

## 2. Design e o tempo dos lugares

Ao abrir a página de qualquer publicação de produtos do vestuário, é possível observar que o mundo do design, constantemente, lança mão de adjetivos que expressam uma concepção de tempo para caracterizar a sua produção. Em um texto de Costanza Pascolato para a revista Vogue, a autora apresenta algumas expressões para designar um tipo de configuração dos produtos.

De passagem por Nova York em abril, verifico a extraordinária quantidade de *trenchs* beges, **revival** absolutos do clássico Burberry, e de terninhos à la Bianca Jagger (*circa* 1970). São sinais da nova voga entre as elegantes de Manhattan. A simplicidade sofisticada do design minimalista põe um parêntese – mais ou menos longo – no exercício de viés barroco que mistura tudo o tempo todo e inventa, por exemplo, o **vintage** contemporâneo, o futurismo **retrô**, o *streetwear* com a linguagem das tribos eletrônicas, o olhar romântico para outras décadas, e uma infinidade de tendências e possibilidades que, se não comprometem, provocam perplexidade, confusão e exaustão, tanto entre os criadores quanto entre os consumidores de moda, de ponta a ponta, da indústria do luxo ao *fast fashion*. (PASCOLATO, 2010: 27, grifo nosso).

*Retrô*, *revival* e *vintage*, caso resolvêssemos suprimir os sufixos e prefixos “neo”, “proto”, etc., de muitos termos empregados pelo mundo do design de vestuário, são algumas expressões que representam o marco da temporalidade no qual o design está inserido. Segundo Jacques Le Goff (2003: 213-15), a gramática de uma língua pode evidenciar quais as noções de tempo que compreendem as práticas sociais. As articulações linguísticas referentes à relação entre passado e presente são maleáveis e apresentam múltiplas possibilidades de combinações que representam valores de diversas ordens: sociais, políticos, econômicos. No entanto, estas articulações não são universais e as distinções temporais que operam são contextualizadas de acordo com a língua e, portanto, com a sociedade que a emprega.

## 2.1. As referências do passado

Em uma análise dos termos grifados no texto de Pascolato, se torna possível perceber quais são as noções de tempo que são atribuídas às palavras na sociedade atual. Dentre as três expressões, Marcos Sabino (2007: 628) afirma que *vintage* é uma palavra inglesa incorporada ao vocabulário do design de vestuário a partir dos anos 80 para designar roupas de outras épocas. Esta palavra, para o autor, advém da enologia que a utilizava para indicar o ano ou a safra das bebidas. Isto é verificável no Dicionário Oxford (2005: 1703-4), que aponta a palavra como o substantivo que indica o ano em que um vinho foi produzido ou, como adjetivo, para evidenciar a qualidade típica de um período do passado. Neste sentido, compreende-se que nas atribuições contemporâneas do mundo do design têxtil e do vestuário, as ideias de ano ou de safra permanecem uma vez que a palavra passou a indicar peças do vestuário cujas características históricas as tornam reconhecidas devido a sua autenticidade, estilo e preço. A maioria das peças identificadas como *vintage* é comercializada em brechós ou antiquários, tornando-se item de colecionadores.

O termo *retrô*, por sua vez, de acordo com o Dicionário Aurélio (2004: 1753), advém da palavra *retro*, que, em latim, significa ir para trás. Georgina O'Hara (2007: 267-268) e Marcos Sabino (2007: 521) afirmam que o termo passou a ser usado na França na segunda metade do século XX para nomear o estilo de roupas que aludiam a épocas passadas, principalmente àquelas anteriores a Segunda Guerra Mundial. Para exemplificar este contexto histórico, Sabino menciona algumas coleções de vestuário de designers nacionais e internacionais, como Yves Saint-Laurent<sup>4</sup> e José Augusto Bicalho<sup>5</sup> que utilizavam referências de estilos do início do século XX para criar suas roupas em meados das décadas de 60 e 70. Os designers citavam estampas e formas do passado, o que configurava este movimento de retorno que a palavra indica.

---

<sup>4</sup> Designer de vestuário francês que atuou a partir dos anos 1960 em Paris, cuja marca, atualmente, compõe o mercado de luxo.

<sup>5</sup> Designer carioca que atuou na cidade do Rio de Janeiro durante os anos 1970.

Para o *Dictionnaire de La Mode ao XX<sup>e</sup> siecle* (1994: 472), a palavra *retrô* denota “os movimentos de nostalgia do passado” e a ela estaria relacionada outra palavra, *revival*. Este termo, para o mesmo dicionário, compreende os movimentos *retrô* e *neo*, e se refere à ação de retorno ou de volta para épocas passadas. O Dicionário Oxford (2005: 1302) apresenta a palavra como o substantivo que denota uma melhoria na condição de alguma coisa ou mesmo a ação de fazer algo entrar em voga novamente. Sabino (2007: 523) demonstra, em um texto de 1985, como este termo já era presente na caracterização da produção de vestuário daquela época: “parecem, então, que todo mundo se reedita, se busca, intercambiando-se, todos sedentos do novo, da construção de um novo cenário, onde se possa mais uma vez iniciar a representação de tudo”. Neste sentido, *revival* parece compreender uma ação em que passado e presente se encontram através das características com que os objetos são produzidos. O termo *retrô* passa a compor o adjetivo que designa uma fórmula narrativa que define a qualidade dos objetos frutos dos *revival* e *vintage*, o adjetivo do objeto que é antigo, mas que permanece no presente devido à valorização de sua qualidade e originalidade que justificam seu preço elevado ou seu total desprestígio mercantil por conta de sua vetusta condição. Assim, através do texto de Pascolato, apesar das diferentes concepções sobre o mundo do design de vestuário que se pode apreender, as expressões de tempo conduzem a uma temporalidade característica da sociedade contemporânea<sup>6</sup> cuja relação de passado e presente não é exclusiva de um único mundo da produção cultural.

Através de uma análise histórica do modo de produção de diferentes práticas sociais, é possível perceber um período em que as apropriações do passado se tornam recorrentes tanto na configuração formal dos objetos quanto na maneira de produzi-los. Leituras e releituras, citações e interpretações são modos de produção que estão evidentes em diversos mundos da produção cultural e contextualizadas desde, principalmente, o início da Idade Moderna. Le Goff resume as atitudes coletivas frente ao

---

<sup>6</sup> A palavra contemporânea e suas derivações são referenciadas aqui para identificar o contexto atual, como sinônimo dos dias de hoje. Não é empregado nenhum sentido específico, como se caracteriza nos debates entre pós-modernidade e contemporanei-

tempo, afirmando que a relação entre passado, presente e futuro se articulou de diferentes maneiras no pensamento europeu entre a Antiguidade grega e o século XIX. Para o autor (2003: 219-29), na Antiguidade pagã, havia uma valorização do passado frente a um presente decante. Na Idade Média, a relação temporal se delimitou a um presente circunscrito pelo peso do passado e um futuro escatológico. Já no Renascimento, a valorização do tempo foi do presente e, ao longo dos séculos posteriores, tal como nos dias de hoje, recaiu sobre o futuro.

Para Le Goff (2003: 222), o Renascimento marca uma mudança nas noções temporais que passou a configurar a Idade Moderna. Surgem, neste período, duas tendências que podem ser consideradas contraditórias: a primeira que permitiu uma perspectiva histórica do passado, através de práticas como a medição, a datação e a cronologia; e a segunda que levou a uma fruição do presente devido aos sentidos trágicos da vida e da morte. Com isto, o Renascimento sinaliza também outros sentidos entre as noções de antigo e moderno.

Apesar das relações que comumente traçamos entre os pares passado/presente e antigo/moderno, numa oposição constante de seus significados, Jacques Le Goff aponta que os termos dos pares nem sempre foram antônimos. O autor (2003: 178) caracteriza a Idade Moderna através de diferentes ambiguidades que contemplam também a concepção de um tempo cíclico, no qual o retorno ao passado compreende uma marca do nosso tempo.

Esta concepção só foi possível a partir da noção de progresso que se fundamentou entre os séculos XVII e XIX. O combate entre antigo e moderno não se refletia como uma oposição entre passado e presente, entre novidade e tradição. Antes disso, o combate apresentava o contraste entre duas formas de progresso: o do eterno retorno, cuja representação era circular e valorizava a Antiguidade, e o progresso por evolução retilínea, cuja forma era linear e privilegiava tudo o que se distanciava da Antiguidade. Nas palavras do autor: “[...] ‘O moderno’, à beira do abismo

do presente, volta-se para o passado. Se, por um lado, recusa o antigo, tende a refugiar-se na história” (2003: 204).

Entre os polos desta ambiguidade, é possível encontrar outra abordagem para esclarecer ainda mais estas duas formas de progresso enquanto característica das relações temporais na Idade Moderna. Segundo Adrian Forty, “o que é descrito como progresso nas sociedades modernas é, na verdade, sinônimo, em larga amplitude, de uma série de medidas provocadas pelo capital industrial” (2007: 19). Isto quer dizer que se pode associar outro fator à ambiguidade temporal apresentada por Le Goff: o modo de produção capitalista. Dessa forma, para compreender as relações temporais é indispensável abranger o contexto da revolução industrial, que é o nosso tempo, e os modos de produção que influenciaram as mudanças sociais.

Adrian Forty inicia seu livro com o capítulo “Imagens do Progresso”, no qual examina o movimento Neoclássico, que também pode ser considerado como exemplo das ideias de Le Goff. Para o historiador francês (2003: 174), a modernidade pode se camuflar sob as formas do passado, o que caracteriza as renascenças, cuja principal referência é a Antiguidade. Adrian Forty (2007: 19-21) explica que, no contexto do século XIX, havia uma relação estreita entre a agitação com o progresso e a valorização do passado. Segundo o autor inglês, o estudo e a aplicação dos princípios clássicos estavam vinculados à imagem de Roma enquanto uma civilização estável, cujo contato resultava em referências para o design e para a arte que contribuía para amenizar os efeitos das mudanças sociais provocadas pelos modos de produção modernos. Jacques Le Goff (2003: 222-223) corrobora com estas ideias ao afirmar que “o século XIX está[va] dividido entre o otimismo econômico dos partidários do progresso material e as desilusões dos espíritos abatidos pelos efeitos da Revolução e do Império”.

Forty exemplifica a aplicação dos motivos neoclássicos na produção da indústria de cerâmica Wedgwood. No fim do século XVIII, a demanda por artigos de cerâmica aumentou devido à popularidade do chá e à expansão dos mercados nas colônias além-mar. Com isto, houve a necessidade de estabelecer outros modos de produção que fizeram com

que artesãos e designers pesquisassem também outras técnicas de manufatura que atendessem ao novo ritmo de produção e ao novo gosto, uma vez que o estilo artístico empregado no movimento neoclássico já era aparente no mobiliário. A ação de Wedgwood foi pioneira ao revestir a cerâmica com referências neoclássicas já que o que estava à venda era o valor da antiguidade e não a novidade. Ou seja, todas as novas maneiras de produção e de inovações técnicas na cerâmica eram colocadas em segundo plano frente às referências do passado que se tornaram objetos de consumo. Ainda pelas palavras de Adrian Forty (2007: 39), “o objetivo deles [Wedgwood e Bentley, sócio da empresa] não era fazer as pessoas acreditarem que algum de seus produtos era antigo, mas convencê-las de que os produtos, embora feitos por processos modernos, eram tão bons ou até melhores do que os da Antiguidade”. A noção de progresso caracterizava o diálogo entre as categorias de tempo de modo que o comércio de artefatos refletia o contexto do valor do passado no presente, para construção de um futuro. No entanto, para compreender as ambiguidades temporais a partir do progresso, Jacques Le Goff (2003: 178) afirma que é necessário pensar no Novo enquanto outra noção que compreende o sentido de moderno.

## **2.2. O novo**

Para o historiador francês, o novo denota uma relação temporal que não define o significado que comumente é conferido ao termo: “mais do que uma ruptura com o passado, ‘novo’ significa um esquecimento, uma ausência de passado” (2003: 179). Isto é, a relação com o passado não é traçada através de uma oposição com o presente, mas a partir de uma lógica que deixa algo para trás, que vive sem a noção do passado. Esta definição reforça a dialética do par antigo/moderno e apresenta um sentido que se relaciona à noção de progresso de Adrian Forty.

Embora Le Goff não delinear muitas definições sobre o termo, outros dois autores o investigam e o colocam no centro de suas considera-

ções sobre a sociedade moderna. Gilles Lipovetsky (1989) e Lars Svendsen (2010) estabelecem o novo como o princípio de uma lógica temporal que se coloca a partir da Idade Moderna.<sup>7</sup> Ambos os autores denominam esta lógica de moda.

Gilles Lipovetsky apresenta seu pensamento através de um livro cujo título condensa a ideia central que ele estabelece: o efêmero. Segundo o autor, a Idade Moderna se forma a partir do sentido de moda que se expressa através da temporalidade do presente, o que metaforicamente demarca um “Império do efêmero”. Embora o livro, na maioria das vezes, seja citado como uma referência sobre moda, isto é, correlato ao mundo do vestuário, o próprio autor afirma que suas observações foram formuladas tendo em vista as mudanças sociais que a lógica temporal da moda articula. Com isto, não se limita ao mundo do vestuário, mas abrange todas as manifestações culturais da sociedade, das quais o vestuário permite a melhor observação do fenômeno. Em suas palavras, “contra a ideia de que a moda é um fenômeno consubstancial à vida humana-social, afirmamo-la como um processo excepcional, inseparável do nascimento e do desenvolvimento do mundo moderno ocidental” (LIPOVETSKY, 1989: 23).

A moda, portanto, é compreendida pelo autor como possuidora de uma lógica que se caracteriza pela temporalidade curta, em que o presente é celebrado como o único eixo temporal válido. Esta lógica está sedimentada em valores e em significações culturais modernos que se articulam através do novo. O novo, para Lipovetsky, se refere ao efêmero e se revela a partir do século XIV, cujo período demarca o início da Idade Moderna.

Com a moda, aparece uma primeira manifestação de uma relação social que encarna um *novo tempo legítimo* e uma nova paixão própria ao Ocidente, a do “moderno”. A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir “o que se faz” de novo e adotar as últimas mudanças do momento: o *presente* se impôs como o eixo temporal [...]. (LIPOVETSKY, 1989: 33).

---

<sup>7</sup> Embora se perceba semelhanças entre as ideias, Lipovetsky desenvolve com mais detalhamento suas colocações e sua publicação é anterior a de Svendsen. Na obra deste último, é possível perceber um diálogo constante com trabalho do primeiro, mesmo que isto não seja evidenciado diretamente.

Esta sedimentação do tempo presente que Lipovetsky apresenta converge teoricamente às relações temporais que Le Goff analisa desde a Antiguidade. O Renascimento como marco da mudança do eixo temporal é sinalizado pelo historiador francês e ratificado pelo sociólogo (2010: 61): “nada de moda, sem tal revolução da relação com o devir histórico e o efêmero”. Ambos evidenciam que o moderno adota a dimensão do presente através daquilo que é novo. Lars Svendsen (2010: 27) resume esta associação ao dizer que “mais precisamente, ser ‘moderno’ torna-se sinônimo de ser ‘novo’”.

O mesmo autor prossegue suas considerações acerca do novo ao afirmar que há um consenso na explicação deste princípio: “sucessão constante de objetos ‘novos’ substituindo aqueles que foram ‘novos’ mas agora se tornaram ‘velhos’ (2010: 27). Em outras palavras, o novo consiste, de acordo com Lipovetsky (1989: 61), na “significação da mudança”. A lógica social da moda implica na valorização do moderno enquanto uma novidade que gera a mudança. Esta mudança se configura na troca de um eixo regulador do passado pela temporalidade curta do presente. Svendsen (2010: 24) relaciona o novo à moda já que ela “só se configura quando a mudança é buscada por si mesma, e ocorre de maneira relativamente frequente”. Dessa forma, a sucessão de mudanças passa a caracterizar a efemeridade do presente, estabelecendo o princípio moderno do novo – aquilo que é transitório.

Tanto Lipovetsky quanto Svendsen demonstram que a passagem para esta compreensão do moderno como novo não foi rápida e que, embora a moda se caracterize pela sucessão da mudança, diferentes fatores influenciaram no processo de fixação destes valores ao longo dos séculos. Lipovetsky exemplifica a diversidade dos fatores a partir de uma análise histórica<sup>8</sup> de mais de cinco séculos, nos quais ele demonstra como esta lógica da moda se instaurou em diálogo com os outros valores que deixaram de existir ou surgiram a partir das mudanças sociais, políticas e

---

<sup>8</sup> O autor divide o período que compreende desde o século XIV até os dias atuais em quatro momentos distintos: o momento aristocrático, a moda de cem anos, a moda aberta e, por fim, a moda consumada. Esta divisão alude a diferenças na relação com o princípio do novo e sua instalação na sociedade moderna.

culturais.<sup>9</sup> Svendsen, por sua vez, evidencia o processo de fixação do novo através do exame das ideias de alguns pensadores que tentavam compreender esta lógica do moderno. Ele cita Baudelaire para exemplificar a relação de noções temporais na lógica da moda.

Na segunda metade do século XIX, Charles Baudelaire (1993) cunhou a palavra modernidade para designar o objetivo das práticas artísticas daquele período. Segundo ele, a modernidade se caracterizava pelas qualidades que o tempo presente fornecia para a realização de uma representação. Em suas palavras, “a modernidade é o transitório, o fugaz, o contingente, a metade da arte, cuja outra metade é o eterno e o imutável” (1993: 227).

Ao abordar a prática específica do desenhista Constantin Guys, Baudelaire explicitava que a produção artística deveria estar em consonância ao ritmo das mudanças, atenta ao novo, já que esses elementos transitórios configuravam a beleza e a distanciavam de um vazio abstrato. “Trata-se, para ele [Constantin Guys], de extrair da moda o que ela pode conter de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório.” (1993: 227). Neste sentido, ele aproxima as palavras modernidade e moda, fazendo com que ambas compartilhem a qualidade de efêmero.

Svendsen cita Baudelaire para exemplificar que, no século XIX, a noção de mudança já se impunha e que, ao mesmo tempo, a noção de algo imutável coexistia. Em outras palavras, o novo também pressupõe uma relação com aquilo que não muda: permanece. Este exemplo referencia novamente as ideias de Le Goff já que a temporalidade moderna se constitui nas ambiguidades das noções de tempo. O novo se fundamenta da mesma forma que o sentido de progresso. Tanto a evolução retilínea quanto o retorno cíclico se articulam na valorização do presente pelo novo. A sucessão de mudanças permite as ambiguidades temporais do progresso.

Lipovetsky (1989), Svendsen (2010) e Adrian Forty (2007) concentram suas considerações acerca da noção de moderno, e sua relação

---

<sup>9</sup> Ele cita principalmente a ascensão da burguesia e seu embate com a aristocracia através do processo de distinção social e demarca a instituição da moda, tal qual a reconhecemos hoje, no século XIX.

com o progresso e o novo, através das mudanças que ocorrem com os objetos. Embora os dois primeiros se limitem ao vestuário, Forty (2007: 11-16) não o deixa de lado, no entanto amplia seus exemplos a diversidade de objetos que compreendem a cultura material. Para ele, a produção de artefatos que se apresenta a partir do design é inseparável deste princípio do novo e da dinâmica do progresso.

Lipovetsky (1989: 12) se detém ao vestuário porque afirma que ele corresponde a um “objeto relativamente homogêneo”, uma vez que nele encontramos o “domínio arquetípico” da moda: a aparência. “A esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura da organização do efêmero.” (p. 24). Svendsen (2010: 9-21) também compartilha deste enfoque sobre o vestuário, mas explicita que o princípio do novo da moda pode abranger inclusive outras formas de objetos sociais, como a filosofia.

Adrian Forty (2007: 11-13) declara que esta alusão à aparência, que associamos principalmente ao vestuário, faz parte da significação que comumente é aplicada ao termo design. No entanto, nesta palavra, também se encontra o sentido de produção de algum artefato. O autor afirma que estes dois sentidos são indissociáveis para a compreensão do design. Com isto, é possível esclarecer que as considerações de Lipovetsky e de Svendsen sobre o domínio do vestuário na moda evidenciam o aspecto de configuração da aparência ao mesmo tempo em que sua produção, uma vez que “a aparência das coisas é, no sentido mais amplo, uma consequência das condições de sua produção” (FORTY, 2007: 12).

Ainda segundo Forty (2007: 43-59), a associação da produção de artefatos ao design é contextualizada a partir Revolução Industrial. Segundo o autor, nesta época, as mudanças sociais decorrentes dos avanços tecnológicos e da organização do trabalho estabeleceram uma configuração da sociedade que permitiu a instauração da prática do design. Este mesmo contexto é demonstrado por Lipovetsky (1989: 69-71) para caracterizar a organização e a regularização da lógica da moda através

do trabalho de diferentes estilistas<sup>10</sup> na Alta Costura por um lado, e da confecção industrial por outro. Com isto, admitimos que uma prática social que surgiu neste contexto seja uma representação das ambiguidades temporais que constituem a temporalidade moderna.

Para Forty, “[...] o fato é que, nos artefatos das sociedades industriais, o design foi empregado habitualmente para disfarçar ou mudar sua verdadeira natureza e enganar nosso senso cronológico” (2007: 22). Isto quer dizer que, além do texto de Pascolato citado acima, nos encontramos novamente entre objetos para contextualizar a temporalidade na qual a produção cultural está inserida já que o design compreende uma prática da produção de artefatos que se estabelece a partir das relações de tempo da sociedade ocidental.

David Harvey (2009: 187) afirma que o tempo é uma categoria básica da vida humana que não deve ser compreendida através de um sentido único e objetivo. Ao contrário, ele é múltiplo e varia conforme as práticas humanas que lhe dão substância ou razão de ser. A noção de tempo só existe em função da matéria, sendo fundamenta nos processos materiais. Nas palavras de Harvey (2009: 189),

dessa perspectiva materialista, podemos afirmar que as concepções do tempo e do espaço são criadas necessariamente através de práticas e processos materiais que servem à reprodução da vida social. [...] Em suma, cada modo distinto de produção ou formação social incorpora um agregado particular de práticas e conceitos do tempo e do espaço.

Isto confirma que o design, enquanto prática material, se desenvolve a partir das concepções de tempo de nossa sociedade, logo, produz e reproduz estas noções que se fundamentam no sistema de produção industrial e capitalista. O novo e o progresso engendram as noções temporais da sociedade moderna e estruturam um princípio de mudança que passa a caracterizar o ritmo de produção dos objetos. Esta lógica é denominada moda e se apresenta entre todos os artefatos da cultura material. A moda é caracterizada por esta temporalidade curta que reverencia

---

<sup>10</sup> Utilizamos aqui o termo estilista por uma contextualização histórica já que, há pouco tempo, este termo foi substituído pelo designer de moda. Esta mudança se concentra no tema de pesquisa de doutoramento de Deborah Chagas Christo e sua análise pode ser conferida no texto “Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a

o presente e que se expressa pelas ambiguidades do progresso e o princípio do novo. Sua lógica é acentuada pelos modos de produção industrial e, com isto, é possível observar uma diferença entre os meados do século XIX e os dias atuais.

### **2.3. A compressão de tempo e de espaço**

Apesar do arco de tempo ser muito longo para uma comparação, através das ideias de David Harvey, é possível perceber que a principal característica que opera a diferenciação entre a atualidade e os séculos precedentes é a compressão de tempo e de espaço na qual estamos inseridos.

Harvey afirma que o modo de produção material do capitalismo gerou crises devido às percepções sociais das noções de tempo e de espaço que foram instauradas em favor do capital econômico. Para ele, tempo, espaço e dinheiro podem ganhar diferentes significados que dependem das condições e dos interesses de troca entre eles. Na metade do século XIX, a Inglaterra entrou em uma crise social, o que assolou boa parte do mundo capitalista. De acordo com o autor, o fato se caracterizava como uma crise na experiência de tempo e de espaço no contexto do modo de produção capitalista que levou ao surgimento do modernismo como uma resposta na articulação destas duas categorias da vida humana. Ou seja, “[...] a crise de 1847-1848 criou uma crise de representação, e que esta proveio de um reajuste radical do sentido de tempo e espaço na vida econômica, política e cultural” (2007: 237).

Podemos verificar que este reajuste de tempo e de espaço a que Harvey se refere está diretamente ligado às duas formas de progresso que Jacques Le Goff apresenta: o eterno retorno e a evolução retilínea. Harvey (2009: 190) diz que a noção de progresso coloca em questão as delimitações espaciais. Isto quer dizer que o espaço é conquistado e aniquilado através do tempo que o progresso requer.

---

relação entre noções do campo da arte, do design e da moda” (2008).

O modernismo articulou as noções de espaço e de tempo através da oposição do Ser e do Vir-a-Ser. Diferentes movimentos de arte e de política, bem como a própria indústria, em geral, manifestaram-se a partir de uma tensão entre o sentido do tempo e o foco do espaço. Houve, assim, uma “tendência a privilegiar a espacialização do tempo (Ser) em detrimento da aniquilação do espaço por meio do tempo (Vir-a-ser)” (HARVEY, 2009: 248). Principalmente a partir do modernismo, alguns campos de produção de representações sociais articularam a noção de tempo a partir de sua espacialização, já que “[...] todo o sistema de representação é uma espécie de espacialização que congela automaticamente o fluxo da experiência [...]” (HARVEY, 2009: 191). Paralelamente à projeção do futuro, do Vir-a-Ser, sedimentou-se a noção do presente através da delimitação de um espaço para o tempo. Para Harvey, isto passou a caracterizar o que denominamos de pós-modernismo (2009: 248-256).

A compressão de tempo e de espaço tem se intensificado ainda mais nas últimas décadas e, embora as ideias de Harvey estejam expressas em um livro de 1989, podemos perceber que suas palavras representam o que temos vivido atualmente. Harvey aponta que esta compressão se deve principalmente a uma aceleração do tempo de giro na produção de bens e de serviços que, portanto, implica numa aceleração de troca e no consumo destes bens. Assim, uma das principais consequências é a acentuação da efemeridade da moda em nossa sociedade. “Ela significa mais do que jogar fora bens produzidos [...]; significa também ser capaz de atirar fora valores, estilos de vida, relacionamentos estáveis, apego a coisas, edifícios, lugares, pessoas e modos adquiridos de agir e ser.” (HARVEY, 2009: 258).

Sobre a acentuação da efemeridade, Lipovetsky (1989: 69-79) afirma que, a partir do século XIX, há um movimento de regularização da lógica da moda, isto é, que, ao longo dos séculos subsequentes, o princípio do novo se instaura na sociedade, tornando-se a base das relações temporais em que as práticas de produção dos objetos se sustentam. A industrialização compõe este cenário e a ela estão associados os movimentos que, a partir da década de 60 do século XX, passam a fortalecer a lógica da moda. A temporalidade do presente se amplia através do *boom*

de produção e de consumo do *prêt-à-porter*<sup>11</sup>, da indústria de massa com o reajuste das marcas, da valorização de uma estética jovem e da pluralidade de grupos sociais. A este contexto, o autor denomina “moda aberta” (*Idem.*: 107-129), uma vez que a lógica passa a tangenciar todas as esferas da vida social. No entanto, Lipovetsky argumenta que, atualmente, poderíamos denominar o efeito desta lógica como “moda consumada”, uma vez que ela já não pode ser apartada do funcionamento da sociedade. Ela está na base das concepções de todas as práticas coletivas e explora, em grau máximo, o princípio do novo.

Aí está o novo histórico: nossas sociedades funcionam fora do poder regulador e integrador do passado, o eixo do presente tornou-se uma temporalidade socialmente prevalente. Por toda a parte se desenvolvem os fenômenos de paixãoite e a lógica da inconsistência, por toda parte se manifestam o gosto e o valor do Novo; são normas flutuantes, continuamente reatualizadas, que nos socializam e guiam nossos comportamentos”. (LIPOVETSKY, 1989: 268).

Na “moda consumada”, as práticas de produção de objetos passam a se caracterizar pela força com que operam a imposição do novo. Com isto, o artefato de design se transforma na materialização da lógica de moda uma vez que no “reino do design industrial, a forma moda não remete mais apenas aos caprichos dos consumidores, passa a ser uma estrutura constitutiva da produção industrial de massa” (*Idem.*: 164). Esta estrutura estabelece um poder ao novo que impõe a mudança daquilo que está por vir. Em outras palavras, o princípio do novo, associado às duas formas de progresso, direciona o tempo da moda ao futuro já que a mudança e a evolução - retilínea ou cíclica - implicam no Vir-a-Ser. Porém, esta dimensão de futuro é correlata à sedimentação do presente: a espacialização do tempo. Lipovetsky esclarece que

evidentemente, pode-se definir a era moderna pela investidura e pela legitimação do futuro com a condição de acrescentar que paralelamente se desenvolveu um tipo de regulação social que assegura a preeminência e a legitimidade do presente. [...] A gestão do futuro entra na órbita do tempo breve, do estado de urgência permanente. A supremacia do presente não é contraditória com a orientação para o futuro, não faz senão realizá-la,

<sup>11</sup> Produção de objetos em série. Este termo ficou reconhecido no mundo da moda para designar o consumo de roupas que estão prontas para o uso, distinguindo-se assim da prática da Alta Costura.

acentuar a tendência de nossas sociedades para emancipar-se dos pesos da herança e constituir-se em sistemas quase 'experimentais'. (1989: 269-270).

A valorização do presente consiste na efemeridade da espacialização do tempo: tudo se cristaliza em representações que perduram instantes uma vez que novas surgirão na tentativa de assegurar o instante seguinte. Lars Svendsen (2010: 30) resume a efemeridade da lógica da moda ao dizer que “o princípio da moda é criar uma velocidade cada vez maior, tornar um objeto supérfluo o mais rapidamente possível, para que um novo tenha uma chance”. Em outras palavras, a aceleração na assimilação do novo implica numa dimensão do futuro que fortalece o instante presente de legitimação do objeto. O Ser só o é porque o novo Virá-a-Ser.

Svendsen também articula o sentido de espacialização do tempo que David Harvey utiliza. Em suas considerações, é possível identificar que a dimensão do futuro do Vir-a-Ser reforça a efemeridade do presente na lógica da moda.

A moda só é moda na medida em que é capaz de avançar. Ela se move em ciclos, um ciclo sendo o espaço de tempo desde o momento em que uma moda é introduzida até aquele em que é substituída por uma nova, e seu princípio é tornar o ciclo – o espaço de tempo – o mais curto possível, de modo a criar o número máximo de modas sucessivas. A moda ideal, desse ponto de vista, duraria apenas um instante antes de ser substituída. (2010: 34).

Com isto, unem-se as ideias de Jacques Le Goff, David Harvey, Gilles Lipovetsky e de Lars Svendsen. A temporalidade moderna é formada pelas ambiguidades temporais que se fundamentam no presente. As formas de progresso se associam ao novo através da lógica da mudança. Tanto o retorno quanto a evolução retilínea são exercitados pelo futuro da novidade. Ou seja, a condição do presente na sociedade moderna se estrutura a partir da formulação de que este tempo é breve e que será suplantado por outros presentes que estão por vir. Assim, o Ser do presente e o Vir-a-Ser do futuro se relacionam em um jogo dialético característico da temporalidade moderna e que se acelera pela consumação da efemeridade da moda na produção capitalista dos objetos. Enfim, o princípio da moda se institucionaliza, pois sua função social é ser a justificativa cultural

da velocidade cada vez maior na temporalidade dos objetos industriais, isto é, justifica o objeto se tornar supérfluo o mais rapidamente possível, para que um novo objeto tenha uma chance de ser comercializado.

Frente a esta compressão do tempo e do espaço em nossa sociedade, a forma de retorno do progresso se apresenta a partir de um contexto no qual o passado ganha um papel importante nas práticas de produção cultural. A temporalidade moderna fundamentada no presente possibilita a utilização de referências do passado para caracterizar a produção atual em design, como indicam as expressões *vintage*, *revival* e *retrô* do texto de Pascolato acima citado. Esta utilização do passado tem um objetivo no contexto da efemeridade que se torna a característica de produção de Ronaldo Fraga.

#### **2.4. Ronaldo Fraga: roupas e memórias**

Lars Svendsen afirma que a compressão do tempo “leva a uma mudança na temporalidade da moda. Enquanto outrora ela podia aparentar uma temporalidade mais linear, agora adquiriu, numa medida crescente, uma temporalidade cíclica” (2010: 32-33). Esta temporalidade cíclica indica o progresso do retorno ao passado. Como nos significados dos adjetivos do texto de Pascolato, o avanço que a lógica da moda opera a lança no deslocamento do antigo, aquilo que deixou de ser moda. Dessa forma, a espacialização do tempo presente da moda atualmente compõe-se do re-Vir-a-Ser.

Ao falar sobre sua produção, Ronaldo Fraga afirma que as referências de configuração formal e temática de seus trabalhos são baseadas na memória. Ele escreveu em 2008, para o *release* de sua coleção de inverno *Loja de Tecidos*, as seguintes palavras:

Não foi na Parson’s em N.Y., na Saint Martin’s em Londres ou no curso da UFMG em BH que aprendi o muito do pouco que sei no que se refere a ouvir a voz, entender a alma e dialogar com os ‘panos’. Agora em que completo 25 coleções, ‘vasculho’ a história da minha formação e vou até o meu primeiro emprego numa loja de tecidos. Neste momento movediço, em que tudo no mundo muda de lugar o tempo todo, coisas e profissões se

extinguem, e tendemos a guardar a memória dentro de uma caixa, na última prateleira da estante do quarto de despejo. Nunca escondi de ninguém que a memória é o meu prato predileto [...]. (FRAGA, 2008).

Ao ler as palavras acima, é possível observar que Ronaldo Fraga assume que a memória é fonte de referência para sua produção em design de vestuário. Embora esta citação seja de 2008, as considerações que o designer verbaliza demonstram que estas alusões à memória compreendem uma recorrência em seu processo de produção de artefatos de design.

Carol Garcia sinaliza esta característica em dois momentos diferentes<sup>12</sup> de sua produção acadêmica. Em sua dissertação de mestrado (2002), empreende uma análise semiótica de 13 coleções de Fraga. Seu *corpus* se concentra entre a primeira coleção do designer *Eu amo Coração de Galinha*, de 1996, e *Corpo Cru*, de 2002. No entanto, a autora explicita que a coleção *Quem matou Zuzu Angel?*, verão de 2001/2002, recebeu maior atenção uma vez que, durante sua pesquisa de campo, os objetos desta produção se encontravam em comercialização.

Dentre as várias características que são atribuídas às coleções de Fraga a partir de seus exames, Garcia (2002) também evidencia a prática do designer através da identificação de uma relação temporal que os objetos suscitam. Para ela, a configuração das peças do vestuário, bem como seus processos de produção e técnicas de confecção, elabora um diálogo entre formas do passado e suas aplicações no presente. Isto pode ser exemplificado nas análises que a autora faz acerca de dois vestidos da coleção *Quem matou Zuzu Angel?*. No primeiro exemplo, há uma concentração na configuração da peça, na qual se destaca o deslocamento temporal que a forma sugere.

Voltando-nos novamente para a dimensão plástica do vestido de pregas largas, notamos que seu formante eidético também carrega um caráter nostálgico, apresentado pela modelagem que remete àquela usada pelas mulheres da classe trabalhadora até meados dos anos 60, cuja silhueta é suavemente delineada, sem apertar ou marcar. (p. 89).

---

<sup>12</sup> Devido a uma confluência das ideias da autora, considero aqui somente os dois maiores trabalhos em que Carol Garcia se detém à produção de Ronaldo Fraga: sua

Já no segundo, a autora enfatiza processos e modos de produção do vestuário do passado reutilizados na construção dos objetos no contexto da coleção.

No nível discursivo, é certo que o contraste de técnicas projeta uma debragem enunciativa temporal entre o “agora”, da tecnologia dos emborrachados e siliconados, *versus* o “outrora”, das pirogravuras, matelassados, casinhas de abelha, bordados e *appliqués*, que são típicos da moda dos anos 70.

Estas citações nos conduzem ao segundo grande momento em que Carol Garcia escreve sobre a produção de Fraga. No livro homônimo ao designer (2007), ela é responsável por um dos textos que apresenta sua produção, deixando evidente diferentes conceitos cujos significados remetem às relações temporais presente no trabalho do designer. Segundo ela, Fraga elabora narrativas que não seguem os padrões de tendências programados, fazendo com que sua produção dialogue com diferentes tempos e espaços e misture uma diversidade de referências para a composição de um significado.

Configurando certa resistência às vogas efêmeras, o estilista tem como ideal tornar ímpar aquilo que é massificado pela mídia. Reencontra-se com as antigas tradições da costura e estende esse olhar para um horizonte além dos rolos de tecido. Compõe narrativas que traçam uma geopolítica capaz de desmascarar a homogeneidade das tendências de corpos, roupas e programas de comportamento e vai enrodilhando essas memórias ladinas num mundo deliciosamente miscigenado. (p. 72-73).

Em outras palavras, a memória corresponde a uma porta de acesso ao passado que confere reconhecimento devido ao deslocamento temporal que os objetos evidenciam. Estas considerações podem ser encontradas em outras publicações de Carol Garcia<sup>13</sup> e também são compartilhadas por outras autoras do contexto acadêmico brasileiro.

---

dissertação de mestrado (2002) e o livro homônimo ao designer (2007).

<sup>13</sup> A autora desenvolve alguns dos pontos de sua dissertação no livro: GARCIA, C. ; MIRANDA, A. P. C. . Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos. 2ª edição revisada. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007, e em GARCIA, C. Fashion, culture and identity in 20th century Brasil: a semiotic approach toward Ronaldo Fraga collections. In.: Congreso Internacional de Moda - CIM 2008, 2008, Madrid. Actas CIM 2008 - La moda, un espacio de innovación y cultura. Madrid: Centro Superior de Diseño de Moda - Universidad Politécnica de Madrid, 2008.

Rosane Preciosa e Suzana Avellar (2008) afirmam que Fraga produz um discurso através da memória. A partir de uma reflexão sobre a coleção “Loja de Tecidos”, as autoras demonstram o modo pelo qual o designer configura uma temporalidade frente à lógica da moda: “produzir sentido sobre memórias, lembranças, afetos, em um tempo que ‘madrastamente’ nos forçaria a prosseguir em frente, levando de roldão nossas caras histórias pessoais”. O pensamento condensado do artigo de ambas as autoras investiga qual a relação que se estabelece entre roupas e memórias em nossa sociedade. Este mesmo assunto também está presente no texto de Mara Rúbia Sant’Anna e Rochelle dos Santos (2011).

Do mesmo modo que Preciosa e Avellar, ambas as autoras relacionam o fenômeno da memória à moda através da constituição da coleção de peças do vestuário que fazem parte do resultado da produção de Ronaldo Fraga. Sua análise concentra-se na coleção “Nara Leão” e dedica-se a pensar como o conjunto de roupas referencia uma memória histórica e de que modo esta memória se atualiza através das roupas.

Todas estas considerações nos permitem compreender o modo pelo qual o passado cria uma possibilidade na caracterização dos objetos. Nos artefatos do vestuário desenvolvidos por Ronaldo Fraga, percebe-se que a memória é transposta em temas e em formas para a composição de suas coleções. A recorrência deste recurso no presente não segue a linearidade cronológica dos séculos, tal como requer a historiografia tradicional. O passado é conectado ao presente nos ciclos das coleções, diminuindo o distanciamento entre os eixos temporais e demonstrando a dependência que ambos estabelecem em suas construções através da memória.

Peter Stallybrass nos diz que a roupa tem uma relação muito estreita com a memória. Segundo o autor, a sociedade moderna se caracteriza por uma “sociedade de roupas”, porque os objetos materiais são carregados de significado simbólico que corporificam as relações sociais. Em suas palavras,

numa sociedade da roupa, pois, a roupa é tanto moeda quanto um meio de incorporação. Na medida em que muda de mãos, ela prende as pessoas em redes de obrigações. O poder particular da roupa para efetivar essas

redes está estreitamente associado a dois aspectos quase contraditórios de sua materialidade: sua capacidade para ser permeada e transformada pelo fabricante quanto por quem a veste; e sua capacidade para durar no tempo. A roupa tende, pois, a estar poderosamente associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória. Quando a pessoa está ausente ou morre, a roupa absorve sua presença ausente. (2008: 13-14).

Segundo o autor, ele afirma que isso ocorre porque estamos atentos justamente naquilo que está ausente nos objetos materiais. Já que estamos imersos em uma cultura de excesso de materiais, constantemente trocamos seus valores, substituindo-os por outros. Assim, a relação da roupa com a memória é traçada justamente pela sua materialidade. “[...] As roupas têm uma vida própria: elas são presenças materiais e, ao mesmo tempo, servem de códigos para outras presenças materiais e imateriais.” (2008: 29-30).

De acordo com o que Peter Stallybrass narra em seu livro, seu pensamento sobre a relação da memória com a roupa partiu de uma experiência própria. Através da jaqueta de um amigo que perdera, o autor percebeu que a roupa absorve a forma, o cheiro e suor daquele que a usa e, com isto, ela adquire uma vida que está para além do próprio corpo que a suporta.

Esta ideia se associa às palavras de Ronaldo Fraga quando o designer esclarece a maneira com que a roupa se relaciona à memória. Fraga diz, em uma entrevista realizada pelo evento Plaza na Moda em 2008<sup>14</sup>, que:

Roupa tem cheiro, tem sabor, tem memória, tem fala. O poder de comunicação da roupa é uma coisa impressionante. É aí que uma roupa se torna moda, é quando ela traz tudo isso. Porque a diferença da indústria de moda da indústria de roupa, o Brasil tem uma indústria de confecção, a indústria de moda no Brasil é uma coisa que estamos engatinhando. Porque indústria de moda é preciso que se tenha alma. É preciso que se traga não só o cheiro, o sabor, como falei anteriormente, mas a memória e a história da roupa.

---

<sup>14</sup> Entrevista audiovisual transcrita em anexo.

Fraga evidencia que esta dimensão imaterial que a roupa suporta está expressa em sua produção. Ao dizer que ela tem cheiro, tem sabor, ele expõe a materialidade do objeto do vestuário a sua dimensão simbólica. Os artefatos da cultura material adquirem valores em nossa sociedade na medida em que estabelecem uma rede de relações sociais que ultrapassa sua própria materialidade. Em sociedade, “os valores e também a troca assumem a forma de roupas” (STALLYBRASS, 2008: 12-13).

Este vínculo entre roupa e memória é construído pela materialidade que caracteriza o objeto e o faz perdurar no tempo. O tempo, para David Harvey, só pode ser compreendido através da dimensão material dos modos de produção. Logo, a roupa se torna um objeto para a materialização da temporalidade de nossa sociedade. Podemos dizer que a roupa, contextualizada no modo de produção capitalista e na compressão do tempo e do espaço da atualidade, é uma espacialização do tempo. Em outras palavras, ela representa o princípio da moda, fomentando valores simbólicos que reordenam as relações temporais.

Harvey aponta que a aceleração do giro de produção faz com que busquemos sentidos mais duradouros frente à lógica de mudança que movimenta a moda. “Quanto maior a efemeridade, tanto maior a necessidade de descobrir ou produzir algum tipo de verdade eterna que nela possa residir.” (HARVEY, 2009: 263). O meio para a significação dessa verdade eterna é a representação de uma imagem estável. Esta imagem conduz a uma fuga superficial da sociedade fundamentada na efemeridade, já que apresenta uma nostalgia de valores passadistas. A produção e o comércio destas imagens compreendem uma indústria que organiza a produção de artefatos e reproduz a efemeridade que a movimenta. Ela cria sentidos temporais que compensam a aceleração do giro de capital através da representação de valores mais duradouros. Jacques Le Goff corrobora com este pensamento ao dizer que:

A aceleração da história, por um lado, levou as massas dos países industrializados a ligarem-se às suas raízes: daí a moda *retrô*, o gosto pela história e pela arqueologia, o interesse pelo folclore, o entusiasmo pela fotografia, criadora de memórias e recordações, o prestígio da noção de patrimônio. (LE GOFF, 2003: 224-225).

Para Harvey, a busca por raízes se desenvolve devido à aniquilação do espaço por meio do tempo, a dimensão do futuro do Vir-a-Ser. Com a aceleração do giro de capital, os limites espaciais são quebrados, tornando-se abstrações que correspondem unicamente à produção de bens de consumo. Dessa forma, priorizamos as espacializações deste tempo acelerado, deslocando nossa atenção de mercado do espaço para o lugar. “[...] Quanto menos importantes as barreiras espaciais, tanto maior a sensibilidade do capital às variações do lugar dentro do espaço e tanto maior o incentivo para que os lugares se diferenciem de maneiras atrativas ao capital.” (HARVEY, 2009: 267). Harvey afirma que o lugar abrange a dimensão da identidade coletiva e individual e, dessa forma, com a aniquilação do espaço, ele tende a se caracterizar como a mais vendável representação de coesão social.

## **2.5. Design e os lugares de memória**

Pierre Nora utiliza o termo lugar para discorrer sobre a diferença entre memória e história. Segundo o autor, a temporalidade atual se distingue pela valorização dos lugares de memória. “O tempo dos lugares é esse momento preciso onde desaparece um imenso capital que nós vivíamos na intimidade de uma memória, para só viver sob o olhar de uma história reconstituída.” (1993: 14). O autor define os lugares de memória como restos das práticas e representações de uma coletividade que se mantém a partir de uma revalorização histórica, uma vez que estas práticas e representações já não são mais naturais. *Grosso modo*, poderíamos dizer que se trata de uma operação arquivística que tende a delimitar as fronteiras destes fragmentos de modo a projetá-los frente ao nosso contexto de perda de memória social. Assim, o que caracteriza os lugares de memória é um duplo movimento: a fragmentação e a potência de unidade do vestígio, ao mesmo tempo em que sua revalorização e resignificação a partir das operações historiográficas. Nas palavras de Nora, “o lugar de memória é um lugar duplo: um lugar de excesso fechado sobre si mesmo,

fechado sobre sua identidade, e recolhido sobre seu nome, mas constantemente aberto sobre a extensão de suas significações” (1993: 27). Assim, estão em constantes transformações já que são vivos, mas são encontrados através da história.

Segundo Nora, houve um período no qual a história era a própria memória. Os indivíduos eram portadores de uma tradição de memória que era compartilhada através de meios concretos como espaços, gestos e imagens e geravam uma identificação social, cuja última expressão foi a estrutura da nação. No entanto, este período acabou, iniciando-se, assim, outro momento em que a memória foi tomada como história. Devido à aceleração do tempo e de todos os fenômenos sociais decorrentes principalmente da modernidade, a memória tradicional se perdeu, restando a nós a acumulação de seus vestígios: documentos, imagens, discursos. Com isto, museus e práticas vinculadas à história se proliferaram, constituindo o conceito de “memória arquivo”. Em consequência, a memória passou a residir externamente a nós e, com isto, passou a ser interiorizada como uma obrigação individual, já que não corresponde mais a uma prática social.

Tendo em vista as ideias de Nora, é possível considerar que a valorização do lugar no mercado está intimamente ligada ao conceito de lugar de memória. Os lugares de memória condensam os valores estáveis em meio à aceleração do tempo. Como espacializações de tempo, eles fragmentam a memória social, que é viva, em lugares que materializam a identidade de um passado frente à aceleração moderna.

O designer, neste contexto, fundamenta sua prática em uma ação historiográfica: ele trabalha no ritmo do giro do capital, mas produz a sensação de um tempo duradouro através das referências do passado. As referências da memória que Ronaldo Fraga explicita em suas definições sobre o seu trabalho refletem este contexto. Ao dizer que a memória é seu prato predileto, ele assume que sua prática é uma ação historiográfica. Isto fica evidente em uma das frases mais repetidas pelo designer: “a moda é o documento de um tempo” (CAVALCANTI, 2011). Nela, Fraga evidencia que sua compreensão do design se encontra em meio ao “tempo dos lugares”. Isto é, o documento-moda consiste em um vestígio da

aceleração do tempo de nossa sociedade que constrói uma história desta memória. Esta ideia é exemplificada nas palavras do designer em entrevista<sup>15</sup> realizada no programa Roda Viva em 2011.

O que é a moda? A moda é o registro mais eficiente que nós temos. Então, pode estar vazia, pode estar horrível, pode estar isso ou aquilo, mas ela sempre vai estar registrando o que está acontecendo com esse tempo.

Embora ele utilize a conotação do termo moda para referenciar o artefato fruto do design de vestuário, sua compreensão esclarece que o objeto da prática de produção se sedimenta no espaço, condensando o fluxo de tempo que a sociedade opera. Assim, confere ao design a noção de um lugar de memória ao mesmo tempo em que a própria roupa, artefato principal da produção do design de vestuário, também passa a se caracterizar como um lugar de memória. O produto do design estabelece um lugar para a memória e a função deste lugar se apresenta através da configuração do objeto.

Entrevistadora: Na tua coleção, tem algumas estampas de bolachas Maria. Elas eram as tuas bolachas prediletas?

Ronaldo Fraga: Todos nós comíamos. Mas, quando eu trouxe ela pra coleção, não foi nem porque era a bolacha mais gostosa que eu comia. Ela está ali para significar aquele lugar da memória afetiva que eternamente pra mim vai ser harmonioso, vai ser tranquilo, vai ser quente e vai ser portosseguro sempre que eu voltar pra lá. (PETITPAVE, 2008).

Preciosa e Avellar (2008: 4) confirmam que, em meio a esta lógica da efemeridade, em que o novo opera a mudança constante do Ser, “o espaço mais seguro que temos hoje é o da memória”. Harvey nos diz que esse movimento dos lugares é irônico pelo fato de que a preservação das raízes e tradições está vinculada a sua mercantilização e comercialização.

A busca de raízes termina, na pior das hipóteses, sendo produzida e vendida como imagem, como um simulacro ou pastiche [...]. A fotografia, o documento, a vista e a reprodução se tornam história exatamente devido à sua presença avassaladora. [...] Por meio da apresentação de um passado parcialmente ilusório, torna-se possível dar alguma significação à identidade local, talvez com algum lucro. (HARVEY, 2009: 273).

---

<sup>15</sup> Entrevista audiovisual transcrita em anexo.

As duas autoras também compartilham desta compreensão de Harvey e, fundamentadas no pensamento de Lipovetsky, mostram como toda a nostalgia se torna mercadoria para suportar, na complexidade do presente, as incertezas daquilo que está por vir. Harvey afirma que esta apresentação do passado é ilusória. Ou seja, não retornamos e, tampouco, vivenciamos novamente o passado. Os objetos de consumo passam a ser “uma tentativa de reencenação de algo, cujas práticas ali envolvidas inexistem” (PRECIOSA *et* AVELLAR, 2008: 6). Eles fornecem significados simbólicos do passado que são construídos através da representação material do artefato. Stallybrass (2008: 15) resume o mercado simbólico do objeto do vestuário ao dizer que

em uma economia da roupa, entretanto, as coisas adquirem uma vida própria, isto é, somos pagos não na moeda neutra do dinheiro, mas em material que é ricamente absorvente de significado simbólico e no qual as memórias e as relações sociais são literalmente corporificadas.

A produção destes artefatos cabe ao design. Os objetos ultrapassam seus valores monetários e adquirem sentidos socialmente valorizados que estabelecem as relações sociais através do comércio. A memória como este porto-seguro é espacializada pela lógica da moda na economia capitalista. Como já citado, Adrian Forty (2007: 22) afirma que o design foi empregado para embaçar as noções de tempo da sociedade. O que observamos é que a função continua.

O design, como uma prática de produção material, produz artefatos que representam as relações ambíguas de tempo que a sociedade moderna instituiu. Estas relações ambíguas são fundamentadas nos sentidos de progresso linear e cíclico. A memória é viva porque se estabelece pelas práticas e relações sociais e, portanto, passa a ser representada pela temporalidade do contexto. Hoje, temos lugares destinados a ela devido à aceleração do capital que se fundamenta na efemeridade da moda: o princípio do novo ou talvez devêssemos dizer da diferenciação com vistas ao aumento da mais valia. Estes lugares são comercializados já que espacializam um tempo para fornecer o sentido de segurança de um passado no jogo das contínuas mudanças do presente. O design espacializa este tempo através da materialidade dos objetos produzidos. Projeta a

sua venda, seu consumo e principalmente o lucro. Com isto, representa simbolicamente a economia.