

DECIFRA-ME OU TE DEVORO: ELEMENTOS DA MODA SUBLIME NO ATELIÊ-VIVO DE RONALDO FRAGA

Braga, Camila; PhD; COPPEAD/Universidade Federal do Rio de Janeiro, camila.braga@gmail.com¹
Miranda, Ana Paula Celso de; PhD; Universidade Federal do Rio de Janeiro, apcm7@hotmail.com²
Suarez, Maribel; PhD; COPPEAD/Universidade Federal do Rio de Janeiro, maribels@coppead.ufrj.br³

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar a moda sublime (BRAGA et al., 2022) e o novo conceito de *flagship store* de “Ronaldo Fraga para todos” – um ateliê-vivo no cosmopolita Velho Mercado Novo, em Belo Horizonte/MG. O conceito de sublime para Han (2019) remete à aspereza, promove rupturas, um estado de "horror alegre" que nos atravessa, mas é, também, saudável porque energiza e "movimenta o ânimo". O sublime condimenta a moda de Ronaldo, um “mutante” da moda, que pede para ser decifrado nos antagonismos como a libidinagem e o romantismo, a repulsa e a aproximação. A sociomaterialidade presente no ateliê-vivo transpira a moda autoral, auretizada e sublime, baseada nas alteridades nelas contidas, típicas de *assemblages* de consumo (CANNIFORD e BAJDE, 2015), ou um conjunto de objetos (que podem ser humanos e não humanos), com potência relacional de afecções e afetos, sobretudo as do tipo curatoriais (BRAGA et al, 2021). Este espaço, aberto e inclusivo, reúne uma *assemblage* de consumo e de produção contendo: consumidores, criador, costureiras, máquinas de costura (inclusive extras, para quem quiser chegar e costurar), modelagens, linhas, botões, tecidos, gerente, vendedores, araras, imagens florais, porcos desenhados, piano, dentre outros objetos e atores. Assim, busca-se analisar como tal espaço amplia as concepções de *flagship store*, até então fundeadas em miríades de significados via repositórios de cultura material, atraindo pessoas das mais diversas origens, propósitos e poéticas. Propõe, portanto, a seguinte indagação: como utilizar-se dos elementos de moda sublime para ampliar o conceito de uma *flagship store* de uma marca de moda autoral? A abordagem da pesquisa interpretativista considerou de

¹Doutora em Administração pelo Coppead/UFRJ, Pesquisadora de Pós-Doutorado do CECS (Centro de Estudos em Consumo e Sociedade) Coppead/UFRJ, Mestranda em Filosofia pela UFRRJ.

² Doutora em Administração de Empresas pela Universidade de São Paulo (USP), Professora Associada UFRJ e Pós-doutorado na COPPEAD-UFRJ em Cultura de Consumo.

³ Doutora em Administração pela PUC-Rio, Professora Associada Coppead/UFRJ e Coordenadora do CECS (Centro de Estudos em Consumo e Sociedade) Coppead/UFRJ.

forma exploratória, diferentes materialidades, o sublime e as interações relacionais, por meio de netnografia nas contas de Instagram de Ronaldo Fraga e de Ronaldo para todos, analisando imagens, vídeos, legendas e interações. Tratou-se de observar um ateliê-vivo que promove afecções e afetos entre o criador, os objetos e a assemblage de consumo e de produção que, amalgamados, são “democraticamente parte do processo” de um grande e vivificante ecossistema.

Palavras-chave: moda sublime; sociomaterialidade; consumo de moda

Referências

BRAGA, C.; Miranda, A. P. C.; Suarez, M. C. ; Chevitarese, L.P. . O caso Ronaldo Fraga e o conceito de marca de moda sublime: Aretização, alteridade e sociomaterialidade no processo de adoção de marca de moda autoral. In: EnANPAD 2022, online. Enanpad, 2022.

BRAGA, C.; Suarez, M. C.; Miranda, A. P. C. Assemblages de Moda Real e Curatorial: Fluxos de Entrada e Saída de Objetos em Espaços de Consumo instantâneos e potenciais. In: Enanpad, 2021, on-line, Enanpad, 2021.

CANNIFORD, R.; BAJDE, D. (Ed.). Assembling consumption: Researching actors, networks and markets. Routledge, 2016.

HAN, B.C. **A salvação do belo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

