar na moda para “sermos diferentes”; quando acontece isso, não nos damos conta que, ao “sermos diferentes”, somos iguais àqueles que igualmente querem estar diferentes. A solução para essa ambiguidade, dada por Lipovetsky (1989, p. 18), é “trabalhar para reduzir sua inclinação ‘obscurantista’ e aumentar sua inclinação ‘esclarecida’.” Nesta passagem, o autor quer dizer que devemos usar as potencialidades de liberdade que a moda proporciona e não aumentar as confusões que dela surgem, ao mesmo tempo não deixando que se torne uma só novamente, sem a sedução que dela nasce.

Moda é modo, é maneira, é comportamento. A origem da palavra é latina, vem de *modus* que quer dizer, exatamente, “modo” [...] É característica da moda a sua própria negação; é uma espécie de morte intencionalmente provocada para que se possa dar espaço ao novo, ou mesmo à novidade. (BRAGA, 2008, p. 15).

Quando o autor fala que moda é uma espécie de morte intencional, significa que a própria moda precisa dessa ‘morte’ para que aconteça. Isto é, para lançar uma nova tendência precisa-se que a antecedente não exista mais, e assim sucessivamente. Sendo, desta forma, sua própria negação, ou negando a si mesma, tornando-se anacrônica, lança a nova ideia de vestir. A moda volta sempre, é inspiração do passado, ela existe e tempos depois se nega. Este mesmo autor concebe a moda atual baseado em três conceitos que, ao mesmo tempo, parecem semelhantes, porém se manifestam de maneiras distintas. São eles: a releitura, o *vintage* e a customização. O primeiro conceito se refere à moda de tempos passados que retorna, hoje, com particulares diversos da anterior. Não é cópia, pois a partir daquela peça de roupa se faz o novo, “é unir o passado e o presente para projetar o futuro.” (BRAGA, 2008, p. 88). O segundo conceito vem do inglês “vindima”, que significa produção de um determinado período. Na moda não importa o estilo, ou o passado. “É a roupa do brechó que se compra e se usa como ela foi usada um dia”, acrescenta. (BRAGA, 2008, p. 88). O terceiro conceito deriva, novamente, do inglês, da palavra *costumer* que tem, por significado, cliente. Logo, trata-se de personalizar uma determinada peça de roupa, é deixar a peça única e individualizada. Deste modo Braga (2008, p. 89) propõe, “para que o conceito não se

perca, cada um deve customizar como bem imaginar e não seguir sugestão determinada para todo cliente de só lixar, rasgar, bordar etc."

Partindo desta lógica, François Baudot define que a letra M de moda representa, também, movimento e há mais de um século esses dois termos são indissociáveis. Na medida em que a moda cresce, elimina-se progressivamente. Este autor complementa ao afirmar que "outras modas nascem ainda mais ardentes e devoradoras que as precedentes. Nós nos escandalizamos. Admiramos. Imitamos. Propaga-se a boa nova. Até o dia que a roupa, um figurino, um estilo adorado é abandonado no sótão." (2002, p. 8).

Sendo a moda o manifesto do meio em que está inserida, é natural que a cada tempo-espaço ela mude. Hoje a moda, como indumentária, é "inspirada" nas anteriores e é uma tentativa de releitura das artes passadas. Assim, na tentativa de criar novidade, tudo se mistura: o passado – presente – futuro; busca-se o que foi criado, o que está sendo criado e o que poderia existir. Segundo Gilles Lipovetsky (1989), a moda muda incessantemente, mas não muda significativamente em curto espaço de tempo. São os ornamentos, acessórios que mudam. Agora a modelagem, a silhueta, as formas gerais da vestimenta são muito mais constantes. Já Sabino (2007), refere-se a este fenômeno como modismo, sendo que, segundo ele, modismo é igual a acontecimento passageiro no mundo da moda, decorrente de um personagem de cinema, teatro, ou podendo ser um corte de cabelo, tipo de bijuteria, determinada peça de roupa, tipo de sapato etc.

Referindo-se a este fenômeno da moda, Veblen citado por Lipovetsky (1989, p. 57) expõe que

A moda de ontem enfastia, as de anteontem e do passado distante continuam a encantar; frequentemente nelas admira-se a fineza, o luxo dos detalhes, as formas antiquadas mas delicadas. Prova de que a moda tem acordo com a exigência *estética*.

Atualmente a moda é, igualmente, um modo pessoal de se expor, é a maneira mais simples de mostrar como as pessoas querem ser vistas pelos demais.

A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro. Se a moda, evidentemente, não cria de alto a baixo o narcisismo, o reproduz de maneira notável, faz dele uma estrutura constitutiva e permanente dos mundanos, encorajando-os a ocupar-se de sua representação-apresentação, a procurar a elegância, a graça, a originalidade. (VEBLEN *apud* LIPOVETSKY, 1989, p. 39).

No momento em que o autor relaciona a moda aos prazeres humanos de ver e ser visto, nota-se que esta anda continuamente ao lado das características do homem, de estética e reconhecimento. Não de modo a criar esta relação, porém a representá-la. No momento que o sujeito veste uma determinada roupa ele estimula positivamente este narcisismo ou não, de modo a sentir-se melhor e mais belo ou não. Os indivíduos usam a moda como meio para sentirem-se mais estéticos, belos e únicos. Complementando esta ideia mais humana referente à moda, Braga complementa:

Quanto ao aspecto da beleza e do senso estético, o simples ato de vestir alguma coisa, preocupando-se com a aparência e em estar bem consigo mesmo, é um verdadeiro ato de auto-estima. É agradável para você e para os outros, é uma espécie de presente, de doação, de oferta gratuita à condição humana. De nós para nós mesmos em primeiro lugar e depois para os outros. Contudo, o segredo do vestir-se está em cada um de nós, em nosso estado de espírito, no nosso bom humor [...] não existe uma única verdade para se vestir, mas várias verdades e, com certeza, vamos nos sentir mais à vontade em uma maneira própria de ser/estar/vestir. (2008, p. 18-19).

Ao diferenciar em dois modos: a moda como apenas instrumento social - um dos pontos tratados anteriormente no texto - e a moda como busca do ser humano para sentir-se mais belo, torna-se impossível não tratar da relação que já se deu inúmeras vezes de arte-moda e o intento da alta-costura como forma de representação de um modo de vestir-se único.

3.1 Relação arte-moda e alta-costura

A relação arte-moda é demasiadamente complexa, pois ambos os fenômenos abrangem diversas variáveis em seus respectivos contextos. Este trabalho não tem como objetivo esgotar estes conceitos, mas apresentar alguns exemplos da relação entre artistas e estilistas. Referindo-se a esse fato, Braga propõe que:

A arte traz, em si, os valores de habilidade e de perícia, ou seja, a capacidade de fazer e, de acordo com o que é produzido, podemos perceber no objeto um valor utilitário ou estético. [...] A moda, por sua vez, pode ser analisada pelas mesmas abordagens. Tal relação deveria estar mais associada ao estilo do que à moda, pois moda é a diluição, a democratização de uma ideia inicial que é o estilo. (2008, p. 75).

O estilo como definido por Sabino vem sendo um termo corriqueiramente utilizado no mundo da moda. Tendo como seu significado uma qualidade pessoal, impossível de ser transferida entre os indivíduos, pois diferencia-se pela personalidade e atitude destes. Este termo também pode ser interpretado como um conjunto de elementos que marcam uma determinada época, sujeito, igualmente na arte e na moda (2000, p. 255). Já Meyer trabalha o conceito referindo-se ao meio artístico como "um sistema de formas qualitativas, repletas de expressão, nas quais se manifesta a personalidade do artista e a filosofia de um grupo." (TREVISAN, apud BIALOSTOCKI, 1990, p. 17).

A etimologia da palavra Arte, conforme descrito por Santos ([s.a], p. 42)., "vem de **ars** (no genitivo **artis**), palavra latina que corresponde a **teknê**, em grego. A arte é uma realização fática da beleza pelo homem." O mesmo autor define o conceito afirmando que a arte é um "pensamento estético", expressado por símbolos, em maior ou menor grau de "poder mágico". Fazendo referência a palavra mágica no sentido de "poder oculto, que pode ser revelado". ([s.a], p. 81-82). Ou seja, desperta sentimentos, poderes guardados no próprio homem artista, o qual não tem acesso constante a estes.

"Desde o começo e durante todo o século XX, a aliança da arte e da moda somente foi produzida em determinadas épocas.²" (PINTO, 2005, p. 37, tradução nossa). Nessa época os interesses entre arte e moda, conforme Müller (2000), serviam para: "repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema da moda, criar sinergias arte-moda para imprimir alma à indústria, enfim, empregar o vestuário como suporte da expressão artística." (2000, p. 4).

² "Desde comienzos y a través de todo el siglo XX, la alianza del arte y la moda sólo se produjo em determinadas épocas." (PINTO, 2005, p. 37).

Para uma compreensão mais clara de como se dá a expressão artística Duchamp *apud* BATTCKOCK, (1986, p. 72) interpreta o artista como:

um ser mediúnico que, de um labirinto situado além do tempo e do espaço, procura caminhar até uma clareira. [...] Todas as decisões relativas à execução artística do seu trabalho permanecem no domínio da pura intuição e não podem ser objetivadas numa auto-análise, falada ou escrita, ou mesmo pensada

Completa este pensamento ao propor: "quanto mais perfeito o artista, mais completamente separados estarão nele o home que sofre e a mente que cria; e mais perfeitamente a mente assimilará e expressará as paixões que são o seu material". (DUCHAMP *apud*. BATTCKOCK, 1986, p. 72).

A moda moderna caracteriza-se por duas indústrias totalmente distintas: de um lado, a alta-costura e, de outro, a confecção industrial. A segunda se trata de uma tentativa de cópia barata e popularizada da primeira. Para Lipovetsky (1989), a moda que ganha corpo vem como distinção de matéria, de técnicas, preço, renome, de acordo com uma sociedade dividida em classes, com modo de vida e pretensões claramente expostos.

Diz-se que a alta-costura nasce em Paris, no começo do século XIX, quando costureiras compravam tecidos diferenciados para as *maison de couture*³, afirma **Maria Rita (2000)**. O pioneiro dessas casas foi Charles Frederic Worth (1825-1895), também inventor do desfile de moda com manequins de carne e osso, entre outras invenções. Como diz Herchcovitch (2007, p. 3), "começou a trabalhar com tecidos ainda na infância, numa loja de cortinas, foi um dos pioneiros, ao fazer sociedade com um investidor, a estampar sua etiqueta nas roupas [...]". Conforme Sabino (2007), embora a indumentária dos aristocratas ser de extrema qualidade e elegância, o nascimento da alta-costura se dá devido ao inglês Charles Frederick Worth.

³ *Maison*, palavra francesa que significa casa e que sempre foi usada no vocabulário da moda para fazer referência a um estabelecimento de alta-costura, pode-se verificar em SABINO, M. "Dicionário da Moda". Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. p. 421-422.

Após alguns anos, foi criada a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Câmara Sindical da Alta-costura) que, por sua vez, estabelece regras para que apenas um número exclusivo de *griffes* possam fazer parte da mesma e, assim, poder usufruir e criar *Haute Couture*.

Em 1868, foi criada a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* em Paris, a qual não fazia, ainda, distinção entre alta-costura e confecção. [...] Com o passar dos anos, a Câmara Sindical Francesa iniciou a regulamentação da profissão e o estabelecimento de rígidas condições para se pertencer a seu quadro de profissionais. Embora seja utilizado em outros países o termo alta-costura é protegido juridicamente, ficando impedido de usá-lo quem não for devidamente reconhecido pela comissão sediada no Ministério da Indústria francesa. Os principais critérios, estabelecidos em 1945 e atualizados em 1992, são empregar quinze pessoas, no mínimo, nos ateliês e apresentar duas coleções por ano (primavera/verão e outono/inverno) à imprensa com, no mínimo, 35 passagens compostas por modelos de roupas para noite e para o dia. (SABINO, 2007, p. 37).

Shaeffer afirma que "Durante o processo construtivo, a maioria das costuras são feitas a mão"⁴ (2001, p. 10). Segundo Lipovetsky (1989), a alta-costura monopoliza a inovação, lança a tendência e as outras indústrias e a confecção a seguem, utilizando muito ou pouco a ideia da primeira, mas a preços incomparáveis. A moda torna-se, assim, um tipo de institucionalização ou orquestra bianual. "Sob a iniciativa de Worth, a moda chega à era moderna; tornou-se uma empresa de criação, mas também de espetáculo publicitário." (LIPOVETSKY, 1989, p. 72).

⁴"During the construction process, most of the sewing is done by hand." (Claire Shaeffer, 2001, p. 10, tradução nossa).



Figuras 1: Charles Frederic Worth
Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.



Figuras 2: Charles Frederic Worth

Nesta mesma época, iniciam-se as relações mais relevantes, entre artistas e estilistas na criação de vestimentas, mesmo que anteriormente já existisse essa troca de ideias entre profissionais⁵. Como conta Felisa Pinto, "o modista Charles Worth e Paul Poiret, no começo do século XX, encarregaram ao pintor Raoul Dufy pinturas e desenhos têxteis que inspiravam seus estilos duvidosos."⁶ (2005, p. 37, tradução nossa).

⁵ este trabalho não irá contemplar todas as manifestações, porque não é o seu propósito.

⁶ "a fines del siglo XIX, el modisto Charles Worth y Paul Poiret, a principios del XX, encargaron al pintor Raoul Dufy pinturas y diseños textiles que inspiraron sus estilos novedosos." (PINTO, 2005, p. 37, tradução nossa).



Figura 3: Paul Poiret & Raoul Dufy
Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.

Como afirma Moutinho (2000), igualmente nesta época o movimento que propunha a renovação da estética, denominado *Art Nouveau*⁷ teve bastante influência, além das artes decorativas e da arquitetura, fazendo-se presente nas artes gráficas e na moda.

Mariano Fortuny, artista versátil que introduzia seu talento em diversas áreas da moda como, pintura, fotografia etc., desenvolveu, através dos tecidos e indumentárias, um de seus mais famosos vestidos, o "Delphos", datado aproximadamente em 1907, baseado na Grécia clássica, como explica Fukai: "as finas pregas de seda caem desde o ombro e moldam o corpo com suavidade."⁸ (2006, p. 370, tradução nossa).

⁷ "*Art Nouveau* pode ser considerado o primeiro movimento com novas ideias do século XX, tendo sido o primeiro a não se basear em estilos do passado, inspirando-se na natureza e no que se via em volta no momento." Cf. SABINO, M. "Dicionário da Moda". Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

⁸ "Los finos pliegues de seda caen desde el hombro y moldean el cuerpo con suavidad." (FUKAI et. al., 2006, p. 370, tradução nossa).



Figura 4: Mariano Fortuny

Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.



Figura 5: Mariano Fortuny

Conforme Sabino (2007), Madeleine Vionnet era mestra do corte em viés e do drapeado. Ela mostra grande interesse pelas artes e, conforme Fukai et. al. "em seus desenhos ficam demonstradas as influências das artes japonesas e os novos estilos artísticos do começo do século XX, como o cubismo e o futurismo."⁹ (2006, p. 408, tradução nossa).

⁹ "Em sus dibujos queda demostrada la influencia del arte japonés y los nuevos estilos artísticos del principios del siglo XX, como el cubismo y el futurismo." (FUKAI et. al., 2006, p. 408 , tradução nossa).



Figura 6: Madeleine Vionnet

Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.



Figura 7: Sonia Delaunay

A partir dos anos 1920, houve uma sequência de vários estilistas ocupando-se das diversas artes e correntes artísticas em suas criações. A artista plástica, Sonia Delaunay, segundo Braga (2008, p. 76).

Fez interpretações que agregavam à arte e à moda os aspectos dos estudos do grande químico francês do século XIX, Michael-Éugène Chevreul, com o seu tratado químico "*Da Lei do Contraste Simultâneo das Cores*". Sonia fez uma aliança tríplice ao unir ciência-arte-moda com tanta maestria e fundamento

A estilista Elsa Schiaparelli, nos anos 1930 e 1940, por sua parte, incorporou em suas criações, como tantos outros estilistas da época, a *art déco*, da arquitetura e cubismo, porém, conforme Pinto, "elegeu como linguagem o surrealismo, que foi a pegada mais clara e visível em toda sua criação de moda."¹⁰ (2005, p. 41, tradução nossa). A sua amizade com diversos artistas de vanguarda, principalmente Salvador Dalí, fez com que imprimisse, em suas roupas, o estilo das obras surrealistas.

Em 1941 Madame Grès, como era conhecida, fundou sua *maison* em Paris, logo fechada pelos alemães na Segunda Guerra Mundial. Renomada por seus

¹⁰ "elegió como lenguaje el surrealismo, que fue la huella más clara y visible en toda su creación de moda." (PINTO, 2005, p. 41, tradução nossa).

drapeado solto aliado a um corte rigoroso. Para François, Alix Grès produzia roupas consideradas "verdadeiras obras de arte", morre em 1993, presidenta da Câmara Sindical da Alta costura (2000, p. 116).



Figura 8: Madame Grès

Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.

Antes de seu declínio, a alta-costura parisiense viveu seus tempos de glória, exportando suas peças para o mundo. “No conjunto, as vendas de Alta-costura representavam, então, cerca de 15 por cento da exportação global francesa.”, (LIPOVETSKY, 1989, p. 72).

Com o aparecimento do prêt-à-porter, no final dos anos 1950, a alta-costura iniciou um processo de declínio gradualmente e, durante as últimas décadas do século XX, seu fim foi cogitado diversas vezes, por não ser vantajosa financeiramente, pois possui um alto custo de produção e manutenção, afirma Sabino (2007). Segundo Fukai *et al* (2006), após Paris ser liberada da ocupação alemã em 1944, a alta-costura começou a se revitalizar, mesmo que esta estava destinada a ficar separada da sociedade de consumo, em 1950 e 1960, seguiu dando muitos estilistas de talento. Conforme Lipovetsky (1989), nessa época de declínio, Dior, que respondia sozinho por mais da metade das exportações da alta-costura, não respondia mais do que 0,5 desse montante.

As vendas da alta-costura caíram a menos de 10% do seu auge, totalizando aproximadamente \$ 46.700.000 em 1990. As clientes da alta-costura diminuíram estimadamente de 2.500 para provavelmente 300 a 500

mulheres que compram regularmente, e o número das casas de alta-costura baixaram para mais de 53 depois da Segunda Guerra Mundial para 21 no começo de 1993.¹¹ (SHAEFFER, 2001, p. 19, tradução nossa).

Neste momento histórico de 1950 e 1960, foram referenciados como os principais estilistas que trabalhavam junto ao mundo artístico, Cristobal Balenciaga e Yves Saint Laurent. O primeiro, considerado mestre da alta-costura, esteve no pico da moda nos anos cinquenta. "Foi um dos poucos desenhistas que realmente sabiam cortar e costurar, e criou complexas formas com sua técnicas de corte."¹² (FUKAI et. al., 2006, p. 522, tradução nossa). François define o trabalho e atitude do estilista como:

Repousando sobre uma maestria absoluta no corte, dominando uma ciência verdadeiramente tecnológica da indumentária e pesquisando incansavelmente a harmonia perfeita entre silhueta, proporções e postura, a arte de Balenciaga se aproxima muito da arquitetura. [...] Monge ou príncipe frugal em meio a um luxo supremo, Balenciaga é também o único costureiro que sabe conceber, cortar e coser com suas mãos modelos que marcam o apogeu e ao mesmo tempo a anunciada morte de uma arte. (2002, p. 158).



Figuras 9: Cristobal Balenciaga
Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.



Figuras 10: Cristobal Balenciaga

¹¹ Couture sales have dropped to less than 10% of their all-time high, totaling approximately \$ 46.700.00 in 1990. The couture customer base has dwindled to an estimated 2.500 with perhaps only 300 to 500 women purchasing regularly, and the number of couture houses has dropped from a high of 53 after World War II to 21 at the beginning of 1993 (SHAEFFER, 2001, p. 19, tradução nossa).

¹² "Fue uno de los pocos diseñadores que realmente sabían cortar y coser, y creó complejas formas com su técnica de corte." (FUKAI et. al., 2006, p. 522, tradução nossa).

Após estudar arte e ciências sociais, Emilio Pucci, dedica-se ao *prêt-à-porter* onde a partir dos anos 1950, desenvolve estampas com motivos *op-art* e psicodelismo, sendo até hoje suas estampas conhecidas como Pucci (FRANÇOIS, 2002, p. 200).



Figura11: Emilio Pucci.

Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.

Conforme Sabino (2007), Yves Saint Laurent sempre se interessou pelas artes, inspirando-se em vários artistas para suas criações. Foi em 1965, ao apresentar o vestido inspirado no quadro do artista plástico Mondrian, que teve a maior repercussão de sua carreira. Logo após, exibiu a coleção Pop Art, movido pelos artistas Andy Warhol e Roy Lichtenstein - pioneiros no estilo artístico. "Ele é antes de tudo um artista, quer dizer, um revolucionário." (BERGÉ, 1999, p. 10). Fukai *et. al.* resume a ocasião e os sucessivos acontecimentos complementando que:

A arte havia entrado no mundo da moda. Com as formas simples dos anos sessenta, as imagens dos quadros podiam-se aplicar diretamente nos vestidos. Desde então, a moda inspirou-se nos estilos artísticos populares da época, como o *op art* e os desenhos psicodélicos, e os desenhos da moda evoluíram para outra direção.¹³ (2006, p. 561, tradução nossa).

¹³ "El arte habían entrado en el mundo de la moda. Con las formas simples de los años sesenta, las imágenes de los cuadros se podían aplicar directamente al vestido. Desde entonces, la moda se inspiró em los estilos artísticos populares em la época, como el *op art* y los dibujos psicodélicos, y los diseños de moda evolucionaron em outra dirección." (FUKAI et. al., 2006, p. 561, tradução nossa).



Figuras 12: Yves Saint Laurent
Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.



Figuras 13: Yves Saint Laurent

Na última década do século XX, a moda tornou-se desejo de todos, e para fazer-se mais presente e respeitada, aspirou realmente o *status* de arte. Os museus de moda tornaram-se referências do processo cultural e as exposições de moda passaram a competir com as tradicionais exposições de arte (BRAGA, 2008).

O estilista destacado por sua relação com a arte em suas criações, durante os anos 1990, foi o japonês Yohji Yamamoto. Como destaca François: "a arte e a maneira particular do mestre japonês marcaram [...] presença neste fim de século". (2002, p. 322).



Figura 14: Yohji Yamamoto

Fonte: FUKAI, A. et al., 2006.

Segundo **Maria Rita (2000)**, também nesse período, a alta-costura passa por uma reestruturação financeira. Os que resistem à crise criam linhas paralelas de prêt-à-porter de luxo, criam linhas de acessórios, de perfumes e de cosméticos, que garantem um faturamento permanente. Alguns arriscam na exploração de suas *griffes* famosas na decoração de interiores e coleções de cama e mesa.

Ainda que a alta-costura tenha passado por essa chegada marcante do prêt-à-porter, ela não deixou de existir, pois as mulheres gostam de sonhos e a alta-costura os torna realidade. A alta-costura permite aos estilistas um maior campo criativo que o prêt-à-porter não concede. Conforme Sabino, “o mérito da alta-costura no mundo da moda tem sido o de deflagrar processos de criação para o prêt-à-porter e o de empregar uma infinidade de profissionais [...]” (2007, p. 37). Em 2004, o presidente da Câmara Sindical da Alta-Costura em Paris, Didier Grumbach, confirmou que o perfil da alta-costura estaria se adaptando a nova realidade, os materiais mais valiosos e as horas de trabalho dos profissionais dedicadas a cada modelo estariam diminuindo, levando, assim, a uma redução do preço final das peças e a uma maior possibilidade de compra, afirma Sabino (2007). Já Maria Rita et al (2003) diz, tudo indica, que a alta-costura francesa não é mais o laboratório de

ideias dos tempos passados. O prêt-à-porter adotou a frente da moda, e as inovações tecnológicas facilitam a produção em massa de boa qualidade a preços acessíveis. Contudo, Braga (2008) assevera que alta-costura é o que sustenta conceitualmente a moda e, caso um dia ela acabasse, certamente alguma forma de prêt-à-porter de alto luxo viria ocupar seu lugar.

CAPÍTULO II – A ONTOARTE NO UNIVERSO DA MODA



Figura 15: Antonio Meneghetti

Fonte: CATÁLOGO AMStile, 2010.

A OntoArte surge da análise da existência a partir da visão ontopsicológica. A Ontopsicologia¹⁴ é a mais nova ciência entre as ciências contemporâneas, parte da práxis clínica da análise do homem aqui e agora e tem como discurso, segundo Meneghetti, "ensinar a recuperação da consciência da unidade de ação que o ser humano é." (2006, p. 121). O movimento de pensamento denominado OntoArte nasce da projeção da intencionalidade do critério Em Si ôntico¹⁵ no âmbito artístico. Este critério é uma das três descobertas da ciência Ontopsicológica e é definido como "princípio formal inteligente que faz autóctise histórica." (MENEGETTI, 2008, p. 88). Ou seja, é o núcleo intencional de toda individuação, com projeto específico

¹⁴ Cf. MENEGETTI, A. "Manual de Ontopsicologia", Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora Universitária, 2010.

¹⁵ "Em Si ôntico (Eso)" é o núcleo energético pensante, o princípio formal que estrutura o orgânico psico-biológico do indivíduo humano. Ele garante e identifica a exatidão ou não da unidade de ação homem em processo histórico. Em um contexto orgânico e inteligente, resta a causa semovente de todas as partes, permanecendo, ainda, o sentido unitário nas partes e no conjunto. E sempre um todo conjunto e indivisível. O homem produz autorrealização, quando a sua ação é conforme, ou iso, ao próprio Eso. Para aprofundamentos, Cf. MENEGETTI, A. 'Dicionário de Ontopsicologia'. Recanto Maestro: Ontopsicologia Ed., 2008. p. 88-89.

que identifica e diferencia o ser humano como pessoa. É um projeto de natureza único de cada indivíduo, mas é igualmente o critério de natureza que distingue aquilo que é útil e funcional à própria identidade. Dele nasce a intencionalidade da ação ótima e vital que o sujeito deve atualizar a cada novo impacto ambiental, pois é alma, é núcleo de força vital. "Da arte de viver, a arte do ser: esta é a OntoArte. OntoArte é a expressão artística da maturidade alcançada após o *training* ontopsicológico. E nasceu do fato espontâneo do *training* bem sucedido." ¹⁶ (MENEGETTI, 1985, p. 24, tradução nossa).

Segundo Meneghetti, "Graças à escola ontopsicológica descobriu-se o critério, definido Em Si ôntico, para individuar e isolar as anomalias e as opiniões distorcidas que não consentem ao homem ser o centro bem sucedido da sua existência." (2003, p. 7). Estas opiniões distorcidas, como manifesta Meneghetti (2003), são também consequências de um mundo globalizado, onde o que antes era absoluto, torna-se relativo, porém de um modo excessivo. No passado, os povos absolutizavam suas próprias artes segundo suas respectivas culturas, imagens, religiões, havendo assim, um divisionismo histórico, ou seja, diversos modos de cultura. Complementando a ideia, o autor explana que prevaleciam alguns modos de fazer ciência, comunicação, arte etc. advindos de códigos que determinavam a moda, o estilo da época, como:

um termo de segurança para o que é a ação social. Porém, sentindo a ênfase e a urgência de todos aqueles que definimos sumos artistas em diversas maneiras, notamos que todos insistem numa provocação transcendente, indefinível, vasta, inalcançável, mas, de qualquer modo, existente. (MENEGETTI, 1996, p. 87).

Assim, atualmente, o relativismo referente a qualquer cultura transforma o que era para ser uma liberdade individual de ideias em um *individualismo opinativo*, e não um *individualismo verídico*. Pode-se entender este fato no discurso feito por muitos de que: "Eu existo, eu penso, portanto é verdadeiro aquilo que falo." como exemplifica Meneghetti (1996, p. 86). Assim, o *individualismo opinativo* é definido como "um '*qualunquismo*', ou seja, uma indiferença em relação às grandes questões sociais e políticas sem verificação funcional." (MENEGETTI, 2003, p. 22). Deste

¹⁶ "Dall'arte di vivere, all'arte di essere: questa è OntoArte. OntoArte è l'espressione artistica di quella maturità raggiunta dopo il training ontopsicologico. Ed è nata per fatto spontaneo del training riuscito." (MENEGETTI, 1985, p. 24, tradução nossa).

modo, leva-se tudo ao nada, pois sem nenhum critério torna-se impossível qualquer discurso. Passa-se de um divisionismo histórico, onde uma cultura absoluta defrontava-se com a outra, para um relativismo opinativo onde se uniformiza uma cultura de forma alienada. A partir deste fato, Meneghetti se faz igualmente superior, ao colocar o homem como ponto de referência para qualquer debate, garantindo que "o único objetivo, o único valor com o qual todos devemos concordar é o homem; a única ética absoluta e transcendente é o reconhecimento e o reforço de quanto o humano, onticamente, estabelece." (2003, p. 24).

Neste caso é preciso entender qual "homem" é este. Não se trata do homem cristão ou islâmico, não somente também de sua forma biológica, mas o essencial deste homem, que é para Meneghetti (2002):

[...] uma unidade de ação, com uma inteligência formal que se especifica em um universo de vida, portanto, é um vivente, um semovente autônomo. [...] a essência de um homem não é apenas o seu aspecto biológico, mas a sua *especificidade de ação ou identidade*. "Identidade" significa: o que é o ser, quem é aquele que está ali.

Conforme a visão ontopsicológica, somente pode-se iniciar uma proposta de pesquisa artística no momento em que se tem uma aproximável verificação do Em Si ôntico. "A arte, em todos os modos de testemunho do sujeito, gratifica-se sempre como regresso transcendental do Uno."¹⁷ (MENEGETTI, 2003, p. 39). Sendo assim, deve-se aprender a alcançar a dimensão deste Uno, do contrário, a arte não existe, somente existe a técnica considerada artesanal.

A OntoArte, como o próprio nome diz, é a arte do ser, é quando o artista, junto a sua técnica específica, transparece - em uma pintura, escultura, jóia, vestimenta etc. - sua conformidade ao Em Si ôntico, formalizando uma obra de arte plena, esteticamente reversível a este princípio. A OntoArte diferencia-se das demais correntes, mais do que tudo, na sua inspiração. Segundo Meneghetti "a sua inspiração fundamental é fazer uma arte que seja símbolo de sanidade e beleza." (2003, p. 38). Por mais que em algumas culturas o belo seja considerado fator secundário, este se faz presente não somente no interior humano, mas também na natureza, pois nela nota-se sempre um cuidado com o belo, desde os animais até as plantas. Porém, para Meneghetti, "o fim intrínseco da natureza humana não é aquele

¹⁷ Por "uno" entende-se a forma absoluta, o Em Si da mente, do universo, o princípio real. (MENEGETTI, 2003, p. 39)

de conseguir repetir a existência biológica, mas de realizar a evolução psíquica como 'fazer estético' [...]."¹⁸ (Id., 1996, p. 14, tradução nossa). Logo, sendo o homem um ser racional, é indispensável que para ser realizado tenha que ser igualmente belo, pois as pessoas que mudam no seu íntimo transparecem esta mudança na sua estética. Assim, elucida este mesmo autor, "Cada um possui já a forma do seu potencial. Colhê-la também em nível estético significa já ter resolvido todos os outros níveis de problemática existencial: a estética é o último fruto." (2003, p. 40).



Figura 16: Antonio Meneghetti
Fonte: acervo da Loja AMStile.

O mundo da vida tem uma ordem, que em sua máxima expressão, é ordem estética, é beleza. O ser humano é parte deste mundo e igualmente possui essa ordem e beleza, com equilíbrio e proporção, porém, o não colher essa beleza é

¹⁸ "Il fine intrinseco della natura umana non è quello di arrivare a ripetere l'esistenza biologica, ma di realizzare l'evoluzione psiquica come 'fare estetico' [...]." (MENEGETTI, 1996, p. 14, tradução nossa).

devido ao limite do homem, do artista, dado substancialmente, segundo Meneghetti (2003), por três motivos¹⁹: 1) *carência de técnica cultural*, ou seja, o sujeito não consegue transmitir sua intencionalidade estética, não sabe verbalizá-la, por exemplo, na pintura, no desenho etc.; 2) *conjunto de complexos*²⁰, que atrelados às distorções da infância desviam o artista, criando contradição e pseudo-arte, o que também pode manifestar-se em doenças; 3) *o indivíduo não tem aquela capacidade superior de compreender o íntimo do espírito das coisas*, ou seja, não sabe ler a intuição do mundo da vida. "O nosso problema é como retornar dentro da viva torrente do mundo da vida. Portanto, para compreender a arte é preciso retornar ao Em Si vivente do mundo da vida [...]." (MENEGETTI, 2003, p. 17).

"OntoArte é a recuperação metafísica da existência, o delineamento daquele concreto que uniforma verdade, beleza e ação na criação contínua." (MENEGETTI, 1996, p. 19). É a retomada do ponto de partida abandonado pelo homem, é construção progressiva do ser humano para o ser humano, assim, reforçando o próprio uno. Não arte como projeção de doenças e patologias, mas arte como empenho humanístico, como resultado de intuição. Para tanto, Meneghetti completa: "Na OntoArte existe somente o homem feliz que busca escrever a sua alegria, a sua ou a de quem encontra, porque os seus produtos, são mensagens "abertas" do Em Si [...]." (1999, p. 69).

A partir deste princípio podem-se observar as diversas anormalidades e deturpações de algumas artes, porém, também a vitalidade e divindade em outras que são expressões harmônicas e proporcionais da beleza da alma humana e, sendo assim, uma arte coincidente a este critério. Para melhor compreensão dos modos artísticos, ou aquilo que se define como tal - o autor destaca o fato de excluir qualquer aparição ou conceitualidade de arte no sentido pleno do termo. Meneghetti (2003) caracteriza estes modos em cinco fenomenologias²¹: 1) arte *primitivo-instintiva*, modos de desenhar de crianças do Ensino Fundamental e arte rupestre; 2) arte *primitivo-sistêmica*, repetida e projetada segundo uma ordem do sistema operante, como por exemplo figurativos do Egito; 3) arte *terapêutica*, manifestações

¹⁹ Cf. MENEGETTI, A. 'Em Si da Arte', Florianópolis: Ontopsicologia Editrice, 2003, p. 15-17.

²⁰ Por *complexos*, entende-se aquela estrutura que condiciona todo o comportamento consciente do indivíduo e do qual o sujeito nada sabe, por isso age em antecipação à atividade lógica deste. (MENEGETTI, 2003, p. 16).

²¹ Cf. MENEGETTI, A. "Em Si da Arte", Florianópolis: Ontopsicologia Editrice, 2003, p. 31-38.

de impulsos reprimidos, situações patológicas, como por exemplo artistas modernos como Van Gogh; 4) *arte funcional*, que existe como forma de servir ao homem, cujo exemplo pode ser a arquitetura; 5) *arte pura*, OntoArte, que se refere a qualquer signo utilizado para retratar o apriórico para o homem, sendo que um exemplo é *A Trindade*, de Rublov.

Este mesmo autor aprimora esses modos de fenomenologia da arte ao dividir o conceito de arte em duas categorias. A primeira: a *arte da projeção*, pode ser caracterizada de dois modos: a) entendida como patologia; b) entendida como pressuposto ético. Como patologia, a arte da projeção "nasce da redução existencial na qual o indivíduo ou o coletivo se fixam como repetitivo do obstáculo ou provisório do sujeito em devir." Como pressuposto ético, "pode-se definir a arte como projeção de crescimento, ou nascimento do Eu lógico²² em direção à visão ôntica." (MENEGETTI, 2010, p. 478-479). A segunda: a *arte da epifania* tem como definição:

visão do mover-se da ação histórica - no indivíduo e no coletivo - como ficção problemática do Ser lúdico. [...] Neste nível dá-se a verdadeira Arte como poder discricional do sábio, como prazer de fazer sinal por fazer, de fazer sinal para existir. (MENEGETTI, 1996, p. 21).

Para tanto, deve-se entender que "o homem é inteligência dentro da matéria, isto é, mente que realiza sua encarnação em objetos do mundo. E a estética, como a arte, só nasce com uma ação plena de vitalidade." (MENEGETTI, 1999, p. 50).

Retornando aos valores humanísticos, revitaliza-se o valor estético, pois o homem, no momento em que se faz projeto de sanidade, torna-se belo e, para isso, é necessário "[...] reencontrar o homem antes da sua língua, dos seus complexos, dos seus superegos, das suas memórias, independentemente do fato de que essas memórias tenham um dia ou milênios." (MENEGETTI, 2003, p. 25).

²² "Eu lógico-histórico é o ponto onde acontece tomada de consciência, de responsabilidade, de voluntarismo, de racionalidade." Para maior aprofundamento, ver MENEGETTI, A. 'Dicionário de Ontopsicologia', 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologia Editrice, 2008, p. 112-114.

4.1 OntoArte e processo de autenticação

"OntoArte é fazer a consciência e a vontade do sujeito coincidirem com as iniciativas transcendentais da mediação ôntica [...]" (MENEGETTI, 2010, p. 467). Isto significa colocar em prática diariamente e continuamente a metanoia, ou seja, agir em coincidência com o próprio Em Si ôntico. Para tal ação, são necessárias ferramentas, instrumentos de intervenção²³, que a própria ciência Ontopsicológica utiliza, com exatidão e economia, pois parte sempre do mesmo critério de natureza de cada sujeito, e o fim é sempre reportar a lógica do Eu lógico histórico à lógica do Em Si ôntico. Dentre estes instrumentos - cinelogia, residence, melolística etc. - se destaca a psicoterapia de autenticação ontopsicológica. Esta tem como objeto de análise a atividade psíquica. Como afirma Meneghetti, "o psicoterapeuta deve chegar a colher o em si causal de tudo aquilo que é memória, pensamento, emoção, fim." (2010, p. 286). O método utilizado na psicoterapia de autenticação é "constante indução 'bilógica' com verificação da funcionalidade subjetiva." (MENEGETTI, 2010, p. 287), ou seja, faz-se uso do método indutivo-dedutivo e intuitivo. O instrumento utilizado é o diálogo entre cliente e psicoterapeuta, com a novidade, igualmente, da informação semântica. O psicoterapeuta colhe continuamente esta informação exposta pelo Em Si ôntico do cliente apresentando-a para o mesmo. O critério utilizado pelo psicoterapeuta, como colocado anteriormente, é o Em Si orgânico do sujeito. Como Cannistraci afirma, "A OntoArte retoma, portanto, um particular significado [...] é, a um tempo, o resultado de um processo de autenticação [...]"²⁴ (1989, p. 20, tradução nossa).

O processo de autenticação é construção diária, contínua, pois não somente as situações cotidianas mudam como também esse núcleo de força; essa unidade de ação atualiza-se a cada instante, a cada novo impacto, correspondendo a uma construção infinita composta de diversos particulares. Produzir OntoArte, portanto, é segundo Meneghetti, "a gestualidade cotidiana no duro matérico de cada pessoa, segundo um projeto que se inventa dia-a-dia." (2003, p. 42). Deste modo, todo o homem, potencial e virtualmente, é inteligente e pode chegar a compreender coisas

²³ Para ulteriores aprofundamento a respeito dos instrumentos de intervenção, ver MENEGETTI, A. *Manual de Ontopsicologia*. op. cit.

²⁴ "L'OntoArte riveste pertanto, un particolare significato [...] è, a un tempo il risultato di un processo di autenticazione [...]" (CANNISTRACI, 1989, p. 20, tradução nossa).

consideradas superiores. Superiores no modo que o sujeito percebe o objeto, não a coisa em si, mas a maneira compreensiva, de uma mente mais amadurecida e evoluída do observador. "Trata-se de encontrar o deus para o fazer-se do homem, através de constante processo de valor, segundo a intencionalidade do potencial histórico e de natureza."²⁵, complementa Meneghetti (1990, p. 33, tradução nossa).

"A OntoArte é a explicitação da intencionalidade ontológica humanística." (MENEGETTI, 2003, p. 45), ou seja, "ontológica" porque parte do Ser²⁶ - "humanística", pois refere-se ao homem aqui e agora em evolução aberta. Como referido anteriormente, nesta corrente de pensamento, não se trata de produzir técnicas expressivas específicas ou estilos particulares. Esta é apresentada como técnica interior, para autenticar e exaltar qualquer manifestação artística da ordem de natureza do ser humano. Afirma o autor que "a arte, antes de tudo, deve ser ordem interior de sanidade evolutiva." (1996, p. 102). A OntoArte implica que a obra de arte tem, por dever, ser sadia, simples e verdadeira. Desta forma, Meneghetti (1994, apud. PALUMBO, 1994, p. 44) defende que "o protagonista natural é o homem sem mitos que, porém, atua em progressiva resposta ótima a todas as tensões que o apelam como responsável histórico e racional o coordenador do seu espaço e do seu tempo."²⁷ (tradução nossa). Este homem é considerado como tal, pois já transcendeu todos os tipos de estereótipos e valores da civilização humana, tendo condições de uniformar-se à ação pura. Este indivíduo usa os mitos como "corrimão" e não como valores existenciais: os mitos referem-se à religião, língua, partidos políticos etc. "Nesse homem, exalta-se a vida: não é ele o fim da vida, mas é a vida que cria a sua obra-prima no homem sem mitos. Todos os seres humanos têm possibilidade de sê-lo." (MENEGETTI, 2003, p. 60).

O artista, assim como é definido e abordado pelo autor, é protagonista natural como responsável histórico racional e coordenador de seu espaço. Ou seja, *natural* no sentido da intencionalidade de natureza; *protagonista*, pois se formou para ser, não nasce já como tal, mas devido a um contínuo processo de evolução se torna,

²⁵ "Si tratta di incontrare il dio per il farsi dell'uomo, attraverso costante processo di valore, secondo l'intencionalità del potenziale storico e di natura" (MENEGETTI, 1990, p. 33, tradução nossa).

²⁶ "Princípio universal do quanto existe ou é real; o ser é o primeiro simples geral que consente a lógica entre ser e não ser [...]". Cf. MENEGETTI, A. 'Dicionário de Ontopsicologia', 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2008.

²⁷ "Protagonista naturale è l'uomo senza miti, che però si attua in progressiva risposta ottimale a tutte le tensioni che lo appella-no come responsabile storico e razionale coordinatore del suo spazio e del suo tempo." (PALUMBO, 1994, p. 44, tradução nossa).

atuando, momento a momento, a resposta ótima para suas situações e obstáculos. *Responsável histórico racional* porque aprende o mito para depois ter sucesso por meio dele, adapta-se às circunstâncias e torna-se autônomo. *Coordenador do seu espaço*, pois é econômico na sua vida, desde as necessidades biológicas de comer e dormir até observar de modo sério as regras sociais (Ibid., 2003, p. 60-61). Enfim, "o homem permanece sempre o fulcro entre este movimento triádico: o Ser, o mundo e a própria individualidade." (MENEGETTI, 1996, p. 22, tradução nossa).²⁸

O artista é a mediação entre o Uno e a obra e, para isso, é necessário que entre em um estado de ataraxia²⁹ dos estereótipos, para somente então, incentivar a "divina proporção, segundo o bom gosto e o estilo do operador.", como propõe Meneghetti (2003, p. 96). Essa divina proporção é dada pelo Em Si ôntico enquanto universal, e o estilo é dado pela unicidade do artista, que não se repete, é o Em Si daquele determinado sujeito. O artista, então, deve conhecer a linguagem, o modo de fazer-se entender pelo contexto social, deve conhecer as diversas técnicas para fazer-se signo, pois não basta a intencionalidade daquele indivíduo se o mesmo não consegue transpô-la de modo correspondente. Esta situação é reforçada por Meneghetti ao alegar que "o grande artista deve aprender a técnica para alcançar uma linguagem através da qual possa exprimir a revelação única que sente em si mesmo." (MENEGETTI, 2006, p. 108).

Na Escola OntoArte é determinada a função de abertura para saber colher e reconhecer a própria "centralidade estética" do artista, em um determinado contexto social. Referindo-se a este fato, Meneghetti define que:

o artista é quem faz a obra, na verdade, o faz também aquele que vê. O signo tem poder de fazer interação. Ele é colocado de tal forma que o observador interage enquanto o olha, enquanto o lê, o reconstrói, o regenera. (1999, p. 91).

É o ser que cria e o artista faz a ação artística. Sendo assim, Iannuario expõe "Uma obra realizada por um ontoartista é uma luz que consegue acender outras

²⁸ "L'uomo resta sempre il fulcro tra questo movimento triadico: l'essere, il mondo e la propria individualità." (MENEGETTI, 1996, p. 22, tradução nossa).

²⁹ "Ataraxia, no antigo conceito, significa: indiferença, subtração." (MENEGETTI, 2003, p. 96).

luzes, para que no organismo do outro se construa ação evolutiva.³⁰ (1989, p. 49), tradução nossa.

Como Meneghetti (1996) elucida, se nasce artista, porém é preciso formar-se, aperfeiçoando-se continuamente, aprendendo novas técnicas, novos instrumentos. Trata-se de saber traduzir o verdadeiro ôntico em signo perfeito, para ser manifesto estético e correspondente ao princípio da vida. Desta forma, essa determinada expressão artística é procedente somente de um homem maduro, sadio, que tem capacidade técnica e que faz transcendência.

Os estilos artísticos e os modos expressivos da arte são múltiplos, e para aprendê-los existem escolas ou academias apropriadas, com especificidades técnicas e didáticas. A OntoArte também é uma Escola, mas no seu ensino não se substitui nenhuma das Escolas existentes. No seu exclusivo campo de ação e de interesse está o ensino da "técnica interior", através da qual se pode autenticar e exaltar qualquer estilo ou expressão artística. Não se ensinam "ideias fixas externas", mas se educa a pessoa com potencialidade artística a concretizar ou "inventar" a melhor relação de harmonia estética, o cromatismo existencial segundo a sua individuação e inseidade. [...] Primeiro, é necessário levar todas as culturas ao "ponto-zero", tudo o que foi o anedotário do estereótipo do superego nos diversos esquematismos histórico-sociais; depois, deve-se renascer na intencionalidade do Em Si ôntico. (MENEGHETTI, 2010, p. 468-469).

Este critério de natureza, o Em Si, apresenta quinze características³¹ que se evidenciam no sujeito que faz possível sua identificação. Uma delas é que ele é *estético*, ou seja,

no seu processo de atualidade, o Em Si ôntico joga para ser belo e vencedor, para equiparar-se ao seu princípio: quando a parte retorna, deve identificar a estética suprema [...] É uma beleza holístico-hierárquica, não passageira. (MENEGHETTI, 2002, p. 99).

Este mesmo autor complementa ao afirmar que "com certeza, o Ser, como primeiro adjetivo, mais que simples, que uno, que bom, é estético." (MENEGHETTI, 2003, p. 21). Assim, a OntoArte torna-se "educação para o ato estético." (MENEGHETTI, 1999, p. 74).

³⁰ "Um'opera realizzata daun ontoartista è una luce che riesce a far accendere altre luci, affinché nell'organismo dell'altro si costruisca azione evolutiva." (IANNUARIO, 1989, p. 49, tradução nossa).

³¹ As características que apresenta, após uma atenta análise interna que se experimenta como evidência, são as seguintes. *Inseico, Holístico-dinâmico, Utilitarista-funcional, Virtual, Econômico-hierárquico, Vencedor, Alegre, Criativo, Espiritual ou transcendente, Agente no interior de um universo semântico, Mediânico entre o ser e a existência histórica, Histórico, Estético, Volitivo-intencional e Santo*. Para aprofundamento Cf. MENEGHETTI, A. 'As características do Em Si ôntico' in: *O Critério Ético do Humano*. Porto Alegre: Ontopsicologia Editrice., 2002, p. 93-101.

4.2 OntoArte como educação ao ato estético



Figuras 17: AMStile



Figuras 18: AMStile

Fonte: Acervo da Loja AMStile

Para fazer atitude estética tem-se, como primeiro ato, a higiene da mente, a qual refere-se ao pensamento em ordem e exato. Para tanto, Meneghetti explica: "limpar a mente significa torná-la exata à função de vida. [...] A limpeza da mente é importante para a beleza do pensamento em si mesmo [...] é a beleza do espírito que completa a si mesmo e depois se manifesta externamente." (2011, p. 251).

Pode-se, então, iniciar a falar sobre a verdadeira arte por meio de três elementos³² propostos por Meneghetti (2003): 1) *A sanidade*; 2) *A proporção estética*; 3) *A criatividade pura*.

A *sanidade* do operador artístico é consequência do alcance de seu Em Si ôntico, porém, o modo de ensinar este acesso ao critério de natureza à um artista é diferente de como se faz para alguém que busca sua realização superior. Visto que o artista deve possuir algo a mais, "deve estar em condições de mediar, de ser ponte, de ser um pouco profeta estético [...] Arte é sempre mediação de espírito, mediação de verdade, de transcendência." (MENEGETTI, 2003, p. 199).

A arte deve transcender todas as fenomenologias de fracasso existencial. Assim, o artista é aquele que faz vibração junto ao supremo da vida, não é

³² Para maiores curiosidades, ver MENEGETTI, A. "A formação do artista" in: *Em Si da Arte*, Florianópolis: Ontopsicologia Editrice, 2003. p. 197-211.

importante que o compreenda, mas sim que o saiba imediatamente verbalizar, conforme a cultura, a percepção, a compreensão do seu ambiente. (2003, 199-200).

A OntoArte, conforme elucida Meneghetti (2003), "ensina a sensibilizar, progressivamente, o artista sobre a inteligência que passa no seu inconsciente sensitivo, emotivo e lírico que, a seguir, faz-se também transparência intuitiva do ser." (p. 200). Para realizar a formação deste artista são necessários dois passos: 1) técnica aprendida com sacrifício; 2) formação psíquica, espiritual, moral.

A consultoria de autenticação proporciona, ao sujeito que a faz, uma purificação dos próprios instrumentos de conhecimento e, assim, o ser humano inicia a compreensão da arte divina.

A arte não é algo gratuito, não é uma coisa de fato, mas é apenas para alguns, aqueles que conseguem merecer-se, fazer-se, constituir-se por meio do tirocínio contínuo e fidelidade a esse constante melhor de si mesmo. [...] o artista deve ser ajudado por algo que o leve a ser "profeta" do ser estético; deve aprender como servir a beleza não apenas como gozo e satisfação a si mesmo, mas também como contribuição de altíssima civilidade sociológica, porque a arte é sempre o ponto supremo de chegada de qualquer educação pensável na providência humana. (MENEGETTI, 2003, p. 202-203).

A *proporção* é a preliminar para que algo seja artístico. Qualquer que seja o modo - fotografia, cinema, moda ou arquitetura - todos possuem unidade de informação, e esta deve possuir uma medida, uma ordem funcional. "A *proporção* é como um discurso bem feito: possui muitas palavras, mas sempre o mesmo tema que demonstra e reforça sempre em modo unitário e constante.", explica Meneghetti (2003, 248). Existem então, a proporção geométrica e a proporção artística. A primeira refere-se ao ponto de equilíbrio entre dois ou mais pontos e, volume ou exposição equânime entre dois ou mais volumes - massa, altura, largura. A segunda engloba: volume, medida, ponto em equipolência única de luz, espaço, movimento, cor, preestabelecidos.

Logo, para obter proporção, estabelece-se um espaço e este deve possuir uma convergência máxima ao uno. Podem-se definir as diversas proporções em: proporção medíocre e proporção máxima. Faz-se medíocre quando, de qualquer ponto que se toma como referência, qualquer posição que se questiona, chega-se sempre ao mesmo ponto. Para Meneghetti, "é máxima quando os objetos ou as

presenças do contexto dão, inexoravelmente, o epicentro do escopo." (2003, p. 249). Dado essa realidade, o uno constrói-se conforme uma funcionalidade ou escopo.

O belo é uno, porém no momento em que existimos, igualmente existem diversas variáveis. Por isso, cada pessoa possui o seu modo belo que, a partir de sua posição existencial, faz diversidade, por exemplo, de tempo, de educação, de sexo, de dinheiro, de sensibilidade, de raça etc. "As infinitas variáveis do belo, enquanto salvam a não-repetibilidade do artista, garantem a proporção divina do absoluto." (MENEGETTI, 2003, p. 249).

"Proporção" deriva de um termo de raiz latina: *actio per, situaction per* que significa: situação ou ação, cada uma das quais "é posta para". Se essa parte, uma vez posta, não tem o seu natural "para" - isto é, não tem o seu escopo realizado - é desordem. [...] A proporção é uma elementaridade técnico-matemática da qual, sucessivamente, é possível a arte. (MENEGETTI, 2003, p. 250).

A *criatividade pura* é o que busca a OntoArte. A linguagem específica que a faz diferente das outras correntes é saber "colher o desenho intencional que a natureza usa para fazer as suas belezas, isto é, colher a intencionalidade de natureza e a intencionalidade criativa do possível estético." (MENEGETTI, 2003, p. 206). Utilizando de linguagem figurativa, Meneghetti alude a Deus, afirmando que este é um artista, pois tudo o que faz é com arte. Sendo assim, priorizando a estética e, sucessivamente, a funcionalidade. "É entrar na relação pura, como a natureza entende, como a mente faz arquitetura nas pequenas e grandes coisas."(2003, p.206).

4.3 OntoArte aplicada e o nascimento da Moda OntoArte

Esse movimento de pensamento nasce historicamente em uma reunião de diversos artistas, em maio de 1976, em Roma, na Itália.

Em uma noite, reuniam-se na *Casa di Roma dell' Artista*; entre eles, faltava um músico ou, ao menos, alguém que soubesse tocar algum instrumento com competência profissional. A grande maioria eram pintores, arquitetos, fotógrafos, escultores, poetas. Após anos de silêncio musical, Meneghetti toca ao piano uma música extemporânea, convidando a todos a permanecerem de olhos fechados e abri-los no momento em que se

formalizasse uma emoção ou uma ideia de realizar segundo a própria técnica artística (pintura, foto, escultura etc). Um conhecido crítico de arte, que estava presente naquela noite, lembra-se: "As notas do piano precipitaram-se caudalosas e encheram a sala de mar, montanhas, cascatas, estações, corpos, céus infinitos e temporais. Depois de aproximadamente meia hora, Meneghetti conclui...O silêncio era intenso enquanto todos estavam desenhando, pintando, fotografando. Ninguém olhava o outro ou se ausentava da própria atividade. Estávamos um pouco estupefatos pela experiência e pelo quanto havíamos gerido. Sem dúvida, estávamos convictos de ter feito algo superior, diferente, seguramente mais belo do que o habitual. Quando se fez a mostra para o público, tudo foi vendido. Um sucesso. Para nós, como pessoas, antes de tudo. Nasceu a OntoArte [...]. (MENEGETTI, 2003, p. 8).

A partir deste concerto e conscientização da ocasião, afirmou-se que é possível o rejuvenescimento da arte, como forma de expressão da mais pura interioridade humana e não somente como projeção de doenças. "A arte é bela quando o artista pode ser a revelação da forma bem-aventurada do verdadeiro solar." (MENEGETTI, 2000, p. 16).

De acordo com Meneghetti, em 1978, inaugurou-se o centro artístico "Lizori", em um antigo burgo medieval situado entre Espoleto e Assis, na Itália. Este local prontamente tornou-se centro de referência da cultura artística e científica internacional. O primeiro desfile de moda realizado ao ar livre e copiado, posteriormente, por tantos outros grandes estilistas, igualmente teve vida neste centro. Em 1980, também a primeira Galeria privada de OntoArte é aberta, em Roma, na *Via Veneto*, sendo posteriormente transferida para a *Via delle Medaglie D'Oro*, novamente em Roma. (MENEGETTI, 2003, p. 8-9).

Entre e após estas datas, realizaram-se vários eventos, mostras, exposições de Antonio Meneghetti, entre as quais se destacam, no segmento da moda:

1984, dezembro - Roma - Palazzo Braschi - conferência "Intuição estética e racionalidade em OntoArte"

1986, maio - Congresso Internacional de Criatividade; maio - Hotel Parco dei Principi - desfile da linha "Moda Antonio" junto ao mestre Brioni; maio - recebe o prêmio "Maitre Tailleur" do presidente da federação Sarti e Sarte d'Italia; dezembro - nomeado Membro do Senado Acadêmico para o setor de pintura da Accademia Internazionale di Arte Moderna

1989, setembro - prêmio *Personalità su misura da Federazione Mondiale dei Maestri Sartori*; novembro - Roma - Prêmio Cultura do primeiro ministro italiano

1998, abril-maio - São Petersburgo - Museu Hermitage - mostra e seminário "A ordem vital como função estética." (MENEGETTI, 2000, p. 34-35).

De modo a complementar estes dados históricos são apresentadas estas datas e eventos referentes à moda³³:

- 1985, desfile de Alta Moda OntoArte, Roma e Lizori, retomando a originalidade e elegância do estilo OntoArte de vestir-se;
- 1999, inaugura-se em Moscou a primeira boutique AM;
- 2000, lançamento do livro "Antonio Meneghetti", evento onde realizou-se outro desfile de Alta Moda ao ar livre, concerto de música clássica e vernissage de OntoArte, em Sito Maestro, Itália; Congresso Internacional Donna realizado no Hotel Sheraton no Rio de Janeiro, Brasil;
- 2000 e 2001, foi realizado no Recanto Maestro - Brasil - concurso de beleza "Top Model Recanto Maestro";
- 2003, concerto realizado pelo Maestro Antonio Meneghetti e desfile de Alta Moda nas escadarias do Jardim do Grande Palácio de Peterhof, em São Petersburgo, Rússia;
- 2006, inauguração da boutique AM em Kiev na Ucrânia; inauguração Galeria OntoArte em São Paulo no Brasil;
- 2008, inauguração da boutique AM Stile no Recanto Maestro, Brasil; desfile de Alta Moda no Vale de Assisi Resort, em Assis, Itália;
- 2009, inauguração de duas boutiques AM em Roma, Itália, na Piazza di Spagna; desfile de Alta Moda no Vale de Assisi Resort, em Assis, Itália;
- 2010, inauguração boutique AM em São Paulo, Brasil; inauguração da Galeria OntoArte, em Trevi, Itália; desfile de Alta Moda no Vale Assisi Resort, em Assis, Itália;

Nota-se, por meio destes eventos, que a OntoArte se faz muito presente no ramo da alta moda. Porém, as modalidades artísticas apresentadas pelo artista e criador da OntoArte, Antonio Meneghetti, variam desde esculturas, vitrais, pinturas, cristais raros, até arquitetura, cerâmica, porcelana, jóias, música etc. Como vimos anteriormente, essa escola manifesta-se em diversos setores, pois não se trata de um determinado modo ou técnica artística como as demais correntes que se tem conhecimento (dadaísmo, cubismo, surrealismo, iluminismo etc.). Especificamente na moda, essa corrente não se deixa influenciar por tradições, tendências, necessidades comerciais etc., mas é manifestação de "espaço luz" que a pessoa

³³ Catálogo AMStile 2010.

suscita em diversas conotações ambientais, sociais e relações afetivas. Como afirma Meneghetti "[...] a arte do 'bem vestir' foi sempre uma propriedade inata do homem que queria certificar-se como exemplo de força bem sucedida, de valores afirmados."³⁴ (NUOVA ONTOPSICOLOGICA, 1983, p. 23, tradução nossa).

A OntoArte aplicada na moda, tem como objetivo, além de tudo, segundo Meneghetti, "[...] vestir a luz da alma, o valor pleno de existir como criadores da vida, artífices contínuos daquele belo que, na natureza, chamamos sol, primavera, cromatismo sazonal [...]." (2000, p. 61). Não se faz esta aplicação, portanto, devido a uma necessidade do homem de vestir-se, ou somente este ato como funcionalidade de caráter comercial, cultural etc., mas como arte entendida na dimensão de uma criatura verdadeira, de um homem "em sol". A moda, abrangida deste modo, vai além da exteriorização, do vestir-se somente, mas é força que brota do íntimo do indivíduo que a veste como forma de "signo-sol". Deste modo, a roupa torna-se a coroa ou moldura natural do sujeito que a veste, complementa Meneghetti: "[...] expressão emocional de um campo etérico, isto é, o cromatismo que cada um emana continuamente em relação à sua realidade vital." (MENEGETTI, 2003, p. 323). Ou seja, a moda OntoArte não usa uma cor determinada por tendência, mas a cor em função da personalidade de quem a usa, aquela determinada cor para aquele determinado homem, com o objetivo específico de ressaltar a própria personalidade.

Os signos, a assinatura, são simplesmente, destaques de tudo o que se configura como OntoArte: a arte do ser quando cria existência. Qual ser? O ser de quem é, de quem a usa, quem se entrega à dança da alegria daquele vestir que começa como a Moda OntoArte, mas depois é moda da pessoa, daquele que, único, o sabe motivar no que for do seu acontecer mundano. (MENEGETTI, 2000, p. 61).

Meneghetti afirma que, a moda, como a arquitetura, não pode ser considerada a arte pura, pois se trata de propor funcionalidade precisa de quem a veste, ou seja, o sujeito histórico, o homem em seu ambiente social e cultural. A priori, o homem já possui sua beleza, porém, vivendo neste planeta, deve se adaptar em base as suas debilidades físicas. (MENEGETTI, 2003, p. 325).

³⁴ "[...] l'arte del "ben vestire" è stata sempre una innata proprietà dell'uomo che voleva attestarsi come esempio di forza riuscita, di valori affermati" (MENEGETTI, 1983, P. 23, tradução nossa).

A arte de vestir-se, também, não se faz de privilégio somente humano, pois os animais igualmente têm a necessidade de sentirem-se mais belos, a exemplo do paguro, camarão etc. Estes o fazem não por motivo de sobrevivência, mas também como manifestação estética de seu próprio bom gosto



Figuras 19: AMStile

Fonte: Acervo Loja AMStile



Figuras 20: AMStile

Certamente, vestir o homem torna-se mais difícil e se tem muito mais variáveis. Para tanto, Meneghetti (2003) define: moda funcional é toda aquela que, ao usar um ornamento, torna o indivíduo mais belo e aperfeiçoa seu posicionamento e presença. É quando o sujeito tem consciência de seu corpo, dotes naturais, e utiliza o modo como se veste como meio para sublinhar suas qualidades. Meneghetti complementa este conceito ao afirmar que "a moda deve ter uma funcionalidade física e, depois, um reforço para dar uma funcionalidade também de apoio estético ao sujeito." (MENEGETTI, 2003, p. 325).

Segundo Meneghetti, "a beleza suprema de um ser humano está no pleno fulgor de seu campo etérico, quando está em estado de graça." (2003, p. 325). Esta beleza pode se manifestar em alguns traços do corpo da pessoa, porém, é no rosto - e em seu conjunto que se intensifica: cabelo, pele, colo, cor, maquiagem etc. O autor destaca que, ao observar um desfile de alta moda, no final, o que é verdadeiramente belo, é a preparação da maquiagem do rosto.

No homem, são muito importante as costas, os cotovelos, o mover-se dos joelhos e a posição firme do calcanhar. [...] Na mulher, em vez disso, são

importantes certo tipo de curvas, de linhas: os pés e o tornozelo, o roçar da curva da coxa, as mãos e o antebraço, o colo e o decote (não propriamente o seio). O supremo da beleza está na relação olhos-cabelos, porque nos cabelos existe a aspersão do campo etérico e, nos olhos, a luz da alma. Naturalmente, esses dois elementos devem estar em um conjunto que já tem uma beleza natural própria. (MENEGETTI, 2003, p. 326).

Conforme Meneghetti (2003), infelizmente, hoje, na gestão da moda no mundo, pode-se dizer que existe a confirmação do primado comercial. Os estilistas definem o estereótipo social da nomeada "estética coletiva". Os mesmos consideram essa "estética" inteligente, porém, é impossível no momento em que esta é transmitida por propriedades não belas, e nota-se este fenômeno claramente na moda criada pelos estilistas atuais. Arelado a estes fatores, existe um grande mercado bancário que comanda o setor, onde o estilista assina, mas o poder é do banco. Hoje, a realidade da moda refere-se a um grande negócio mundial, bem controlado, com líderes econômicos que não são os estilistas e, deste modo, estes últimos devem adequar-se ao modelo de maior consumo do momento.

Neste sentido, o autor compreende o movente da moda em dois aspectos: 1) exigência coletiva de um ser igual ao outro; 2) sistema bancário que comanda o estilista que organiza o desfile.

A novidade que o Meneghetti traz é que, sem dúvida, existe a possibilidade da verdadeira criatividade na moda, mas que esta, segundo o autor, "é aquela em que um sujeito sabe sincretizar, dia-a-dia, a cada vez, os diversos elementos que tem para criar uma obra-prima." (2003, p. 326). Para isso, no entanto, são indispensáveis três regras: 1) um discreto conhecimento de moda contemporânea; 2) a educação ao bom senso cromático; 3) o estilo pessoal.

A primeira regra é simples, basta um bom livro sobre o tema. A segunda começa a partir de uma proporção interna, pois o senso de bom gosto está atrelado com a interioridade do sujeito, pois "as cores têm sua equipolências e, se não compreendidas, poderiam fazer patologia, lembrando que o bom gosto é também um espelho que qualifica a interioridade daquela pessoa." (MENEGETTI, 2003 p. 327). A terceira regra é somente compreensível no momento em que o sujeito já possui uma personalidade substancialmente estruturada.

O modo de começar a fazer moda, segundo a ótica de Antonio Meneghetti (2003), parte da organização de um desfile, não com o escopo primário de vender, mas com o intuito de fazê-lo porque se sabe fazê-lo. Precisa-se, primeiramente,

relevar dois pontos: quem é o público e em que nível o produtor do evento quer evidenciar a si mesmo. Relacionando estes pontos, iniciam-se as visitas às lojas de tecidos, feiras de tecidos, impedindo-se de ver roupas prontas ou ir a lojas com vestes já produzidas. Ao deparar-se com os tecidos, deve-se prestar atenção nos desenhos, cores e naqueles que tocam, clamam pela interior sensibilidade. "Todo o tecido já tem uma base de provocação estética. Não é preciso partir do desenho da roupa, mas da matéria.", afirma Meneghetti (2003, p. 327). Dessa forma, é necessário possuir um conhecimento, ao menos razoável, acerca das técnicas de costura, para que exista uma familiaridade com o tecido e suas composições. Após a escolha do tecido, é preciso ter uma hipótese ou ideia de modelo, juntamente com a cor adequada à pessoa, e então, o modelo se faz imediato. Para Meneghetti, "esse é o momento mais belo, é o momento mais alto: para mim, é o coração da criatividade dentro do estilismo." (2003, p. 328).

Decorrente deste momento, surge o desenho, o croqui do estilista. Para o estilista, "a verdadeira moda está na relação corpo-tecido, portanto, trata-se de proporções de cor, de espessura segundo um tipo de tecido (lã, seda, algodão, plástico etc.)." (2003, p. 328). Segundo Meneghetti, é um erro pensar que a costura é de maior relevância, sendo esta apenas um detalhe da técnica e que deve ser funcional à proporção de quem a veste. "O corte é preciso quando consente fazer ver a proporção que a natureza esconde sob o vestido.", propõe Meneghetti (2003, p. 328). Posteriormente à produção do modelo, é indispensável verificar a funcionalidade do mesmo, para que ocasião foi feito, para trabalhar, ir a um coquetel etc. Deve-se também efetuar uma verificação à compatibilidade do modelo pronto com a visão que se teve ao deparar-se com o tecido no início. Então, deve-se centrar a atenção aos detalhes dos botões, prendedores, flor, broche etc., pois "errá-los significa estragar a obra-prima.", acrescenta Meneghetti (2003, p. 328).

De fato, como podemos perceber, Meneghetti, através da moda OntoArte, busca sempre colocar em relevo a personalidade do sujeito que veste, seja ele do sexo masculino ou feminino. O estilista, na medida em que domina a técnica e possui o conhecimento sobre os diversos fatores que determinam a criação de uma peça, torna-se um expositor, um instrumento de explicitação daquela beleza que já se encontra ínsita no ser humano quando é conforme a sua identidade de natureza.

CAPÍTULO III – AMSTILE - ONTOARTE APLICADA NA MODA NO BRASIL

A trajetória da formação artística de Antonio Meneghetti é feita por grandes escolas, aprendizado das técnicas com perfeição, muito talento e auto-desafios. Após sua formação acadêmica, onde adquiriu várias titulações de alto nível, descobre a OntoArte. A aplicabilidade deste movimento de pensamento é bastante extensa, passando por cristais, pinturas etc. Chegando ao mundo da moda por volta de 1970, a Moda Antonio nasce com esplendor, arte e criatividade. Das escadarias de um burgo medieval - onde aconteceu o primeiro desfile - até a abertura da AMStile em São Paulo - última loja inaugurada até então - a AM é sinônimo de bem-vestir artístico e funcionalidade humana.

5.1 O artista e estilista Antonio Meneghetti

O líder e criador da Escola OntoArte, Antonio Meneghetti, nasceu na Itália, em 1936. Desde a infância estudou em centros de artes importantes, como a Basílica dei Frari, em Veneza; Basílica São Francisco de Assis, em Assis; Basílica Santa Cruz, em Florenza; e no Vaticano. Nesta época, punha-se como desafio copiar obras de grandes artistas, não para aprender a técnica, mas como forma de verificar se era capaz de fazer aquilo que era considerado obra-prima. E, na sua juventude, foi perito em restauração de artistas do século XVII, como, por exemplo, Alessandro Magnasco.

Possui, além da técnica artística, um conhecimento cultural inigualável, sendo conhecedor de todo o mundo da arte. Teve, igualmente, preparação clássica musical para órgão, piano e coro. As atividades deste artista polivalente vão, também, desde conferências e concertos até desfiles de moda. (MENEGETTI, 1999).

Como referido no catálogo AMStile (2010, p. 8), "É um dos raros artistas que trabalha com os mestres artesãos de cristais refinados de Murano e nos ateliers de cerâmica em Deruta."

De acordo com Bernabei *et. al.* (2008), além de artista, Antonio Meneghetti é um grande estudioso e cientista. É Ph.D. em Filosofia, Teologia, Sociologia, possui láurea em Filosofia com orientação em psicologia, láurea *Honoris causa* em Física pela descoberta do campo semântico. Recebeu, em 1998, o título de *Grand Doctor*



Figuras 21: Antonio Meneghetti.

Fonte: Acervo da Loja AMStile.



Figuras 22: Antonio Meneghetti.

Nauk em Ciências Psicológicas pelo Governo da Federação Russa; *Grand Doctor of Philosophy* e de *Doctor Philosophy of Medical* da Academia Internacional de Informatização. Recebeu, também, não somente uma única vez, o Prêmio Cultura da Presidência da Conselho dos Ministros da República Italiana. É o fundador da ciência ontopsicológica, Presidente da Associação Internacional de Ontopsicologia e da Academia Italiana de Informação. (BERNABEI, 2008, p. 88).



Figuras 23: Desfile em Lizori.

Fonte: Acervo da Loja AMStile.



Figuras 24: Desfile em Lizori.

Em 1979, Antonio Meneghetti entra no mundo do estilismo de luxo e prontamente lança moda. Sua primeira coleção, conforme já citado anteriormente, acontece ao ar livre, com um desfile composto por modelos que caminhavam pelas escadarias do burgo medieval chamado Lizori, na Itália. (CATÁLOGO AM, 2010).

Referente a este fato, o estilista manifesta:

Eu era já conhecido por uma ideia que lancei primeiro no mundo e que, depois, uma das pessoas presentes vendeu em modo estúpido. Era o primeiro estilista que fez um grupo de modelos desfilarem, dentro de uma paisagem, de uma escadaria, dentro de um burgo, de modo a acoplar a arte de um burgo com a arte das roupas ou a arte de uma arquitetura com a arte do vestir. (MENEGETTI, 2003, p. 329).

De acordo com Miranda (2011, p. 65), devido à extensa formação artística do estilista, com reconhecimento internacional, Meneghetti "trouxo para a moda a maestria de quem sabe criar obras-primas.". Ele, igualmente, retornou o conceito de *made in Italy*, devido à alta qualidade da modelagem, do caimento e acabamento de suas peças. O retorno obtido por meio dessa excelência veio depressa, como referido no Catálogo AMStile (2010), em 1986, quando recebeu o Prêmio "Maitre Tailleur" da Federação de Alfaiates e Alfaiatas (Federazione Sarti e Sarte d'Italia) e, em 1989, com o Prêmio "Personalidade Sob Medida" da Federação Mundial dos Mestres Alfaiates. Este último prêmio é concedido àqueles que consigam criar uma roupa que exalte a beleza interior existente no humano.

"Usar o tecido como tela, fazer da roupa uma obra de arte a externalizar a intimidade solar, salientando a pessoa é uma das habilidades do criador da OntoArte." (Meneghetti, 1999, p. 63).

5.2 A marca Antonio Meneghetti e sua relação com a OntoArte

A aproximação da marca Antonio Meneghetti com obras de arte, se faz característica da mesma desde sua origem. Essa base artística torna-se inspiração constante, manifestada em tecidos, cores e anatomia humana. Como relata Miranda, "entre os mestres de alta moda, admira Valentino. Demonstra apreciar ainda a

elegância dos anos de 1920 e 1930 e do período anterior a este, o da *belle époque* européia." (2011, p. 65).

Desde o início dos anos de 1980, até a atualidade, o estilista Antonio Meneghetti desenvolve sedas personalizadas e exclusivas, tecidas com desenhos OntoArte. Estas sedas são produzidas nas fábricas italianas, em Como, cidade reconhecida internacionalmente por sua produção de seda. (CATÁLOGO, 2010, p. 18).

Para a entrevista concebida à Clarissa Miranda (2011), Aleksei Dubakin - diretor responsável pela presença da grife Antonio Meneghetti na Rússia, a Casa di Moda AM - explica que o motivo da beleza das peças do estilista são consequência de sua técnica e genialidade. O empresário completa ao afirmar: "O que Antonio Meneghetti sabe transmitir, desenhar e aperfeiçoar na moda vai além da precisão do corte dos artigos [...] É uma arte de saber fazer e ser. São roupas criadas para evidenciar o carisma pessoal dos clientes fiéis da nossa casa de alta moda."

Igualmente, respondendo à entrevista de Miranda (2011), Serghei Akimov - responsável pela coleção de jóias da Casa di Moda AM, na Rússia - comenta que, conhecendo há dez anos as criações de Antonio Meneghetti, reconhece que a ideia de elegância da marca pode se transformar em poesia. "O belo não tem início e fim, é fora do tempo. Porque colher a graça e desenhá-la em evolução de luz e prazer cria uma satisfação que faz um secreto êxtase.", expõe demonstrando como vê a estética das peças que desenvolve.

Referindo-se a exclusividade dos modelos produzidos, Giuseppe Quadra, da AM Itália, explana: "Fazemos, tanto para homens quanto para mulheres, no máximo dez sapatos de cada modelo e cor. Conquistamos mais clientes dessa forma." (MIRANDA, 2011, p. 67).

A procura por peças AM tem aumentado em todas as lojas no mundo - Recanto Maestro, São Paulo, Roma, Moscou e em São Petersburgo - por empresários e executivos. Marco Gabriele - empresário brasileiro no ramo moveleiro - faz referência a estética interior cultivada por grandes líderes, afirmando: "A ação do líder também é intuição, criatividade, e a estética qualifica, ressalta o valor da ação no contexto. Permitir-se desfrutar da *boutique* AM é um prazer exclusivo, pessoal. Desde que visto esta grife, este estilo, sinto novamente o prazer do vestir-me." (MIRANDA, 2011, p. 68).

5.3 A marca Antonio Meneghetti no Brasil

Posteriormente aos trinta anos trabalhando com Moda em diversos lugares do mundo, Antonio Meneghetti, inspira-se no Brasil. Iniciando seus projetos no Recanto Maestro ao desenvolver desfiles de alta moda, muito luxo, com diferenciais criativos únicos e exclusividade. Para desenvolver a técnica italiana do *made in Italy* no local, inicia a formar pessoas que, ao viajarem, buscam estudar o melhor dos outros países para aplicar no Brasil juntando a criatividade, característica nacional, formalizando então, produtos ainda mais especiais.

Como é retratado por Miranda (2011), a moda Antonio Meneghetti adquire, em cada país, características particulares, representando o contexto nacional. No Brasil, as cores são vivas e modelos funcionais ao clima do país, pois no verão as temperaturas são bastante altas e, no inverno, mais amenas. Na Itália, a marca caracteriza-se por seus sapatos, ternos e vestidos, artigos estes em que o país é mestre. Na Rússia, as peles de animais nobres são evidenciadas e as roupas para frio extremo são em cores e estampas que valorizam a grandeza do país.

A admiração que os colaboradores têm pelo criador e estilista Antonio Meneghetti, primeiramente, pode parecer poética, dado que Roberto Gioiosa afirma que "Antonio Meneghetti chega a revelar e a vestir a inteligência do indivíduo, colhe a sua vitalidade." (GIOIOSA, *apud*. MIRANDA, 2011, p. 70). Porém, observando com um olhar mais crítico e numa ótica econômica, verifica-se que suas roupas têm, certamente, lugar no mercado de luxo. No Brasil, a AMStile trabalha com matérias-primas refinadas, que estão entre as melhores do mundo, e com técnicas de artesanato da moda, assim proporcionando um alto valor agregado aos produtos. Por meio destes diferenciais, a griffe obtém resultados econômicos positivos, de faturamento e crescimento acelerados, o que possibilitou, em apenas três anos, a abertura de uma nova loja AMStile em São Paulo (MIRANDA, 2011).

A loja AMStile, situada no Recanto Maestro, existe desde 2007, porém iniciaram-se os eventos de moda, no local, no ano de 2000, com o desfile "Top Model Recanto Maestro", concurso no qual a vencedora foi premiada com uma viagem à Europa, para visitar os centros de moda em Roma, Florença, Milão e Paris.



Figura 25: "Miss Recanto"

Fonte: Acervo da Loja AMStile.



Figura 26: Estampa em seda personalizada OntoArte.

Devido a falta de documentos reportando-se à história das lojas AMStile no Brasil, foi realizada nesta pesquisa, uma entrevista com a profissional responsável pelas empresas, localizadas no Recanto Maestro e em São Paulo. As informações obtidas por meio desta entrevista são reportadas a seguir.

A administradora da AM Stile relata que foi a partir de 2000 que se iniciou a formação da equipe da empresa no Brasil. A primeira coleção tinha, como objetivo, criar peças com algodão nacional. Representava uma linha leve e jovial, composta por bermudas masculinas e femininas, camisas, vestidos etc., com estilo personalizado do estilista. Esta produção de moda inicial denominou-se "Linha Recanto", e era condizente com o clima quente da região em seus verões. Foi sucesso garantido, principalmente com o público estrangeiro.

"Tive a oportunidade de poder executar as peças, comprar os tecidos, aviamentos e formar a equipe de artesãos que está conosco até hoje. O tecido era um algodão desvalorizado no Brasil, mas de grande valia para o público internacional. Foi a minha primeira grande escola, ao lado do Profº Meneghetti, no ramo da moda.

Na seqüência, tive a iniciativa de comprar dois cortes de algodão egípcio, novidade na época, e reproduzir um mesmo modelo de uma camisa da coleção

Antonio Meneghetti italiana. Quando mostrei o resultado ao estilista, diversos conselhos foram dados de como melhorar a camisa, sobretudo em seus detalhes: usar cor diferente no verso da gola, no punho e nos botões, além de bordado. Mal sabia eu que estava nascendo o primeiro produto da AMStile brasileira, que hoje tem como carro chefe a camisaria de algodão e seda" (Administradora da AMStile no Brasil).

Começa, assim, a formalização da ideia AMStile Brasil. Neste momento, a produção cresce, mesmo que de modo ainda amador. Em 2007, a empresa é constituída, por meio do investimento de um dos atuais sócios que, na época, já era empresário com experiência no setor da moda. Complementa a administradora e também atual sócia do negócio: *"A AMStile Brasil nasce, como empresa, em 2007, no município de Restinga Seca, distrito Recanto Maestro, RS. A união de três sócios, onde cada um entra com uma competência distinta, constitui a empresa Antonio Meneghetti Indústria e Comércio de artigos do vestuário Ltda."*



Figuras 27: AMStile Recanto Maestro



Figura 28: AMStile São Paulo

Fonte: Acervo da Loja AMStile.

A administradora trabalha com o estilista que empresta seu nome à marca fazem dez anos. No período de sua formação na área de moda, viajou a diversos lugares e centros de moda como Roma, Milão, Paris. Lá aprendeu o que existia de melhor em termos de técnica, para posteriormente aplicar aqui no Brasil. Como relata, no programa de televisão santamariense Rosa Shock: "Com isso, quis entender o que tinha de melhor no mundo da moda internacional e juntar com a nossa criatividade, porque o Brasil é um país único." (2011).

Decorrente dessa ideia, a AM Stile no Brasil criou um conceito novo, com o princípio de identificar a excelência dos moldes italianos em conjunto à criatividade e

versatilidade brasileira. As peças da marca recebem, hoje, etiquetas escritas *fato a mano in Brasile*.(MIRANDA, 2011).

A marca conta, novamente, com uma característica que a diferencia das demais marcas de alta moda. De acordo com sua administradora, a AM Stile não segue tendências de criação e consumo, nem cartelas de cores ditadas pelo mercado. Porém, desde a abertura da segunda loja, em São Paulo, a marca está se inserindo num mercado de alto nível de competitividade e, para isso, é imprescindível saber concorrer, mas sem jamais perder o próprio *core business*. E mesmo assim a marca não segue tendências, seus criadores apenas se mantêm informados e atualizados. Para esclarecer o processo de criação da marca, ela explica o passo-a-passo da transformação das obras OntoArte em peças de roupas artísticas:

"Com relação à estamparia , fazemos duas grandes reuniões anuais para definir as estampas de cada estação. Inicialmente é um processo bastante intuitivo, onde a equipe de produção se reúne para fazer um briefing das possibilidades de estamparia, munidos de muitas imagens OntoArte, de livros e fotos de obras de arte. Após a reunião, a segunda etapa é o desenvolvimento das estampas pela equipe de designers em São Paulo. No mesmo momento, escolhe-se sobre qual seda irá se estampar (cetim de seda, devore etc.), qual técnica será adotada (se estampa a quadro – neste processo deve-se fazer um quadro para cada cor, portanto, o investimento é bem maior, mas a qualidade também, pois é possível ver a estampa nos dois lados do tecido. Este processo vale a pena quando é uma estampa que poderá ser aproveitada mais vezes, com outras tonalidades. Nem toda estampa pode ser imprimida a quadro, pois é necessário uma definição muito grande da imagem - ou ser estampa digital. Por fim,é escolhido qual fornecedor irá estampar.

Escolhida e adquirida a seda, faz-se o teste de qualidade para verificar a durabilidade da seda (por exemplo, algumas sedas chinesas são muito frágeis, se abrem facilmente suas fibras. O teste de qualidade previne este problema). Em seguida, a seda é encaminhada ao fornecedor de estamparia, quando é feito o primeiro teste da estampa. Na maioria das vezes, faz-se um segundo teste, pois a variação das cores entre a tela e a estampa é bastante grande.

Após aprovação da estampa, toda a metragem de seda planejada é estampada.

Em paralelo, a equipe de produção planeja, em base a metragem estampada, quais modelos serão desenvolvidos com a seda. Camisas, foulards, casaquitos etc. Em base ao modelo decidido, planeja-se a equipe de costureiras – se mandaremos ao Rio Grande do Sul ou se o tecido permanece com a equipe de São Paulo.

Após o término da estamparia, encaminha-se o tecido à equipe de costureiras. Caso seja um modelo já realizado pela loja, apenas reproduz-se este modelo de camisa. Caso seja um modelo novo, e este já tenha sido executado antes em um tecido mais simples, o tecido chega e já é diretamente encaminhado para a produção.

Depois de prontos os modelos, decide-se quantas peças serão enviadas para a loja de São Paulo e quantas para a loja do Rio Grande do Sul. E depois, finalmente, inicia-se o processo de venda!

Nesse processo, passaram-se aproximadamente de dois a quatro meses, dependendo da estampa, do modo de estamparia.

Sobre a modelagem, sempre fazemos muitas pesquisas na Itália e em revistas de moda e reproduzimos desenhos de camisas que gostamos, sempre com um toque da marca. Algumas vezes, também, a equipe de produção desenha alguns modelos que, na sequência, são modelados pelas costureiras.

Todo esse processo foi aprendido em apenas três anos. Ninguém nos ensinou, simplesmente fomos atrás! E sei que fazemos as camisas mais belas de seda do Brasil.

Cabe ressaltar que as modelagens novas, quando prontas, são revisadas pelo estilista, que sempre dá o toque de mestre para a coleção."

A respeito da marca não seguir tendências, a administradora aponta alguns motivos:

"1) apesar de estudarmos, pesquisarmos, trabalhamos com uma tendência clássica, perene, portanto, não há necessidade de seguir tendências;

2) tenho me dado conta, a cada ano, que antecipamos algumas tendências de cada estação. Por exemplo – camisas de seda são o hit deste momento e, sobretudo, do próximo verão e nós já a fazemos há três anos! Os vestidos "tubinhos", começamos a trabalhar em 2009, e percebo que começam a voltar nas criações dos principais estilistas. Ou então, em 2008, quando sugeri colocar pedras naturais em nossos sapatos e sandálias, na coleção seguinte não deu outra,

estavam por tudo, em todas as outras marcas. Isto já percebi que ocorre, também, em outros projetos que participo. Esses fatos justificam-se pelos seguintes fatores:

a) formação internacional da equipe: nós circulamos o mundo no ano todo. É um detalhe, uma informação que vemos e que serve, depois, de alimento à nossa intuição. Ou seja, é como se captássemos tendências, que muito tempo depois vão se tornar hits. Isto é, nossa equipe trabalha em base à intuição, que é rápida, certa e vende! Por exemplo, quando estava em um concerto OntoArte, fechei os olhos e visualizei um desenho de camisa totalmente inovador. Desenhei, reproduzimos e vendeu muito bem!

b) O segundo fator, na minha compreensão, está relacionado à informação, ou campo semântico. A partir do momento que se fala, se discute, a informação não é só mais de uma equipe, mas faz parte de um campo informacional do qual todos nós fazemos parte. Portanto, é como se a moda AM também influenciasse tendências, e muitas vezes somos também copiados e disto me dei conta indo ao museu da moda de Paris, em 2010, quando vi uma mostra dos principais estilistas do mundo. Entre eles tinha um italiano de quem nunca tinha ouvido falar na vida. Porque ele estava exposto ali? Pintava tecidos de modo informal, ou seja, uma cópia de Antonio Meneghetti. Depois das pesquisas efetuadas, verifiquei que Antonio Meneghetti havia pintado os tecidos e vestidos muito antes (na década de 70). A similaridade era impressionante, para não dizer quase cópia, mas se percebia que não era AM."

A administradora complementa, falando sobre as diferenças da marca AMStile das demais marcas de alta moda brasileira, com mais três características: 1) a AMStile não tem receio de produzir qualidade; 2) a marca é a única a trabalhar com camisas de sedas personalizadas pelo artista Antonio Meneghetti; 3) são estampados poucos metros de seda, primando a exclusividade das peças.

A relação da marca AMStile com a corrente artística OntoArte é percebida pela gestora como um diferencial das demais marcas de alta moda que, dentre tantos fatores, aplica OntoArte na moda. Referente a esse tema, explica:

"A moda AM é uma das aplicações da OntoArte. Ou seja, a ontopsicologia aplicada na arte, na moda. A moda AM tem uma função ao homem protagonista e responsável. Sempre digo que não vendemos roupa, mas arte, ou seja, uma pessoa quando endossa uma peça OntoArte ressalta o valor de si mesma, o valor ôntico.

Além disso, nós de fato reproduzimos arte, desde a transformação de telas OntoArte em roupas, até o processo artesanal, artístico em que as peças são feitas, sendo na sua maioria, feitas a mão. Ou seja, nossas peças comunicam exclusividade, classe, cuidado, carinho, dedicação e, sobretudo, humanismo.

Um outro aspecto importante a ser ressaltado é o nome AMStile, pois a empresa que representa a marca AM no Brasil quer repropor o estilo Antonio Meneghetti, o estilo de vida."

O perfil dos clientes que buscam a marca é bastante claro e é definido pela administradora como: "São pessoas que tem um estilo de vida diferenciado, que sabem reconhecer e perceber qualidade, que vivem de arte. São pessoas cultas e, sobretudo, muito sensíveis e exigentes [...] Poderia sintetizar em uma palavra: ser si mesmo. O cliente que compra na AMStile vai comprar a SUA roupa, aquilo que realmente lhe cai bem relacionado à cor, estilo de vida, profissão, formas do corpo. Nesse sentido, nossa equipe de vendas é formada para ser consultora de moda."

Como administradora e usuária da marca AMStile, ela manifesta a importância desse modo de vestir para si expondo que:

"Sinto-me ainda mais segura, me sinto muito bem usando uma bela camisa, um tubinho de seda, um sapato belíssimo. É elegante, feminino, o máximo que uma mulher pode ser, pois a roupa OntoArte ressalta a inteligência feminina. Vejo que também auxilia em minha profissão, onde encontro ainda mais respeito nas relações, sejam com homens ou mulheres. É uma roupa que ressalta o valor de se ser como se é, e isso é maravilhoso."

Tendo em vista que a OntoArte é fruto de um homem sadio, a administradora da marca AMStile no Brasil explana como essa afirmação é aplicada no negócio e sua satisfação em trabalhar nele, referindo que a empresa espelha a "sanidade de seus operadores. Toda equipe é composta por pessoas que vivem a vida como OntoArte e isso é comunicado em cada peça, no ambiente da loja.

Faço ainda um depoimento pessoal, pois só tenho a agradecer pela oportunidade que me foi dada de poder participar do quadro societário desta empresa que é uma grande escola. A AMStile me ensina a ser empresária, a compreender as dinâmicas organizacionais e, sobretudo, a aplicar a metodologia ontopsicológica no business. É uma empresa que me faz crescer como pessoa e

adquirir maturidade, pois antes de tudo significa assumir uma enorme responsabilidade.

É uma empresa sadia economicamente, e sei que seremos uma das principais empresas de moda do Brasil no quesito qualidade, diferencial e modelo de negócio. Enfim, é muito bom trabalhar com moda OntoArte."



Figuras 29, 30 e 31: Desfile AMStile São Paulo.

Fonte: Acervo da Loja AMStile.



Figura 32: Antonio Meneghetti.

Fonte: MENEGHETTI, 1999.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Anterior ao século XVIII, o conceito de moda não existia, nem mesmo os estilistas. As pessoas buscavam alfaiates para confeccionarem suas vestes, já com modelos definidos, pois na época o que determinava o modo de vestir eram as classes sociais, a religião, os credos, a diversidade de culturas. Isto impossibilitava certas classes sociais de usar determinadas cores e adornos.

O conceito de moda começa a tomar vida no início da Baixa Idade Média, quando os burgueses da corte de Borgonha copiavam os nobres no modo de se vestir, comportar etc. Os nobres, incomodados com a cópia, inventavam uma nova característica para compor suas vestes de forma que os diferenciasse novamente das demais classes sociais. Porém, outra vez, os burgueses os copiavam, surgindo assim o conceito de sazonalidade, advindo dessa criação-cópia-criação.

A Revolução Francesa teve bastante influência no que se refere ao entendimento do conceito da moda, por ter acrescido uma ótica social. Mesmo que por pouco tempo, após esse acontecimento histórico, a França constituiu-se como uma sociedade baseada nos valores da liberdade, igualdade e fraternidade, chegando a uma composição de classes aparentemente iguais. Porém, logo surgiram os "Incríveis e as Maravilhosas", os quais formavam um grupo de pessoas que tinham por objetivo lançar novas modas, tanto no vestir como no vocabulário.

Deste modo, podemos observar que o fator social, cultural, econômico, religioso etc. foram determinantes para a evolução da moda, o que ainda permanece verídico em alguns locais que não conviveram com a conjuntura da globalização. Assim, a moda torna-se um reflexo do meio em que está inserida, sofrendo as influências dos modos e costumes locais.

Nos dias atuais, a moda por ter adquirido um estilo mais democrático, possibilita aos indivíduos maior liberdade de escolha. Porém, como podemos observar neste trabalho, ao mesmo tempo em que as pessoas acreditam ser diferentes no modo de se vestir, acabam sempre se igualando a um determinado grupo. Deste modo, o conceito de moda chega a um paradoxo, ou seja, quando o

sujeito acredita que seu estilo é diferenciado da moda de seu grupo de referência, ele já se encontra enquadrado em um outro modelo.

A moda hoje, também, é releitura do passado e como percebemos ao longo do estudo, manifesta-se em três modos principais: a releitura, o *vintage*, e a customização. Esta última categoria retoma o aspecto individual da moda.

O ser humano é único, busca sentir-se singular e, ao mesmo tempo afirmar-se socialmente pelo modo como se veste. Assim, nasce a alta-costura e a relação arte-moda, ambas como tentativas de criar exclusividade, arte e diferenciação nas roupas. A alta-costura e a relação arte-moda buscam responder a uma exigência do ser humano de sentir-se exaltado como personalidade distinta dos demais. Elas tiveram seu início no final do século XIX e continuam existindo na atualidade, pois essa aspiração é parte intrínseca da natureza humana. A alta-costura, no entanto, teve que se adaptar às novas exigências de mercado e à globalização da economia. Já, a relação arte-moda, não teve grandes modificações. Deriva de criações entre artistas em conjunto com estilistas ou vice e versa. O que observamos, nos exemplos apresentados no trabalho, é que, nesta relação não existe um critério que determine o que é de fato a arte aplicada na moda. Ou seja, se a relação arte-moda é a técnica de costura e de desenho de alguns estilistas; se é a aplicação de obras denominadas artísticas, em uma determinada época, em alguns modelos de roupa; ou se é o uso de certas características - traços, cores, formas, temas etc - de uma certa corrente artística aplicadas numa coleção de moda.

Constatamos que, devido ao individualismo opinativo e ao relativismo excessivo dos conceitos de arte e moda, os diversos autores e críticos destas áreas não chegam a um consenso. As cinco fenomenologias da arte(...), a arte como projeção e a arte da epifania parecem esclarecer essa discrepância de ideias, tornando mais compreensível o motivo dessas distorções dos conceitos de arte, porém, não de forma definitiva. Logo, verificamos que é necessário retomarmos ao critério absoluto do homem, seu *Em Si* ôntico.

Conforme constatamos no transcurso deste trabalho, o estudo do movimento de pensamento denominado *OntoArte*, provê os princípios elementares que fundamentam e autenticam os conceitos de arte e moda, restituindo-lhes os seus

significados originais. Por não ser uma Escola de ensino de técnicas artísticas, a OntoArte diferencia-se das demais por tratar-se da pura técnica da interioridade humana, ou seja, é a recuperação metafísica da existência, o delineamento daquele princípio ôntico que uniformiza verdade, beleza e ação na criação contínua. É a retomada do ponto de partida que foi abandonado pelo homem, mas que viabiliza a construção progressiva dele mesmo para si mesmo, reforçando o próprio uno. OntoArte não é arte como projeção de desvios, doenças ou patologias, mas arte como empenho humanístico, como fruto da intuição e de uma maturidade interior, alcançada através de um sério processo de autenticação feito pelo artista ou estilista. Meneghetti, neste sentido, complementa afirmando que a OntoArte existe somente a partir do homem realizado, feliz e que busca traduzir sua alegria, ou a de quem encontra, pois seus produtos são obras vivas que refletem sua consonância com o Em Si ôntico.

A partir deste princípio, podem-se observar as diversas anormalidades e deturpações dos conceitos de arte e moda, mas igualmente a vitalidade de outras que são expressões harmônicas e proporcionais da beleza da alma humana e, sendo assim, expressões artísticas coincidentes com este critério.

Antonio Meneghetti, fundador da escola de OntoArte, além de artista, é também um estilista reconhecido mundialmente, e sabe transmitir, através de suas obras de artes e de sua marca, AMStile, desenhar e aperfeiçoar a precisão do corte das roupas, sabe criar modelos que vão além da precisão do corte. Conforme referido por um empresário que representa sua marca na Itália, Meneghetti, através das roupas criadas, evidencia o carisma pessoal dos clientes que usufruem de seus artigos.

A marca AMStile, no Brasil, talvez seja uma das mais representativas aplicações da OntoArte na moda. Porém, cada loja AM, no mundo, diferencia-se das outras, especialmente pelo seu contexto cultural, pelo tipo de natureza que a circunda etc. No Brasil, une-se a técnica *made in Italy* com a criatividade e versatilidade brasileira, o que deu origem ao conceito de '*fato a mano in Brasile*'.

O que nos demonstrou ser coerente em relação ao pesquisado sobre a escola de OntoArte e sua aplicabilidade no mundo da moda é que – tendo em vista que é ela fruto de um homem alegre, sadio e autêntico – pôde-se perceber, através das

respostas da administradora da marca AMStile no Brasil, que isto de fato ocorre quando afirma que a empresa espelha a *"sanidade de seus operadores. Toda equipe é composta por pessoas que vivem a vida como OntoArte e isso é comunicado em cada peça, no ambiente da loja"*.

O que mais é marcante na OntoArte e sua aplicabilidade na moda é que esta escola, de fato, tem uma definição clara do que é arte baseando-se num critério que dá um real e concreto fundamento a este conceito. Podemos dizer que ela humaniza a arte, já que a arte é fruto do homem, mas não de qualquer homem e sim de um homem verdadeiramente autêntico, porque orientado, em suas ações e escolhas, por sua identidade de natureza, por um princípio ôntico que é o fulcro de sua existência histórica e mundana. Este princípio, conforme pudemos verificar na revisão bibliográfica, pode ser constatado através de suas quinze fenomenologias, entre as quais, a estética e a criatividade. Em outras palavras, a arte é um evento intrínseco e uma manifestação de norma no ser humano autêntico e sadio, em conformidade com seu projeto de natureza. E, neste sentido, arte é epifania do ser, podendo ser aplicada na moda, na arquitetura, nos negócios, enfim, em tudo que é construção histórica humana. E a AMStile, no Brasil, é um exemplo vivo e manifesto da OntoArte aplicada na moda, pois nasce de pessoas que, depois de terem passado por um processo de autenticação e maturação de seu potencial, conseguem aplicá-la com criatividade e sucesso num negócio que já é, em pouquíssimo tempo, imitado e copiado por outras marcas brasileiras que já vêm relacionando arte e moda em suas marcas, mas não possuem o *background* que os investidores e administradores da AMStile possuem, o que lhes confere um diferencial inusitado, pelo menos até o momento.

Sem dúvida, este trabalho nos remete na direção de novas e mais aprofundadas investigações sobre a relação entre moda e arte ou entre OntoArte e alta moda, OntoArte e negócios de moda etc. Porém, acreditamos que ele tenha dado um primeiro passo na direção de disponibilizar alternativas novas de inspiração a tantos artistas e estilistas, brasileiros ou de outras nacionalidades, no sentido de iniciarem, antes de tudo, um percurso de conhecimento profundo da natureza humana, ou seja, de si mesmos, para que a arte e a moda, e todas suas respectivas

relações, possam ser um reflexo daquilo que é a beleza e criatividade sadias do ser humano em contínua evolução histórica e metafísica.

REFERÊNCIAS

- BAPTISTA, Sofia Galvão; CUNHA, Murilo Bastos da. Estudo de Usuários: Visão Global de Métodos de Coletas de Dados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.12, n. 2, p. 168-184, maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/48/89> >. Acesso em: 04 out. 2010.
- BATTCKOCK, Gregory. **A nova arte**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- BAUDOT, F. **A moda do século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- BERNABEI, P. et. al. Síntese sobre a biografia de Antonio Meneghetti. In: **Antonio Meneghetti: uma viagem de sucesso**, Recanto Maestro, nº 2-2007/1-2008, Ano XXV, março, 2008.
- BRAGA, J. **Reflexões sobre moda**. 4. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.
- CAMPOMAR, M. **Do uso de “estudos de caso” em pesquisas para dissertações e teses em administração**. In: Revista de Administração, São Paulo, n. 3, v. 26, p. 95-97, jul./set., 1991.
- CANNISTRACI, P. OntoArte creatività dell'uomo. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, nº 2, Anno VII, p. 17, maggio 1989.
- CHARLES, S. O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky. In: **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- FUKAI, A. et al. **Moda: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX**. Madri: Taschen, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991. 159p.
- HERCHCOVITCH, A. **Cartas a um estilista: a moda como profissão**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- IANNUARIO, G. L'esposto di um artista sull'arte di oggi. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 1, Anno VII, p. 47, 1989.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.
- LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MENEGHETTI, A. Dall'Ontopsicologia all'OntoArte. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 1, Anno III, p. 23, 1985.
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologia Editrice, 2008.

MENEGHETTI, A. **Em Si da arte e criatividade** Porto Alegre: Psicologia Editrice do Brasil, 1996.

MENEGHETTI, A. In sé dell'arte e creatività: argomenti desunti dalla teoresi ontopsicologica per delineare una nuova visione ed esperienza dell'arte. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 1, Anno XIV, p. 4, 1996.

MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2010.

MENEGHETTI, A. **Nova Fronda Virescit: Introdução à psicoterapia ontopsicológica, instrumentos e aplicação**. Vol. II. Recanto Maestro: Ontopsicologia Editrice, 2006.

MENEGHETTI, A. **O Critério Ético do Humano**. Porto Alegre: Ontopsicologia Editrice, 2002.

MENEGHETTI, A. **O Em Si da Arte**. 1ª ed. Florianópolis: Ontopsicologia Editrice, 2003.

MENEGHETTI, Antonio. OntoArte. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 3, Anno I, p. 17,23, 31, 1983.

MENEGHETTI, A. **O Projeto Homem**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2011.

MENEGHETTI, A. **OntoArte. Arte do Ser**. Porto Alegre: ELO, 1999.

MENEGHETTI, A. **Psicotea**. Recanto Maestro: Ontopsicologia Editrice, 2006.

MENEGHETTI, A. Sei lezioni d'introduzione all'in sé dell'arte. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 3, Anno VIII, p. 27, 1990.

MIRANDA, C. AM Stile: a Arte na Moda. In: **Performance Líder**. São Paulo, Ano IV, p. 60, I semestre, 2011.

MOUTINHO, M.; VALENÇA, M. **A moda do século XX**. 3. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2003.

PALUMBO, G. L'arte come azione somma dell'uomo. In: **Nuova Ontopsicologia**. Roma, n. 3, Anno XII, p. 43, 1994.

SABINO, M. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANTOS, Ferreira. **Convite à arte**. 6. ed. São Paulo: Mênaco, [s.a.].

SHAEFFER, C. **Couture sewing techniques**. South Main: Tauton Press, 2001.

SHOCK, R. **AMStile**. TV Santamariense, Santa Maria, 23/04/2011.

TREVISAN, Armindo. **Como apreciar a arte**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990.