4º Colóquio de Moda – Feevale Novo Hamburgo/RS
Proposta de Comunicação

Considerações iniciais sobre Moda e Memória
Initial Considerations on Fashion and Memory

Rosane Preciosa - Universidade Anhembi Morumbi
rpreciosa@uol.com.br
Suzana Avellar - Centro Universitário Belas Artes de São Paulo
suavelar@uol.com.br

RESUMO

Invocar a memória, saboriar lembranças, a todo momento, despertadas pela extensa lista de objetos *vintage*, postas em circulação, e que já compartilharam conosco uma história em comum, passou a ser uma prática mercadológica bastante recorrente, centrada na identificação, na emoção que esses objetos suscitam. Enfim, ritualiza-se o passado, volta-se ao "antigo", mas agora com um dado novo: pelas mãos das mais novas tecnologias, aplicadas à confecção desses produtos.

Mas a memória revisitada por novos aparatos tecnológicos não desencadeariam na subjetividade outras composições sensíveis, repercutindo na imaginação e na vida de todos nós? O que significa falar de passado, memória, lembranças, em tempos digitais?

Busca-se nesse artigo indagar essa intensa reabilitação do passado e da memória, tomando como pretexto para essa discussão a coleção "A Loja de Tecidos", do designer de moda brasileiro Ronaldo Fraga, apresentada em janeiro deste ano (2008), na São Paulo Fashion Week.

Palavras-chave: moda, passado, memória, tecnologia, subjetividade, mercado

ABSTRACT

Invoking memory, savoring mementos all the time, awaken by the long list of vintage objects, displayed out and already sharing a story in common with us, has become a rather recurring marketing practice, centred on the identification, on the emotion such objects rouse. After all, the past is ritualised, one returns to the "ancient" but, now with a new element: by the hands of the latest technologies applied to the manufacturing of these products.

But wouldn't the memory revisited by new technological devices break out in subjectiveness other sensitive compositions, reverberating in the imagination and life of us all? What does it mean to talk about the past, the memory, mementos, in digital times?

This article intends to question the intense rehabilitation of the past and the memory, taking as pretext for this discussion the collection " A Loja de Tecidos", by Brazilian fashion designer Ronaldo Fraga, presented in January this year (2008) at São Paulo Fashion Week.

Key words: fashion, past, memory, technology, subjectiveness, market

"Certamente seria absurdo querer voltar atrás para tentar reconstituir as antigas maneiras de viver. Jamais o trabalho humano ou o habitat voltarão a ser o que eram em poucas décadas, depois das revoluções informáticas, robóticas, depois do desenvolvimento do gênio (sic) genético e depois da mundialização do conjunto dos mercados"

(Félix Guatari – As Três Ecologias)

Antes de mais nada, é preciso dizer que este texto encontra-se em construção. Para nós, apresentar essa primeira versão, no Colóquio de Moda, nos pareceu uma ótima oportunidade de compartilhar este processo, sabendo que é um privilégio poder contar com todos vocês aqui reunidos, para discutir conosco as idéias que iremos apresentar.

Entre tantas possibilidades que nos são oferecidas atualmente para compreender os fenômenos da sociedade globalizada nesse início de século XXI, consideramos a Moda como um notável documento da cultura contemporânea.

Uma questão que vem sendo cada vez mais enfatizada é a chamada moda retrô e, até mesmo, em consequência dessa, uma outra, considerada retrofuturista. A princípio, essas tendências parecem tratar do tempo passado e/ ou futuro, mas o que realmente está em questão é nossa existência presente.

Nesse contexto é que introduzimos, como matéria de reflexão, a coleção Loja de Tecidos de Ronaldo Fraga, na 24a. edição da SPFW, ocasião em que o designer de moda comemora sua 25a. Coleção. No release que acompanhava o convite, imediatamente percebemos que palavras como memória, lembranças, recordações, seriam as protagonistas deste desfile. Essas palavras-chave despertaram nossa atenção, por isso decidimos ir atrás de outras pistas, na tentativa de buscarmos entender melhor uma série de discursos "nostálgicos" que circulam cada vez mais entre nós, fazendo apelo a um tempo possivelmente mais pleno, mais autêntico de nós mesmos, seja em termos individuais ou coletivos. Nesse sentido, Ronaldo Fraga, e sua coleção "Loja de tecidos", passou a ser para nós um estímulo para pensar.

Como somos duas a escrever, desnecessário dizer que cada qual busca se apropriar do que mais de perto se comunica com seu próprio campo de investigações. Suzana aqui comparece com suas inquietações sobre a Moda e sua interface com as tecnologias digitais, e eu continuo às voltas com os modos de subjetivação contemporânea e suas implicações na existência de cada um de nós.

"A Memória é meu Playground"

No site Chic, de 17/01/2008, lê-se: “A memória é meu playground”. O contexto dessa afirmação é o próprio Ronaldo passando a limpo as suas 25 coleções, mergulhando em suas memórias afetivas que o fizeram trazer à tona sua “Loja de Tecidos”.

Em outro veículo, o blog de Iesa Rodrigues, ele comenta que “investiga um universo em extinção (...) com certeza em pouco tempo a loja de tecidos será coisa do passado. E já hoje, no lugar das preciosas fazendas, quinquilharias chinesas ocupam as prateleiras mudas sem alma, expulsando para o esquecimento o exercício da autonomia sob o próprio corpo na escolha do tecido e do feitio prontos para o batizado, a formatura, o casamento e a festa”. E acrescenta: “ A loja de tecidos era um espaço onde as pessoas ainda tinham um pingo de autonomia na construção do personagem”. Ele evoca também a atmosfera das lojas de tecido: “o cheiro emanado do corte do algodão e do linho ou o emocionante barulho empapelado do tafetá no ar, junto a fitas métricas com os números quase apagados (...)”.

Esta coleção revisita, em suas estampas, outras coleções anteriores. Sobre elas, recolhemos as seguintes informações, ainda no site Chic: “Chegava nas cidades e perguntava aonde eu encontraria a loja mais tradicional de tecidos. Em Recife, encontrei uma loja antiga, chamada “A Brasileira” e por lá fotografei estantes com tecidos empilhados”, (...) a pilha se tornou uma estampa muito gráfica e de efeito, onde Ronaldo alternou as cores”. Ronaldo se utiliza de um recurso metalinguístico, viabilizado pela fotogafia digital: as pilhas de tecido fotografadas viram estampas, que serão impressas nos tecidos da coleção.

O convite do desfile, no caso de Ronaldo sempre gera uma expectativa à parte, era uma boneca de papel, envolta em um tecido, acompanhada do release da coleção, que vinha impresso numa cartela de tecidos, como se tivesse sido escrito de próprio punho, como se a forma cursiva da escritura não se deixasse macular pelo aparato digital que a confeccionou.

No backstage do desfile, a surpresa final, preparada por ele e Agnes Vascanovsky, artista plástica e amiga do designer: um lambe-lambe instalado, para que as pessoas pudessem escolher seus “looks”, a partir da seleção de peças das várias coleções do designer. Cada uma de nós, à semelhança das bonecas de papel, que costumávamos colecionar na infância, “brincaria” de mudar de roupinha. A proposta renovava um ritual que as meninas de gerações mais recentes desconhecem, ou tem notícias através dos relatos de suas mães, tias, madrinhas.

Como se pode ver, por tudo que foi descrito, Ronaldo, com esmero, recriou toda uma cena iconográfica passadista para, não só recapitular sua própria trajetória, já que celebrava suas 25 coleções, como também construir um discurso, ou seja, produzir sentido sobre memórias, lembranças, afetos, em um tempo que “madrastamente” nos forçaria a prosseguir em frente, levando de roldão nossas caras histórias pessoais. E o que seriam essas nossas histórias pessoais, nossas caras lembranças?

No entrelaçamento entre a roupa que vestimos e as nossas próprias lembranças de vê-la em movimento, interagindo no espaço, ensejando sociabilidades, emergem muitas histórias, não apenas nossas, mas sobretudo de um tempo, de uma data, de um lugar, de pessoas coexistindo naquele lugar, vivendo um certo tipo de vida. Logo, lembramos de nós como documento de um tempo. Atravessados que somos por fluxos incessantes de acontecimentos, as lembranças que guardamos das coisas não páram de se alterar. Essa entidade a que chamamos passado existe como uma revisitação incessante, sempre editada, sempre pronta a anexar novas lembranças disparadas pelo presente, que nos conduz. O curioso disso tudo é que, apesar de cada passado levar um nome e um sobrenome, a garantia de que estamos vivos, ele é sempre abertura para uma multidão de coisas, seres, lugares, afetos. Enfim, nunca estamos sós em nossas rememorações. Não existimos apenas em nós mesmo.

"(...) É preciso desconfiar quando a nostalgia vira moda"

Na medida em que fomos reunindo todas essas informações em diferentes sites, algumas perguntas foram passando pela nossa cabeça. A primeira delas, e a mais ampla, é que papel desempenha a memória no contemporâneo? Do que precisamos lembrar, o que devemos esquecer?

A frase que lemos acima é do Filósofo Charles Feitosa, prof. da pós-graduação em artes Cênicas da Unirio – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Peguntado sobre o que o olhar para o passado tem de bom ou de ruim, ele responde: "A vantagem de olhar para o passado é a oportunidade de compreender e experimentar esse passado como "nosso". Isso parece óbvio, mas não é. Em geral tendemos a olhar para a história como um processo em que não temos nehuma participação. (...) Olhar para o passado ajuda a lembrar que somos também a nossa história. (...) É preciso desconfiar quando a nostalgia vira moda. **Supervalorizar a memória pode, às vezes significar falta de perspectivas para o futuro".** [1]**(o grifo é nosso)**

Vivenciamos uma lógica compartimentada de presente-passado-futuro, em tempos em que o presente se alargou e o futuro é extremamente incerto ou imediato. O que estamos presenciando é uma mudança dessas idéias e que, como em toda mudança extrema, a angústia do sujeito se faz gritante.

Nesse sentido, o espaço mais seguro que temos hoje é o da memória. Numa época permeada de incertezas, nos voltamos para aquilo que está mais ao nosso alcance, o nosso mundo particular, o nosso passado, cujo acesso se dá através das tecnologias digitais. São elas exatamente que possibilitam novas reconstruções desse passado – da maneira que mais nos agrade, que nos conforte.

---

[1] **http://www.polichinello2004.blogger.com.br/2008_02_01_archive.html**

> "Os parques temáticos, os museus contemporâneos e toda a indústria do patrimônio histórico se comprometem com essa sensação de que está se recriando um lar que nos leva de volta ao passado vivenciado de forma ficcional.... reviver a descrença e reviver a ficção (...) Isso faz o indivíduo reviver a própria memória. Isso tudo para recuperar um 'ligar perdido'" (Featherstone, 1997:135).

No entanto, não se acessa o passado da forma que foi: ele sempre aparece atualizado, ou melhor, necessariamente contaminado pelas lógicas do presente. E isso se evidencia claramente na Moda, pois em determinadas práticas lida com o presente, mas agora associando-se a um passado, cujas lembranças remetem a vivências reconfortantes. A nostalgia, então, converte-se em mais um objeto de consumo, que deve ser constantemente renovado. E esse é o estratagema de que o mercado vai lançar mão, a mercantilização da memória. Para suportar um presente cada vez mais complexo, reabilita-se afetivamente o passado.

Curioso passado este incapaz de nos proteger do sentimento do desconforto que experimentamos nos vários planos entrelaçados de nossa vida: pessoal, social, política e econômica. O passado, que conclamamos, não é exatamente aquele que, revisitado, nos transmitiria outros possíveis de nossa própria existência, inventando outros enredos. Ele comparece, conforme as palavras de Gilles Lipovestky "(...) renovado, reciclado, mas ao gosto de nossa época, explorado com fins comerciais". (Lipovestky, 2004:89).

Invocar a memória, saboriar lembranças, a todo momento, despertadas pela extensa lista de objetos *vintage* ("rotulados como autênticos", segundo Lipovestky), postos em circulação e que compartilharam conosco uma história em comum, passou a ser uma prática mercadológica bastante recorrente, centrada na identificação, na emoção. "Cada vez mais, as empresas fazem referência a seu passado, explorando seu patrimônio histórico, divulgando-o, lançando produtos de cunho saudosista que revivem os tempos de antanho". (Lipovestky, 2004:88).

Enfim, ritualiza-se o passado, volta-se ao "antigo", mas com um dado novo: pelas mãos das mais novas tecnologias, aplicadas à confecção desses produtos. Basta ver a inumerável lista de objetos comercializáveis que trazem um "Visual retrô com alma digital". Aliás, esse é o nome da seção de compras da revista digital www.revistadasemana.com.br. Nela, vemos pen-drives em forma de Lego, uma Rolleiflex, versão digital, e uma minicaixa de som para Ipod, cujo design remonta à década de 80.

De fato, as novas tecnologias apontam um universo de possibilidades, que cobrem desde a coleta de informação até o maquinário utilizado para a produção, e alcançando as pesquisas de ponta em laboratório que preparam um futuro próximo, futuro esse que tanto pode estar ligado a inovações tecnológicas no cotidiano como a imagens paradigmáticas apresentadas por algumas criações de

moda.

Confeccionando outros enredos

Certamente que achamos interessante, fundamental mesmo, desmanchar a idéia de que a cada coleção o estilista nos apresentaria sua "última novidade", aquilo que Ronaldo cunha de "histeria do novo". Reabilitar coleções anteriores, dialogar com elas, é um saudável exercício estilístico para qualquer designer. Aliás, essa tem sido uma prática recorrente no processo de criação do designer belga Martin Margiela, que não só revisita suas coleções, bem como já chegou a construiu roupas a partir de elementos descartados, usados.

No entanto, não nos parece que investir em qualquer espécie de imaginário que ecoe algo do tipo "os bons e velhos tempos" seja uma solução diante de um contemporâneo que nos exige, cada vez mais, que possamos sintonizar as transformações em curso, de forma a projetar formas adequadas de pensar esse tempo presente, para nele intervir. E isso é urgente.

Retomemos o press release do desfile: nele, o designer contrapõe um mundo que não pára de mudar o tempo todo, por isso mesmo, incapaz de armazenar memórias que nos dêem amparo, e um outro, apresentado através da loja de tecidos, representante de um tempo pleno de histórias, afetos e estímulos sensoriais, que teriam se perdido.

Ainda por informações colhidas em sites, tomamos conhecimento de que Ronaldo Fraga pretende montar uma banca de tecidos em suas duas lojas, a de Belo Horizonte e a de São Paulo. Nelas venderá cortes de fazenda acompanhados de croquis exclusivos para cada cliente. Imediatamente pensamos, e o próprio designer sinaliza isso, nas lojas de tecidos com seus cortes e estilistas, ou ilustradores de moda, de plantão com seus rápidos croquis, sugerindo às clientes que formas, cores e tecidos usar. No entanto, ainda que essa experiência envolvesse um diálogo privado entre esssa duas partes, não podemos nos esquecer que este atendimento era público, feito no meio da loja, e, portanto, compartilhado por todos que ali estivessem. E não raro havia, no meio desse atendimento, várias interferências vindas da parte de outras clientes, com suas interjeições de aprovação ou desaprovação, sugestões, questionamentos. Aquele momento era sobretudo uma ocasião para um bate-papo informal sobre a moda e seus usos. Ali, a moda era praticada não solitariamente, mas compartilhada. Compartilhavam-se gostos, cores, experiências num espaço social. Eram experiências coletivas.

Hoje, uma banca com cortes e croquis exclusivos talvez seja apenas isso: uma tentativa de reencenação de algo, cujas práticas ali envolvidas inexistem. " Embora o antigo possa causar furor, não tem mais o poder de organizar coletivamente os comportamentos" (Lipovestky, 2004, p.90). O passado, para Lipovetsky, não estrutura mais nosso cotidiano.

E o que dizer das "memórias" tangibilizadas em tecidos, a partir de técnicas que resultam em produtos novos, porém "rasgados, desbotados, lixados, desfiados, manchados, ralados"? Trata-se de

memórias inventadas, em roupas desprovidas de estória, ou, melhor dizendo, que já vêm com suas estórias e memórias prêt-à-porter para serem consumidas.

Mudamos, e diante dessa irremediável afirmação, nos perguntaríamos: que forças do passado desejamos fazer ecoar, que possam intervir em nosso presente, cada vez mais sujeito à comercialização de modos de vida? Decerto não um fragmento qualquer de passado que nos sirva de consolo e alívio para nossa total ignorância diante de um presente que se impõe de forma brutal, e por isso mesmo requer de nós outros modos de cartografá-lo e de pensá-lo, de modo a buscar saídas menos programadas para nossa existência.

Para Ronaldo, as quinquilharias chinesas já vêm ocupando a prateleira, que antes fora a dos tecidos E suas lojas já são hoje matéria de esquecimento. " A loja de tecidos era um espaço onde as pessoas ainda tinham um pingo de autonomia na construção do personagem".

Concordamos que um pedaço de tecido pode operar milagres, inventar estórias, sobretudo subverter modelos. Talvez seja possível inventar uma analogia entre a Loja de Tecidos e a leitura de certas Obras Clássicas, usando como pretexto um livro de Ítalo Calvino, intitulado " Por que ler os clássicos". Calvino faz uma pergunta que, ao olhar de hoje, nos parece capital? " De onde eles [os livros] estão sendo lidos? Caso contrário, tanto o livro quanto o leitor se perdem numa nuvem atemporal" (Calvino, 1994:15). A despeito dos rumores que estão do lado de fora da janela, quer seja de engarrafamentos ou mudanças na temperatura, e essa é nossa atualidade, no interior da casa soa o discurso claro e articulado dos clássicos. E é melhor lê-los, do que não lê-los, são essas as condições, e não outras, em que se farão as leituras. Essas são mais ou menos as palavras de Calvino. E de onde estamos olhando a Loja de Tecidos? Diríamos que, nesse caso, os barulhos advêm das quinquilharias chinesas, que hoje atravessam o ritmo identificável de uma Loja de tecidos, nele instaurando sua cacofonia. E como imaginar o convívio de diferenças tão incomensuráveis? Talvez seja o caso de se sondar a força que, tanto os objetos chineses quanto as lojas de tecido, possui, e o que são capazes de produzir nesse contaditório e plural espaço cotidiano em que vivemos. Decerto entenderemos melhor o nosso tempo tanto através dessas bugigangas chinesas quanto pelas lojas de tecido que ainda resistem por aí. Ambas dão um testemunho relevante sobre o que somos, como nos articulamos com nosso presente, e sobretudo de que formas o estamos construindo.

Referências Bibliográficas

CALVINO, Ítalo. *Por que ler os Clássicos*. São Paulo: Cia das Letras, trad. Nilson Moulin, 1994.

FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura.* São Paulo: Studio Nobel, 1997.

GUATTARI, Félix. *As Três Ecologias*. São Paulo: Ed. Papirus, trad. Maria Cristina F. Bittencourt, 10.ed., 2000.

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2 ed. São Paulo:

Ática, 1996.

Lipovestky, Gilles. *Metamorfoses da Cultura Liberal – ética, mídia e empresa*. Porto Alegre: Ed. Sulina, trad. Juremir Machado da Silva, 2003.

Lipovestky, Gilles e CHARLES, Sébastien. *Os Tempos Hipermodernos*. São Paulo: Ed. Barcarolla, trad. Mario Vilela, 2004.

Outras Referências

Catálogo do festival de arte eletrônica *Hybrid – living in paradox*. Linz, Áustria. Texto de apresentação de Derrick de Kerckhove, 2005.

Sites pesquisados

http://www.otempo.com.br/otempo/noticias/

acessado em maio de 2008

http://iesa-rodrigues.blogspot.com/2008/01/

acessado em maio de 2208

http://chic.ig.com.br/materias/474001-474500/474265/474265_1.html

acessado em maio de 2008

http://www.polichinello2004.blogger.com.br/2008_02_01_archive.html

acessado em junho de 2008