

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

EXPOSIÇÕES DE MODA: MEIO DE COMUNICAÇÃO E OBJETO DE ESTUDO

Dietz, Thomas Walter; Mestre; Universidade Federal de Juiz de Fora,
tomwdietz@hotmail.com¹

RESUMO

O presente resumo é fruto de uma reflexão conceitual sobre alguns aspectos relacionados às exposições de moda. Pretende-se apontar a sua relevância como meio de comunicação e objeto de estudo.

Conforme sintetiza Yani Herreman (2015), exposições são o principal momento e espaço em “[...] que qualquer pessoa, independentemente da idade, condição social e econômica, sozinha ou como parte de um grupo, tem a oportunidade e o espaço para ver o ‘objeto real’ [...]” (HERREMAN, 2015, p. 74). As exposições promovem o acesso e a interação entre obra de arte, indivíduo e lugar de modo instrutivo e estético, evidenciando e/ou transformando relações conceituais e temáticas.

Desta forma, as exposições configuram-se como espaço potente na construção, administração, revisão e reescrita de novos e velhos significados simbólicos e culturais da arte e da sociedade (GREENBERG; FERGUSON; NAIRNE, 2005). Em outras palavras, exposições são meios de comunicação em que a transmissão de informações não é neutra e têm a capacidade de controlar, reiterar e retificar narrativas que glorificam e/ou marginalizam.

Diferentemente da obra de arte, a moda participa do cotidiano da maior parte da população, por meio de vitrinas, revistas, novelas, redes sociais e nos corpos e guarda-roupas de cada um de nós. Esse convívio diário faz com que seja preciso atribuir e ressaltar outros valores estéticos, históricos e socioculturais para além daqueles já absorvidos pelos objetos de moda. Com esta finalidade, percebe-se que as exposições de

¹ Mestre em Artes, Cultura e Linguagens pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2019), bacharel em Design de Moda - Estilismo pelo Centro Universitário Senac São Paulo (2015) e técnico em Museologia pelo Centro Paula Souza (2015). Desenvolve pesquisas sobre acervos museológicos, curadoria e história das exposições de moda.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

moda utilizam frequentemente alguns dispositivos cênicos/visuais, sensoriais e tecnológicos (DIETZ, 2017).

Alguns teóricos (ANDERSON, 2000 e LIPOVETSKY; SERROY, 2015) ressaltam a problemática das exposições de moda serem utilizadas como produções de entretenimento e publicidade. Dentre vários fatores, pode-se apontar a hiperteatralização das produções expositivas contemporâneas, o grande número de visitantes de algumas exposições dedicadas à moda e a presença de marcas de luxo como patrocinadores (DIETZ, 2019).

Apesar do ceticismo, as exposições de moda são objetos de estudo interessantes para verificar como os assuntos em discussão em determinado período e contexto foram e estão sendo compreendidos em determinados espaços e tempos. Quando o estudo se concentra nesse objeto, é preciso ter em mente que não há discurso curatorial absoluto e definitivo; a parcialidade e temporalidade são características intrínsecas às práticas curatoriais, que se materializam nas exposições.

Produções expositivas possibilitam a descoberta de novas perspectivas de pesquisa, seja por meio da continuidade do discurso, seja pela busca em preencher as lacunas deixadas pela curadoria. As exposições de moda oferecem novos ângulos e contextos para observação de objetos e temas, propondo inter-relações transversais da moda consigo e com outros campos.

O estudo sobre as exposições de moda, ainda que recente, mostra-se cada vez mais relevante e indispensável para compreender a sua relevância na contemporaneidade. Analisar o discurso curatorial, a escolha das obras, do espaço e da expografia é essencial para entender como se estabelece a comunicação e como se administram os significados atribuídos aos objetos e às práticas vestimentares.

Palavras-chave: exposições de moda; meio de comunicação; história das exposições.

REFERÊNCIAS

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

ANDERSON, Fiona. Museums as fashion media. In: BRUZZI, Stella (Ed.); GIBSON, Pamela Church (Ed.). **Fashion cultures: theories, explorations and analysis**, pp. 371-389. New York: Routledge, 2000.

DIETZ, Thomas Walter. Curadoria de moda: evidenciando algumas singularidades. In: **Anais do 4º. Congresso Internacional de Memória, Design e Moda**. Moda Documenta: Museu, Memória e Design, ano 4, n. 1, Maio de 2017. Disponível em: <http://www.modadocumenta.com.br/anais-2017/>. Acesso em: 09 set 2020.

_____. **Mapeamento de exposições de moda na cidade de São Paulo (1980-2018)**. 2019. 200 f. Dissertação (Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens) – Instituto de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/11314>. Acesso em: 09 set 2020.

GREENBERG, Reesa; FERGUSON, Bruce W.; NAIRNE, Sandy. **Thinking about Exhibitions**. London/New York: Routledge, 2005.

HERREMAN, Yani. Mostras, exposições e exposições. In: BOYLAN, Patrick J. (Ed.). **Como gerir um museu: manual prático**. Brodowski, SP: Associação Cultural de Apoio ao Museu Casa de Portinari; Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, 2015, p. 74-85.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museums: theory and practice**. London: Bloomsbury, 2014.