

MEMÓRIA, VALOR E CULTURA MATERIAL EM FIGURINOS: UMA ANÁLISE DE COLEÇÃO DE ÓCULOS

*Memory, Value and Material Culture in Costume: An Analysis of Glasses
Collection*

Aline Barbosa da Cruz Prudente, Mestrado, Universidade Estadual de
Campinas, aline.bcp@gmail.com¹

Resumo

Análise feita a partir de uma coleção pessoal de óculos de várias épocas, formada a partir de diversos trabalhos de produção de figurino. Com base nesses objetos de segunda mão são discutidas questões sobre o seu uso, seu valor e a memória associada à eles.

Palavras chave

Figurino; Memória; Valor; Cultura Material.

Abstract

Analysis of a personal glasses collection of many different years, made after many costume production work. From these second-hand objects some issues are discussed about its use, its value and the memory associated with those objects.

Keywords

Costume; Memory; Value; Material Culture.

Introdução

Todo objeto pessoal, seja ele uma peça de roupa ou acessório, tem um ciclo de vida: ele é fabricado, comprado, usado e, então, descartado. A partir de sua história de vida, podemos analisar diversos aspectos da cultura de determinado lugar e época. Muitos desses objetos acabam na mão de

¹ Mestranda em Artes Visuais no Instituto de Artes da UNICAMP, pesquisa o surrealismo e sua relação com a indumentária. Tem graduação em Artes Visuais pela UNICAMP. Estudou também Design de Figurino e Design respectivamente nas universidades HAW Hamburg e Bauhaus Universität, ambas na Alemanha.

coleccionadores, que reconhecem o seu valor. Um dos profissionais que podem vir a adquirir objetos de época são pessoas ligadas a produção de filmes, especialmente da arte e figurino.

Em minha experiência pessoal, foi preciso produzir figurinos de diversas épocas e um elemento importante para construir esses trajes eram os óculos. Durante as produções, eram feitas pesquisas em antiquários, brechós e coleções de outros figurinistas, a fim de encontrar esse objeto tão específico.

Os óculos encontrados durante as produções levantaram diversas questões sobre a cultura e história, tanto geral, quanto pessoal das pessoas que um dia usaram esse acessório.

Figura 1 – Coleção de óculos



A primeira questão que surge é: apesar do fato dos óculos serem primeiramente objetos funcionais, existem diferentes designs para cada época. Sobre isso, autora Auslander nos explica que,

[...] Os seres humanos precisam de coisas para individualizar, diferenciar, e identificar; Os seres humanos precisam de coisas para expressar e comunicar o não-dito e o indizível; Os seres humanos precisam de coisas para se situar no espaço e no tempo, como extensões do corpo (e para compensar os limites do corpo), bem como para o prazer sensorial; Os seres humanos precisam de objetos

para se lembrar de forma eficaz e esquecer; e precisamos de objetos para lidar com a ausência, com a perda e com a morte². (Auslander, 2005, p. 1019, tradução nossa).

A autora aponta dois aspectos importantes que serão analisados neste trabalho. O primeiro é o desejo humano de se diferenciar. Os óculos, assim como as roupas, são extensões do corpo, mas eles não têm apenas o propósito de ser instrumentos funcionais. E o segundo aspecto é a necessidade humana de ter objetos para dar materialidade a nossa memória.

Com o objetivo de entender melhor a história da moda e suas questões psicológicas, como o desejo de diferenciação e a memória atrelada aos objetos, nesta análise foram usadas as teorias dos autores Auslander, Kopytoff, Stallybrass. Ainda a partir das teorias de Stallybrass, em conjunto com definições de Marx, buscamos compreender também as variações do valor desses objetos no mercado.

Os Óculos e Moda

Os óculos foram originalmente criados para corrigir uma falha de visão, porém nas últimas décadas, podemos encontrar óculos com lentes sem grau em lojas, somente como um acessório estético, o que nos mostra que ele é um objeto que vai muito além da funcionalidade.

De acordo com Kraus (1906), as roupas, e poderíamos dizer também acessórios, não são usadas apenas para proteger o corpo, assim como o sexo não é uma atividade destina-se apenas para a reprodução biológica, assim, 'as roupas adquirirem um erotismo que não tem nada a ver com manter quente ou ter filhos'³ (p. 239, tradução nossa).

A partir da análise das roupas de uma pessoa, podemos diferenciar sua classe econômica, como é o exemplo que Stallybrass nos dá sobre o tecido *fustian* usado exclusivamente pelos trabalhadores industriais durante o século

² Do original: "[...] human beings need things to individuate, differentiate, and identify; human beings need things to express and communicate the unsaid and the unsayable; human beings need things to situate themselves in space and time, as extensions of the body (and to compensate for the body's limits), as well as for sensory pleasure; human beings need objects to effectively remember and forget; and we need objects to cope with absence, with loss, and with death". (Auslander, 2005, p. 1019).

³ Do original: "so that clothes acquire an eroticism that has nothing to do with keeping warm or having children" (Kraus, 1906, p. 239).

XIX. Através das roupas podemos também nos expressar e entender o corpo do outro pela forma como ela se veste. Para Kraus, ‘a natureza interna de um corpo é revelado por sua cobertura’⁴ (p. 240, tradução nossa) e, portanto, podemos conhecer os desejos, pensamentos e experiências de outra pessoa, como se quanto mais roupas e acessórios se usa, mais exposto está.

Auslander concorda com Kraus, alegando que as roupas

[...] não são simplesmente funcionais; elas são também modos de comunicação, ou pistas de memória, ou expressões da psique, ou extensões do corpo, bem como locais de investimento estético, envolvendo prazer, sofrimento ou indiferença consciente.⁵ (p. 1016, tradução nossa).

Óculos são uma parte muito importante da vestimenta. Quando eles são usados como um instrumento funcional, raramente vemos a pessoa sem seus óculos. Ele molda e é moldado pelo rosto que o usa.

Os óculos expressam não somente questões pessoais, mas também da história da moda. Assim como as roupas, a mudança de seu design se relaciona com a história da cultura humana. De acordo com Kraus, também podemos entender como ‘o espírito do público em geral está ligado ao indivíduo, como isso é adequado para o indivíduo e que o espírito do indivíduo faz disso, como o espírito remodela este estilo de dentro e o anima’⁶ (p. 241, tradução nossa).

Podemos reconhecer uma década, olhando para seu design. Por exemplo, na década de 1950 os óculos tinham lentes grandes e armação grossa, angulosa e escura. Em 1960, houve o famoso óculos de “gatinha”. A década de 1970 os óculos eram grandes e redondos. Na década de 1980, havia a armação do estilo de aviador. Na década de 1990, a armação era mais fina e, por volta do ano de 2000, tornou-se ultra fina com linhas de nylon.

Em suma, os óculos, bem como roupas, são uma expressão do eu, mas não são algo desconectado do espírito do tempo.

⁴ Do original: “the inner nature of a body is revealed by its covering” (Krauss, 1906, p. 240)

⁵ Do original: “[...] are not simply functional; they are always also modes of communication, or memory cues, or expressions of the psyche, or extensions of the body, as well as sites of aesthetic investment, involving pleasure, distress, or conscious indifference.” (Kraus, 1906, p. 1016)

⁶ Do original: “the spirit of the general public is tied to the individual, how this is suited to the individual and what the spirit of the individual makes of it, how the spirit reshapes this style from within and animated it”. (Krauss, 1906, p. 241).

Biografia dos Óculos

Os óculos são fabricados e, então, são vendidos em óticas. Enquanto as armações e lentes estão na loja, estes objetos são uma mercadoria, o que significa que têm valor de uso e que podem ser trocados por qualquer outra coisa que tem o mesmo valor⁷.

No entanto, quando a armação e as lentes são colocadas juntas e começam a ser usadas por uma pessoa, elas são singularizadas. Os óculos são úteis apenas para uma pessoa que tem certo tipo de rosto e certo grau de deficiência visual. A armação com as lentes não só foram tiradas para fora de sua esfera de mercadoria usual, como também tornaram-se algo mais.

Quanto mais tempo os óculos são usados, mais eles tomam a forma da pessoa, e menos valor têm. Em um determinado momento a pessoa vai parar de usar os óculos, seja por ele ter quebrado, ou a pessoa ter feito uma cirurgia, corrigindo sua deficiência visual, ou ainda a pessoa pode vir a falecer. Se os óculos estão quebrados, a vida do objeto chegou ao fim. No entanto, no caso das outras duas possibilidades, os óculos, provavelmente acabarão em uma loja de segunda mão.

Num primeiro momento, os óculos seriam muito baratos, por serem usados e terem marcas deste uso e da passagem do tempo. De acordo com Stallybrass (1998), 'a partir da perspectiva de intercâmbio comercial, cada ruga ou "memória" foi uma desvalorização da mercadoria'⁸ (p. 196, tradução nossa).

No entanto, após algumas décadas, torna-se algo raro. Não se vendem mais óculos com este design em lojas normais, conseqüentemente seu valor aumenta. Quanto mais velho o objeto fica, mais caro ele se torna. Ele não só se tornou novamente uma mercadoria, mas uma mercadoria valiosa.

Kopytoff explica sobre esse tipo de singularização:

Latas velhas de cerveja, caixas de fósforos, e livros de quadrinhos de repente se tornam dignos de serem colecionáveis, mudou-se da esfera do singularmente inútil para o da singularidade cara. [...] Como entre indivíduos, a maior parte da singularização coletiva é conseguida por referência à passagem do tempo. Carros como mercadorias perdem valor a

⁷ Segundo a definição feita por Karl Marx em "O Capital"

⁸ Do original: "from the perspective of commercial exchange, every wrinkle or "memory" was a devaluation of the commodity" (Stallybrass, 1998, p. 196)

medida que envelhecem, mas em cerca de trinta anos de idade eles começam a mover-se para a categoria de antiguidades, aumentando seu valor a cada ano.⁹ (Kopytoff, 1986, p. 80, tradução nossa)

Algumas famílias guardam objetos como uma relíquia. Depois de alguns anos eles tentam vendê-los com o valor inestimável de um objeto singular, o que muitas vezes não condiz com o valor do mercado. Kopytoff descreve isso como uma confusão de dois sistemas diferentes de valores: a esfera do mercado e a esfera fechada das coisas singularizadas, que convergem no mesmo objeto.

Stallybrass (1998) escreve a respeito da vida de Karl Marx e sua constante necessidade de penhorar coisas para sobreviver, o que é uma situação semelhante à venda de uma herança no mercado de antiguidade. Sobre isso ele aponta que,

Coisas para serem penhoradas podiam ser necessidades domésticas e marcadores de realização e sucesso, mas também foram muitas vezes os repositórios da memória. Mas penhorar um objeto é desnuda-lo da memória. Apenas se um objeto é despojado de sua particularidade e história ele pode voltar a ser uma mercadoria e um valor de troca. Do ponto de vista de uma casa de penhores, qualquer valor diferente de valor de troca é valor sentimental, um valor que deve ser removido do objeto, se é para ser "livremente" trocado no mercado¹⁰. (Stallybrass de 1998, p.195, tradução nossa)

Talvez em um tempo ainda mais longo, ele também possa ser inestimável para a casa de penhores ou para o colecionador, e os dois sistemas podem alcançar o mesmo valor. Algumas pessoas fazem coleções de objetos antigos, que não são valiosas no momento, mas eles estão esperando por um tempo para que se torne um objeto singular, e conseqüentemente uma mercadoria com alto preço.

⁹ Do original: "Old beer cans, matchbooks, and comic books suddenly become worthy of being collected, moved from the sphere of the singularly worthless to that of the expensive singular. [...] As among individuals, much of the collective singularization is achieved by reference to the passage of time. Cars as commodities lose value as they age, but at about the age of thirty they begin to move into the category of antiques and rise in value with every receding year." (Kopytoff, 1986, p. 80).

¹⁰ Do original: "Things to be pawned might be household necessities and markers of achievement and success, but they were also often the repositories of memory. But to pawn an object is to denude it of memory. For only if an object is stripped of its particularity and history can it again become a commodity and an exchange value. From the perspective of a pawnshop, any value other than exchange-value is sentimental value, a value of which the object must be stripped if it is to be "freely" exchanged on the market." (Stallybrass, 1998, p.195).

Óculos e Memória

Algumas vezes, os objetos também são guardados por terem alguma memória de algo ou alguém que não existe mais.

Auslander explica que,

Experiências se alojam em coisas; a perda do objeto-companheiro de uma experiência, por conseguinte, pode levar a perda da própria memória. Assim, as pessoas privadas de suas coisas podem ser separadas de seus passados, e de seus mortos. Esses passados, e esses mortos, que, é claro, continuam a viver na memória, mas uma memória desmaterializada é ao mesmo tempo muito frágil e também menos satisfatória para seres humanos – que são, afinal, de carne e sangue.¹¹ (Auslander, de 2005, p. 1020, tradução nossa)

Dependendo do seu material, objetos podem durar mais tempo do que pessoas. Muitas vezes, as roupas de algum parente falecido são guardadas para manter a sua memória, que é uma escolha habitual, devido à sua possibilidade de manter a forma e cheiro da pessoa. Mas objetos, como joias, podem suportar mais tempo.

Talvez os óculos sejam objetos que estão no meio das duas definições. Eles têm a forma da pessoa, e não apenas a forma dos olhos (ou deficiência visual), mas costumava ser parte do rosto dela. Além disso, eles são feitos de um material duro e, portanto, muito mais durável do que qualquer roupa.

Óculos são objetos extremamente íntimos. Cada um tem um problema de visão diferente e é raro encontrar alguém que tem exatamente os mesmos graus. Em minha coleção de óculos podemos sentir essa diferença ao tentar usar cada um deles. Alguns causam uma pequena distorção na imagem, mas outros são tão fortes que causam náuseas. Portanto, podemos dizer que os óculos são objetos, quase tanto quanto a roupa, que têm a forma de seu dono.

Mesmo quando não se conhece a pessoa, mas temos os seus óculos, é possível saber algo sobre ela. Por exemplo, nas figura 2 podemos ver o quão forte eram os problemas de visão de um desconhecido.

¹¹ Do original: "Experiences come to be lodged in things; loss of the object-companion of an experience, therefore, can bring the loss of the memory itself. Thus people deprived of their things may be severed from their pasts, and from their dead. Those pasts, and those dead, do, of course, live on in memory, but a dematerialized memory is both very fragile and also less satisfying to human beings—who are, after all, of flesh and blood." (Auslander, 2005, p. 1020)

Figura 2 – Fotos respectivamente de um livro e de uma casa com uma lente do óculos em frente à lente da câmera (autoria própria)



Ambas as fotos foram feitas programando-se o foco sem a lente dos óculos e, em seguida, eles foram colocados em frente da lente da câmera. Um deles nos mostra um livro (visão próxima) e o outro, uma casa do outro lado da rua (visão à distância).

O grau dessas lentes é tão forte que é difícil até mesmo saber se estes óculos foram feitos para curta ou longa distância. Além disso, por alguma razão as lentes têm um degradê de coloração avermelhada na parte superior que desaparece na parte inferior.

Figura 3 – Óculos visto de frente e de cima (autoria própria)



Pela forma dos óculos (figura 3), podemos imaginar o rosto e um pouco da vida da pessoa. Provavelmente pertenceu a alguém de idade. Uma pessoa de idade, que talvez tenha usado os mesmos óculos desde a década de 1980. Olhando para a deformidade nas hastes dos óculos, podemos ter certeza de

que ele foi usado por um longo tempo, provavelmente até mesmo quando ele já estava fora de moda.

A partir dos óculos de um desconhecido podemos apenas especular sobre sua vida, mas quando os óculos são de alguém que conhecemos, o que imaginamos pode não ser tão longe da verdade. Stallybrass (1993) escreve sobre o casaco de um amigo que ele ganhou depois de seu falecimento. Sobre isso, ele ressalta que, 'Se eu usava a jaqueta, Allon me usava. Ele estava lá nas rugas dos cotovelos, rugas que, no jargão técnico de costura são chamados de "memória".'¹² (p. 36, tradução nossa).

Quando uma pessoa amada morre, seus parentes podem ter duas reações possíveis em relação aos seus objetos: guarda-los ou doa-los. A razão para esta escolha podem ser tanto cruéis, quanto reconfortantes.

Stallybrass exemplifica o aspecto cruel de objetos com um personagem de um romance de Nobokov que, depois que sua esposa morreu, ele queria se livrar de tudo, como se o traço de material dela fosse 'inchado, monstruoso, como se eles próprios tivessem usurpado o lugar do seu usuário'¹³ (1993, p. 40, tradução nossa).

Outra razão, que faz as pessoas quererem se livrar de tudo que pertencia ao falecido, é para apagar um traço vazio da pessoa, a lembrança do que foi perdido. O objeto pode se tornar uma presença fantasmagórica. 'As roupas em seus armários ainda estão penduradas ali, segurando seus gestos, sendo tanto reconfortante, quanto terrível, tocando os vivos com os mortos' (Stallybrass, 1993, p. 36, tradução nossa)¹⁴.

Auslander, por outro lado, aponta o efeito reconfortante de objetos, dando o exemplo de um homem que mantém casacos da esposa e depois de algum tempo, no processo de luto, ele os veste. Tisseron e Tisseron-Papetti¹⁵ argumentam que o contato físico com o tecido que revestia sua esposa não só o reconecta com ela, mas também o faz completo novamente:

¹² Do original: "If I wore the jacket, Allon wore me. He was there in the wrinkles of the elbows, wrinkles which in the technical jargon of sewing are called 'memory'." (Stallybrass, 1993, p. 36).

¹³ Do original: "bloated, monstrous, as if they themselves have usurped the place of their wearer" (Stallybrass, 1993, p. 40).

¹⁴ Do original: "The clothes in their closets still hang there, holding their gestures, both reassuring and terrifying, touching the living with the dead" (Stallybrass, 1993, p. 36)

¹⁵ Yolande Tisseron-Papetti and Serge Tisseron, *L'erotisme du toucher des etoffes* (Paris. 1982), 86. apud Auslander, Leora, "Beyond Words," *American Historical Review* 110 (2005), p. 1020.

Porque as emoções ligadas à pessoa perdida não estão mais na psique, mas depositadas em certas partes do mundo ao redor e se fundiram com esses objetos, eles fazem muito mais do que fixar uma memória. Eles promovem o reencontro da pessoa perdida e a parte do *self* que tinha estado em contato com ela¹⁶ (p. 1020, tradução nossa).

Esta necessidade de um objeto para se estar em contato com uma parte do *self* pode acontecer não só em caso de luto, mas também no processo de crescimento infantil. Enquanto a criança não se sente a salvo sem os pais, elas se apegam a um objeto, geralmente um cobertor, que substitui temporariamente os pais ausentes.

Podemos concluir que o objeto tem uma vida após a morte de seu dono e esta vida pode ser, por vezes, monstruosa, mas também pode ser como se um pedaço da alma da pessoa ainda estivesse viva pelo objeto.

Considerações Finais

Durante a vida de um objeto podemos observar suas transformações entre mercadoria e objeto singularizado. No caso dos óculos, houveram dois momentos em que este processo aconteceu: os óculos eram uma mercadoria quando era uma armação separada das lentes e, mais tarde, quando se tornou um objeto colecionável. A sua singularização, por outro lado, ocorreu quando a armação e as lentes foram colocadas juntas e o objeto tornou-se especial para o uso de uma pessoa específica. Depois, quando o seu usuário morreu, os óculos tornaram-se um objeto de memória, sendo assim mais uma vez singularizado. Sobre o objeto de memória, Stallybrass afirma que,

Os corpos vêm e vão; as roupas que receberam esses organismos sobrevivem. Eles circulam através de lojas de segunda mão, através de bazares, através do Exército da Salvação; ou eles são transmitidos de pai para filho, de irmã para irmã, de irmão para irmão, da irmã para amante, de

¹⁶ Do original: "Because the emotions tied to the lost person are no longer held in the psyche but deposited in certain parts of the surrounding world and melded with those objects, they do a great deal more than to fix a memory. They reunite, inextricably combined, the lost person and the part of the self that had been in contact with her." (Auslander, 2005, p. 1020)

amante para amante, de amigo para amigo.¹⁷ (Stallybrass 1993, p.37, tradução nossa).

Por fim, a memória relacionada ao objeto pode ser tanto pessoal, quanto da história da humanidade. Além disso, seu uso nem sempre está relacionado à uma necessidade funcional, mas é 'como uma obra de arte: para a sua própria satisfação inútil, como um objeto de fascinação'¹⁸. (Kraus, 1906, p. 239, tradução nossa).

Referências

AUSLANDER, Leora, **Beyond Words**, American Historical Review 110 (2005), p. 1015-1045.

KOPYTOFF, Igor. 1986. **The cultural biography of things: commoditization as process**. Em *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, edited by Arjun Appadurai, p. 64-91. University of Cambridge Press, Cambridge.

KRAUS, Karl. 1906. **The Eroticism of Clothes**. Reprinted in Purdy, *The Rise of Fashion*, p. 239-44.

MARX, Karl. **Capital**. London; New York, NY: Dent: Dutton, 1951.

STALLYBRASS, Peter. 1993. **Worn Worlds. Clothes, Mourning, and the Life of Things**. In *The Yale Review*, Volume 81, Number 2, p. 35-50.

STALLYBRASS, Peter. 1998. **Marx's Coat**. In *Border Fetishisms: Material Objects in Unstable Spaces*, edited by Patricia Spyer, p. 183-207. Routledge, New York.

¹⁷ Do original: "Bodies come and go; the clothes which have received those bodies survive. They circulate through secondhand shops, through rummage sales, through the Salvation Army; or they are transmitted from parent to child, from sister to sister, from brother to brother, from sister to lover, from lover to lover, from friend to friend." (Stallybrass, 1993, p.37).

¹⁸ Do original: "like a work of art: for its own useless satisfaction, as an object of fascination". (Kraus, 1906, p. 239).