



Realização:



Apoio:



**XVII CIC
X ENPOS**

Conhecimento sem fronteiras
XVII Congresso de Iniciação Científica
X Encontro de Pós-Graduação
11, 12, 13 e 14 de novembro de 2008

Björk, moda e design gráfico: um estudo de caso

- Autor(es):** MARCHESE, Carolina Moraes
Apresentador: Carolina Moraes Marchese
Orientador: Mari Lúcie da Silva Loreto
Revisor 1: Úrsula Rosa da Silva
Revisor 2: Larissa Patron Chaves
Instituição: Universidade Federal de Pelotas

Resumo:

Esta pesquisa busca compreender as articulações entre moda, música, tribos e identidades nos tempos atuais tendo como corpus referencial a artista Björk. Como um estudo comparativo o trabalho procura investigar as construções discursivas dos diferentes campos e identificar como as diversas formas de representações artísticas interagem no cotidiano. Na era contemporânea com o processo de personalização operante, surge a necessidade de uma diferenciação do indivíduo perante um grupo social. Esta diferenciação se dá, principalmente, pela moda por esta ser hoje capaz de uma possibilidade de fuga do mundo tradicional e não mais uma característica da rivalidade de classes sociais e por seu alto poder de sedução. O sociólogo Gilles Lipovetsky (1989, p.12) diz que a moda não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular. Neste processo surgem figuras que se tornam peças-chave do sistema de moda. Essas figuras são, em sua maioria, artistas que acabam se tornando responsáveis pela formação de uma tribo de pessoas com comportamentos, aspirações, gostos, costumes e estilos parecidos, sendo a moda um dos principais fatores de caracterização e personalização dessas “tribos”. A cantora Björk pode ser um exemplo como responsável de formação de tribos com uma estética muito particular, fruto da mistura da cultura islandesa com diversas outras como a japonesa e a latina. A esquimó de 43 anos gravou seu primeiro disco aos 11 anos e nunca parou de envolver-se em projetos com algumas bandas de rock, pop e jazz até 1993 quando lançou Debut, seu primeiro disco solo. A partir de Debut nove discos foram produzidos refletindo as faces de Björk, nas roupas e também nos espetáculos da cantora como em Volta de 2007, onde músicas que falam sobre voodoo se transformam em tipografia, manchas gráficas e no figurino da cantora feito pela Icelandic Love Corporation. Dessa forma, Björk se torna um ícone imagético da hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004), onde a fluidez, a flexibilidade e o movimento são essenciais. Isso ocorre por consequência da alta velocidade das novas tecnologias que possibilitam uma interação de meios de expressão tais como música, vídeo, cinema, performance. A liberdade de ação mais acentuada, a valorização da autonomia e do hiperconsumo (LIPOVETSKY, 2004), provocam uma mutabilidade na sociedade como assinala Lipovetsky (1989) que a sedução e o efêmero transformam-se em princípios organizadores da vida coletiva moderna.