



REGIMES DE HISTORICIDADE: MODA CONTEMPORÂNEA E CULTURA WEB

Lorena Abdala
FAV/UFG

Resumo

Este pequeno fragmento de ideias versa o debate sobre a forma como tradicionalmente as imagens de moda estão sendo indexadas ao longo da história da moda. Assim, as imagens publicadas na web, especialmente em plataformas de redes sociais localizam uma parte da natureza da cultura de moda no espaço-tempo históricos. Como estamos construindo as imagens de moda contemporâneas e quais delas farão parte dos repertórios visuais dos registros históricos no futuro?

Palavras-chave: Historicidade; Moda; Imagem

Abstract

This small ideas fragment discusses about the traditionally way that the fashion images has being indexed in the fashion history. Thus , the images published in web, especially in social plataforms networkings, spotted a part of the fashion culture nature in the history space-times. How we are structuring ours contemporary fashion images and which them will be part of ours visual repertory in the history records in future?

Keywords: Historicity; Fashion; Image

Este pequeno fragmento de ideias versa o debate sobre a forma como tradicionalmente as imagens de moda estão sendo indexadas ao longo da história da moda. Com o objetivo de (re)pensar os agenciamentos que construímos para localizar os regimes escópicos de moda que vigoram em cada espaço/tempo histórico, serão apresentadas imagens contemporâneas como ponto de flexão para pensarmos a significação dos repertórios visuais, os quais são escolhidos como representativos de um dado período. Neste sentido, o que as imagens de moda hoje poderão contar da cultura contemporânea no futuro? Ou, por quais filtros estas imagens serão reproduzidas?

Pensar em um corpo comunicativo é pensar em produção de sentidos, produção a qual pode ser traduzida pela (re)construção de imagens, seja em uma dada realidade objetiva e analógica ou no formato digital. Diante disto, para efeito de análise e interpretação, trazemos à margem o caráter de historicidade de um regime visual. As imagens publicadas na web, especialmente em plataformas de redes sociais localizam uma parte da nossa cultura no espaço-tempo histórico.

O excesso do compartilhamento e produção de imagens na rede tem gerado opiniões diversas, muitas delas transitam entre o julgamento de seu caráter narcísico/ostensivo e entre seu caráter emancipatório, uma vez que qualquer um pode se



expressar por imagens e textos nestes espaços. condição que José Luís Brea (2010), atribui à qualidade de “prosumidores”: aqueles usuários da web que produzem e provem conteúdo na web, no contexto da web 2.0.

Assim, se temos usuários web como prosumidores e que portanto produzem subjetividades diversas, também podemos dizer que são diversos o modo como as imagens compartilhadas na web são absorvidas e interpretadas pelos usuários. David Freedberg (1989), ao discutir sobre como as imagens nos afetam, nos atenta para ao fato de que a todo tempo nossos universos simbólicos são confrontados e é deste confronto que cada sujeito produz suas próprias relações de sentido e existências virtuais

O modo que tradicionalmente interpretamos as imagens para registro histórico, tende a generalizar os padrões estéticos como unos ou predominantes de um período. Neste sentido, outras possíveis coexistências de subjetividades acabam sendo omitidas do pensamento linear histórico, tradição que na história da arte se inicia no século XIX. A história da moda herdou da história da arte uma classificação linear, eurocêntrica e hegemônica de um (dos tantos possíveis) modos de representações estéticas ¹. Com tão bem pontua Hans Belting (2012) ao falar sobre “o fim da história da arte”, temos catalogada muito mais uma história da pintura ocidental do que outros formatos e possibilidades da história cultural.

Por esta lógica, fica muito claro que a construção das imagens e sua compreensão/interpretação está condicionada à circunstancialidade, tanto de quem cria quanto de quem reproduz um regime visual. Assim as imagens que fazem parte de nossos universos simbólicos compõem um repertório cultural, que representa, apenas, um possível modo de interpretação da realidade e não uma realidade plena e totalizante. Vivemos a era da manipulação de mídias, de modo que seria ingênuo dizer que um determinado acervo fotográfico digital corresponderia ao corpus estético predominante de um período histórico. Sebastien Darbon (2005), no texto “O Etnólogo e suas imagens”, pontua:

Cada individuo em função de sua cultura e de sua história pessoal, incorporou modos de representação e potencialidades de leitura da imagem que lhes são próprios. Daí o risco de um anacronismo perceptivo que espreitam nossas interpretações. (DARBON, 2005, P.101)

¹ A tradicional história da arte frequentemente omitiu da história a menção às mulheres artistas, à arte oriental e à arte das subculturas.



O que Darbon atenta é para fato de que a experiência pessoal de cada sujeito condiciona o universo cultural com o qual ele vai se relacionar e interpretar uma imagem. Assim, classificar a qualidade e contextualizar o regime de um corpus de imagens seria mais coerente para tentarmos entender as práticas culturais que levaram a produção de uma determinada narrativa visual no espaço/tempo históricos.

Como já foi dito, considerando a grande acessibilidade da manipulação de imagens, em especial as digitais, seguem exemplos de como uma mesma imagem pode derivar outras, que por sua vez derivarão em outros sentidos diferentes do que o primeiro que a originou. Em 8 de Fevereiro de 2015, houve a 57ª premiação de gala do *Grammy Awards*, evento da indústria musical internacional norte americana. Neste evento a cantora pop Rihanna compareceu ao evento trajada com um vestido que gerou polêmica na web, figuras 1 a 3. Em poucas horas após sua aparição no evento, algumas imagens questionando a escolha de seu traje foram publicadas nas plataformas sociais. À este tipo de replicação de imagens, é dado o nome de “meme”, que se refere ao ato de se reproduzir uma mídia na internet em inúmeras variações a partir de um mesmo tema.



Figura 1. Imagem original do vestido da grife Giambattista Valli, que a cantora Rihanna usou na premiação do 57ª Grammy Awards, Los Angeles, 2015.

Fonte: <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2015/02/09/look-de-rihanna-no-grammy-vira-piada-entre-internautas-veja-melhores-memes.htm> . Acesso em 10/02/2015.



Figura 2. Memes a partir da imagem original publicada fazendo analogias da roupa da cantora com um personagem de desenho infantil e a segunda à uma música famosa de Rihanna, chamada "Umbrella", tradição livre de "sombriinha" em português. Autoria desconhecida, 2015. Fonte: <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2015/02/09/look-de-rihanna-no-grammy-vira-piada-entre-internautas-veja-melhores-memes.htm> . Acesso em 10/02/2015.



Figura 3. A esquerda meme que sugere que a roupa de Rihanna se assemelha as roupas usadas em festas de debutantes. Autoria desconhecida, 2015. A direita, Meme que faz analogia as vestimentas usadas por baianas no Brasil. Autoria desconhecida, 2015. Fonte: <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2015/02/09/look-de-rihanna-no-grammy-vira-piada-entre-internautas-veja-melhores-memes.htm> . Acesso em 10/02/2015.

Um fato similar ocorreu na 87ª premiação do Oscar em 22 de Fevereiro de 2015, figura 4. Lady Gaga, conhecida cantora pop norte-americana fez sua aparição no evento usando um vestido da grife Azzedine Alaia, feito exclusivamente para a mesma. Entretanto as luvas, as quais escolheu para compor o traje, geraram associações de cunho jocoso que também produziram memes na web, poucas horas após sua entrada no *red carpet*.



Figura 4. Vestido usado por Lady Gaga na 87ª premiação do Oscar. Los Angeles, 2015.
Fonte: Disponível em: <http://www.trendencias.com/alfombra-roja/lady-gaga-da-la-nota-en-los-oscar-2015-y-todo-gracias-a-unos-guantes> . Acesso em 23/02/2015



Figura 5. Sequencia de imagens que também sugeriam associação as atividades de limpeza doméstica. Sem autoria. 2015

Fonte: Disponível em: <http://ego.globo.com/moda/noticia/2015/02/vai-fazer-faxina-lady-gaga-usa-luvas-de-limpeza-no-oscar-2015.html> . Acesso em 23/02/2015.

Nas imagens apresentadas, figuras 5, um ponto importante a se observar é que a imagem original deslocada de seu contexto gerou outros contextos, os quais também exigem dos sujeitos que as visualizam um prévio conhecimento temático para que o tom jocoso das imagens façam algum sentido. Desta maneira, retomando a fala de Sébastien Darbon,

Acabamos de ver que não existe ícone no sentido estrito da palavra e que uma imagem que se considere como sendo fiel ao seu objeto, no melhor dos casos, só pode ser uma abstração desse objeto ou a cópia dele, isto é, a expressão de uma convenção de representação. (DARBON, 2005, P.104)



Nas imagens produzidas a partir da figura de Rihanna e Lady Gaga, as quais sugerem diversos temas podemos pensar em “atos de percepção²”, sobre um mesmo tema. Desta forma, torna-se melindroso ao pensarmos sobre as imagens que escolheremos para “ilustrar” nossa futura história da moda. Dentre este repertório visual, quais imagens seriam escolhidas para dar representatividade à moda da segunda década do século XXI? A partir de qual regime visual ela seria contada? Ou ainda, de onde viria o escopo cultural de um possível autor que daria espaço para tais narrativas visuais de moda em uma versão oficial e institucionalizada da história?

A obra de Franz Xaver Winterhalter de 1855³, retrata a imperatriz Eugenie, esposa de Napoleão III e suas damas de companhia. Nesta obra temos o registro do que foi convencionalizado pela história da moda como a moda representativa do período vitoriano: vestidos amplos em camadas de babados marcado na cintura e decote “canao”. A imperatriz como persona nobre, representa o modo de vestir da classe social da qual pertence. Neste sentido, as roupas as quais ela e suas acompanhantes vestem sugerem possível admiração e referência estética, ao menos para àqueles que compartilhavam tal universo simbólico da época. Inevitável aqui, não fazer comparações a roupa que cantora Rihanna usou em 8 de Fevereiro de 2015, no Grammy Awards. Se tal silhueta no século XIX era entendida como um possível símbolo de distinção e luxo, no século XXI uma silhueta muito próxima torna-se motivação para piadas.


Quanto as imagens da figura 5, contrapondo contextos históricos à moda atribuída a estética dos anos 1950, as luvas eram acessórios indispensáveis: longas para a noite e curtas para o dia.

Em 1961, um livro de etiqueta publicado em Nova York advertia que nenhuma mulher poderia aparecer em publico sem luvas e que deveria tira-las apenas para comer, fumar ou jogar cartas, nunca para dançar ou cumprimentar, embora pudesse remover uma delas na hora dos canapés.” (COX; JONES; STAFFORD, 2013, P.97)

Se na década de 1950/60 o uso de luvas fazia parte da etiqueta social, de modo que uma prática naturalizada, vemos que em 2015 uma vez que abonados o hábito de uso, o estranhamento em relação à peça conduz a uma reação caricatural da estética, que perde o *status quo* para assumir o caráter de ridículo, a partir dos regimes culturais de um dado recorte histórico. Se Lady Gaga estivesse no Oscar das décadas de 1950/60, certamente seu traje estaria dentro dos códigos de moda esperados para aquela ocasião e seria registrado como mais um traje predominante do período pela história da moda.

² Ideia discutida por Michel Baxandall na obra, “Padrões de Intenção: a explicação histórica dos quadros, 2006.

³ Imagem da obra disponível em: <http://artunframed.com/Gallery/wp-content/uploads/2013/09/The-Empress-Eugenie-Surrounded-by-Her-Ladies-in-Waiting-Franz-Xaver-Winterhalter.jpg> . Acesso em 23/02/15.



Para fins de conclusão, retomando as questões pontuadas no início deste artigo, devemos nos atentar para a diversidade das subjetividades de moda (co) existentes, as entendendo como produções visuais especialmente localizadas por contextos culturais muito próprios e que só fazem sentido quando considerados os regimes escópicos que as originaram. Se pensarmos a moda, como sendo produto cultural advindo de uma prática cultural contemporânea, ela pode ser interpretada como uma versão possível de experienciar a subjetividade a partir do cotidiano e dos objetos de consumo localizados na cultura. Não podemos, contudo, sugerir que exista uma prática (pre)dominante dentre os consumidores de moda usuários da internet hoje. O mais provável que exista são regimes escópicos que filtram os devires e significações.

Referências Bibliográficas

BELTING, Hans. **O Fim da História da Arte – Uma revisão dez anos depois**. Tradução: Rodnei Nascimento. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

BREA, José Luis. Recepción 2.0. In: **Las Tres eras de la Imagem – imagen-materia, imagen-fim, e-image**. Madrid: Akal, 2010, p.89-107

COX, Barbara; JONES, Carolyn Sally; STAFFORD, Caroline, STAFFORD, David. **Última Moda: uma história ilustrada do belo e do bizarro**. Tradução: Laura Schicharger. São Paulo: Publifolha, 2013.

DARBON, Sebastien. O Etnólogo e suas Imagens. IN: SAMAIN, Etienne (Org.). **O Fotográfico**. São Paulo: Editora Hucitec/Editora Senac São Paulo, 2005. P.95 – 105.

FREEDBERG, David. **The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response**. Chicago: University of Chicago Press, 1989.

Minicurrículo

Lorena é doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual da Universidade Federal de Goiás - Faculdade de Artes Visuais. Graduada em Design de Moda pela Universidade Federal de Goiás, Graduada em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Tutora à distância no curso de Licenciatura em Artes Visuais, FAV/UFG/EAD. Atualmente, docente no curso de Design de Moda da UFG e professora efetiva no curso superior de Tecnologia em Design de Moda - UEG.