

MEMÓRIAS VESTIDAS: TRAMAS DE MODA, TECENDO PROCESSOS SOCIAIS

Souvenirs habille: courbes de la mode, sociaux procédés de tissage.

SANTOS, Rochelle Cristina; Mestranda; PPGH – UDESC;

rochellecristina@hotmail.com

Resumo

Neste estudo, valida-se a partir de conceitos teóricos, as possibilidades que permitem entender a Coleção de Moda Nara Leão como uma ação social capaz de contribuir com as construções, representações e significados do seu tempo. A abordagem será feita a partir do termo Cultura, perpassando principalmente pelos conceitos de Cultura Visual.

Palavras-chave: Cultura. Cultura Visual. Aparência.

Résumé

Cette étude se valide à partir de concepts théoriques, les possibilités qui nous permettent de comprendre la Fashion Collection Nara Leão comme une action sociale peut contribuer à la construction, les représentations et les significations de son temps. L'approche sera faite à partir du mot Culture, couvrant essentiellement les notions de Culture Visuelle.

Mots-clés: Culture. Visual Culture. Apparence.

Tessituras Culturais

A moda, através de suas manifestações, vem ganhando espaço em diversos campos de pesquisas que envolvem não somente seu sistema de produção e novas tecnologias, mas também, suas influências e aceitações sociais. Este estudo é voltado às formas pelas quais as ações e manifestações sociais podem ser agenciadas pelo fenômeno moda. Aprofundar o entendimento sobre o tema, traz novas possibilidades de pensar as sociabilidades engendradas por este universo, em relação a distinção entre grupos sociais, etéreos ou gênero permitindo reconhecer parte processo criativo que envolve a construção do produto de moda. A partir de conceitos sobre Cultura e Cultura Visual, explana-se sobre abordagem teórica que

possibilita a validação do objeto – Coleção de Moda Nara Leão - como um tema histórico. Utilizando apropriações teóricas, e aplicação das mesmas nos enredos da pesquisa, busca-se enquadrar a análise da Coleção de Moda Nara Leão nos preceitos admitidos pela História do Tempo Presente.

Ao levarem para passarelas temas diversificados, e considerando a importância destinada aos eventos e manifestações de moda, os estilistas e produtores de moda não apenas levam *commodities*¹ do vestir. No processo criativo, há uma pesquisa de moda que se baseia em macro tendências de moda, que se conjuga com temas que estão em evidência nas pautas sociais. Conscientes de suas ações, das escolhas que fazem para representar suas coleções a partir de um tema, muitos escolhem assuntos que versam com demais ações culturais do período representado. Portanto, a moda pode ser considerada um condutor de ideias, um agente de pluralização dos efeitos das problematizações de seu tempo.

Ao pesquisar as coleções do estilista² da Coleção de Moda Nara Leão (a partir de agora tratada como CMNL), Ronaldo Fraga³, podemos encontrar alguns temas de coleções que trabalharam com ideias e questões culturais e sociais sobre o Brasil. Fraga levou para as passarelas coleções baseadas na vida e obra de Zuzu Angel, fazendo emergir memórias sobre a repressão, a ditadura, presos políticos, e outras possíveis memórias relacionadas a questões mais pessoais. Também foi tema de uma de suas coleções, a transposição do Rio São Francisco, conferindo à moda e a sua força de exposição midiática, a possibilidade de discursar e promover debates acerca de um problema que a muito tempo vinha sendo discutido no Brasil. No final da década de 1990, Ronaldo Fraga foi considerado um dos nomes mais importantes no processo de construção da identidade da moda brasileira. A partir do século XXI, passou a desfilas no São Paulo *Fashion Week*⁴, desde

¹ Termo de origem inglesa *Commodity* que no plural fica *commodities*. Significa: mercadoria.

² Profissional que cria coleções de roupas e acessórios. Exerce forte influência sobre a maneira como as pessoas se vestem.

³ Estilista mineiro formado em estilismo pela UFMG, possui pós-graduação na Parson's School of Design em Nova York e Saint Martin School de Londres. Em 2001 começa a fazer parte dos desfiles do São Paulo Fashion Week. "Em todos os desfiles estabelece um diálogo da cultura brasileira com o mundo contemporâneo. Em agosto de 2007 desfila pela primeira vez fora do país (Tokyo) com a coleção de moda Nara Leão. Ver mais em <http://www.ronaldofraga.com.br/port/index.html>

⁴ Evento Internacional, que acontece semestralmente em São Paulo – Brasil, com o intuito de lançar novas coleções dos estilistas e marcas mais renomado(a)s do Brasil. Ver mais no site:

então, é aclamado como estilista *cult*⁵ da moda brasileira. Em 2007, recebeu das mãos do então Ministro da Cultura Gilberto Gil, a Comenda da Ordem Cultural, prêmio concedido a personalidades que “dão corpo” à cultura brasileira. Esse prêmio foi o primeiro a tratar a moda como instrumento de reafirmação cultural pelos órgãos do governo.⁶

O termo Cultura é comumente utilizado para designar diversos tipos de ações e manifestações sociais, de grupos e sociedades distintas. Falamos em Cultura para definir inúmeras situações, principalmente ligadas a costumes específicos em determinadas regiões ou sociedades. O folclore, as comidas típicas, formas de vestir, práticas de consumo, formas de sobrevivência, ritos, religiosidades, toda e qualquer manifestação ou ação que seja compreendida e reconhecida dentro de determinado grupo, pode ser denominada Cultura. Uma outra forma de utilização para o termo, refere-se a estabelecer relações com repertório de saber de indivíduos ou grupos, tais como quando falado: “Esta pessoa não tem cultura”, “Esta comunidade não tem acesso a Cultura”. Podemos perceber um investimento maior nos eventos intitulados de “culturais”, principalmente nas grandes cidades, e hoje em dia já podemos compreender como uma necessidade política o ato de fornecer cultura aos cidadãos. Esta utilização do termo ainda nos permite refletir, que indivíduos se distinguem (ou pensam distinguir-se) entre grupos com acesso ou não a cultura.

A CMNL nos oferta temas relacionados a cultura nacional, seu consumo material ou simbólico, está diretamente atrelado ao acesso à cultura, tornando distintos seus consumidores. Não pretende-se fazer um estudo aprofundado do termo, ou mesmo em que situações sua utilização pode estar correta ou incorreta, o que é feito, é a utilização de conceitos julgados apropriados, aplicando-os ao objeto de estudo, e certificando a sua validade como um elemento cultural, capaz de agenciar sociabilidades. As noções de cultura trabalhadas, servem para reconhecer ações capazes de organizar referências que versam sobre processos materiais e sociais do seu tempo. Sendo a cultura um processo ativo que atua e interatua nos percursos de significações sociais, a CMNL é compreendida como elemento cultural, por se tratar de uma coleção

⁵ É a denominação dada a produtos de cultura popular

⁶ Disponível em: <<http://www.ronaldofraga.com.br>>. Acesso em: 2 out 2009.

inspirada em um forte elemento de representação da cultura nacional: A Bossa Nova através de sua Musa Nara Leão (CABRAL, 2008).

Na verdade, em vez de partirmos da equivocada contraposição entre “material” e “cultural”, devemos definir duas áreas de estudo: em primeiro lugar, as relações entre esses meios materiais e as formas sociais dentro das quais são usados (certamente, um problema geral na análise social, mas aqui a discussão se limita a meios e formas culturais); e, em segundo lugar, as relações entre esses meios materiais e formas sociais e as formas específicas (artísticas) que constituem uma produção cultural manifesta. (WILLIAMS, 2000. Pág, 88)

O primeiro cuidado tomado ao trabalhar com o termo cultura, é o de não confundir o conceito antropológico e sociológico, que a define como um modo de vida global (WILLIAMS, 2000, pág. 11). Entende-se a cultura como um processo de construção não aleatória que prevê referências sociais consumidas e aceitas perante determinados grupos. Para Gilberto Velho (2008, 110), “Projeto de Cultura” é um ato consciente. “O sujeito da ação pode ser um indivíduo, um grupo ou uma categoria social. Chama-se atenção para a dimensão consciente da ação em que o sujeito se organiza para a realização de objetivos definidos”. Desta forma que tudo o que é consumido como cultural, na verdade é algo produzido, material ou simbolicamente. Uma coleção de moda poderia ser compreendida apenas como produto material. Seus sistemas de produção e consumo estão diretamente ligados a ações mercadológicas e capitalistas. No entanto, não podemos pensar que produtos materiais estão isentos dos processos culturais. A cultura também pode ser reconhecida como um produto a ser consumido por aqueles que tem acesso às suas formas de representação.

Por mais perecível, capitalista e com fins mercadológicos, que pareça ser uma coleção de moda, seus objetivos não podem ser isentos das questões sociais que envolvem sua produção e divulgação. Mesmo que as escolhas dos temas não estejam diretamente ligadas aos assuntos ditos e reconhecidos como culturais, a própria forma como entendemos a moda, sua aceitação ou rejeição, todo entorno que a evidencia como uma ação social, está inserida dentro dos meios culturais nos quais estamos submetidos. A CMNL está diretamente ligada a um momento de reafirmação nacional que confere maior credibilidade ao movimento Bossa Nova. O desfile de lançamento aconteceu

no São Paulo *Fashion Week* em junho de 2007, não coincidentemente, no mesmo período das comemorações dos 50 anos da Bossa Nova no Brasil. A escolha do estilista foi pensada a fim de fortalecer tanto a aceitação da coleção, como contribuiu para o fortalecimento e reconhecimento desta manifestação cultural. Para enriquecer a recepção da coleção, Ronaldo Fraga dispôs de um palco na passarela onde a cantora Fernanda Takai⁷ interpretou músicas do repertório consagrado de Nara Leão.

Mesmo que supostamente inconscientes, estas ações emergiram de sintomas que estavam na superfície dos atos sociais. Os 50 anos da Bossa Nova, a gravação do CD em homenagem à cantora-tema, as diversas referências ao período que indica o auge da manifestação musical no Brasil e no mundo, tudo estava em pauta. As apropriações destas referências criam ícones que dão suportes a manutenção destas menções culturais. Desta maneira, analisar dados técnicos ou produtivos da coleção é secundário, pois o que conta na constituição de sentidos é, majoritariamente, as interações sociais e as produções de sentidos que esta coleção provoca na sociedade, ou seja, investigá-la como um elemento cultural.

O conceito moda tem por uma de suas características as constantes ações de renovação de tendências. Sendo a coleção de moda algo perecível no tempo, verificamos e reconhecemos a necessidade de enquadrá-la nos parâmetros de agenciamento cultural de uma determinada sociedade. A CMNL foi lançada em 2007, as referências buscadas pelo estilista para composição das peças focam na produção da artista Nara Leão, que passa principalmente pelos anos de 1960 e 1970. Por se tratar de uma pessoa pública, participante de manifestações nacionais, culturais e políticas de sua época, defende-se que estes elementos abordam temas de construção cultural, uma forma de vivenciar e sociabilizar sobre a narrativa proposta pela CMNL. O que ressalta-se, é a relação de como os processos de produções culturais, permitem diferentes formas de circulação, representação, apropriação, recepção e consumo por parte da sociedade.

⁷ Musicista e cronista brasileira. Era vocalista de uma banda nacional chamada Pato Fu. Em 2007 lançou-se em carreira solo com o CD "Onde brilhem os olhos seus", onde interpreta músicas de sucesso, e antes interpretadas por Nara Leão. Ver mais em http://pt.wikipedia.org/wiki/Fernanda_Takai

Muito do que é feito atualmente nas artes é produzido e circula de acordo com as regras de inovações e da obsolescência periódica, não por causa do impulso experimentador, como no tempo das vanguardas, mas sim por que as manifestações culturais foram submetidas aos valores que “dinamizam” o mercado e a moda: consumo incessantemente renovado, surpresa e divertimento (CANCLINI, 2008, pág. 32-33)

Ao criar uma coleção, o estilista determina o tema, agrupa elementos que poderão representá-lo, e seu intuito maior é de proporcionar fruição estética, da qual dependerá o consumo simbólico, seja como mercadoria ou discurso. “Um lugar é a ordem (seja ela qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de existência”, e “Espaço é um lugar praticado” (CERTEAU, 2009, pág. 184). A CMNL é considerada um “Lugar” que agrupa elementos capazes de estabelecer uma ligação social entre os momentos que inspiram a coleção, e o momento de lançamento da mesma. Esta relação, é aqui entendida com a definição de “Espaço”. As manifestações que envolvem o lançamento, apresentação e difusão da coleção, fazem parte de uma unidade de expressões públicas e culturais da sociedade a qual está inserida. Este período pode ser considerado um tempo, um tempo que permite a prática desta coleção como um lugar. As representações são projetadas através de significantes que sugerem determinados significados sociais e culturais. Os signos utilizados para compor a coleção, o reconhecimento da mesma como um lugar, que se permite praticar, transformando-se em um espaço no tempo, fazem perceber que as práticas sociais urbanas encontram-se para a sociedade, como possíveis espaços de sociabilidades.

A ideia de que existe uma produção simbólica e um sistema de símbolos que dão as indicações e contornos de grupos sociais e sociedades específicas parece-me que pode ser bastante reveladora e eficaz. Entender cultura como código, como sistema de comunicação, permite retomá-la enquanto conceito sociológico, propriamente dito. Não mais um repositório estatístico de hábitos e costumes, ou uma coleção de objetos e tradições, mas o próprio elemento através do qual a vida social se processa – a simbolização.(VELHO, 2008, pág. 107)

Ao reconhecer a CMNL como um lugar a ser praticado em um determinado espaço, como forma de agenciamento cultural, me refiro exclusivamente a uma forma de representação da cultura nacional brasileira. Entende-se assim, a CMNL como um elemento de identificação cultural por parte daqueles que reconhecem os significantes utilizados, e que a partir deles

extraem significados semelhantes, homogeneizando os sentidos a serem consumidos e aceitos. Essa homogeneização, caracteriza as identificações que podem ser percebidas socialmente, mesmo em sujeitos, ou grupos sociais que não pretendem ou que não sintam-se inseridos dentro de um programa cultural fechado.

As culturas nacionais são uma forma distintivamente moderna. A lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna ou em sociedades mais tradicionais, eram dadas à tribo, ao povo, à religião e à região, foram transferidas, gradualmente, nas sociedades ocidentais, à cultura *nacional*. As diferenças regionais e étnicas foram gradualmente sendo colocadas, de forma subordinada, sob aquilo que Gellner chama de “teto político” do estado-nação, que se tornou, assim, uma fonte poderosa de significados para as identidades culturais modernas. (HALL, 2006, pág. 49)

O termo cultura abrange diversas formas de representações que podem vir precedidas pelo conceito geral. Cultura material, cultura erudita, cultura visual, são alguns termos que se relacionam de constroem o entendimento do termo cultura, que perpassa pelas ações de produção de determinada sociedade. A coleção pode fortalecer a ligação do sujeito com determinadas práticas culturais e políticas, com elementos de identificação social, acabando por orientar este grande grupo a uma compreensão unívoca. Os sujeitos estão articulados, a fim de pertencer e aparecer em grupos sociais, tornando-se objetos, peças dentro deste sistema de produção e aceitação cultural e ideológica. Simmel (2008) fala de cultura objetiva e mostra como na cidade moderna, a técnica de produção, a arte, a ciência e, claro, o meio doméstico são dominados pelo espírito objetivo. Trata-se de uma cultura que supera o que o espírito individual e subjetivo pode apreender, podemos nos reapropriarmos de uma pequena parte dessa cultura objetiva, e ainda de maneira coletiva. “quando a soma dos conhecimentos só pode ser a expressão de corpos, de grupos, e tornar-se assim conhecimento e memórias coletivos.”(SIMMEL, 2008, pág. 44). Os objetos e imagens desenvolvem-se em conjunto, formando um universo objetual ou imaginal, e estas ações podem ser entendidas como o fim do individualismo, transformando-se em uma viscosidade grupal..

A CMNL, e grande parte de sua divulgação, nos leva mais especificamente a uma das possibilidades de representação cultural que é a Cultura Visual. O campo visual social está diretamente ligado ao processo

histórico em que a visualização ocorre. Notificamos sua inserção dentro do contexto cultural em que surgiu, bem como compreendemos que seu lançamento é parte produtora deste contexto. Seu lançamento ocorreu de forma performática, forma tal, esperada para um desfile de moda. A apresentação por desfile é recebida de forma visual. As formas de divulgação e difusão da coleção também se enquadram neste campo. Imagens estáticas (reproduções fotográficas ou digitais) ou imagens em movimento (vídeos do desfile disponibilizados em sites) são os principais meios de publicação da coleção pós-desfile, que é na verdade a maior forma de circulação das informações sobre a coleção e seu conceito.

[...] penso que se admite que a cultura não é um segmento à parte da vida social, mas uma qualificação (prática, potencial e diferencial), pelo sentido, de todos os segmentos dessa mesma vida, não há como escapar da articulação conceitual de ambas as opções apontadas, embora, no caso concreto, possa haver pesos diversificados. Da mesma forma, a cultura material — da qual, a rigor, a cultura visual poderia ser considerada uma subcategoria — teria que ser estudada não como o conjunto de coisas e contextos materiais de que se serve o homem na sua vida social, mas como a dimensão física, empírica, sensorial, corporal, da produção/reprodução social (o uso do termo “cultura” aqui também pressuporia mediação de significados e valores).(MENESES, 2003, pág. 25)

O campo da Cultura Visual conversa com outras disciplinas, no sentido de valer-se de ferramentas de análise e compreensão de informações contidas no objeto visual. Novos suportes de mensagens visuais surgem na modernidade, e sua relação com o a sociedade, por uma prática recente, necessita ser observada para que possamos delimitar até que ponto tais suportes contribuem, alteram, modificam, auxiliam, o processo de recepção do visual, possibilitando entender a estrutura de formação da visualidade dentro de seu tempo histórico. De acordo com Meneses (2003, pág. 11), a visualidade é “[...] uma dimensão importante da vida social e dos processos visuais” sendo reconhecida, portanto como um conjunto de discursos e práticas que constituem formas distintas de experiência visual em circunstâncias historicamente específicas.

A idéia de que existe uma produção simbólica e um sistema de símbolos que dão as indicações e contornos de grupos sociais e sociedades específicas parece-me que pode ser bastante reveladora

e eficaz. Entender cultura como código, como sistema de comunicação, permite retomá-la enquanto conceito sociológico, propriamente dito. Não mais um repositório estatístico de hábitos e costumes, ou uma coleção de objetos e tradições, mas o próprio elemento através do qual a vida social se processa – a simbolização. (VELHO, 2008, 107)

Tanto o lançamento da CMNL, como demais ações que envolvem a comemoração dos 50 anos de Bossa Nova no Brasil, estão voltadas a renovar e fortalecer o conceito deste elemento da cultura nacional. No período em que surgiu, a Bossa Nova os grupos sociais a viam como uma nova forma de cantar e tocar, foi considerada o gênero musical brasileiro com maior reconhecimento internacional, tendo inclusive algumas versões mais populares gravadas por intérpretes de sucesso mundial. Enfatiza-se que as ações que visam a permanência desta representação cultural no espaço e no tempo, carregam consigo a reciclagem de valores, que no ano de comemoração a ideia central já não seria necessariamente o gênero musical em si, mas o fortalecimento do vínculo dos indivíduos com sua cultura, e que o gênero na verdade, agora carrega uma outra conotação, que não mais aquela de ser uma novidade, e sim, que possa vir a ser considerada uma tradição nacional. As formas de expressão cultural são continuidades de momentos onde as manifestações acontecem simultaneamente. A sociedade e o sujeito respondem, mesmo que sem propósito intencional ou racional, as problematizações atuais das modificações da sociedade a qual estão inseridos.

Quando a obra se tornou mercadoria, produzida para ser vendida com lucro, os cálculos internos de qualquer tipo de produção de mercado levam diretamente a novas formas de controle cultural e especialmente de seleção cultural.” (WILLIANS, 2000, pág. 103).

A questão mercadológica a qual a CMNL está inserida tem sua importância reconhecida neste estudo. Entendê-la como um agente apenas de difusão de um conceito não abarca toda a trajetória de seu consumo, mesmo que a prioridade aqui seja seu caráter ideológico. Esta manifestação cultural, do qual faz parte o processo de criação e lançamento da CMNL, é de certa forma elitizada e segmentada.

Em uma sociedade de classes, sem dúvida, um dos principais problemas é ver até que ponto certos projetos particulares podem ser

considerados como de classe social específica, de um setor de classe, ou se não tem vínculo específico com classe, podendo ser relacionados com um grupo definido por outras variáveis, podendo mesmo atravessar diferentes classes sociais. (VELHO, 2008, pág 112)

A partir das ponderações que tratam a moda como um objeto de cultura visual, devemos compreender de que forma a moda é compreendida culturalmente no sentido de sua produção. Para Lipovetsky (2009, pág 27) “Moda é algo construído com base nas relações sociais”, ou seja, a sua própria produção emerge de condições culturais e sociais do momento que está sendo criada, produzida. Entende-se, que a moda, assim como outras manifestações culturais, está para a produção e fortalecimento da cultura, no âmbito daquilo que já está exposto, já se tornou tendência. Entende-se que a moda é um condutor de fruição estética. Por maiores que sejam os objetivos do estilista, perpassando as dinâmicas do capitalismo, por mais possibilidades que a moda ofereça para pensar as relações sociais e constituir um saber histórico, ela ainda está pautada na recepção estética. Os sentimentos emergem a partir do *design* das roupas, pelo tema, as emoções são estabelecidas pelas relações de representação entre os sujeitos e suas sensações particulares.

Nossas preferências estéticas contemporâneas estão fundamentadas em identificações epistemológicas e políticas do passado que, por vezes, ignoramos ou nos negamos a aceitar. Argumentos de inovação tecnologia, cultural e moral nos encorajam a consentir rupturas que descrevem a descontinuidade entre gerações como um fenômeno da aceleração do tempo, sem contudo podermos negar a crise da autoridade do passado sobre o presente como uma ironia do tempo, em que estamos vivendo. [...] Hoje, a realidade é inseparável das imagens e da ficção porque em um mundo interpretado, um mundo que muda e se transforma exigindo a realização de múltiplas re-descrições e interpretações. Essa re-configuração ideológica, conceitual, política e imagética do passado e do presente coincide com um renovação temática metodológica que a cultura visual se propõe a realizar na atualidade. (MARTINS, 2006, pág. 6)

Este estudo, nos faz compreender que a moda já não pode ser considerada apenas uma manifestação direcionada ao consumo utilitário, pois o que seduz nos objetos de moda são as manipulações e as performances que criam seus conceitos (LIPOVETSKY, 2009, pág 144) Assim, as ações e apropriações relacionadas a esse segmento são partes constituintes da formação social dos indivíduos, mesmo que seu consumo seja simbólico.

REFERÊNCIAS

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2008. 227 p.

CERTEAU, Michel de . **A invenção do cotidiano**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo, SP: Companhia das letras, 2009.

MARTINS, Raimundo. Sobre textos e contextos da cultura visual. **Visualidades**: Revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual. Faculdade de Artes Visuais / UFG. Vol. 4, n.1 e 2: Jan-Dez/2006

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. **Fontes visuais, cultura visual. Balanço provisório, propostas cautelares**. (Revista Brasileira de História. São Paulo, v.23, nº45, p. 11-36 – 2003)

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. Rumo a uma “História Visual”. (MARTINS, José de Souza; ECKERT, Cornélia; NOVAES, Sylvia Caiuby (Org). **O imaginário e o poético nas ciências sociais**. Bauru, SP: Edusc, 2007.)

MITCHELL, W. J. T. **Mostrar o ver: uma crítica à cultura visual**. Publicado no *Journal of Visual Culture* 1(2) 2002.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda: e outros escritos**. Lisboa: Texto & Grafia, 2008. 111 p.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura**: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea . 2.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1987. 149p.