

NARRATIVAS, EXPERIÊNCIAS E CONEXÕES NARRATIVES, EXPERIENCES AND CONNECTIONS

Rafaela Norogrande

Resumo

O artigo trata de exposições museológicas de objetos de traje/moda. Pela perspectiva do designer de moda e de sua relação com o usuário pela concepção do design de produto como objeto de uso, verifica-se as relações cognitivas/ instintivas entre as narrativas museológicas e os visitantes. Assim, traz como problemática a relação das pessoas para com os objetos em exposição por uma discussão baseada na questão do corpo. Este trabalho é um recorte de uma investigação feita a diversos museus. Como estudos *in loco* aqui são mencionados dois casos portugueses, dois espanhóis, um chileno, um argentino, três ingleses e um belga. Adotou-se a etnografia como metodologia de pesquisa qualitativa junto de referenciais teóricos, conteúdos de narrativas expositivas e entrevistas com profissionais das instituições. A discussão é pautada em conceitos expositivos que auxiliaram a definição de padrões e as especificidades dos trabalhos de curadoria que vêm sendo feitos nas instituições dedicadas à temática da indumentária como cultura material. Como resultado, apresenta uma visão do que é realizado, além de lacunas e oportunidades narrativas que possam contribuir com a história da moda por uma percepção mais ampla e diversificada deste universo.

Palavras-chave: Exposições Museológicas, Moda, Comunicação, Compreensão Corporal, Construção cultural

Abstract

The article is about museum exhibitions of objects of costume/fashion. From the perspective of a fashion designer and her relationship with the users by conception of a clothe as a use object, we verify the construction of the history of fashion and cognitive / instinctive relationship between museum narratives and visitors. Thus, the focus of the discussion is based on the question of the body, looking for the relationship between people and objects on display.

This work is part of a research to several museums, as cases studied in situ are two Portuguese, two Spaniards, a Chilean, an Argentine, three British and one Belgian. We adopted ethnography as a qualitative research methodology with theoretical frameworks, content expository narrative and interviews with professional institutions.

The discussion is guided in exhibition concepts that helped to define patterns and characteristics of the curatorial work that is being made in institutions dedicated to the topic of clothing as material culture. As a result presents a vision of what is done, furthermore gaps and opportunities narratives that may contribute to the history of fashion with a broader and diverse perception of this universe.

Keywords: Museum Exhibitions, Fashion, Communication, Body Understanding, Cultural Construction

1. INTRODUÇÃO E METODOLOGIA

Este artigo explora as narrativas e conexões feitas sobre objetos de traje/moda pela perspectiva do designer como antropólogo no estudo da cultura material. Fixa-se sobre a relação da roupa com o corpo, da moda com o sujeito. No decorrer do texto é feito o uso das palavras traje e moda junto e em separado, pois, por vezes, o contexto trata dos dois. De qualquer maneira são termos distintos (Norgrando 2011).

A análise ao contexto expositivo presencial deu-se aos seguintes estudos de caso: Museu Nacional do Traje (MNT, PT), Museu do Design e da Moda (MUDE, PT), Museo del Traje – Centro de Investigación del Patrimonio Etnográfico (MT-CIPE, ES) e Victoria and Albert Museum (V&A, UK), Museu Têxtil I D'Indumentária (DHUB-MTI, ES), Museu do Traje (MT, PT), Museu Nacional de la História del Traje (MNHT, AR), Fashion Museum (FM, UK), Fashion and Textile Museum (FTM, UK), Museo de la Moda (MM, CL) e Mode Museum Provincie Antwerpen (MoMu, BE).

Para que fique mais claro quais estudos de caso foram trabalhados, especifica-se por duas naturezas expositivas: (1) Exposições permanentes e (2) Exposições temporárias. (1): MNT: histórica cronológica; MUDE: “Único e Múltiplo” (2011-2014 e renovada em 04/2014), “Ante-Estreia- Flashes da Coleção” (2009-2011); MT-CIPE: história cronológica e “Área Didática”; V&A: Fashion Galleries (desde 05/2012); DHUB-MTI: “El cuerpo vestido” (2008-2012); MT; MNHT: “La Moda en el Rio del Plata” e história cronológica. (2): MUDE: “Kukas – Uma nuvem que desaba em chuva” (10/2011-02/2012), “Morte ao Design! Viva o Design!” (10/2011-01-2012), “Com esta Voz me Visto” (11/2012-04/2013); V&A: “Yohji Yamamoto” (03-07/2011), “Ballrowns: British Glamour since 1950” (05/2012-06/2013), “Hollywood Costume” (10/2012-01/2013); FM: “What will she wear?” (02/2011-01/2012), “Behind the scenes at the FM” (01/2011-2014), “Daywear-20th century” (01/2011-2014), “Top Trends. Spring Summer 2011”; FTM: “Tommy Nutter, rebel on the row” (05-10/2011); MNHT: “Exotismo. La influencia de Oriente en Occidente en la Moda” (12/2010-11/2011), “Los 80's. Extragagantes y Glamorosos” (06/2011-2012); DHUB-MTI: “Qué me pongo? El guardaropa de Maria Brillas por Pedro Rodríguez” (03-09/2011); MM: “Volver a los 80 (parte II)” (04/2011-12/2012); MoMu: “Living Fashion: Women's Daily Wear 1750-1950. From Jacba de Jonge Collection” (03-08/2012).

O estudo englobou a experiência do visitante em espaço físico e no espaço virtual das instituições, mas aqui trata-se somente do contexto presencial de 25 exposições dessas 11 instituições em 6 países. Este artigo é um recorte da investigação feita pela autora para sua tese de Doutorado em Design pela Universidade de Aveiro, sob orientação de João A. Moda e Nuno A. A. Porto. O projeto foi aprovado e apoiado pela FCT – Fundação para Ciência e Tecnologia, Fundo Social Europeu e POPH – Programa Operacional Potencial Humano.

A metodologia adotada apresenta um carácter qualitativo a ter em consideração a “etnografia como uma metodologia [...]; como uma aproximação à experimentação, interpretação e representação da cultura e da sociedade [...] por diferentes disciplinas e princípios teóricos” (Pink 2004, 18). Assim, foram utilizadas diferentes ferramentas de pesquisa, tal como: observação passiva e observação participante, coleta de materiais e registro fotográfico, notas de campo, coleta de arquivos/documentos e entrevistas.

A ordem com que cada ferramenta foi utilizada é relevante enquanto metodologia de trabalho por proporcionar um aprofundamento sistemático e por níveis de submersão analítica gradativos. Desta maneira, efetuou-se:

1) *Exploração e programação geral do contexto através do website (e/ou outros meios):* Estudo sobre as instituições e o que promoviam antes da investigação *in loco*. Este estudo anterior ao contato direto é fundamento básico nas orientações a uma pesquisa qualitativa (Stake 2005; Flick 2005, 2009 e outros).

2) *Visitação às salas de exposição em carácter exploratório e conduzido pela narrativa estipulada:* Com base nas instruções de Clifford (2007), obedeceu-se o percurso natural da narrativa comunicada pelo museu a fim de submergir como visitante no espaço criado em uma posição de observação participativa. Assim, não se teve estruturas analíticas que pudessem restringir o ato de experienciar e o contato intuitivo, mais próximo à atuação do público ao qual o objeto foi concebido. Emprega-se esta estratégia, num primeiro momento, por ela proporcionar uma visão global da narrativa, da museografia e design de exposição, e principalmente para que não haja a perda de fluidez na experiência por uma regimentação analítica. Conforme Falk and Dierking (1992), acredita-se ser este também um fator relevante para a análise deste tipo de espaço.

3) *Retomada do percurso expositivo para análise, registro em notas de campo e captação de imagens:* Num segundo momento, o posicionamento do investigador foi completamente alterado, passa a ser totalmente analítico e criterioso para descrever e levantar dados existentes no percurso narrativo. Considera-se principalmente as características e particularidades apresentadas, além das dificuldades ou lacunas encontradas no processo narrativo. Nesta fase de “observação direta” (Jaccoud and Mayer 2008), e “sistemática” (Flick 2005, 2009) é feito um registro de maneira padronizada.

As notas de campo foram feitas de maneira descritiva. Também foram verificados tópicos básicos em uma planilha padrão. Esta evidenciou de maneira mais direta as diferenças de cada situação.

A metodologia seguiu os parâmetros de uma pesquisa etnográfica dentro de uma reestruturação defendida por Plowman (2003) com relação ao tempo de permanência em campo.

4) *Entrevista com profissionais dos museus:* Adotou-se o modelo semiestruturado por ser o mais indicado (Flick 2005, 2009; Manzini 2004). São “entrevistas de especialistas”, assim, não devem ser consideradas como casos únicos, mas como representantes de um grupo, conforme apresenta Flick (2005, 92) a teoria de Meuser e Nagel. Essa etapa foi sempre a última a ser realizada devido a necessidade de não haver influência nos processos anteriores e para que dúvidas fossem sanadas ou melhor exploradas.

Para a análise adotou-se como metodologia as indicações do próprio procedimento etnográfico, o qual orienta uma divisão por categorias (Casa-Nova 2009), estas não necessariamente são extraídas do material coletado (Flick 2005, 193), mas sua formulação, conforme enfatiza Mattos (2001) e Mayring (Flick 2009, 291-294), deve partir das questões que originaram a investigação. Conforme apresenta Jaccoud e Mayer (2008), diversos autores defendem que o processo de análise é inseparável da etapa de coleta de dados, assim, durante a investigação e com o registro em notas de campo foi feita uma *pré-análise* e a formulação de impressões. No entanto, esta fase foi retomada quando foi realizada uma leitura superficial do material para uma organização dos dados (textuais e visuais), o que corresponde também a primeira etapa no modelo de Bardin (1977). Na sequência, ao que Bardin chamaria de *exploração do material*, foi efetuada a codificação simbólica/sumária de parte do material textual, conforme Saldaña (2009), e a categorização do conteúdo, primeiro por um plano mais geral do contexto e depois pelas questões da tese.

Os casos estudados em campo foram confrontados aos conceitos de comunidade traçados por Sherman e Rogoff (1994), aos conceitos de espaço de Dernie (2006), discurso de Lord e Lord (2002) e as maneiras de aprendizado percebidas por Hughes (2010). Também foram consideradas as temáticas narrativas das exposições. Para esta abordagem fez-se uso do inventário de exposições de moda feito por Horsley (2014) e da atualização e ampliação da amostragem dos últimos 7 anos por Norogrande (2014a).

Além disso tudo, buscou-se correlacionar exemplos que melhor respondiam as questões: (1) O que é apresentado sobre o acervo/temática? (2) Como é apresentado? (3) Quanto (aprofundamento) é dado a conhecer sobre os objetos/narrativas patrimoniais? (4) Quais conexões são feitas entre os objetos, contextos, agentes, parceiros? (5) Existe contato ou interatividade com os objetos? De que maneira? (6) Qual a relação do público com a exposição? Há alguma ação pontual?

O resultado deste cruzamento de dados, teorias, questões e hipóteses corresponde a terceira fase no modelo de Bardin – *tratamento e interpretação* – quando os resultados “são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos” (1977, 101).

Por fim, evidencia-se que a questão do corpo foi colocada como foco de abordagem quando foi feita a categorização de análise às ferramentas de comunicação. É somente a este elemento de análise que este artigo centra-se, sendo que, o foco está na questão tátil e emocional da relação das pessoas com estes objetos da cultura material. Outros sentidos são apresentados, mas seguem como uma abordagem secundária.

2. A QUESTÃO DO CORPO

Ao pensar na concepção de um produto indumentário e na sua posterior função – vestir – estamos a tratar de sensação, o sentido do toque é uma constante na percepção de quem constrói o artefato e para quem usa-o. Quando um objeto de moda está disponível no mercado econômico tem seu apelo na percepção visual, mas também na tátil, porque um objeto de moda também é “visto pelas mãos”. Faz-se o uso do termo por concordar com o forte apelo visual que a moda tem e pelo fato de que a sociedade atual possui uma estreita relação com a imagem. Mas também há o fato de que as mãos podem sentir, e assim

“ver”, o que os olhos não podem perceber. Estes podem o quanto muito estimular um imaginário do que seria a experiência tátil. Por esta vertente aborda-se a questão do corpo como suporte da roupa e meio de cognição.

Também como meio de cognição há uma outra maneira de entender a relação do corpo com os objetos, pois neste caso não existe somente a percepção pelo toque, mas sendo o corpo também o suporte das roupas é necessário ser inserido ao objeto. Ou seja, para que o objeto seja compreendido em toda a sua dimensão é preciso que este seja vestido, porque somente desta maneira pode expressar ao corpo as restrições, ou amplitudes, que impõe, o que no caso da moda significa questões físicas, mas também psicossociais.

Desta maneira, tem-se uma outra forma de ver a questão do corpo e da moda, a qual é pela relação com identidade, ou identificação. Quando veste-se uma roupa deve-se considerar que esta comunica-se com o meio social, assim, existe uma relação pública e privada na imagem corporal criada. É uma abordagem mais psicossocial e cultural, mas também diretamente ligada ao corpo vestido e também ao corpo despido, pois ambos comunicam uma mensagem).

Para que seja possível explorar essas complexidades que a relação com o corpo impõe faz-se a divisão analítica por abordagem aos sentidos e a identidade. Entende-se que ambos estão correlacionados, mas podem ser percebidos e interpretados de maneira isolada, pois apesar de tratarem de corpo e de gente, trazem à análise diferentes abordagens.

2.1. SENTIDOS

As exposições museológicas proporcionam experiências diferentes, conforme cada caso e cada tipo de visitante. Por exemplo, há aqueles que buscam uma experiência social. Outros possuem uma necessidade pelo conhecimento, algo mais a nível intelectual, enquanto alguns buscam uma integração com o passado e a visita ao museu pode também significar um rito de passagem a conferir um status social (Macdonald 1992).

Segundo Lord and Lord (2002) haveriam quatro modelos de percepção dos visitantes de exposições museológicas, os quais seriam por contemplação, compreensão, descobrimento e interação. Segundo os autores, museus de arte fazem uso de um tipo estético de apresentação, assim, colocam o visitante em

uma posição contemplativa, diferente dos centros de ciência que estariam no outro extremo a instigar a interação do visitante em uma exposição participativa. Com base na tabela elaborada pelos autores, os museus de traje/moda estariam na mesma categoria dos museus de arte – percepção contemplativa – e também por um modelo de compreensão, quando proporcionam uma contextualização ou temática expositiva, neste caso, mais próximos aos museus de história, arqueologia e etnografia.

O processo expositivo da história da moda em museus, até mesmo da história indumentária, segue por uma tradição ligada à história da arte, conforme verificou-se nos espaços expositivos. Isso quer dizer que é dada atenção a alguns atributos e outros não, que estética tem mais relevância que processo, que há uma distância entre a já instituída dicotomia entre arte e ciência (Jones and Galison 1998) e que as exposições de moda são muito próximas a apresentações de obras de arte. Sem defender ou definir se moda é uma arte, uma ciência ou outra coisa qualquer, constata-se que após a concepção de um objeto de moda o seu inerente percurso é vestir um corpo humano.

Com relação aos sentidos que o contato direto do corpo proporciona pode-se afirmar que em uma exposição museológica a visão é inegavelmente mais atuante. Com relação a este sentido e às exposições investigadas será apresentado somente uma das observações analíticas levantadas ao tema. Já o olfato e o paladar são sentidos difíceis de serem associados a exposições museológicas de roupa e também não exploraremos este assunto. Outros dois sentidos a serem considerados são a audição e o tato, e será sobre este último que mais exemplos serão apresentados a fim de pensar a relação das pessoas com as roupas e do modelo de percepção dessas em uma exposição patrimonial. Também se buscou responder as questões apresentadas e foi questionada a mudança da relação que existe entre o sujeito e a cultura material quando exposta em um museu.

2.1.1. VISÃO

Nas exposições propriamente ditas é norma ter uma breve introdução (texto literário) e as descrições de cada objeto em exposição. Quanto a isso encontrou-se sempre muito rigor e variações possíveis. No entanto, em nenhuma exposição teve-se este meio de comunicação como um elemento de transposição, a instigar ou acrescentar elementos que não fossem nome, data e material.

Também se buscou perceber o quanto de linguagem visual era empregada, como por exemplo a utilização de desenhos ou esquemas e, pode-se confirmar que este recurso é praticamente ignorado. No entanto, como é sabido, a mensagem passada através de um desenho pode ser muito mais direta e rápida, além de ser mais atrativa, ou mais facilmente percebida pelos diferentes tipos de visitantes, os quais muitas vezes não dedicam tempo para leituras de informações mais minuciosas, ou não sabem ler, ou ler na língua usada.

Das vinte e cinco exposições visitadas *in loco* somente o MT-CIPE e o DHUB-MTI fazem uso de desenhos em projeções de vídeo (e áudio-vídeo) para demonstrar, no primeiro caso a tridimensionalização da modelagem das roupas e no segundo o efeito extracorporal criado pela roupa.

2.1.2. AUDIÇÃO

A contextualização do espaço expositivo por uma *paisagem sonora* (*soundscape* ou *acoustic ecology*, conforme estudos de R. Murray Schafer e outros) ou por músicas de relação temporal são muito pouco exploradas, ainda que sejam importantes na percepção da informação e do espaço narrativo (Lorec, Skolnick, and Berger 2007).

Isso foi utilizado somente no MNHT (AR) e em uma sala no MNT (PT). Nas exposições temporárias essa ideia do espaço performático é mais comum. Já no caso das exposições: “Volver a los 80” (MM, CL) e “Com esta Voz me Visto” (MUDE, PT) seria quase inconcebível a ausência deste “objeto” às narrativas – no primeiro porque esta está vinculada à história da música e no segundo porque o título da exposição já convida à apreciação das vozes das fadistas junto de suas roupas de espetáculo.

Por fim, deve-se registrar que em todas essas situações buscou-se as referências sobre este objeto (áudio) e poucas apresentavam a ficha técnica ou uma lista das gravações que contextualizavam o espaço expositivo.

2.1.2. OLFATO E PALADAR

Somente em uma das exposições permanentes do MT-CIPE havia a possibilidade de sentir cheiros. Essa abordagem foi feita para a apresentação das diferentes fibras utilizadas na confecção de têxteis, tal como algodão, linho e seda.



Figura 1. Painel “Todas las fibras”, exposição permanente “Área Didática” do Museu do Traje (ES). Detalhe sobre a seda: origem, fibra, fios, tecido, odor (este dispositivo existe para quatro das fibras apresentadas. Entretanto, não se percebia a profusão de odores ao carregar no botão (pode estar avariado ou desligado). Fonte: Foto-Notas de Campo | Arquivos da Investigação, 22/11/2011 (autorizado no balcão de informações)

Já o paladar não é um sentido explorado em exposições deste tipo, nem mesmo em parcerias temáticas entre a ação expositiva e o espaço gastronômico das instituições (quando possuem este serviço).

Conforme Marriott (2014) os museus estão hoje inseridos junto aos entretenimentos quanto a escolha do uso do tempo livre das pessoas. Assim, faz-se necessário pensá-los por todos os seus serviços (Kotler, Kotler, and Kotler 2008) o que ultrapassa, em uma primeira análise, a razão de ser estas instituições. No entanto, por este ponto de análise, não seria despropositado pensar em uma expansão da experiência museológica por uma exploração da temática expositiva por outras vertentes. Assim, tudo o que for possível conciliar é relevante para a atratividade e potencial financeiro a fim de se ganhar autonomia.

2.1.3. TATO

Ao entender que o corpo é um meio de cognição, pode-se pensá-lo por sua percepção sensitiva do toque, pela sensação superficial que a pele capta de texturas, volumes, pesos, temperaturas ou conforto dos materiais, entre outras coisas.

Por essa abordagem o MT-CIPE é o museu que mais oportunidades oferece ao visitante, seja em sua “Área Pedagógica” ou outras ações que exploram esta capacidade de aprendizado. Por exemplo, são dispostos diferentes têxteis para serem percebidos em sua composição e estrutura (figuras 1 e 2), trabalham com visitas guiadas pelo estímulo do toque e, mais atualmente foi feita a concepção de réplicas para serem tocadas (EuropeanaFashion 2013).



Figura 2. Totem “Todas las telas”. Amostra de tramas e interação por lupa com visualização em ecrã (imagem de brocado).
Fonte: Foto-NC|AI, autorizado no balcão de informações

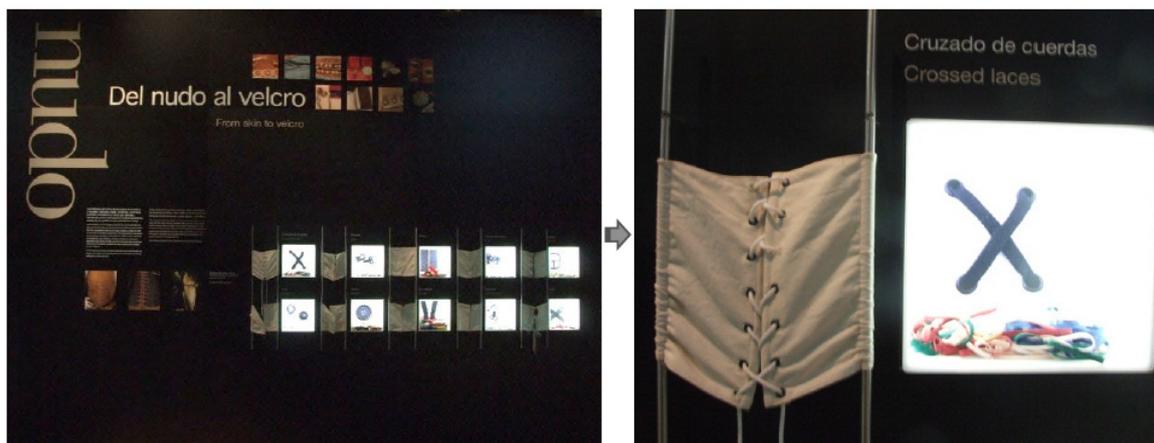


Figura 3. Painel “Del nudo al velcro”, em detalhe a primeira amostra: Cruzamento de cordas. Este painel (9) expõe de maneira muito objetiva dez diferentes maneiras de fazer fechamentos em objetos de vestuário, seja por cruzamento de cordas, imã, presilhas, botões, velcro, zíper, colchete, fivela ou laço. Apresenta caixas iluminadas com amostras dos aviamentos utilizados, a imagem ampliada e uma amostra de tecido com as respectivas aplicações para serem testadas pelos visitantes. Fonte: Foto-NC|AI, autorizado no balcão de informações

Uma outra exposição que deve ser dada como exemplo a ações que exploram esse sentido como meio de compreensão do objeto foi a “Yohji Yamamoto” (V&A, Março-Julho/2011), curadoria de Ligaya Salazar. Nesta as pessoas podiam tocar os objetos expostos em uma total ruptura da formalidade museográfica. Deve-se considerar que estes eram objetos contemporâneos e esta permissividade não era explicitamente comunicada, ao que o entendimento desta possível ação vinha muito mais da observação aos visitantes que já estavam em contato com os objetos. No entanto, conforme verificado *in loco*, visitantes mais desinibidos tiveram de ser contidos pelos seguranças com o alerta que o toque deveria ser mais “superficial”. O V&A também faz uso de objetos (réplicas e outros) para serem tocados em suas exposições permanentes. No entanto, essas ações não são encontradas na Galeria de Moda (sala 40), o que, segundo a curadora Oriole Cullen, não seria possível devido ao grande fluxo de visitantes na respectiva sala. Segundo Cullen esse tipo de ação acarretaria filas de visitantes frustrados e uma grande manutenção dos elementos de interação, o que seria dispendioso (Norogrande 2012np3). É possível concordar com a análise de Cullen, pois é perceptível o grande fluxo de pessoas e cada situação exige táticas de comunicação condizentes. Entretanto, há outras realidades, posicionamentos e estratégias que incitam uma abordagem mais interativa com os públicos, conforme é feito em outras galerias do próprio museu.

Também como meio de cognição o corpo pode ser utilizado como suporte, ou seja, a roupa pode ser vestida e assim compreendida em uma de suas funções. Somente por este contato, quando o corpo é inserido no objeto, a dimensão cognitiva pode ser alargada a fim de comunicar outras realidades. E assim, chega-se a uma das dificuldade expositivas, onde um modelo de apresentação contemplativa pode não ser suficiente para fornecer a dimensão cognitiva intrínseca ao objeto.

Esta forma de entender a relação da moda com o corpo e da necessidade que há em vivenciar as sensações que o corpo é confrontado diante de, e em trajes é uma realidade creditada por pesquisadores (Jacoba de Jonge in Godtsenhoven 2012, 10; Rodrigues and Canabrava 2012) e por instituições de ensino de moda ao (1) colecionarem objetos para fins educacionais – Kent State University, Fashion Institute of Technology, Universidade Federal do Rio de Janeiro, entre outros –, ou (2) reproduzirem peças para serem vestidas por alunos (Rodrigues and Canabrava 2012).

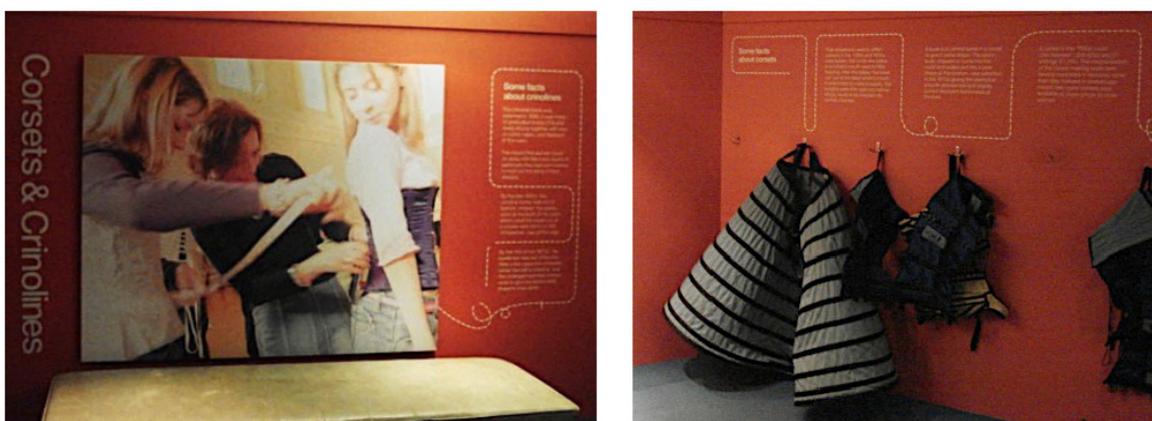


Figura 4. Imagens da sala com objetos para vestir no Fashion Museum (Bath, UK). Fonte: NC|AI, 04/06/2011

Taylor (2004) há dez anos atrás já ressaltava que na história da moda o aspecto relacionado ao vestir é frequentemente negligenciado. O que significa que a relação do objeto com o corpo físico e psicossocial acaba por não receber grande espaço nas narrativas. Somente a “Área pedagógica” do MT-CIPE (ES) e em uma seção entre exposições no Fashion Museum (UK) apresentavam alguma possibilidade desta relação cognitiva ao grande público. Como óbvio, aos letrados na história da moda, o espartilho e a crinolina são os objetos escolhidos para

este tipo de interação, pois, mesmo que não sejam bem feitos ou colocados de maneira correta, já apresentam uma grande mudança à percepção corporal que se tem na atualidade. Ao vestir estas roupas, tem-se a dimensão do traje, o limite e expansão desta estrutura de texto.

Assim, com o corpo submerso a um conceito materializado da cultura, opera-se um entendimento mais amplo da ação do objeto, tanto no corpo físico como, conseqüentemente, no corpo psicossocial. Esta é também uma questão que o corpo e a indumentária impõem, pois para além de suas características materiais há todo um contexto imaterial relacionado e, assim, existem conexões emocionais com os objetos – no caso dos objetos indumentários, as experiências e conexões são, literalmente, parte de uma segunda pele.

2.2. IDENTIDADE

Esta outra forma de ver a questão do corpo, e da moda, traz uma abordagem mais psicossocial e cultural. Pois, principalmente neste caso, considera-se a moda como comunicação, assim existe uma relação pública e privada que pode ser imposta ou desejada e, conseqüentemente sentida. Neste caso, não é sentida somente pelo corpo, mas é por meio deste que a relação do âmagô e do papel ou da imagem social são vivenciadas.

Por essa relação, Silvia Munõz Ventosa, conservadora do DHUB-MTI (ES), explica um pouco das escolhas feitas para a exposição “El Cuerpo Vestido”, na qual em todo o seu percurso haviam espelhos para que o visitante fosse sempre confrontado com a sua imagem corporal junto da imagem histórica que visitava, em uma dinâmica de identificação e estranheza (Norogrande 2011np1). Além disso, quando os manequins são expostos sem as roupas, “nus” em suas deformações, com apliques ou deslocções, faz-se uma contradição, é quase como se não fosse a moda a ter criado essas alterações desveladas do corpo.

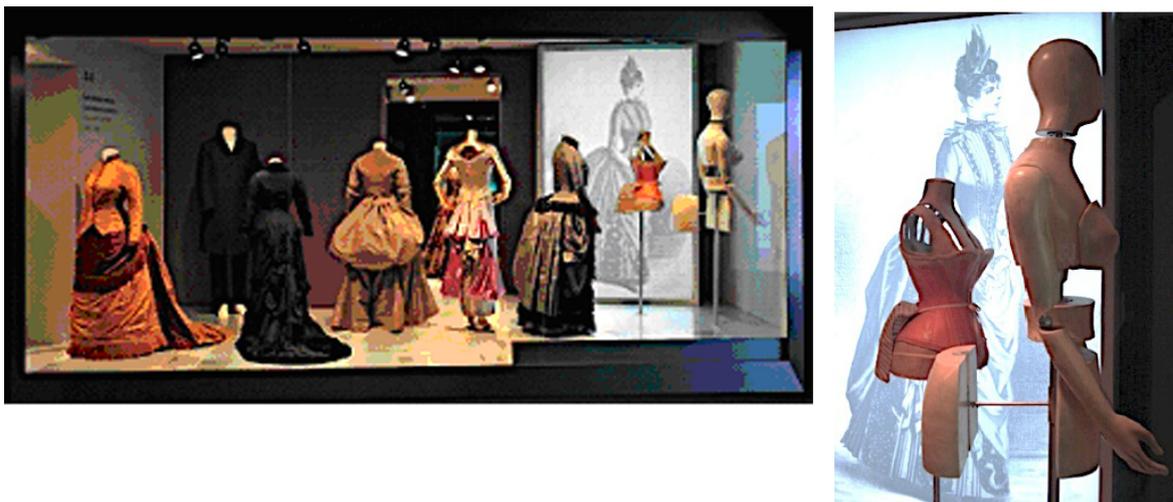


Figura 5. Vitrine da exposição “El Cuerpo Vestido” (2008-2012). Museu Tèxtil i d’Indumentària, Barcelona, Es. Fonte: NC|AI

Ao pensar nesta “identificação”, em “imagem”, “moda”, “mulher” (a considerar que as exposições recaem sobre objetos femininos) não é possível ignorar a história e a atualidade social da distinção de gêneros. Ao que, apesar de terem passado muitos anos desde a libertação e igualdade de direitos, o corpo da mulher ainda não é patrimônio livre de sua própria vontade e existe uma disseminação de imagem padrão. É este padrão de beleza que torna-se o ícone almejado, é sacralizado, bravamente buscado e posteriormente patrimonializado. As medidas de cintura das fichas do catálogo de coleções patrimoniais demonstram isso. No entanto, sabe-se que muito do que se tem de história é por uma vertente narrativa, ou algumas, mas certamente não todas, e, ao que parece, não daqueles que não tinham “valor simbólico”.



Figura 6. Entrada “El Cuerpo Vestido” (2008-2012).
Museu Tèxtil i d’Indumentària, Barcelona, Es. Fonte: NC|AI

A história da moda tem sido escrita de maneira cronológica e euro-centrista. Na atualidade já existem outras histórias, as capitais da moda aumentaram em quantidade e amplitude geográfica, mas a diversidade é muito maior. Isso quando não pasteurizada por marcas “globais”. Conforme Norogrande and Heinzelmann (2011) a publicidade de moda não reflete as mulheres, ou pelo menos pode-se afirmar que impõem através da Revista Vogue, uma das mais importantes referências no universo de moda, (entre outras), uma visão fruto de pós-colonialismo (Norogrande 2011b). Conforme Rita Freire (Pueblos-Revista 2014), a publicidade em geral nem ao menos representa as mulheres como agentes ativos da sociedade, muito menos é possível haver identificação corporal. Sem fugir muito disso, o que existe na sociedade como discurso sacralizado por atribuição de valor simbólico é refletido nas narrativas museológicas, e antes nos processos de patrimonialização – inventário.

Por esta reflexão quer-se dizer que, para além de outras coisas, não há manequim gordo nem roupa de pobre. Mas isso se deve ao fato da moda só vestir gente magra, jovem e rica. Será?

Os museus temáticos devem estar inseridos no tema que trabalham, mas não deveriam eles também questionar este tema ou o sistema em que este tema está na contemporaneidade? Um rebater de conceitos e sacralizações parece

ignorar um conjunto de situações psicossociais, econômicas e culturais que não são totalmente relegadas pelo mercado, mas que este não faz uso delas como imagem. A fugir um pouco disso pode-se dar o exemplo da coleção de calçados “Les Nudes” (2013) de Louboutin, renomado designer de calçados que trabalha o apelo estético e sensual dos objetos. Esta coleção foi exposta em Julho de 2014 no novo espaço do V&A, The Rapid Response Collecting Room, uma sala concebida para apresentar de maneira muito breve e imediata peças típicas do design assim que elas sejam lançadas ou divulgadas.



Figura 7. “Les Nudes” em vários tons. Coleção de calçados de Christian Louboutin expostos na Rapid Response Collecting Room, V&A (UK)

Segundo a curadora do museu para produtos de design contemporâneos, Corinna Gardner, estes sapatos contam uma história global, “eles sinalizam mudanças na economia mundial e na forma em que os consumidores estão localizados e quem eles são” (Marriott 2014). Para entender melhor este exemplo é preciso falar de tendência de moda. O termo “nude” é usado para descrever uma cor: significa nu, mas nu de quem? Esta cor, na tendência de moda, está relacionada a um bege claro, relativo ao tom de pele branca, suavemente corada! A tendência fala em vestir-se de sua nudez, o sapato desaparece e fica somente o prolongamento das pernas. Louboutin ganhou destaque por dar cor a nudez de diferentes mulheres, pois para muitas era impossível seguir a moda ao vestirem a “pele” de outra.

As exposições “Daywear- 20th century” e “Top Trends” do Fashion Museum são as únicas que exploram manequins mais “humanos” e como tal trazem para as vitrines uma diversidade de biótipos, além de explorarem a historicidade nos estilos de roupa em conjunto com os estilos de cabelo, maquiagem e estética corporal. As outras exposições não exploram seus manequins da mesma maneira, a maioria faz uso destes como suportes a não interferirem na percepção do conjunto como um elemento a ser compreendido. Há mesmo aqueles que exploram a exclusão do suporte, tornando-o invisível.



Figura 8. Composição museográfica. Produção dos manequins da exposição “Daywear - 20th century” (anos 60/70) e “Top Trends. Spring Summer 2011” do Fashion Museum, Bath, UK. Fonte: NC|AI, 04/06/2011

Estas questões de diferenças entre pessoas, seja por razões socioculturais ou mesmo por biótipo, deficiência ou adequação do corpo em padrão de beleza estabelecido é ainda recente para a própria moda. Apesar desta fazer uso de mudanças e contradições, pouco foge a conceitos e padrões consagrados em uma disseminação de imagem ao consumo de massa. Conforme estudos anteriores, quanto ao processo de inventário dos museus (Norogrando 2011a), pode-se verificar que muito do que é considerado de valor no sistema de mercado acaba por permanecer com este atributo quando é averiguada a sua integração a uma coleção patrimonial. No desenvolvimento de uma exposição o museu faz uso dessa coleção, por vezes com empréstimos, e assim, muito do que será comunicado acaba por, inevitavelmente, passar por este filtro de valor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Breward a “moda atualmente ocupa a posição central no entendimento popular de cultura moderna”, assim, “define o teor da vida urbana como nenhum outro meio visual” (Breward 2003, 9). Desta forma, a moda, como cultura material também é identificada como cultura visual. Como afirma Barnard (1998) é no contexto de moda e roupas onde mais obviamente é percebida a construção e comunicação de uma identidade cultural e social, pela utilização de diferentes estilos, cores, cortes, texturas e tecidos. Além do que, é “barata o suficiente para quase todos a pagar” (Barnard 1998, 149).

Quando um designer desenvolve um produto, para além das preocupações com o processo de produção, há de entender diretamente como o objeto é inserido no contexto para o qual está sendo desenvolvido e como será sua manipulação pelos usuários. Assim, por uma visão muito mais próxima a posição de designer do que a de historiador, entende-se que as pessoas percebem melhor uma história quando esta é trazida mais próxima de suas “estratégias interpretativas e repertórios” (Hooper-Greenhill 2000, 3). Desta maneira, nada mais condizente do que a produção de opções narrativas onde a interação com determinadas situações seja considerada. Neste sentido, acrescenta-se à história da moda e às narrativas patrimoniais uma visão mais próxima à vida dos seus objetos em algumas de suas fases, sendo que, para que seja realmente alargada a narrativa, é necessário considerar o sentimento. Ou seja, vestir a roupa, incluir na narrativa a compreensão e repertório de quem veste, pois a moda sem gente é uma outra coisa.

Por tudo isso moda faz parte da cultura visual, do patrimônio da cultura material e também da cultural imaterial, conjuga em si mais de uma apreciação, é constituída por seu aspecto visual e compreendida por meio da visão, mas também é compreendida pela pele, pelo corpo em movimento e pelo envolvimento com contextos e emoções. A ação de ver sem tocar incita imaginação, mas o conhecimento sobre algo não é igual a experiência que se tem com este.

BIBLIOGRAFIA

- Barnard, Malcolm. 1998. *Art, Design and Visual Culture*. New York: St. Martin's Press.
- Beward, Christopher. 2003. *Fashion, Oxford History of Art*. Oxford: Oxford University Press.
- Casa-Nova, Maria José. 2009. "Etnografia e produção de conhecimento. Reflexões críticas a partir de uma investigação com ciganos portugueses". In *Coleção Olhares*. Lisboa: Alto Comisariado para a Imigração e Diálogo Intercultural.
- Clifford, James. 2007. "Quai Branly". In *Process. October* (3-23).
- EuropeanaFashion. 2013. *You Can Look and You Can Touch Too*. Edited by EuropeanaFashion. Blog Europeana Fashion: Europeana Fashion.
- Falk, John H., and Lynn D. Dierking. 1992. *The Museum Experience*.
- Flick, Uwe. 2005. *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Translated by Artur M. Parreira. Lisboa: Monitor.
- Flick, Uwe. 2009. *Introdução à pesquisa qualitativa*. Translated by Joice Elias Costa. 3 ed. Porto Alegre: Artmed.
- Godtsenhoven, Karen Van. 2012. "Living Fashion. Portrait of the Collector Jacoba de Jonge" In *Living Fashion: Women's Daily Wear 1750-1950. From the Jacoba de Jonge Collection*, edited by Jacoba de Jonge, Madelief Hohé, Wim Mertens, Rosalie Sloof, Frieda Sorber and Karen Van Godtsenhoven. MoMu Antwerp: Lannoo.
- Hooper-Greenhill, Eitean. 2000. *Museums and the Interpretation of Visual Culture, Museum Meanings*. London: Routledge.
- Horsley, Jeffrey. 2014. "An Incomplete Inventory of Fashion Exhibition Since 1971." In *Exhibition Fashion: Before and After 1971*, edited by Judith Clark and Amy de la Haye (169-245). Yale.
- Jaccoud, Mylène, and Robert Mayer. 2008. "A observação direta e a pesquisa qualitativa." In *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*, edited by Jean Poupart, Jean-Pierre Deslauriers, Lionel-H. Groulx, Anne Laperrière, Robert Mayer and Álvaro Pires (254-294). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Jones, Caroline A., and Peter Galison. 1998. *Picturing Science Producing Art*. New York, London: Routledge.
- Kotler, Neil G., Philip Kotler, and Wendy I. Kotler. 2008. *Museum marketing and strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. 2º ed. San Francisco: Jossey-Bass.
- Lord, Barry, and Gail Dexter Lord. 2002. *The manual of museum exhibitions*. Walnut Creek: Altamira Press.

Macdonald, George F. 1992. "Change and challenge: Museums in the Information Society." In *Museums and communities: the politics of public culture*, edited by Ivan Karp, Christine Mullen Kreamer and Steven D. Lavine (158-181). Washington, London: Smithsonian Institution Press.

Manzini, Eduardo José. 2004. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. *Seminário Internacional sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos, 2, A Pesquisa qualitativa em debate*. CD-ROOM. ISBN: 85-98623-01-6. Disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2012/03/MANZINI-Jos%C3%A9-Eduardo-Entevista-semi-estruturada-An%C3%A1lise-de-objetivos-e-de-roteiros.pdf>.

Marriott, Hannah. *Les Nudes: how high heels in a variety of skin tones became museum pieces*, 08/07/2014 2014. Disponível em: <http://www.theguardian.com/fashion/2014/jul/08/les-nudes-skin-tones-v-and-a-christian-louboutin-high-heels-controversy> (07/08/2014).

Mattos, Carmen Lúcia Guimarães de. 2001. *A abordagem etnográfica na investigação científica*.

Norogrande, Rafaela. 2011np1. Entrevista concedida por Silvia Munõz Ventosa, conservadora do Museu Têxtil i d'Indumentària, em 26/05/2011. Biblioteca do Dissey Hub Barcelona, Barcelona, Espanha.

Norogrande, Rafaela. 2012np3. Entrevista concedida por Oriole Cullen, curadora do Departamento de Moda do Victoria and Albert Museum, em 15/10/2012. Member's Room, V&A, Londres, Inglaterra.

Norogrande, Rafaela. 2014a. Fashion Exhibition|Exposições de MODA. In *i-material|moada.museu.cultura.sociedade.patrimônio.humanidade*. Wordpress. Disponível em: <http://norogrande.wordpress.com/2014/06/12/fashion-exhibition-exposicoes-de-moda/>.

Norogrande, Rafaela 2011a. *Como é formado o patrimônio cultural. Estudo museológico em Portugal na temática Traje/Moda*, Departamento de Ciências da Vida, Universidade de Coimbra, Coimbra.

Norogrande, Rafaela 2011b. "Retazos de la mujer latinoamericana". In *Culturas y mestizajes ibero-tropicales*, edited by Ángel B. Espina Barrio (420-439). Recife: Massangana- Fundación Joaquim Nabuco-SIAA.

Norogrande, Rafaela, and Fernanda Lyrio Heinzelmann. 2011. "Narrativas do desejo, comoditização do ser". In *Anais do 7.º Colóquio de Moda*. Maringá.

Pink, Sara. 2004. *Doing visual ethnography: Images, Media and Representation in Research*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Plowman, Tim. 2003. "Ethnography and Critical Design Practice". In *Design Research. Methods and perspectives.*, edited by Brenda Laurel (30-38). Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press.

Pueblos-Revista. 2014. *Mujeres Brasileñas: Del icono mediático a la realidad*. edited by Pueblos - Revista de Información y Debate: YouTube.

Rodrigues, Mariana de Faria Tavares, and Renata Canabrava. 2012. *Revolvendo a história: a reprodução de modelos do passado para o ensino de moda*. Paper read at 8º Colóquio de Moda, at Rio de Janeiro.

Saldaña, Johnny. 2009. *The Coding Manual for Qualitative Researches*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage.

Stake, Robert E. 2005. *Investigación con estudio de casos*. 3 ed. Madrid: Morata.

Taylor, Lou. 2004. *Establishing dress history*. Manchester: Manchester University Press.