

## 5. Por uma política cultural da memória-moda

As formas que identificamos no trabalho de design-história de Ronaldo Fraga e no contexto dos lugares de memória da produção cultural contemporânea são indícios que nos conduzem a entender a extensão das relações entre design e memória. Neste sentido, é necessário que compreendamos que, embora tenhamos demonstrado características criativas do trabalho de Fraga, sua prática no mundo do design de vestuário é balizada por fronteiras muito maiores do que a própria memória pode conter.

Recentemente, no contexto brasileiro, a moda<sup>55</sup> passou a fazer parte do Plano Nacional de Cultura, instrumento de planejamento e de implementação de políticas públicas deste Ministério em que são traçadas as diretrizes de ações que norteiam a compreensão e o fomento da cultura do país. Ainda que as políticas culturais do país, aliás, todas as políticas públicas, desde educação e saúde, como as políticas de segurança e econômicas, deixem a desejar, é o que temos e onde ainda podemos perceber algumas modificações. Ronaldo Fraga esteve envolvido diretamente neste processo e a memória se fixou com um vetor do Plano Cultural da Moda.<sup>56</sup>

Este fato pode abrir uma enorme questão sobre a relação entre moda e cultura. Neste sentido, teríamos que investigar o significado dos conceitos, suas aplicações, funções e estabelecer analogias entre eles, de modo a buscar possibilidades de aproximação, pertinência, inclusão ou

---

<sup>55</sup> É necessário esclarecer que, embora, até o momento, tenhamos designado a moda através da expressão 'design de vestuário', uma vez que acreditamos que ela especifique a prática a que a palavra moda algumas vezes alude, a seguir, mantemos a palavra moda, uma vez que para o Ministério da Cultura, a moda é entendida separadamente do design e o próprio campo da moda brasileiro questiona a relação entre ambos os campos. Com isto, não queremos examinar a pertinência desta discussão, mas designar o trabalho relacionado ao vestuário.

<sup>56</sup> Documento redigido pelo Colegiado Setorial de Moda em que constam as diretrizes de ação do setor para o Plano Nacional da Cultura.

mesmo de distanciamento. No entanto, este não é o objetivo do presente trabalho. Compreendemos a cultura como um conjunto de sistemas simbólicos que caracterizam grupos sociais, cujas estruturas são estruturadas e estruturantes (BOURDIEU, 2010: 7-15). Isto é, ao mesmo tempo que permitem as construções do conhecimento sobre o mundo, só podem fazê-lo porque são construídas pelo próprio homem: produzem e reproduzem a realidade social. A partir dessa reflexão, entendemos que roupas e outros objetos do vestuário fazem parte da cultura, uma vez que são bens simbólicos: mercadorias, dentro do sistema capitalista e significações culturais, pois caracterizam um sistema simbólico de conhecimento e integração de grupos sociais. Assim, prosseguimos apresentando os fatos sobre a relação entre moda e cultura no contexto brasileiro, na medida em que nos permitem pensar algumas questões sobre a relação entre a prática do design e a memória social, tendo em vista os aspectos simbólicos destes bens culturais.

Como é relatado por Ronaldo Fraga, em entrevista a Karla Monteiro em 2011, e também nas notícias publicadas por Ismália Afonso em nome do Ministério da Cultura através de plataforma virtual Portal da Cultura, durante a gestão de Gilberto Gil no Ministério, entre 2003 e 2008, começaram os mapeamentos que identificaram as práticas culturais que não estavam contempladas nas diretrizes do governo. Esta ação foi continuada pelo sucessor Juca Ferreira, cuja gestão promoveu o I Seminário de Cultura da Moda, que ocorreu em Salvador, em setembro de 2010. Neste evento, foram traçadas as estratégias para inclusão da moda como vetor cultural. Além disso, os 150 delegados presentes no Seminário elegeram os representantes do Colegiado Setorial da Moda, cuja formação seguiu os demais colegiados do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC): 15 membros titulares civis e outros 15 suplentes. Esse número de pessoas representa as cinco regiões brasileiras e os três segmentos da cadeia produtiva da moda: artístico-criativo; produtivo-comercial e associativo-acadêmico. O mais votado entre os quinze foi Ronaldo Fraga. Com isto, tornou-se o representante do Colegiado e o Conselheiro do setor no CNPC. Deste então, o designer tem participado efetivamente dos encon-

tros e das reuniões em que são discutidos o desenvolvimento de políticas públicas culturais para o setor da moda.

As diretrizes do Plano Cultural da Moda, redigidas em 2010 no I Seminário, foram discutidas ao longo de 2011 de modo que pudessem ser aprofundados os objetivos traçados para o setor. Segundo Ismália Afonso pelo Portal da Cultura em novembro de 2010, os eixos que orientaram as diretrizes são: 1) Cultura, Memória e Criação; 2) Estado, Instituições e Redes; 3) Formação, Educação e Pesquisa; e 4) Financiamento e Economia da Cultura.

Sobre estes aspectos, em diferentes entrevistas, o designer explicou com exemplos bastante emblemáticos o que cada ponto significa. Neles é possível observar que a dimensão temporal do passado não está contemplada somente na memória da moda, mas em outros eixos. Fraga relata isto na entrevista<sup>57</sup> no Programa Roda Viva, em 2011.

As quatro diretrizes base que vão definir a moda dentro do Ministério da Cultura são: memória, nós não temos um museu da moda no Brasil, o acervo, como muitos, Nei Galvão está se perdendo na Bahia, no sítio da irmã. Nós não temos um museu que poderia retratar esse trabalho da Zuzu Angel de uma forma bacana, está em construção no Rio de Janeiro, mas é muito difícil. Outra coisa, pesquisa, eu fiz uma coleção no ano passado com o apoio do governo de Pernambuco, curiosamente, um trabalho de registrar pontos de bordado em vias de extinção. Se um estilista resolve tirar dois meses da sua vida, seis meses ou um ano, ele tem que bancar do próprio bolso se não houver esse interesse do mercado. Um estilista amanhã é convidado, como já aconteceu comigo, a desfilar no Japão. Se você não bancar do seu próprio bolso, é nesse lugar que poderia entrar o dinheiro público, não é para bancar confecção de ninguém. E também no meio acadêmico, vamos lembrar que o Brasil hoje é o país que tem mais escola de moda no mundo. Não estou falando de qualidade, mas tem muitas escolas. Então, há que se transformar isso e definir uma identidade no ensino de moda no Brasil. Quando você faz isso e investe num vetor que, além de ser um vetor cultural, ele é econômico. Você pode imediatamente, além de ter produto de qualidade, desenvolver um pensamento de todo um país em cima daquilo que as pessoas estão escolhendo para vestir ou não. Então: história, memória, capacitação, pesquisa e eu acho que, essa última, é uma das primeiras portas, mas eu espero que, com isso, a gente consiga entrar no Ministério da Fazenda, no Ministério da Educação.

---

<sup>57</sup> Transcrita em anexo.

Através dos exemplos de Fraga, fica evidente que os projetos articulam uma relação entre os pontos do Plano Cultural da Moda, pois desenvolvem práticas em que a memória de moda tangencia a criação e fortalece a dimensão cultural. No entanto, percebemos que a criação em moda e a preservação da memória estão associadas a outro fator, que, embora seja o último citado, é tão importante quanto os demais: o financiamento dos projetos. Através da fala do designer, é possível observar que os recursos financeiros configuram um problema que perpassa todas as demais áreas da prática da moda.

Este problema foi destaque no Seminário de Cultura de Moda, uma vez que, pelas palavras de Fraga, “o próprio setor não se via como cultura”. Como o designer resume na continuidade da entrevista citada acima, “as pessoas falavam na definição das diretrizes: Mas tem os impostos! Eu falei assim: Isso é Ministério da Fazenda, não é aqui não”. Ou seja, o problema financeiro em relação à moda no país estabelece um chão para o debate da perspectiva da prática em moda e seu papel na cultura.

A inclusão da moda na Cultura proporciona duas possibilidades oficiais de resolução deste tipo de problema. Primeiro, as Leis de Incentivo à Cultura, aplicadas à moda, fornecem incentivos fiscais a empresas e a pessoas físicas que destinem parte do seu Imposto de Renda a ações culturais. Isto permite com que novas relações sejam estabelecidas para o patrocínio de projetos de moda. Segundo, como demonstram as diretrizes do Plano Cultural da Moda, publicadas no Portal da Cultura, um dos objetivos é que sejam criados editais e linhas de créditos específicos, integrando, assim, o setor ao Fundo Nacional de Cultura, além de uma conexão entre o Ministério da Cultura e os demais, como o da Fazenda. No entanto, estas possibilidades não alteram rapidamente os valores que estão em jogo na definição da prática social da moda.

Fraga demonstra isto na entrevista a Karla Monteiro, do O Globo, em 2011.

Entrevistadora: A moda sempre se encaixou na seara do comércio, da indústria. É, de fato, uma mudança grande de paradigma.

Ronaldo Fraga: Mas é preciso mudar o olhar. Moda é muito mais do que fazer roupa. Pensando no cenário mundial, em que tempo é este em que nós vivemos, eu diria que vivemos numa época em que todas as regras ru-

íram. Os cânones desabaram. Temos que repensar o que é cultura. [...] Tudo passa pela capitalização do setor para além da roupa. Temos que entender o que é indústria da moda e o que é indústria da roupa. A indústria da roupa só vira indústria da moda quando dialoga com a cultura.

Com isto, percebemos que, para a compreensão da moda enquanto cultura, a questão econômica é fundamental. Mas, muitas vezes, esta questão é pouco definida pelos próprios agentes do mundo do vestuário. Sob a lógica da moda, o capital econômico é tão efêmero quanto o próprio tempo e, dessa forma, a criação em design de vestuário através da memória não é apartada das relações de dominação econômica e simbólica da sociedade.

### 5.1.

#### **Moda: capital versus tempo**

Para explicitar esta ideia, nos reportamos ao pensamento de Pierre Bourdieu sobre o campo da moda. Em um texto denominado *Alta Costura e Alta Cultura* (1983), o autor, em meados da década de 1970, aproximou as práticas da moda à esfera de produção cultural consagrada, demonstrando como há uma homologia estrutural entre campos tradicionais da cultura “legítima”, como as artes plásticas, o teatro e a música, e a produção de bens do mundo da moda. Embora possamos perceber uma diferença de tempo entre o pensamento de Bourdieu e o Seminário de Cultura de Moda ocorrido no Brasil em 2010, identificamos a atualidade com que as ideias do autor se aplicam ao contexto de compreensão do campo da moda no Brasil e, dessa forma, concordamos e extraímos algumas questões que são pertinentes sob a relação entre o design e a memória social.

Diversos trabalhos já se dedicaram a aprofundar e a aplicar as ideias do autor em uma abordagem ao design e até mesmo à moda, demonstrando como é possível perceber conexões sobre a produção destas práticas, seus valores e seus processos de recepção e de consagração na sociedade. Dentre eles, concordamos com as associações de Deborah Christo (2003), ao apresentar a maneira pela qual o design se configura

como uma prática de produção de bens simbólicos e, portanto, como um campo, no pensamento de Bourdieu (2009: 100-104), em que há forças de dominação cujo poder se destina a distinção no espaço social. Deborah Christo investigou o contexto da produção de logomarcas por designers gráficos e, desta forma, relacionou o funcionamento do campo da arte ao campo do design, demonstrando como há valores homólogos entre os campos, principalmente, relativos às ideias de criação e de autoria. Neste caminho, Juliana Martins (2010) apresentou um recorte sobre as teorias e os conceitos de autoria e dialoga com Bourdieu (1983) na medida em que demonstra como, no campo do design, encontra-se a noção, homóloga à arte, de que a criação consiste em uma prática idealista, sacralizada pelo autor da obra. Martins apresenta a ideia de que, diferente desta constatação, é necessário compreender que criador e criação adquirem distinção social, porque são estruturados e estruturantes no campo.

Concordando com o posicionamento acima, nos reportamos ao trabalho de Luisa Meirelles (2011), cujo diálogo com Bourdieu refaz o caminho descrito pelo sociólogo francês sobre o mercado de bens simbólicos, relacionando suas ideias ao mundo da moda. Com isto, a autora admite que a moda possa ser considerada como um campo, aquele destinado à produção, recepção e circulação do vestuário, visto que as relações de dominação se concentram na luta dos agentes pela distinção social dentro desta prática. Meirelles conduz seu pensamento sobre o campo da moda através de alguns exemplos históricos que evidenciam a autonomização do campo – o trabalho de Charles Worth, já citado em capítulo anterior, bem como as polaridades de dominação dentro do campo da moda: o campo de produção erudita – campo da moda erudita - e o campo da indústria de massa – moda popular (2011: 56-58).

Esta consideração do trabalho de Meirelles nos permite destacar alguns pontos sobre a abordagem do campo da moda através do referencial de Bourdieu para compreender como a memória e o design de vestuário se relacionam através da associação entre moda e cultura.

Partindo do texto de Bourdieu *Alta Costura e Alta Cultura*<sup>58</sup> (1983), o autor demonstra que a relação de dominação que existe no campo da moda<sup>59</sup> é homólogo a outros campos de produção de bens simbólicos. Ao associar Alta Costura à Alta Cultura, o autor destaca que as noções e valores que são recorrentes no campo da arte, por exemplo, também são encontradas no campo da moda. Isto quer dizer que as ideias de criação e autoria constituem um contexto em que parecem metafísicas, ou seja, mágicas, já que estabelecem de modo idealista uma crença inconsciente ou carismática dos agentes do campo.

Sobre a relação de dominação, Bourdieu cria uma distinção entre os dominantes e os pretendentes. Segundo ele, o campo possui esta polaridade entre seus agentes, os quais sempre estão em movimento: os primeiros, na conservação de sua posição e os segundos, na tentativa de subversão das posições. O poder mágico do criador é o capital de autoridade associado a uma posição ocupada por uma pessoa autorizada, cuja identificação é garantida por seu carisma e por sua assinatura. Este poder mágico do dominante é legitimado pelos agentes do campo e é o que confere o valor simbólico à criação dos produtos. No caso da moda, o poder de criação se articula através da marca<sup>60</sup>, proporcionando distinção ao produto.

---

<sup>58</sup> Neste texto, identificamos uma síntese das ideias apresentadas em outro: *O Costureiro e sua Grife: contribuição para uma teoria da magia* (2008). Dessa forma, nos reportaremos a ambos para que possamos dialogar com as ideias com precisão.

<sup>59</sup> Embora Bourdieu não empregue a expressão campo da moda, pois ele utiliza a definição de campo da Alta Costura, é possível associar o que ele denomina de Alta Costura aos níveis mais elevados da hierarquia do campo de produção do vestuário. Em outras palavras, o campo de moda erudita, conforme já demonstrado por Meirelles (2010: 56-58).

<sup>60</sup> Utilizamos a expressão marca, embora no texto de Bourdieu seja empregada a palavra *griffe*, porque a primeira amplia o sentido de um campo da moda erudita. A palavra *griffe* está restrita ao campo da Alta Costura que, por limites espaços-temporais, não é aplicável a outros contextos de produção do vestuário. *Griffe* designa um tipo de marca de objetos de luxo que são feitos à mão. Sua etimologia pode ser observada na palavra francesa *graphie* que designa a ação de escrever da mão humana e, portanto, à assinatura do criador. (KAPFERER, 2003: 74-75).

Tendo isto em vista, Bourdieu apresenta dois problemas muito pertinentes a nossa abordagem do campo da moda e que o particulariza em relação aos outros campos de produção cultural. O primeiro diz respeito à periodização do campo: a lógica temporal das mudanças de dominação que ocorrem na luta pela distinção. O segundo se refere à sucessão: a continuidade dos valores simbólicos frente à lógica de mudanças. Neste sentido, analisaremos cada um deles para que possamos esclarecer como estes problemas representam o debate sobre moda e cultura, já que são inerentes ao campo e, portanto, atestam alguns limites das relações entre o design de vestuário e a memória social.

### **5.1.1. Periodização**

Para Bourdieu, a “lei” fundamental do campo da moda é a aquisição de capital específico, neste caso, simbólico e este se estrutura a partir do nome da *griffe*, ou como aqui estamos empregando, a marca. A marca do designer se perpetua a partir da tradição e da conservação do nome dentro do espaço social em que atua. No entanto, esta perpetuação não está relacionada simplesmente à antiguidade, porque, no campo da moda, há uma equação entre o capital simbólico e a sua transformação em capital econômico. A relação entre o capital adquirido e a sua duração no tempo só pode ser mantida através da exploração de estratégias econômicas particulares do campo, uma vez que, na moda, a luta está concentrada no monopólio da legitimidade, isto é, no poder de legitimação dos objetos. (BOURDIEU, 2008: 136).

Isto nos permite pensar que o debate acerca do capital econômico em jogo na adesão da moda à cultura demonstra que editais, linhas de crédito e, até mesmo, leis de incentivo à cultura, são estratégias econômicas que permitem que qualquer designer possa preservar proporcionalmente a equação entre sua posição dentro do campo e os recursos financeiros para seus projetos. Como já exemplificado por Ronaldo Fraga na citação acima, projetos de trabalhos e exposições são atividades que de-

mandam verba e que, atualmente, são custos a cargo do produtor. Portanto, as estratégias econômicas do Plano Nacional da Cultura fornecem a possibilidade de que o capital simbólico seja preservado, uma vez que o financiamento assegura a proporção da equação entre capitais.

Mas, o sociólogo comenta que há um problema temporal no campo da moda. A luta pela dominação acontece sob uma base de tempo que é definida pelas mudanças. Bourdieu (1983: 157) nomeia isto de periodização específica do campo. Cada campo tem uma forma de funcionamento das revoluções. No campo da moda, a mudança não atinge somente a qualidade dos objetos, mas aquele que os faz. A ruptura do novo descredita os produtos e seus produtores: os dominantes. Esta condição se processa pela postura dos pretendentes de rejeitar o passado e pelas estratégias dos dominantes de assegurar sua posição, cuja forma também é mais próxima do declínio.

O grau do capital adquirido varia dependendo da importância que a marca possui no campo. A temporalidade curta caracteriza os bens simbólicos do campo da moda, fazendo com que os movimentos pela distinção social, que é o que os pretendentes desejam, se fundamentem pelas diferenças temporais, as mudanças ou as inovações. Esta temporalidade curta do campo da moda é o que impõe limites à relação entre o grau de consagração no campo e a antiguidade do produtor.

Bourdieu (2008: 141-142) afirma que há uma hierarquia entre os campos de produção cultural e que, embora possamos pensar em homologias entre os campos, não quer dizer que as posições dominantes possuam poder de legitimação em outras esferas, bem como possam transferir seu capital específico de um campo ao outro. O campo da arte ocupa a posição mais alta da hierarquia dos campos de produção cultural, do qual o campo da moda toma de empréstimo as noções para sua organização: a posição idealizada do criador, a crença na criação, os valores de antiguidade, a raridade do produtor e do produto.

No entanto, o que diferencia o campo da moda do da arte é o tempo que a própria moda opera, já que a lógica da mudança implica na impossibilidade de uma “consagração duradoura”. Se a periodização se fundamenta em um tempo comprimido, que descredita rapidamente aquele

que faz e, portanto, seu capital econômico, sob a lógica da moda no sistema capitalista, cujo trabalho é dar lucro, o tempo se constitui em um problema para a consagração do produtor, dos produtos e, logo, de seu rendimento. Em outras palavras, na lógica de nossa sociedade, tempo é dinheiro e a lógica acelerada da novidade desmancha qualquer possibilidade de manutenção da estabilidade duradoura necessária para a legitimidade do capital simbólico e econômico.

A ruptura obrigatória da distinção temporal da moda implica no declínio do valor material e simbólico dos bens do campo e, desta forma, o produtor deve se renovar: estar atento às mudanças de modo que as acompanhe na mesma aceleração que as orienta. Com isto, é compreensível o que Fraga relata quando diz que o próprio campo se questiona como cultura. A sobreposição do debate econômico demonstra que a moda opera a produção da mais-valia. No entanto, o funcionamento e a organização temporal do campo instabiliza a dominação simbólica e econômica. Neste sentido, a inclusão à cultura parece silenciar este debate financeiro, pois valoriza uma consagração mais duradoura, ao passo que cria estratégias de manutenção do capital econômico.

Para concluir esta questão da periodização, Bourdieu ainda afirma que o privilégio dos produtores consagrados do campo da moda “consiste em fazer parar, durante um momento, o tempo da moda, forma suprema de distinção” (2008: 143). Este “parar” a lógica da mudança aproxima o produtor do campo da moda à posição consagrada no campo da arte e, portanto, o inclui nas estratégias de manutenção da produção cultural, como é observável no contexto brasileiro. Ainda em suas palavras:

Os ‘valores duradouros’ são os que podem colocar, a seu serviço, instituições capazes de lhes assegurar, de forma duradoura, um mercado – econômico e/ou simbólico –, isto é, capazes de produzir a concorrência para a apropriação material ou simbólica e, ao mesmo tempo, a raridade da apropriação com todos os lucros materiais e simbólicos que ela assegura. (2008: 149).

Dessa forma, entendemos que a memória social, além de ser uma questão subjetiva, também se constitui como um valor duradouro que permite este “parar” do tempo da moda, porque consegue apresentar um

sentido de raridade do passado à concorrência de dominação na lógica acelerada do capital econômico do campo da moda. A memória possui um valor do passado que aproxima a produção da moda a um valor superior consagrado na arte e, com isto, proporciona ao campo da moda a concorrência entre os outros campos da produção de bens simbólicos no contexto das políticas culturais.

### **5.1.2. Sucessão**

O campo da Moda, para Bourdieu (1983: 159) ocupa uma posição intermediária entre um campo burocrático, que organiza a sucessão carismática do criador frente ao ritmo de mudanças, no qual os agentes devem ser permutáveis, e o campo da criação artística, no qual o poder de consagração é duradouro e insubstituível.

A figura do criador de moda<sup>61</sup> concentra a alquimia simbólica do campo, homólogo à maneira do artista no campo da arte, já que compreende tanto o produtor material quanto a posição ontológica que lhe é conferida pelo ato de criação. Bourdieu (2008: 151-152) diz que a contradição da sucessão no campo da moda é muito particular em comparação aos outros campos de produção de bens simbólicos porque, no campo artístico, não há como se pensar na substituição do criador, uma vez que a qualidade mágica de transmutação dos objetos é intransferível de sua pessoa. Já, na moda, o criador possui um poder mágico ou carismático de conferir a raridade ao objeto que ele produz ou, através da imposição da marca, operação de transubstanciação, a objetos que ele não produziu.

O sociólogo (2008: 152) resume o problema da contradição de sucessão no campo da moda com um pergunta:

A questão – ‘Como será possível substituir Chanel?’ – deverá ser entendida assim: como continuar produzindo Chanel – objeto simbólico, marcado com o signo da raridade pela assinatura – sem a presença física de Chanel – indivíduo biológico, único habilitado a assinar Chanel nos produtos Chanel.

---

<sup>61</sup> Consideramos aqui o designer de vestuário, designer de moda, estilista ou mesmo costureiro – palavra original no texto de Bourdieu (2008).

Nesta pergunta, ele atesta que o problema da sucessão está na substituição do produtor cuja raridade é insubstituível. A criação no campo da moda se estabelece na crença de que a assinatura – o nome do criador – fornece a consagração do objeto. Mas o produtor morre e a marca, com seu nome, continua. Com isto, na sucessão, o criador substituto só irá desempenhar sua função na medida em que não permanecer como substituto: vir a se conceber como criador de valor e de raridade, isto é, dotado de valor como pessoa. O custo, porém, é que faz com que se renuncie ao capital já associado à pessoa e à personagem cujo estilo de vida contribuiu para a fé em seu poder criador. Ou seja, ao se impor, ele desacredita a tradição que lhe outorga o poder de consagração, ao mesmo tempo que cria o seu valor de raridade nominal como criador.

Apesar de perceber que o problema da sucessão de produtores das marcas ainda não compreende um ponto tão visível no campo da moda brasileira, uma vez que ele é jovem e não possui uma tradição tão longa quanto o campo francês analisado pelo autor, a ele está associado a valorização da raridade do produtor, bem como a operação de transubstanciamento pela qual a marca altera a natureza social dos objetos, e é isto que identificamos em nosso contexto.

Bourdieu (1983: 160) diz que é a crença nestes valores do campo que faz o próprio campo. Assim, nos reconhecemos como agentes que reproduzem esta crença. Mas também percebemos que ela vai ao encontro da de outros campos de produção de bens simbólicos, mais consagrados e que estão, há mais tempo, compreendidos como cultura. Sob este contexto, Ronaldo Fraga possui este capital simbólico e, portanto, sua atuação como representante da moda no Ministério da Cultura reflete a posição dominante e consagrada que o campo lhe credita.

Isto nos conduz a pensar que estes valores da periodização e da sucessão são transferidos para a manutenção da memória social. Quando Fraga produz o seu design-história através da prática de produção do vestuário, é necessário compreendermos que a crença na raridade do produtor do campo da moda se torna a base para a representação de uma memória coletiva, cujos objetos sofrem uma alteração de sua natureza social.

Neste sentido, nos reportamos à abordagem de Michael Pollack sobre a memória. De um modo geral, o autor (1992: 4-5) afirma que a memória é seletiva e que, enquanto um valor, ela é disputada entre grupos sociais. Com isto, ele lança mão do conceito “enquadramento da memória” (1989: 9) para explicitar a maneira como diferentes práticas sociais moldam as fronteiras do passado, suas interpretações, e fornecem quadros de referências para as relações entre memórias coletivas e individuais. Pollack (1989: 10-11) exemplifica este conceito através da prática da história, demonstrando como os agentes deste campo lutam pela defesa de uma coesão interna a partir de certos valores que são ampliados a instituições e disputados em conflitos sobre uma verdade do passado. No entanto, embora sua análise do enquadramento da memória se concentre na prática da história, é possível criar uma homologia ao campo da moda.

As relações de dominação que estruturam o campo de produção do vestuário, a partir da perspectiva cultural, estabelecem um enquadramento da memória cuja forma adota os valores do campo da moda para a seleção da memória. A raridade do produtor consagrado e seu poder mágico de transubstanciação dos objetos são tomados como verdades que orientam os valores conferidos às tradições e, portanto, guiam a maneira de preservação e manutenção da memória social.

Um exemplo bastante explícito em que fica evidente a maneira como o trabalho do produtor consagrado no campo da moda é considerado pelo próprio campo é encontrado na entrevista<sup>62</sup> que Ronaldo Fraga concede ao Programa Roda Viva. No diálogo entre os entrevistadores e o produtor, alguns valores do campo são apresentados quando associados às tradições de bordado com as quais o designer desenvolve seus projetos.

Entrevistador 1: Vamos dar o benefício à dúvida. Vamos supor: então, existe mesmo uma prevenção com o artesanato, com o trabalho artesanal e regional no Brasil.

Entrevistador 2: Subestimado, né?

Entrevistador 1: Sim! Quando você diz: “Eu dei esse projeto pra elas fazerem”, você quer dizer que você, de alguma forma, está refinando esse talento do artesanato?

Ronaldo Fraga: Sim, claro!

---

<sup>62</sup> Transcrita em anexo.

Entrevistador 1: Então, você está aperfeiçoando um trabalho que de alguma maneira deve ter uma breguice intrínseca. É isso?

Ronaldo Fraga: Claro! Você chega numa cidade como essa [Passira], você tem o domínio de uma técnica que é maravilhoso, só que a cidade inteira faz o mesmo desenho. E, com a história da China, por exemplo, que chegou lá, elas bordam hoje sobre tecido sintético. Haja qualidade de um bordado pra bordar naquelas porcarias de sintéticos que hoje tomaram conta do país.

Ao considerarem que o trabalho do produtor consagrado “refina a breguice intrínseca” das práticas manuais das tradições, percebemos que o que se destaca é a dominação que a figura do designer exerce dentro deste campo. Neste sentido, observamos que as ideias expressadas atestam que o poder simbólico de Ronaldo Fraga é manifestado em seu trabalho de alteração da natureza social dos objetos frutos do trabalho coletivo destas tradições. O designer salva esta memória, pois a eleva a um estado superior dentro do campo da moda, cuja ação somente ele poderia executar.

Embora o trabalho de Fraga contemple maneiras de comunicação da prática destas tradições, através de etiquetas ou mesmo homenageando-as em suas coleções, o que evidencia a importância destas no desenvolvimento dos produtos da marca Ronaldo Fraga, é necessário estar atento para o fato de que estes valores são inconscientes, como afirma Bourdieu (1983: 160-161). A crença no trabalho do produtor é que movimenta o campo da moda e, com isto, Fraga é consagrado pelo seu trabalho. Sua legitimação se dá por um rebaixamento de valor do trabalho das tradições. Este valor pode ser tanto econômico quanto simbólico, já que é necessário que haja lucro na produção, mas, também, que seu nome não se perca entre todos os outros que fazem parte da tradição. Dessa forma, entre o design e a memória, esta dominação gera um silenciamento (POLLACK, 1989: 8-9): algumas vozes são silenciadas pela narrativa dominante com a qual a moda opera o enquadramento do design-história. Pollack emprega a noção de “silêncio” através da função dos “não-ditos”, demonstrando como estes últimos expressam a disputa entre memórias e compreende a conjuntura de marginalização de algumas delas. Neste sentido, consideramos que, embora os exemplos do autor sejam apresentados através das memórias dos sobreviventes dos campos de concen-

tração ou mesmo das práticas de reescrita da história da União Soviética<sup>63</sup>, o silenciamento está presente na produção em design ao mesmo tempo que as narrativas representam a aventura de moda pela memória. Esta relação entre o dito e os “não-ditos” é bastante perceptível na exposição *Rio São Francisco*. Assim, a seguir, analisamos o lugar de memória que inaugura a inclusão da moda na cultura no contexto brasileiro.

## 5.2. Narrativas e silêncios

Tal como é apresentado no *site* da exposição, *Rio São Francisco* é considerado o primeiro projeto de moda criado a partir do escopo das manifestações culturais contempladas pelo Ministério da Cultura. Seu financiamento foi concedido através das Leis de Incentivo à Cultura e do patrocínio de empresas públicas e privadas, o que demarcou oficialmente o reconhecimento da moda como vetor cultural. O título da exposição advém, como já demonstrado em capítulo anterior, da coleção de moda que o designer produziu em 2008. Em seu itinerário, ela visa contemplar 12 cidades brasileiras. A exposição começou em Belo Horizonte, no Palácio das Artes em 2010, e, até o momento, passou por São Paulo, no Pavilhão das Culturas Brasileiras em 2011; e na Funarte, no Rio de Janeiro, no Palácio Gustavo Capanema até fevereiro 2012.

Organizada em treze ambientes diferentes<sup>64</sup>, a mostra reúne um grupo de representações plásticas sobre alguns aspectos da memória do rio São Francisco. Conforme o texto introdutório presente no *folder* da exposição<sup>65</sup>, os ambientes aludem ao interior do barco a vapor Benjamin

---

<sup>63</sup> Pollak (1989: 4-6) investiga os silêncios dos deportados - as relações entre memórias individuais e coletivas em suas socializações após a guerra - e o processo de destalinização da história da União Soviética, que gerou a irrupção de memórias subterâneas a partir de políticas de reformas.

<sup>64</sup> Há uma imprecisão sobre o número de ambientes, pois, a cada nova inauguração, a exposição ganha uma organização espacial diferente, o que altera a maneira de considerá-los. Podemos dizer que há 13 que se configuram como fixos e que os identificamos em São Paulo e no Rio de Janeiro, embora, em comparação dos *folders* das duas edições, haja divergências em suas identificações.

<sup>65</sup> Em anexo.

Guimarães, construído em 1913, que ainda circula por algumas partes do rio e que, atualmente, é o único exemplar em funcionamento no mundo.

O barco, como representação da navegação, evidencia que estes ambientes são construídos a partir dos encontros das práticas e das representações que sustentam a memória viva do rio e que aparecem na aventura de percorrer sua extensão. Dessa forma, na concepção curatorial de Ronaldo Fraga, os espaços contemplam as diferentes manifestações sociais dos grupos que vivem à margem do rio como a religiosidade, as lendas, os sabores, a música e os costumes.

Os elementos para a construção dos ambientes foram compostos a partir de materiais frutos de outros projetos, que sob a concepção de Fraga, foram reunidos na proposta curatorial da mostra *Rio São Francisco*. Percorrendo o espaço expositivo, encontramos vídeos, objetos, músicas e fotos que fazem parte de acervos, de pesquisas e, até mesmo, são documentos de atividades que já foram contempladas pelo reconhecimento cultural de seu desenvolvimento. A ficha técnica da exposição confere os créditos a todos estes parceiros que demonstram que a exposição é resultado de um trabalho coletivo de diferentes áreas, mas sob a perspectiva de um curador cujo trabalho é em moda.

Em visita à exposição em São Paulo e no Rio de Janeiro, apesar das diferenças da composição espacial, percebemos que a configuração como um todo é mantida e somente a ordenação dos ambientes é que sofre alteração. Na última cidade, a exposição ganhou relicários e quadros de dois artesãos que presentearam Fraga e, com isto, receberam o convite para integrar parte de sua produção à exposição. Estes trabalhos são os únicos que estão à venda e que são identificados pelos seus autores, pois não foram produzidos por associação a qualquer outro projeto.

Ao percorrer alguns ambientes, observamos que eles ilustram as diferentes manifestações que envolvem a memória do rio. Este efeito de ilustração é decorrente de um “cenário”, palavra que o próprio Ronaldo Fraga emprega para qualificar a exposição no vídeo<sup>66</sup> *O Chico morre no mar* no qual é explicada a proposta de todo o projeto.

---

<sup>66</sup> Transcrito em anexo.



Figura 6 - Ambientes *Mapa* e *De encontro ao Rio*, respectivamente. Fotos do autor.

Entre os cenários, está um grande mapa que retrata toda a extensão do rio e, nele, monóculos pelos quais é possível ver fotos de algumas das cidades ribeirinhas. Este mapa abre o circuito que o público faz durante a exposição no Rio de Janeiro. O mapa foi ilustrado por Ronaldo Fraga e possui uma qualidade plástica impactante, pois, para cada ponto de uma cidade, há desenhos de elementos característicos como igrejas, monumentos, pessoas e peixes, o que fornece uma perspectiva do contexto do rio. Neste mesmo caminho, o ambiente *De encontro ao rio* também apresenta imagens oriundas das diferentes faces da extensão do São Francisco. São fotos de Soraya Ursine que esteve na Expedição Engenheiro Halfed, em 2001, cujo objetivo era documentar os bens de valor cultural da região de modo que pudessem ser coletados e encaminhados à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO – para considerar o rio patrimônio da humanidade.<sup>67</sup> As fotos são registros do patrimônio material e imaterial encontrados pela expedição e são seguidos de legendas, identificando o que está aparente. Com isto, vemos espécies de peixes; objetos, como cestas; carrancas e utensílios de cozinha; lugares tradicionais, como feiras e praças; pessoas em suas práticas cotidianas, como pescando, vendendo, lavando; além de alguns personagens da região, como o lendário Manuelsão das Veredas de Guimarães, que, segundo o relatório da expedição realizado por Már-

<sup>67</sup> De acordo com os procedimentos públicos, este projeto ainda está em andamento.

cio Santos, era um vaqueiro que se tornou um dos personagens principais da obra do escritor Guimarães Rosa.

Nestes dois cenários, percebemos semelhanças na tentativa de contextualizar o rio São Francisco a partir de gêneros gráficos diferentes: as ilustrações do mapa e as fotos de Ursine. Isto permite que o público compreenda a vasta cultura que a exposição visa contemplar, já que fornece uma representação genérica das diversas manifestações ao longo de sua extensão. O rio possui cerca de 2870 km e perpassa 4 estados do Brasil: Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Alagoas. Dessa forma, a diversidade é uma de suas características. Ou seja, deveríamos aludir à pluralidade de memórias do rio. No entanto, o que nos chama a atenção é que esta representação generalista não se reserva somente a estes ambientes: pensamos que toda esta extensão faz com que a dimensão da exposição não dê conta do conteúdo que se espera de memória(s) tão vasta(s).

O ambiente *O gosto que o Chico tem*, formado por algumas ervas penduradas no forro da sala, sob as quais estão algumas sacas iluminadas cujo conteúdo é uma foto de alguns produtos típicos da região<sup>68</sup>, recebe uma única placa em que a legenda do espaço fornece as seguintes palavras: “cheiros e gostos do rio. Mercados ribeirinhos, gosto e cheiro de pequi, coquinho azedo, farinha, rapadura, tapioca, cajá... Nas paredes, peixes em vias de extinção, em latas de conserva”. Este jogo de palavras identifica alguns frutos que observamos nas imagens dentro das sacas, no entanto, para aqueles que não os conhecem, eles se mantêm conservados em sua condição de mera ilustração de algo que palavra e imagem não conseguem associar.

O mesmo acontece com o ambiente *Do convés do vapor Benjamim Guimarães observamos as várias faces do rio*. Portas em pintura branca e amarela ladeiam um corredor que alude às portas das acomodações da antiga embarcação. Sobre o corredor, redes com bonecos de panos fazem referência aos modos de instalação da segunda classe que costuma viajar pelo São Francisco. Novamente, o cenário cumpre sua função mi-

<sup>68</sup> Na montagem de São Paulo, este ambiente era formado pelas mesmas sacas e papel de parede. Mas, além destes elementos, também estavam presentes vestidos de cerâmica em tamanho natural, forrados com rótulos de produtos da região.

mética em relação ao barco. No entanto, nenhuma destas referências nos traz o diálogo que a imagem pode suscitar através do jogo de lembranças individuais e coletivas que compreendem as memórias do Eu e dos outros. É evidente que nos é oferecido um cenário que visa representar um contexto rico em histórias. No entanto, destes cenários, não emergem narrativas: vozes que degustam os sabores, que explicam suas especificidades, que dão vida aos espaços. Os cenários muito bem construídos compõem uma imagem contemplativa, mas que pouco favorece a troca que o tempo do presente fornece à continuidade e à atualização das memórias. Muitas vezes, nos parece que este lugar de memória perde sua potência, porque não aprofunda as memórias, mas as mantém na superficialidade de um passado representado.

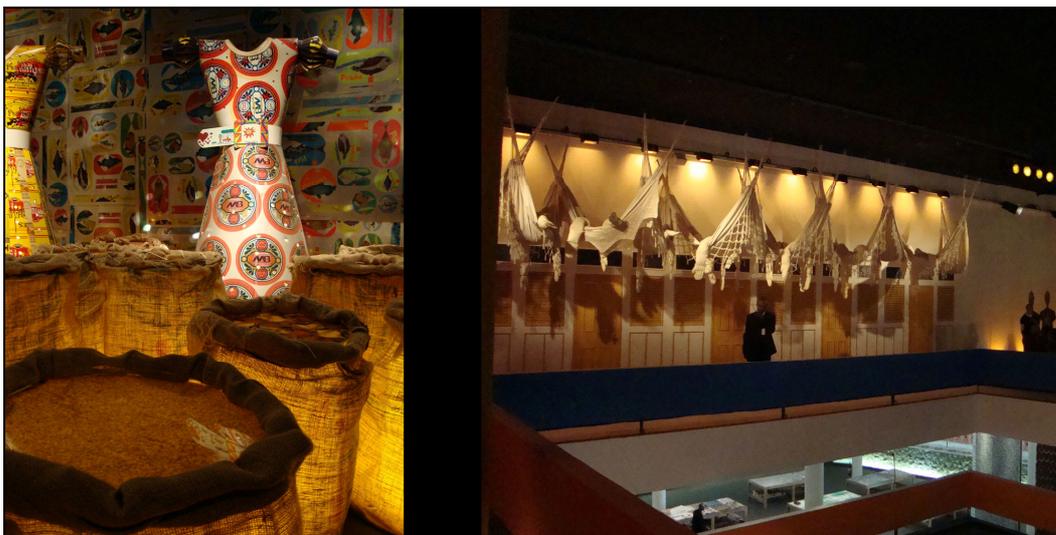


Figura 7 - Ambientes *O gosto que o Chico tem* e *Do convés do vapor Benjamin Guimarães*, respectivamente. Fotos do autor.

As malas do espaço *Chico* e o *caixeiro viajante* materializam esta mesma impressão. Enquanto objetos em que guardamos coisas, elas aludem a um lugar em que a lembrança está segura, mas também confinada ao tempo que percebemos pelas formas antigas das bagagens. Em algumas delas, fotos de Marcel Gautherot, do acervo do Instituto Moreira Salles, cobrem a superfície. Em outras, aberturas deixam aparecer telas que exibem vídeos produzidos pelo projeto *Cinema no Rio São Francisco*.

Somente uma está aberta e, dela, surge uma peça da coleção de Ronaldo Fraga.<sup>69</sup>

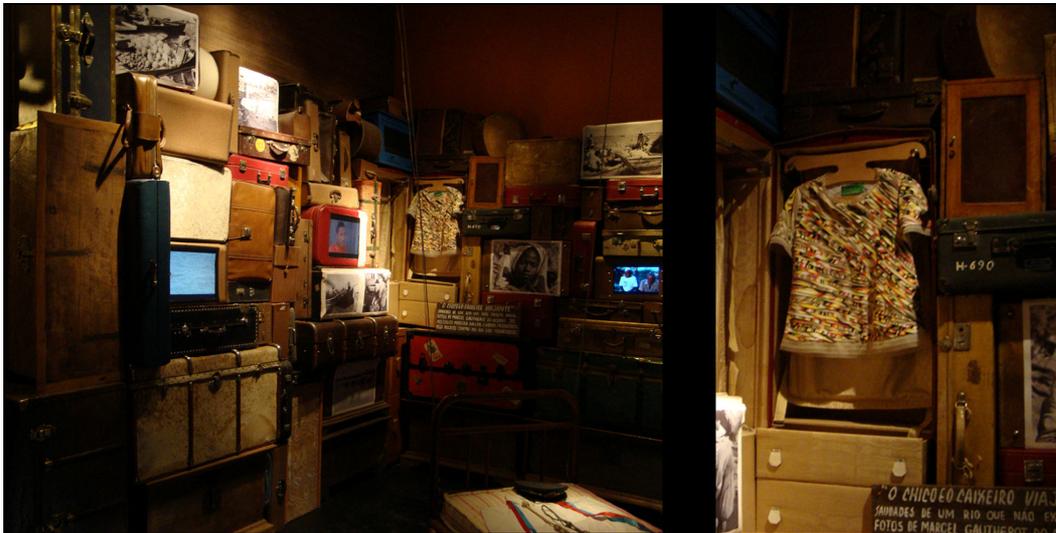


Figura 8 - Ambiente *Chico e o caixeiro viajante*. Ao lado, detalhe da mala que expõe a roupa da coleção de Fraga. Fotos do autor.

O que poderia aludir à abertura das memórias neste ambiente, ainda as deixa fechadas. Os vídeos retratam pequenas narrativas em que percebemos algumas pessoas que vivem a memória do São Francisco: uma senhora conta como as práticas do canto e da dança estiveram presentes na realidade da comunidade em que vive; meninos pulam no rio; um senhor ensaia diversas canções antigas e um comandante narra como era o tráfego de embarcações no rio há alguns anos. Porém, a indefinição dos pronomes retrata a indefinição com que os vídeos são apresentados. Não é dito quem fala, de onde fala e porque fala. Se a roupa da coleção de Fraga é o que traz à tona a memória guardada em malas fechadas, ou mesmo a atualiza pelo tempo presente da produção do vestuário na moda, neste ambiente, percebemos a maneira pela qual o enquadramento do desing-história mantém fechadas outras malas, silenciando os outros pelos quais a aventura da memória do designer se constrói. Dessa forma, a potência da narrativa de proporcionar o diálogo se esvai na maneira fragmentada de apresentar a coletividade que sustenta as memórias.

<sup>69</sup> Na montagem do Rio de Janeiro, a peça de roupa é diferente da peça que constava na composição de São Paulo. As malas mantêm quase a mesma distribuição.

Enquanto a memória é construída pela relação do Eu e dos outros, as narrativas da exposição se elaboram pelo enquadramento dominante do designer. A multivocalidade que emana das narrativas do rio e a polifonia de vozes que lembram, contam e recontam as histórias não recebem materialidade na maioria dos cenários. Os lugares de memórias, neste sentido, são regidos por exigência formal que preenche os olhos e silencia as vozes.

O ambiente *O Rio tece e veste* apresenta os vestidos criados para a coleção sobre o rio São Francisco. Como já demonstrado em capítulo anterior, neles encontramos os bordados tradicionais da região que foram manufaturados pelas bordadeiras em um trabalho de representação dos elementos gráficos do rio. Exceto o vestido assinado pela família Dumont, nenhum dos outros possui identificação de suas produtoras. O vídeo que confere música ao ambiente apresenta cenas do desfile e sons tribais, mesclados a algumas estrofes da canção *Carcará*, de Chico Buarque. A narrativa resultante do encontro entre design e tradição é deixada sob as palavras da música, a luz do vídeo e a materialidade das roupas. *Carcará* é a única expressão que ouvimos em meio ao silêncio que roupas e imagens conferem ao trabalho das diferentes mãos.

O enquadramento do design-história também se torna mais evidente em outros dois ambientes *A voz do Chico* e *Cidades Submersas*. No primeiro, vestidos elaborados por Fraga ressoam a voz de Maria Bethânia, declamando o poema *Águas e mágoas do Rio São Francisco*, de Carlos Drummond de Andrade. No segundo ambiente, um vídeo de Wagner Moura e de Sandra Delgado é projetado sobre um cenário de casas e espelhos. As imagens e os sons documentam a submersão da cidade baiana de Rodelas devido à construção da hidroelétrica de Itaparica, em 1988.

Nesta descrição, identificamos que os cineastas, escritores, cantores e cantoras fazem parte de um grupo de agentes do campo da produção cultural que ocupam um lugar consagrado em meio às lutas de legitimação da produção. Neste sentido, compreendemos que estas pessoas e seus respectivos trabalhos fornecem um capital simbólico à moda de modo que a exposição eleve seu valor de prestígio e possa equacionar seus capitais frente aos outros campos da produção de bens simbólicos.

Observando a configuração dos ambientes, percebemos que ambos são os que proporcionam uma narrativa mais linear de uma memória do São Francisco. A poesia de Drummond, através da voz de Maria Bethânia, chama a atenção às modificações que a passagem do tempo e o progresso geraram sobre a natureza do rio. Abraçar os vestidos de Fraga e ouvir a declamação impostada da cantora faz com que as palavras do autor da poesia ecoem pelos corredores da exposição e questionem a própria ação humana sobre o rio: “[...] nas tortas margens que o homem/não soube retificar (não soube ou não quis? paciência)” (DRUMMOND, 1977).



Figura 9 - Ambientes *A voz do Chico* e *Cidades Submersas*, respectivamente. Fotos do autor.

A partir desta dúvida exposta pelas palavras de Drummond, o vídeo de Wagner Moura e de Sandra Delgado apresenta um jogo temporal nas relações que o homem travou com o rio. Fragmentos de reportagens da década de 1980 mostram Wagner Moura e seu pai na cidade de Rodelas durante a mudança das famílias devido à submersão da cidade para a construção da hidroelétrica de Itaparica. Estes fragmentos são justapostos a outros mais recentes que retratam novamente Moura, mas, agora, com seu filho, para o qual mostra a reportagem do avô e narra o contexto atual do rio.

Wagner Moura: Olha como era bonito o rio. Virou um lago feio e fedido.

Filho: É um lago feio e fedido?

Wagner Moura: Agora é um lago feio e fedido. Mas antes era um rio lindo. [...] O que aconteceu ali, filho, é que essa era uma cidade que as pessoas

moravam nela, ficava na beira do rio. Aí os homenzinhos resolveram que tinham que encher o rio muito e essa água do rio ia inundar a cidade. Ia ficar encoberta a cidade. Daí tiveram que construir outra cidade para as pessoas morarem, porque aquela cidade onde as pessoas moravam ia ficar debaixo d'água. Sacô?...Entendeu mesmo?<sup>70</sup>

O que se destaca neste ambiente é que tanto o vídeo como as informações presentes no painel informativo constroem uma representação do passado, mas o coloca sobre a dimensão política do perigo que o presente pode conter. Com isto, o cenário aqui é preenchido pelo diálogo que surge dos narradores do vídeo, pelo contexto que apresentam ao público e, até mesmo, pelo diálogo que isto pode gerar entre o próprio público.

Alguns outros ambientes da exposição compreendem instalações mais contemplativas, em que o caráter ilustrativo da configuração formal do espaço é o que prevalece. Neste sentido, *Memória e devoção*, *Lambe-lambe das lendas* e *Água que se bebe* são lugares visualmente muito detalhados, que se destacam pela força formal dos elementos que aludem a um conjunto estético de tradição popular. Cruzes coloridas afixadas no forro do espaço e retratos colados na parede ambientalizam a representação da sala de ex-votos de Bom Jesus da Lapa, templo de devoção católica à margem do São Francisco. Uma placa de madeira afixada sobre o chão faz esta indicação e que é complementada pelas informações históricas contidas em uma das paredes laterais da sala.

Com o mesmo objetivo representacional, o ambiente das lendas apresenta um grande painel em que são transcritas algumas descrições de seres mitológicos do rio. Para cada uma, há uma ilustração desenvolvida por Ronaldo Fraga, o que confere materialidade ao que, até o momento, poderia ser somente imaginário.

Neste mesmo ambiente, há uma tela bordada em que percebemos novamente o mapa do rio. Conforme os dados apresentados pela placa de identificação, este mapa foi produzido por diferentes bordadeiras em apoio ao projeto *São Francisco Vivo*, que luta pelo combate à transposição do rio. O mapa possui um tratamento gráfico semelhante aos das

<sup>70</sup> Este trecho do vídeo de Wagner Moura para a exposição está presente na transcrição, em anexo, do Programa Ação em 2011.

roupas de Fraga, em que os pontos de bordados são utilizados na composição de contornos de desenhos e no preenchimento de formas.

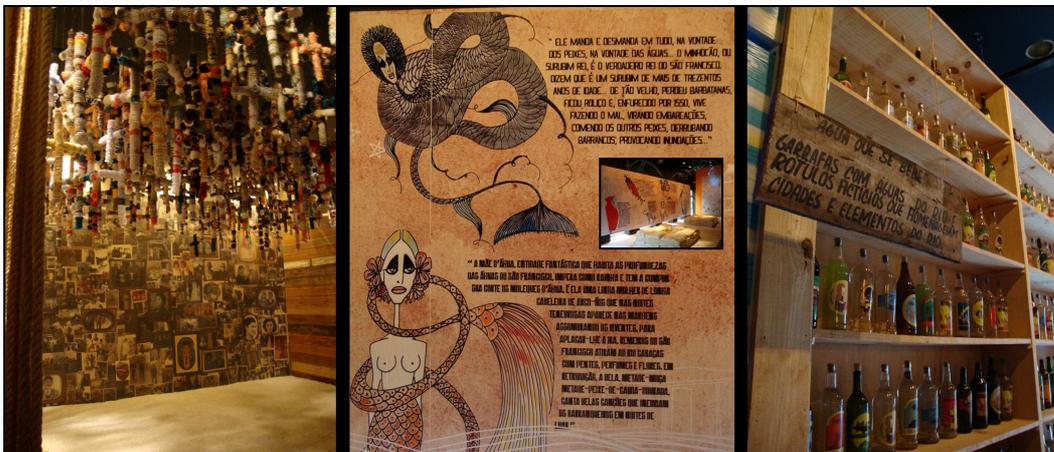


Figura 10 - Ambientes *Memória e devoção*, *Lambe-lambe das lendas* e *Água que se bebe*, respectivamente. Na segunda imagem, o detalhe representa o espaço geral, onde se encontra o painel com as ilustrações de Fraga. Fotos do autor.

O ambiente *Água que se bebe* apresenta inúmeras garrafas dispostas em uma estante de madeira que cobre toda uma parede. Cada garrafa contém água de uma parte do rio e, nelas, visualizamos rótulos fictícios que aludem ao contexto do São Francisco: nomes de cidades, objetos e lendas são representados de modo que parecem diferentes marcas de bebidas. Além disso, as diferenças dos rótulos são proporcionais as dos formatos das garrafas, bem como às colorações das águas. Com isto, percebemos que, mais uma vez, se torna evidente a diversidade que o rio possui e como estas diferenças sinalizam perspectivas sobre o rio que não são valorizadas pelo enquadramento do design-história. Embora, no espaço, haja objetos que possuam uma força simbólica, eles estão aquém de seus contextos e suas qualidades formais não despertam a narrativa que emerge da memória, pois não ouvimos aqueles que os cercam. A placa de identificação limita o espaço a uma “homenagem”, embora não seja possível ver o homenageado. Ele não tem espaço de fala e a alusão à condição de homenagem o limita a uma representação estereotipada que homogeneiza as diferenças (BURKE, 2004: 153-154). Em outras palavras, os espaços não se enchem da multivocalidade de memórias, ha-

vendo mais silêncios polifônicos e vozes dominantes que nos acompanham durante toda exposição.

Quando percorrermos os espaços, prosseguimos ouvindo a voz de Fraga que provém do vídeo<sup>71</sup> explicativo da exposição que faz parte do ambiente *O Chico morre no mar – a foz do rio*. No percurso sugerido para visitação, este ambiente   um dos primeiros com que nos deparamos e, dessa forma, sua voz ecoa ao longo de todos os corredores e as salas, já que o volume   alto. Porém, sua narra o   também alternada pelo som do vídeo do desfile do *O Rio tece e veste*, ou pela voz de Maria Bethânia ou mesmo, pelos diálogos de Wagner Moura: um enquadramento dos outros da memória pelo valor de organiza o do campo da produ o cultural.

Em meio a todos estes ambientes, há dois que parecem propor uma rela o mais direta com o público. *De gota em gota se faz o mar – a nascente do rio e Pescaria* são espaços onde a interatividade conduz o público a participar da narrativa da exposi o e, dentro dos limites das propostas, contribuir m na manuten o das memórias. No primeiro, uma lousa circular delimita um espaço cujo centro   ocupado por um vídeo que sugere uma gota caindo em uma superfície aquosa. A lousa, neste caso, representa o espaço em branco de transforma es que está em jogo no encontro entre estas memórias e as daqueles que circulam pela exposi o. A gota demonstra como esse processo   paulatino e o quão significativo   a unidade deste rio de memórias e como ele   formado por um coletivo de gotas. No último ambiente, o caráter lúdico   explorado através de peixes de tecido que podem ser pescados: em seus corpos, eles possuem uma pergunta que   lançada ao pescador, que, para responder, precisa lembrar o seu próprio trajeto na exposi o, exercitando as aventuras da memória.

As características pedagógicas que encontramos nestes ambientes podem ser compreendidas a partir da lógica de funcionamento da exposi o. Assim como   comum observar em outros tipos de exposi es, *Rio São Francisco* possui uma a o educativa<sup>72</sup> que visa estabelecer a rela-

<sup>71</sup> Transcrito em anexo.

<sup>72</sup> Grupo de profissionais, geralmente vinculados a áreas pedagógicas, que traba-

ção entre a mostra e o público. A atuação deste grupo ocorre principalmente junto a escolas ou a grupos organizados que desejem que um mediador os acompanhe e dialogue sobre as questões da exposição. Dessa forma, entendemos que estes espaços agucem estas características e sejam usados, inclusive, como instrumentos para o despertar de memórias a partir de outras memórias. Mas é necessário destacar que, neste trabalho dos mediadores, também observamos a função de narrador, pois eles recontam histórias que o próprio Fraga comentou ou mesmo, fornecem informações sobre a origem do material exposto, o que também está disponível no *folder* da exposição.



Figura 11 - Ambiente *Pescaria*. Ao lado, crianças guiadas pelo mediador da ação educativa da exposição. Fotos do autor.

Esta função de narrador dos mediadores cumpre um papel importante no jogo das narrativas e dos silenciamentos que encontramos no enquadramento da exposição. Como já demonstrado, os silêncios dos outros que compartilham estas memórias do rio são sobpostos às narrativas dos representantes consagrados da produção cultural, lógica que opera a organização do campo da moda. Neste contexto, os mediadores-narradores também reafirmam esta relação, já que reproduzem estas categorias e informam ao público os valores em jogo na recepção destes trabalhos.

Em São Paulo, acompanhamos um dia de visitação na exposição e pudemos observar diferentes pessoas circulando pelo local. A maioria era formada por alunos de diferentes escolas que, reunidos em grupos, eram orientados por um dos mediadores. Também notamos a presena de alguns visitantes independentes pelo espao. Sua circulação era bastante livre e somente entraram em contato com os mediadores, quando sentiram alguma necessidade. Inclusive, percebemos que uma dupla de turistas precisou de auxílio devido ao idioma.

Em atena   atuao de mediadores, notamos que sua narrao visa apresentar a exposio como fruto de um trabalho artístico desempenhado pela funo consagrada de Ronaldo Fraga. Embora diversos ambientes n  o apresentem objetos relacionados   prática produtiva do designer, a concepo da exposio e a seleo dos materiais se configuram como uma atividade criadora que exerce um poder sobre o trabalho coletivo que o conjunto exposto demonstra. As palavras de M nica<sup>73</sup>, coordenadora dos mediadores da exposio em S  o Paulo, resume as noo ões em jogo quando questionada sobre a maneira de apresentar o designer.

Jo  o Dalla Rosa: Voc  e apresenta o Ronaldo como um designer ou n  o?

M nica: Como um designer, como um artista e [como] uma pessoa que trouxe moda e cultura pra gente.

A noo   de artista perpassa todos os diálogos que realizamos na visita   edio de S  o Paulo. Tanto o público como os mediadores compartilham a ideia de que o trabalho de Fraga   caracterizado pelos valores da arte e, algumas vezes, isto faz com que sua prática n  o seja identificada com o design de vestuário. Ao abordar duas professoras que saíam do espao expositivo após a visitao mediada, verificamos como a noo   se reproduz e   dissociada do objeto com o qual seu trabalho se distingue.

Jo  o Dalla Rosa: E o que voc  e acha do trabalho do Ronaldo Fraga? O que, pela exposio, voc  e conseguiu perceber? O que voc  e percebeu de como ele trabalha?

---

<sup>73</sup> Entrevista em anexo.

Sandra: Ah! Gostei bastante, sim. A diversidade de expor as várias partes do rio, os vários momentos, como se firmou, como está hoje. Achei bacana.

JDR: Você sabe que ele trabalha com moda?

Sandra: Não.

A segunda professora sugere ainda mais as noções ao desenvolver as repostas.

JDR: A senhora já conhecia o trabalho do Ronaldo Fraga antes de vir à exposição?

Luisa: Ronaldo Fraga, eu vi no computador, mas pouca coisa. No momento, só dei uma passada, vi *en passant* mesmo e aqui foi que tive a curiosidade de prestar atenção, de ver realmente que o artista deveria ter sido divulgado, porque ninguém [o] conhece, né?

JDR: A senhora sabe que ele trabalha com moda?

Luisa: Não, não sabia.

JDR: E foi falado para vocês, na exposição, que ele trabalha com moda?

Luisa: Olha, eu posso estar sendo desonesta falando que sim, mas eu não ouvi. Uma que, eu fico prestando atenção, também, neles [os alunos] e não posso deixá-los, mas ele deve ser um modista, pelo o que ele fez, pelo o que ele desenha, pelo o que ele retrata.

Não queremos discutir aqui se moda é arte ou não. Consideramos tanto a produção artística quanto a produção em design de vestuário como trabalho criativo em um contexto social específico (WOLFF, 1982: 29). No entanto, é necessário que estejamos atentos que esta permuta de palavras indica homologias entre valores que geram um enquadramento para a memória.

O trabalho pedagógico da ação educativa reproduz os valores com os quais o campo da moda organiza seu funcionamento. As narrativas dos mediadores preservam a noção consagrada que Fraga possui no campo e, com isto, percebemos que o enquadramento é estabelecido a partir de uma perspectiva autoral, ou seja, a exposição é resultado de um trabalho que somente Ronaldo Fraga é autorizado para executar.

Neste caminho, identificamos que a homologia entre o campo da arte e da moda são confirmadas pela maneira com que o *folder* da exposição qualifica os ambientes: “instalações plásticas de arte contemporânea”. A exposição é uma forma de manifestação cultural tradicional do campo da arte, especificamente, das artes visuais. Dessa forma, compreendemos que a adesão da moda à cultura evidencia que estes valores se tor-

nam mais fluidos entre os campos, favorecendo com que a moda possa se consagrar na hierarquia dos campos da produção cultural. Os empréstimos de narrativas e de formas conferem ao campo novo da moda o capital simbólico que o campo da arte possui devido sua antiguidade.

Fraga deixa evidente que exposições já fazem parte da sua prática profissional dentro do campo da moda. Como é possível observar pelas publicações do *blog* do designer, em meados de 2008, foram cinco exposições concomitantes distribuídas pelo território nacional e internacional: Recife, São Paulo, Ipatinga (MG), uma em Osaka (Japão) e outra em Santiago (Chile). Assim, São Francisco não é o primeiro trabalho de Fraga que se configura desta forma. Ao contrário, sua atuação no campo já é caracterizada por este tipo de manifestação cultural que o aproxima ao campo da arte. Com isto, observamos como a sua produção e a sua consagração no campo se articulam pela crença na autoridade que Fraga desempenha em meio aos valores do campo da moda.

### **5.3.**

#### **Afinal, quem navega?**

Em meio a todo este contexto, é possível que consideremos que o campo da moda seja um espaço que aprisiona o desenvolvimento da produção cultural, já que o sentido de combate e de forças parece impossibilitar qualquer trabalho criativo. É como se pudéssemos, somente, vislumbrar que a relação entre o design e a memória esteja sempre sob o aspecto negativo de uma dominação em que a memória será desvalorizada pelo enquadramento de um design-história consagrado.

No entanto, consideramos que existem possibilidades frente a este modo de funcionamento do campo. Não se trata, portanto, de uma visão pessimista. O campo apresenta as possibilidades da ação de seus agentes. Janet Wolff (1982: 34-37) emprega a expressão dualidade de estrutura, a partir do pensamento de Anthony Giddens, para demonstrar como o próprio campo permite com que a ação humana tenha possibilidades de escolhas e práticas dentro das regras do jogo. Dessa forma, se a tempo-

ralidade moderna, sob a qual o design produz lugares de memória, se fundamenta por uma ambiguidade nas relações entre espaço, tempo e dinheiro, a dualidade de estrutura do campo permite com que o designer, sob a lógica do novo e dos valores individualistas da moda, consiga relacionar estas categorias em uma produção que opere as regras do jogo de uma forma diferente.

Na transição de São Paulo para o Rio de Janeiro, percebemos que houve uma alteração significativa na mostra. Em São Paulo, como ocorrera em Belo Horizonte, o título da exposição era *Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga*. Este título propunha, como já demonstrado acima, o enquadramento autoral com que a prática do design-história se articula no campo da moda. No Rio de Janeiro, o título manteve o nome do rio, porém, recebeu uma segunda parte diferente da versão anterior. Ao invés do destaque do papel consagrado do criador, ganhou uma expressão mais coletiva: *Rio São Francisco: um rio brasileiro*.



Figura 12 – Detalhes do título da exposição *Rio São Francisco* nos *folders* de São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente. Fotos do autor.

Esta mudança nos permite pensar que surge uma possibilidade de abertura do enquadramento do design-história. Ao propor um subtítulo mais amplo, o silenciamento das memórias dos outros envolvidos no contexto do rio parece ganhar um primeiro fonema frente às narrativas com que os campos da produção cultural costumam operar.

A perspectiva desta ação é curta em comparação a toda configuração que a exposição emprega. As comunidades ribeirinhas que mantêm viva a memória da região sofrem com o jogo de dominação cultural que empurra todos ainda mais à margem do rio. A embarcação Benjamim Guimarães é tomada como o meio de transporte que nos conduz a um olhar turístico sobre a tradição do passado. Mas, em meio a isto, Fraga, na entrevista<sup>74</sup> ao programa Roda Viva, deixa claro que é necessário humanizar os processos do campo da moda e perceber que a educação é o meio pelo qual é possível um enquadramento do design-história que permita mais vozes falarem. Em outras palavras, é pelo próprio modo de construção do design que é possível com que haja uma criação que reordene os valores de consagração.

Segundo as narrativas dos mediadores da exposição do rio, a alteração do título da exposição ocorreu porque Fraga pediu para que isso fosse feito na pretensão de que a exposição se desvincule de seu nome. Embora consideremos que isto seja um movimento bastante instigante dentro dos valores e do funcionamento do campo da moda, destacamos de suas palavras, na reportagem<sup>75</sup> do Programa Ação, a ideia que parece embasar esta atitude.

Entrevistadora: Você fala também que você está com uma ideia que isso não pare por aí.

Ronaldo Fraga: Claro! Que, no final da exposição, a minha intenção é essa de todo o roteiro. Que essa exposição possa ser doada a uma cidade ribeirinha e quem sabe começar aí, servir a partir daí, como um ponto de partida para a construção de um memorial ao rio São Francisco que nós ainda não temos.

Acreditamos que o design possa estar à frente de construções de lugares de memória mais enraizados em que o passado seja tomado como uma referência para um trabalho de humanização do próprio campo da moda no presente. Embora o próprio tempo seja um capital para o campo da moda e sua articulação também se configure com um problema, porque desestrutura os valores que movimentam o campo, é através

---

<sup>74</sup> Transcrita em anexo.

<sup>75</sup> Transcrita em anexo.

dele que os lugares da memória se materializam e se tornam uma economia simbólica.

Porém, navegar sobre estes mares é uma aventura que exige muita fé.

Assim, gostaríamos de finalizar nossas reflexões com um fato bastante marcante neste contexto. Para a coleção de Inverno 2012, cujo lançamento seria realizado no *São Paulo Fashion Week*, em janeiro do mesmo ano, Fraga desistiu da apresentação do desfile. Ele apresentou uma carta<sup>76</sup> à mídia, explicando seus motivos e cujo título resume o jogo do campo da moda: *Paro, logo existo*. Ao longo da carta, ele questiona:

A moda acabou? Pelo menos, da forma que a conhecíamos, acredito que sim. O desenho de um novo tempo nos pede novas funções para roupas, corpos, móveis e imóveis. [...] Parar para respirar, para observar o entorno, para investigar outros suportes para o pensar, o expor, o produzir e o comercializar moda no Brasil. [...] No início de 2012, trocarei a realização de um desfile pelo lançamento de um livro, o “Caderno de Roupas, Memória e Croquis”. Em outras palavras, na próxima temporada, trocarei a passarela por uma pausa e por uma escolha pela concentração em palavras, riscos, rabiscos e desenhos. E as roupas, impertinentes, continuarão.

Nesta carta, observamos como o designer acredita no funcionamento do campo e como sua insatisfação se faz pelo problema do próprio tempo no qual a lógica da moda impele o campo. Ao “parar para existir”, Fraga deixa claro que o valor de sua posição enquanto produtor criativo se choca à temporalidade deste espaço social. Um caderno de memória, em meio a isto, se configura como um trabalho que proporciona a manutenção da equação entre capital simbólico e econômico, o que é bastante particular ao campo da moda. No entanto, isto se configura como uma escolha cuja dualidade abre a possibilidade de diálogo com os campos da produção cultural e, portanto, com outras formas de criação, ao mesmo tempo que o limita dentro de suas estruturas espaços-temporais do próprio campo da moda. Acreditar nesta possibilidade faz com que movimentos sejam possíveis, mesmo que suas consequências não sejam tão favoráveis.

---

<sup>76</sup> Em anexo.

A memória social, assim, pode estar associada ao design uma vez que, dentre suas possibilidades no campo, há uma em que o sentimento de pertencimento a um espaço social seja ampliado a todos os envolvidos na sobrevivência das tradições. Para tanto, consideramos que as políticas culturais da memória-moda contemplem o diálogo necessário para que o enquadramento do design-história não represente somente valores dominantes e consagrados. Na intenção de promover menos silenciamento e mais narrativas, é necessário que o design se alie a outras práticas que também se relacionem com a memória de modo que as relações entre tempo, espaço e dinheiro ganhem outras formas de abordagem nas possibilidades de ação humana. Em outras palavras, navegar é preciso.