



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## NADIR TATI A MODA COMO FORMA DE VIDA


Amaro, Margarida; PhD; Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA); Universidade Nova de Lisboa, margaridaamaro@gmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

Esta comunicação foca-se na criadora de moda angolana Nadir Tati cujo trabalho não se limita a reinventar as formas do vestuário, mas invade outros territórios, nomeadamente, o da gastronomia na afirmação da sua identidade estética e ética e em valores e princípios que são os valores de África, as cores de África, a comida de África (Tati, 2016), buscando transmitir a memória de uma cultura (Lotman & Uspensky, 1971). Com efeito, as criações de moda de Nadir Tati, tal como as composições gastronómicas, não cumprem estritamente as funções básicas da roupa ou da comida e remetem para modos de estar no mundo ou estilos de vida balizados por escolhas de regras do saber viver, maneiras de vestir, de conversar, de organizar o espaço da casa, divertir-se, alimentar-se, cuidar-se (Landowski, 2005) manifestando uma identidade social e cultural (Fontanille, 2015), uma maneira de viver ou, simplesmente, a forma moda (Simmel, 1957). Se é na passerelle que Nadir Tati apresenta as suas coleções, é no Instagram que, num gesto de estetização da vida (Parret, 2011), publica composições gastronómicas como que a marcar o ritmo do dia a dia, emergindo da sua linha cronológica binómios inovadores e, uma constante, a expressão da cultura africana. Suportada pela teoria e ferramentas da semiótica da cultura e no recurso ao referencial da sociosemiótica, esta comunicação dá conta do encontro destes universos e como ele opera semanticamente na obra de Nadir Tati, originando criações que proporcionam surpreendentes experiências sinestésicas. Integrar a arte de viver é um meio do criador de moda se conectar com o seu público e a moda já não se resume à aparência e à acumulação de signos exteriores de distinção e passa a ser

---

<sup>1</sup> Doutora (European mention) em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. É pesquisadora no Instituto de Comunicação Nova (ICNOVA), Universidade Nova de Lisboa, desenvolvendo seu trabalho nos domínios da semiótica da cultura e da moda. Atualmente, o foco dos seus interesses de pesquisa incide nas expressões da cultura e moda africana.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

entendida como a arte de viver na expressão da individualização do gosto e organização de sentido através do vestuário como da comida, em última análise, do que se consome e na construção do indivíduo-moda, (Lipovetsky, 1989). Há modas nos pratos de comida como estações na roupa, tudo circula e recicla-se permanentemente e a hipermodernidade impõe o regime triunfante do “look and feel” com o design a invadir praticamente todos os registos das experiências quotidianas (Boutaud, 2007) transformando a estética em estesia nas práticas ordinárias como é o ato de alimentar-se (Oliveira, 2003), tal como o de vestir-se, numa promessa de degustação do sentido. Esse é também o sentido desta comunicação, um aperitivo para a pesquisa da jovem moda angolana, em processo de afirmação no mundo globalizado.

**Palavras-chave:** Formas-de-vida 1; Moda 2; Gastronomia 3.

