

O DESIGNER DE MODA “COMO ETNÓGRAFO”: RELAÇÕES ENTRE ARTE, MODA E PATRIMÔNIOS

Rosa Júnior, João Dalla; PhD; Faculdade Cesgranrio, joaodrjr@yahoo.com.br¹

RESUMO

A presente proposta consiste em ensaiar uma interpretação do trabalho de criação dos designers de moda a partir do paradigma “o artista como etnógrafo”, do crítico Hal Foster. O título se refere a um capítulo do livro “O retorno do real” (2017) que se tornou uma referência teórica nos debates sobre as transformações das artes visuais durante a segunda metade do século XX.

Embora o paradigma do “artista como etnógrafo” seja amplamente difundido nas pesquisas em e sobre artes visuais, a transposição do conceito para o campo do design de moda não parece ter sido contemplada até o momento. Nos debates acerca da relação entre arte e moda, enfoques das ciências sociais investigam processos de produção, circulação e consumo, elaborando escalas de valores entre as áreas e levando em consideração a arte como uma referência elevada. A moda, nesse sentido, passa a ser questionada devido às suas características e contemplada pela sua intenção de legitimação.

Tomando como pressuposto um outro viés, pela abordagem da prática criativa e estética e tendo em vista a capacidade autorreflexiva que a arte adquiriu e que é possível perceber na moda do século XXI (Svendsen, 2010, p. 120-121), a proposta nasce da analogia entre a produção das artes visuais e a produção contemporânea de moda. Para tanto, leva em consideração que as questões pelas quais as artes visuais perpassaram em seu desenvolvimento na segunda metade do século XX e que se sintetizam pela expressão “o artista como etnógrafo” podem ser aplicadas ao campo da moda. Semelhanças de posturas de artistas, posicionamentos e procedimentos de criação podem ser observados entre os dois campos, o que pode sugerir uma característica cultural mais ampla. Dessa forma, a analogia se constrói por meio da compreensão de que a produção criativa dos designers de moda se dá por uma interseção entre roupas e patrimônio cultural. A categoria de patrimônio é associada à cultura e, portanto, direcionada à definição do método etnográfico, tal qual no paradigma do “artista como etnógrafo”.

¹ Doutor e mestre em Design pela PUC-Rio, é especialista em Design de Moda pela Faculdade SENAI CETIQT e em Cultura e Arte Barroca pela Universidade Federal de Ouro Preto. Possui graduação em Licenciatura em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2005). Atua como docente na Faculdade CESGRANRIO e no Instituto Superior de Educação do Rio de Janeiro (FAETEC).



Empregando como exemplo os designers Ronaldo Fraga, Martha Medeiros, Dayana Molina (Nalimo) e Céu Rocha e Júnior Rocha (Meninos Rei), a produção de roupas é identificada como uma ação de criatividade que envolve o cultivo do patrimônio. De acordo com José Gonçalves (2005), as culturas podem ser entendidas como patrimônios porque evidenciam uma base material, expressa nos objetos e nas técnicas corporais. Essa base material dá suporte à produção dos designers e, nesse contexto, os patrimônios culturais correspondem a um significado que os profissionais atribuem às suas práticas. Por essa razão, a criação no campo da moda é associada à etnografia.

Para ancorar a proposta, aplica-se um método exploratório de pesquisa, cujo recorte temporal de análise dos designers se situa a partir dos anos 2000. Nesse sentido, investigam-se considerações oriundas do pensamento de Hal Foster, como o modelo “autor como produtor”, de Walter Benjamin (1994); o mapeamento como um procedimento de criação no paradigma “artista como etnógrafo” e encontrado nos processos dos designers de moda; as operações de alterização e os processos de identificação nas produções dos designers; além dos riscos do “mecenato ideológico”.

Palavras-chave: designer de moda; etnógrafo; patrimônios.

