

## GT 7 – MODA E MÍDIA

### **EM BUSCA DE UM FORMATO DE MUSEU VIRTUAL DE MODA** *Searching for a New Model of Fashion Virtual Museum*

Ribeiro, Mário Matos; Ph.D.; Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa; Professor Auxiliar, mmrdesigner@gmail.com<sup>1</sup>  
Centro de Investigação em Território, Arquitectura e Design

#### **Resumo**

O contexto sociocultural e tecnológico do século 21 indicia a emergência na experimentação de novos formatos de comunicação, enfocados na interação entre fruidores, itens da cultura visual e novos valores individuais e sociais. Procede-se a uma reflexão em torno dos estudos museais contemporâneos para explorar o conceito de um novo formato de museu virtual de moda.

Palavras Chave: Moda, Comunicação, Museu, Virtual.

#### **Abstract**

*The 21<sup>st</sup> Century's sociocultural and technological context reveals clearly the experimentation of innovative communication models, focused on the interaction among visitors, visual culture items and new individual and social values and behaviours. It is tried design of a model and new concept of a fashion virtual museum based on cutting-edge Museum Studies.*

*Keywords: Fashion, Communication, Museum, Virtual.*

#### **Introdução**

A investigação centra-se nos objectivos seguintes:

- Contribuir global e socialmente para a relevação da moda enquanto ferramenta de análise sociológica e antropológica;
- Explorar conceptual e criativamente o papel do vestuário e da moda nos comportamentos individuais e sociais com fundamento

---

<sup>1</sup> Investigador em *Fashion Curating*, Ph.D. em 2012, 'A Exposição enquanto Objecto de Investigação | Experimentação: Novas Abordagens Museográficas para a Comunicação de Moda' pela Faculdade de Arq. da Univ. Técnica de Lisboa, Membro efectivo do CIAUD (Rated Excellent) e colaborador do CITAD

na Leitura | Interpretação | Representação | comunicação;

- Reavaliar conceptualmente o passado e o presente para produzir universos criativos multidisciplinares na comunicação de moda, ensaiando novos arquétipos expositivos que contribuam para ajustar o museu à era digital, por forma a participar activamente na partilha e disseminação do conhecimento;
- Ter em atenção a emergência da utilização do espaço *web* e da evolução tecnológica para o estabelecimento de plataformas de interação cultural | social.

Foi ainda pretensão olhar a curadoria de moda na perspectiva cultural do século 21 – enquanto prática aberta, transversal e sem fronteiras – para procurar esboçar um quadro conceptual multidisciplinar que cruze disciplinas tão diversas quanto tecnologia, arte, design, cultura e sociedade.

## **1. Museu e Moda**

A investigação insere-se no âmbito da Moda, enquanto fenómeno cultural e de consumo, território do campo da Cultura Visual, estabelecendo conexões interdisciplinares com foco nos estudos museais, abordando as áreas disciplinares do design e da museografia.

Muito embora como objecto de investigação a moda tenha sido olhada de forma sobranceira pelos estudos teóricos durante várias décadas e relegada para o território da história, na segunda metade do século passado viria a tornar-se alvo de abordagem por incontornáveis teóricos dos estudos sociais e culturais, segundo uma pluralidade de perspectivas que consolidariam a evidência do seu papel determinante, não apenas enquanto fenómeno mas também como importante ferramenta de análise dos comportamentos sociais e individuais que constituem o reflexo das alterações sociopolíticas, económicas e culturais.

Por outro lado, a evolução dos estudos de Cultura Visual – ponto de encontro entre Arte e Sociedade – viriam intersectar estudos culturais, história da arte, teoria da crítica e outros territórios conectados com as ciências sociais, com enfoque nos itens da cultura relacionados com imagens

visuais, alargando assim o seu foco aos novos produtos culturais da uma realidade urbana contaminada pela imagem [da fotografia à publicidade, da moda à banda desenhada, cinema, cosmética, design, etc.].

[...] *Museums are deeply involved in constructing knowledge in this way through those objects, narratives, and histories that they bring to visibility or keep hidden.* (HOOPER-GREENHILL, 2006, p.13)

Como consequência é também nos finais do século anterior que a Moda é musealizada fora dos contextos históricos e antropológicos, deixando de ser vista enquanto mero fenómeno de consumo e passando a ser abordada numa perspectiva de atribuição de “significados” de análise cultural – interpretando a partir da identificação, avaliação e relacionamento dos artefactos com a cultura, segundo enquadramentos conceptuais de crenças e valores.

Numa primeira fase a investigação procedeu ao reexame e revisão teórica dos conceitos que suportam a Cultura Visual Contemporânea, imergindo na sua questão fulcral: a problemática do museu, entre os finais do séc. 20 e o novo milénio.

Até o início dos anos 1970s do séc. 20 a indumentária era ignorada como contexto expositivo *per se*, conservada de forma ortodoxa e exposta quase exclusivamente nos chamados ‘museus do traje’, de forma discreta, rígida e historicamente correcta à exaustão, protegida de aproximações visuais mais demoradas através de pesadas vitrinas ou servindo de apoio a conteúdos igualmente históricos. Assim, o papel do curador de moda confinava-se à preservação física das coleções, rigorosamente catalogadas e expostas em galerias secundárias.

Os anos 1970s marcam definitivamente o surgimento da disciplina de *Fashion Curating*, por via da associação de instituições museológicas de peso a personagens excepcionais no domínio da imagem - casos de Diana Vreeland, ex-editora de moda da Harper’s Bazaar americana, quando inicia a sua actividade como consultora para o Metropolitan Museum of Art – The Costume Institute, NY e do incontornável e cosmopolita fotógrafo Cecil Beaton, junto do Victoria & Albert Museum, Londres, na organização da

extraordinária e memorável exposição '*Fashion: An Anthology by Cecil Beaton*'.

A coincidente acção de ambos os protagonistas não só alcançou enorme popularidade em termos de visitantes, como contribuiu definitivamente para a revisão das exposições de moda e dos suportes expositivos e ainda clarificou as relações entre *Curating | Exhibition Making e Fashion Curator | Fashion Editor*.

Se Cecil Beaton reuniu para a sua exposição um extraordinário espólio de moda a partir das relações pessoais que mantinha há décadas com o *jet-set* internacional, a realeza, os '*couturiers*' parisienses e o *beautiful people*, e que seria entretanto doado ao V & A - reforçando o seu já importante acervo e também apresentou, pela primeira vez os conteúdos contextualizados segundo uma linguagem estética contemporânea, Vreeland iria mais longe.

Figura 1: Exposição '*Fashion: An Anthology by Cecil Beaton*', V&A, Londres, 1971. Fotografia não identificada © V&A



Diana Vreeland estenderia à museologia a sua vanguardista sensibilidade editorial, e transformaria este território '[...] *with an uncanny sense of style and drama*' (DWIGHT, 2002, pp. 199-200) ignorando o rigor da tradição comissarial, imprimindo a sua visão pessoal e leiga na experimentação de conteúdos teatralmente dramatizados, definindo um novo vocabulário de estímulo sensorial que ultrapassava a visão, introduzindo bandas sonoras a

par da utilização de paletas cromáticas absolutamente rompedoras, da utilização de exagerados estímulos olfactivos ou da subversão ao nível dos suportes expositivos e mesmo dos manequins.

Ela faz surgir um novo sentido de iluminação que emerge da sua experiência editorial no universo da fotografia, recusando as soluções mais convencionais e tornando objecto de estudo o melhor ângulo ou abertura do feixe luminoso para uma determinada peça e recorrendo a artifícios de contextualização como gigantescas cabeleiras barrocas na exposição *'The Eighteen Century Woman'* (1982-83) ou armaduras e adereços de cena de Lola Montez para *'The World of Balenciaga'*.

*'Her displays, which often included as many as one hundred mannequins, would appeal to the imagination and plunge the viewer into a milieu – perhaps a celebration of a great moment in Hollywood, or her versions of the eighteen century. She wanted the clothes to appear fashionable to the contemporary viewer [...] As she had done in her magazine pages, Diana Vreeland would give the viewer something more.'* (DWIGHT, 2002: 209)

Vreeland ignorava o rigor do seu *staff* de conservação e as suas representações eram frequentemente incorrectas do ponto de vista histórico, como afirma Eleanor Dwight: *'Working with Vreeland was quite frustrating. While the staff members wanted the clothes to appear as they would have in the time period they represented, Vreeland wanted the clothes to look "now"'* (DWIGHT, 2002, p. 210).

Ela promove ainda a intimidade dos visitantes com os conteúdos, em contradição aos cânones da época, em que os conservadores não gostavam da aproximação do público às peças expostas. Ela liberta-as do encerramento em pesadas vitrines e do distanciamento convencional de um metro para as colocar sobre estrados, cobertos de tecido ou espelhados, que ajudavam a criar distância e reforçavam a teatralidade.

Da discussão e da revisão de territórios de investigação conectados com as ciências sociais e culturais surgiria nos anos 1980s um novo conceito de museologia, sistematizado por Peter Vergo, na sua obra de 1982 *'New Museology'*, que definiria as linhas mestras da actual museologia, segundo um léxico gramatical completamente redesenhado e que transformaria o novo 'espaço de pertença' em função do visitante, abrindo-se a novas expressões

culturais e artísticas, aproximando-se da comunidade e acompanhando o 'Zeitgeist'. *'It was the moment, in other words, when avant-garde met the general public on common ground in a way that had never happened before.'* (MARINCOLA, 2001, p. 3)

Os princípios da 'Nova Museologia' deram origem aos processos e práticas da actividade contemporânea, consonantes com a mudança social e perspectivando:

- a soberania do visitante, o investimento em abordagens conceptuais e estruturas narrativas fluídas;
- a interpretação contextualizada dos objectos de conteúdo, atribuição de significado segundo uma nova linguagem e gramática expositivas;
- uma nova chave no entendimento da materialidade | imaterialidade dos objectos e da exposição, uma nova forma de os relacionar, explorando a forma como estes interagem com os velhos conceitos de herança, autenticidade, narrativa e memória para promover experiências sensoriais únicas e interactivas, provocar, desafiar e ensinar;
- a consciência da concorrência com a indústria do entretenimento;
- a preocupação com a problemática da sustentabilidade;
- a novidade como objectivo central.

A partir dos anos 1980s surgem novos museus de moda – parte dos quais funde antigas entidades segundo uma nova lógica – e as políticas e estratégias museológicas tenderão a dar lugar a experiências expositivas abrangentes no que concerne ao enquadramento conceptual. São igualmente reforçadas e valorizadas ou mesmo iniciadas colecções de moda em museus de arte que passam a patentear bem sucedidas exposições de vestuário. Museus sem colecção, como é o caso do londrino Design Museum incluem na sua programação conteúdos virados para as inventivas criações de designers contemporâneos, protagonistas da mudança e inovação, quase sempre ligados ao seu território físico, comunitário ou nacional.

*'In the past fifteen years or so dress and its history has attracted a wider audience partly through increased coverage in the media and partly with preoccupation with personal style [...] Most museums and galleries with dress collection's acknowledge them as major assets and, like in the V&A, give them due prominence alongside other arts.'* (ROTHSTEIN, 2010, p. 9)

## 2. O Museu na Era Digital

*'It's cheap. It's fast. It offers great shopping, tempting food and a place to hang out. And visitors can even enjoy the art.'* anunciava o New York Times num dos seus números de 1997 (NEWHOUSE, 2006, p. 282) a propósito do Museu Virtual.

Como importante meio de comunicação para a produção de cultura e disseminação do conhecimento, o museu enfrenta hoje o novo paradigma da tecnologia e da interacção. O *webspaces*, durante alguns anos ignorado pelas instituições museológicas, tem vindo a assumir um crescente protagonismo no seu desenho estratégico, permitindo a inclusividade de projectar diferentes conteúdos para diferentes visitantes, facultando globalmente o acesso de navegadores aos arquivos digitais, às galerias virtuais ou aos conteúdos expositivos de partem de outros reais ou imaginários através de tecnologia de imersão de realidade virtual [*Immersive Virtual Reality*].

Efectivamente, nos finais dos anos 2000, algumas das grandes entidades museológicas deram timidamente início à utilização da internet enquanto suporte, sobretudo na forma de arquivos digitais, sendo escassa a sua utilização conectada com as disciplinas do design e da moda.

O modelos de Museu Virtual existente, na verdadeira acepção da palavra, sem espaço físico e baseado no visionário conceito de 'Museu Imaginário' de André Malraux, tem vindo a surgir sobretudo ligado à preservação da identidade cultural e de que são belíssimos exemplos o brasileiro 'Museu da Pessoa' ou o 'Virtual Museum of Canada'.

A sua tipologia organiza-se a partir de:

- grandes *clusters* segundo factores comuns (a cidade, a região, o país);
- um tema em particular ('Museum of the Future', 'The Alternative Museum', 'Virtual Museum of Typography', entre outros);
- a vida e influência de uma personalidade (Virtual Museum of D. Quixote, Virtual Museum of André Malraux, etc.);
- assuntos científicos (e.g., Virtual Museum of Bacteria,).

Até Outubro de 2011 a investigação não registou qualquer iniciativa enfocada exclusivamente na moda e no design, data em que surge largamente noticiado e aclamado o 'Valentino Garavani Virtual Museum', iniciativa da casa italiana Valentino.

Uma análise detalhada desta unidade museal virtual permitiria identificar os pontos fortes e as debilidades desta entidade, na perspectiva dos conceitos definidos por teóricos como Paola Moscati, que sistematiza os contornos conceptuais do Museu Virtual da forma seguinte:

*'The Virtual Museum is not the real museum transposed to the web [...] The Virtual Museum is not an archive of, database of, or electronic complement to the real museum [...] The virtual museum, finally is not what is missing from the real museum [...]'* (MOSCATI, 2006, pp. 79-82) *A virtual museum must support an interdisciplinary approach, through implementation of complex semantic associations, which will allow the user to understand the culture that is behind the objects and contextualize them* (MOSCATI, 2006, p. 221)

O Museu Valentino não proporciona uma experiência surpreendente porque:

- É lenta, obriga a descarregar uma aplicação por cada acesso;
- É distante, porque a imersão é limitada a ambientes 2 e 3D estáticos;
- É limitada, porque se circunscreve a um único designer, constituindo uma espécie de arquivo digital;
- É pouco abrangente, destina-se exclusivamente a *fashionistas*;
- É fechada, não é interactiva;
- Não é registável;
- É fechada, controlada, pouco democrática;
- É *mainstream*, não é experimental.

### **3. Considerações Finais: Um Novo Formato De Museu Virtual?**

O modelo conceptual que resulta desta investigação inscreve-se no território museal da virtualidade, enquanto plataforma de comunicação optimizadora do potencial da internet.

Na perspectiva do investigador o seu design final é único, original e inovador, porque é tratado como museu virtual na verdadeira acepção do conceito, já que não se vincula a nenhuma entidade física nem a qualquer conteúdo real, pretendendo pelo contrário, estabelecer plataformas



colaborativas entre tecnologia, pontes entre instituições e cruzamentos de curadores, criativos e designers, objectivando interagir num espectro de navegadores abrangente e heterogéneo.

Em consonância com os princípios da 'W3 Consortium' recommendations, de que destacamos *Web for everyone; Web for everything; Knowledge Base e Trust and Confidence* e tendo tido em linha de conta dois importantes Relatórios vocacionados para a análise da relação entre Museu e Tecnologia, designadamente NMC: Horizon Report>2011 Museum Edition (New Media Consortium | Marcus Institute for Digital Education in the Arts) e Museums and the Web 2011 (Pew Research Center), que contêm importantes recomendações a curto, médio e longo prazo.

Foi igualmente tomada em linha de conta a teorização dos conceitos que regem a disciplina de curadoria da imaterialidade, com particular atenção nas questões que se prendem com as responsabilidades e sistemas de controlo em networks de trabalho cooperativo.

O modelo final fundamenta-se nas palavras chave seguintes:

- > imersivo
- > informal
- > interactivo
- > individualizado
- > virtual
- > criativo
- > partilhado
- > motivador
- > experimental
- > laboratorial
- > dinâmico
- > global

O arquétipo de museu virtual desenhado pretende proceder à exploração de novos mapas, produtos e práticas culturais, segundo uma linguagem dinâmica e interactiva, com base em redes de colaboração, das quais resultarão diferentes conteúdos expositivos segundo diferentes media, linguagens e abordagens , criando assim espaço para um laboratório de partilha e experimentação de ideias.

Embora não seja pretensão definir de imediato o enquadramento tecnológico do museu, concluiu-se que deveria utilizar Tecnologia de Realidade Virtual e Realidade aumentada, tendo sido esboçado um menu primário de navegação como base para posterior desenvolvimento.

Parece determinante neste momento consolidar uma extensa network internacional de cooperação que inclua *Kurators* (*experts* em tecnologia digital), curadores, designers *web* e de animação, artistas digitais, vídeo-artistas, realizadores, relações públicas, sponsors, pensadores e teóricos para corporizar o projecto.

Pretende-se explorar um desenho claramente inspirado no conceito de motel, enquanto espaço dinâmico para ser habitado por conteúdos expositivos virtuais, albergando um leque multidisciplinar de linguagens e abordagens em constante movimento, para interagir, comunicar, ensinar.

Figura 2: Diagrama das áreas disciplinares envolvidas em network



## Referências

- DWIGHT, Eleanor. Diana Vreeland. New York: Harper Collins, 2002.
- HOOPER-GREENHILL, Eileen. Museums and the Interpretation of Visual Culture. Oxon: Routledge, 2006.
- MARINCOLA, Paula (ed). Curating Now: Imaginative practice / Public Responsibility. Philadelphia: Philadelphia Exhibition Initiative, 2001.
- MOSCATI, Paola (ed). Virtual Museums and Archaeology: The Contribution of the Italian National Research Council. Firenze: Italian National Research Council, 2007.
- NEWHOUSE, Victoria. Towards a New Museum. New York: Monacelli Press 2006.
- ROTHSTEIN, Natalie. 400 Years of Fashion. London: V&A Publications, 2010.