

Exposição “Masculinidades Hiato”: manifestações culturais em objetos de moda

Exhibition "Masculinities Hiatus": cultural events in fashion objects

Daniel Keller, Ida Helena Thön, Denise Castilhos de Araújo

Universidade Feevale - RS

Mestrado em Processos e Manifestações Culturais – Linha de pesquisa Memória e Identidade

{danielgkeller@gmail.com, deniseeca@feevale.br; idahthon@gmail.com}

Resumo. A moda extrapola o sentido da veste à medida que contempla não apenas o registro das formas a partir do contexto histórico, mas também, e principalmente, vislumbra manifestações culturais contemporâneas. Deste modo, se pretende analisar a moda como materializações de identidades através de processos simbólicos, bem como, manifestação da cultura imaterial. Este artigo ainda apresenta a estrutura da exposição Masculinidades Hiato realizada no Museu Nacional do Calçado como uma demonstração da viabilidade e importância da aplicação da perspectiva cultural e simbólica sobre o objeto de moda na revelação de masculinidades contemporâneas. Assim, também confirma o espaço do museu como um espaço de possibilidade de diferentes compreensões a respeito do objeto de moda. Como aporte teórico, serão tratados de conceitos como a moda (SIMMEL, 2008; BARTHES, 1979; LIPOVETSKY, 2009) a partir das perspectivas da cultura a partir do simbolismo de Geertz (2008) e Todorov (2014a; 2014b); a cultura imaterial e processos simbólicos de Ferreira Santos (2004).

Palavras-chave: moda, identidade, processos simbólicos, cultura imaterial, masculinidades hiato.

Abstract. Fashion goes beyond the meaning of clothes as they include not only the registration of the forms from the historical context, but also sees cultural events and their symbolic processes. Thus, this work aims to analyze fashion as materialization of identity through these processes, as well as manifestation of intangible culture. This article also presents the structure of the exhibition Masculinities Hiatus held at the Museu Nacional do Calçado as a demonstration of the viability and importance of the application of cultural and symbolic perspective on the fashion object in the revelation of contemporary masculinity. So, this also confirms the museum space as a space of possibility of different understandings about the fashion. As a theoretical framework, concepts will be treated in like fashion (Simmel, 2008; Barthes, 1979) from the cultural perspective from the symbolism of Geertz (2008) and Todorov (2014th; 2014b); of intangible culture and symbolic processes of Ferreira Santos (2004).

Key words: fashion, aesthetics, art. Identity, masculinities hiatus.

IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte

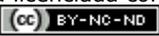
Vol. 8 no 2 – Janeiro de 2016, São Paulo: Centro Universitário Senac

ISSN 1983-7836

Portal da revista IARA: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/>

E-mail: revistaiara@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Internacional 

1. Introdução

Debruçar-se sobre os objetos de moda, principalmente, os antigos desperta um desejo intermitente da busca por reconhecer quem poderia ocupar aquela veste ou calçar aquele sapato. Olhar o objeto sozinho (separado de um criador, contexto ou usuário) é uma tentativa de olhar a vida que há por trás daquele objeto.

Essa curiosidade foi o que motivou o desenvolvimento deste estudo, que acompanha uma exposição de calçados masculinos. O interesse pelo acervo de calçados masculinos do Museu Nacional do Calçado¹ é de tentar identificar quais são as identidades masculinas que poderiam surgir ao longo do tempo – considerando os mais de 300 anos documentados em acervo daquele local.

Durante o processo de construção da exposição e das análises dessas masculinidades, foi possível perceber o quanto a materialidade dos objetos é capaz de registrar os avanços da tecnologia e da sociedade. Mas, ainda mais importante, foi possível perceber que alguns modelos de masculinidade eram retomados, reforçados e ressignificados ao longo do tempo.

Assim, este estudo parte do pressuposto que o objeto de moda extrapola o sentido da indumentária. O calçado, além de contemplar os registros de gosto e referências estéticas de um tempo, confirma-se como uma materialização de fenômenos sociais. A moda, portanto, reafirma-se como uma micro esfera de produção, interação e reprodução de símbolos culturais – incorporados tanto na criação, nos modos de uso e, até mesmo, na percepção do calçado como um objeto digno de ocupar o espaço do museu.

A ideia deste artigo é de analisar a moda como uma manifestação de cultura imaterial e que incorpora processos simbólicos. A apresentação da exposição “Masculinidades Hiato” reitera estas características da moda; confirmando o museu como um espaço de apresentação, interpretação, investigação e exposição de objetos que representem, de alguma forma, o registro de fenômenos sociais.

O artigo apresenta, primeiramente, a análise do objeto de moda sob a perspectiva simbólica da cultura. Em seguida, reconstrói outro olhar sobre o fenômeno de moda então o relacionando com conceitos de patrimônio e cultura imaterial. Reforçando a importância da moda dentro do espaço museológico, por fim, é apresentada a exposição “Masculinidades Hiato” – que reafirma o papel da moda como um registro de fenômenos sociais e, especificamente, das masculinidades.

2. O objeto de moda sob a perspectiva simbólica da cultura

A possibilidade de compreensão do objeto de moda como cultura parte da concepção simbólica. Este olhar admite a cultura dando ênfase ao papel dos significados na incorporação de símbolos – e, conseqüentemente, na materialização deles através de comportamentos, preferências e hábitos.

Através de um pensamento weberiano, Geertz afirma:

¹ O Museu Nacional do Calçado, criado por decreto municipal de número 153, em setembro de 1998, é administrado e mantido pela Universidade Feevale. Sua sede localiza-se na mesma Universidade, Campus I, na Avenida Dr. Maurício Cardoso nº510, no bairro Hamburgo Velho, na cidade de Novo Hamburgo. RS. Seu acervo conta com aproximadamente 40 000 peças, todas referentes ao setor coureiro – calçadista e afins. Tem como principal objetivo de resgatar, organizar e socializar a memória da comunidade.

[...] que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais, enigmáticas na sua superfície (GEERTZ, 2008a, p. 4).

Para Geertz (2008a), o social recebe um sentido semiótico, no qual, a cultura funciona dentro de uma teia de significações. Assim, o que se denomina como um comportamento ou manifestação social é diretamente influenciado pelo conjunto de significações que regem cada uma das culturas. A relação do fenômeno de moda a este conceito se dá tanto pela característica de distinção como de imitação, retomando Simmel (2008, p. 165):

[...] a moda não é nada além de uma forma de vida entre outras, através da qual se conjuga, em um mesmo agir unitário, a tendência à uniformização social à tendência à distinção individual, à variação. Se interrogarmos a história da moda, que até agora só foi pesquisada naquilo que diz respeito ao desenvolvimento de seus conteúdos, sobre seu significado para a forma do processo social, veremos que ela é a história das tentativas de acomodar ao estado de cada cultura individual e social a satisfação dessas duas tendências opostas.

O procedimento de construção de símbolos permeado pela moda precisa ser entendido tanto como uma forma de retratar a realidade e, também, como uma forma de reconstruir, reconfigurar ou reorganizar elementos da cultura, retomando, mais uma vez o conceito fundamental que propõe Geertz (2008a, p. 4) "*homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu*". O jogo de estar amarrado e ser o autor da construção da teia estabelece que os atores sociais sejam tanto sujeitos (de um contexto) como autores de ações simbólicas.

As materializações do fenômeno de moda tomam como base um possível posicionamento (contra ou a favor) dos movimentos de disseminação de um hábito ou modo de vestir, é possível entendê-lo como uma forma de discurso a respeito de uma "manifestação concreta da língua" (TODOROV, 2014b), portanto, um discurso. Nessa relação de enunciados, a moda se aproxima das relações entre os símbolos, uma vez que se dirige à percepção e a inteligência.

Assim, a opção pelo uso de uma determinada moda extrapola a questão do individual e, dentro da esfera pública, transforma-se em uma ação em direção ao outro – como um ato comunicativo de expressão de uma identidade ou de distinção. Assim, envolve uma produção inconsciente do aspecto simbólico de uma referência de uma em razão de um posicionamento social específico. A opção por um determinado detalhe de vestuário, portanto, é uma forma de afirmar aos demais como uma forma de "expressar o indizível", retomando a descrição do conceito de símbolo proposta por Todorov (2014a, p. 260).

O movimento em relação ao outro é demonstrado como uma ação no espaço público, portanto, aquele que possibilita a efetiva existência do sujeito pós-moderno que se afirma com relação ao lugar que acaba por ocupar dentro dos seus grupos de interação. A moda, portanto, é uma destas ferramentas de comprovação da existência (não apenas material, mas identitária):

(...) a moda não foi somente um palco de apreciação do espetáculo dos outros; desencadeou, ao mesmo tempo, um investimento de si, uma auto-observação estética sem nenhum precedente. A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro (CASTILHO; MARTINS, 2008, p. 35).

A moda, portanto, atua dentro de um sistema baseado na produção e recepção de significações. Seu efetivo uso, em realidade, precisa compreender um pleno processo de produção de discurso e, de outro lado, que ele seja efetivamente compreendido. O discurso da moda acaba por assimilar a noção de sentido, mas também de significância, partindo do pressuposto de que

O 'sentido' é o sentido interno da obra, que inclui tanto o sentido direto quanto o indireto (é mesmo intencionalmente que o autor usa metáforas, ironias e subentendidos), enquanto a 'significância' resulta da inclusão da obra em outro contexto (TODOROV, 2014b, p. 25)

Assim, o sentido é aquela informação que fica claramente exposta nas manifestações do fenômeno de moda. Esse sentido, por sua vez, é criado a partir da conjunção de signos que o representam. No entanto, a significância é a correlação deste sentido a outros contextos, pessoas, cenários, perspectivas (IBIDEM, 2014b).

Especificamente no caso na moda a sua manifestação na cultura estaria intrinsecamente dada dentro de um sistema "lógico" relacionado ao próprio fenômeno em si – influenciando sentidos e significâncias dos discursos identitários.

Moda teria um significado muito próximo à construção da identidade subjetiva e individual do sujeito e estaria presente a partir do elemento em que se começa a obedecer a mudanças cíclicas e estilísticas propagadas e aceitas socialmente (Katia CASTILHO; Marcelo MARTINS, 2008, p.32).

A moda pode ser vista também como uma forma de expressão identitária, que favorece as narrativas dos sujeitos através apreensão de significações através do uso dos objetos – que funcionam como extensão do corpo, à medida que contribuem nas estéticas de performatização (BUTLER, 2003).

O processo de interpretação da realidade também coloca as identidades em um processo constante de observação, assimilação e, possivelmente, adequação. Gilles Lipovetsky (2009) ressalta o papel do inconsciente neste processo de libertação dos sistemas de normatização, no entanto, também ressalta que existe uma força opressora da sociedade (principalmente, a ordenada pela moda), uma vez que está calcada nos processos de domínio político e dos esquemas de sedução.

Além de espetáculos, construções e prazer estético, a moda desempenha seu papel simbólico enquanto possibilita que o sujeito exteriorize a sua forma de ver, perceber o mundo e de "falar" sobre como se adequa dentro deste cenário. O desenvolvimento destas narrativas está apoiado em elementos de significação da moda como uma segunda ou primeira pele (CASTILHO; MARTINS, 2008) – como um manifesto identitário através da indumentária.

Percebe-se a moda como um vetor das dinâmicas sociais e que é através dela que os sujeitos atribuem significado às coisas e objetos (roupas e/ou ornamentos). Estes objetos de vestir e de adorno passam a contribuir na manifestação identitária. Assim, a moda se confirma como fator constituinte dos diversos discursos sociais e se faz complexa enquanto adquire caráter de registro temporal, do comportamento das formas de consumo, bem como, do espírito do tempo.

Com estas lentes de interpretação do mundo social, o corpo de cada sujeito é espaço de teatralização do texto que ele expõe aos seus pares. Nesta exposição–enunciação não apenas diz como deseja ser visto, como também constrói em si uma auto imagem que o significa para ele (SANT'ANNA, 2009, p. 20).

Este aspecto ficcional se constitui a partir do momento em que o indivíduo é capaz de expressar a sua subjetividade, inclusive, através da moda, e passa a retratar um "eu". Conforme Lipovetsky (2009, p. 13), a moda "aparece antes de tudo como o agente por

excelência da espiral individualista”, no entanto, o autor completa, “(...) e da consolidação das sociedades liberais”. Esta afirmação significa que o indivíduo pode expressar-se e exteriorizar a sua subjetividade através da moda, no entanto, precisa criar um personagem ficcional a partir do momento em que precisa interagir com os demais sujeitos na necessidade de adequação ao meio.

Assim, entende-se que, para que seja atribuído sentido a uma expressão da linguagem do sujeito através da roupa, é necessário que ele respeite o limite social de entendimento desta linguagem e usufrua desta liberdade condicionada que lhe é oferecida, onde cada um, para existir, conta uma história, constrói para si e para o outro personagens e narrativas:

Entendida nesta dimensão, a aparência não é a ideologia no sentido que o materialismo histórico propõe, nem ilusão que o historiador deva descartar de suas investigações, mas dimensão da experiência social que imediatiza a apreensão das representações construídas. Ela é substância, que delimita condicionalmente e significa a mensagem, que porta e que, sem ela, não existiria (SANT’ANNA, 2009, p. 18).

A partir destas concepções é possível destacar a ideia de Geertz (2008b) que vê a arte como um sistema cultural. Este ponto se estabelece não somente através do aspecto formal do objeto de arte em si, mas nas correlações que ele consegue estabelecer com a sociedade e as culturas, como uma “expressividade que se relaciona com o real” (OLIVEIRA, 2012, p. 214). De modo a concordar com a abordagem deste estudo, as técnicas aplicadas para a construção do objeto mostrado ficam em segundo plano, deixando o espaço de destaque para entender quais os modos que as formas e estas técnicas acabam por representar a teia de significados que confere o sentido cultural à realidade.

Este pensamento abre espaço para a perspectiva moda não somente aplicada ao objeto em si, mas na forma que ele contém e está contido neste jogo simbólico que constitui a cultura. O objeto de moda confere o caráter de experiência é a sua capacidade e representação simbólica do real. A investigação da moda enquanto patrimônio faz emergir um conjunto de manifestações que conferem a abordagem de cultura imaterial para objetos de moda, como os calçados, por exemplo.

3. Moda: patrimônio e cultura imaterial

Materializar uma necessidade concreta até pode ser o ato motivador para o desenvolvimento de um objeto de moda. No entanto, ao longo do tempo e na variação de existência em diferentes espaços acontece um processo de simbolização e alteração conceitual a respeito deste objeto. A cada nova significação o objeto de moda ganha um novo potencial simbólico, tanto de registro produtivo, quanto de reprodução e compressão destas significações.

A energia da construção de um objeto de moda não está somente na ação criativa, mas também em como esse objeto se significa através da cultura. Existe uma poética cultural que constrói este objeto.

Pode-se esperar do vestuário que ele constitua um excelente objeto poético. Primeiramente, por ele mobiliza com muita variedade todas as qualidades da matéria – substância, forma, cor, taticidade, movimento, apresentação, luminosidade; e depois porque, em contato com o corpo e funcionando ao mesmo tempo como seu substituto e sua cobertura, é ele, certamente, objeto de um investimento muito importante (BARTHES, 1979, p.184).

Assim, a moda ganha um apelo subjetivo, que é observável a partir de uma perspectiva muito específica, pautada, principalmente na interdisciplinaridade. Silvia Grandi (2008) afirma:

Atualmente, ainda mais do que no passado, é necessário ampliar as categorias de análise, alargando o campo de pesquisa no sentido culturoológico e com um tipo de enfoque voltado, ao mesmo tempo para uma espécie de interdisciplinaridade vertical entre os dois estratos da cultura – o estrato material (produção, tecnologia) e o ideacional (filosofia, sociologia, estética, arte) – e para uma interdisciplinaridade horizontal, entre os vários segmentos pertencentes a um mesmo estrato. Desse tipo de perspectiva é possível identificar homologias, ou seja, identidades de funcionamento não somente entre os vários setores do mesmo estrato material, por exemplo, entre produção da moda e inovação tecnológica, mas também entre o estrato material em que se situa a moda e o estrato ideacional, representado, nesse caso, pela arte (GRANDI, 2008, p. 94-95).

A moda exposta em um museu, se estabelece como um objeto de contemplação, quebrando a lógica tradicional que configura seus objetos a partir do objetivo principal do consumo. O método que propõe Grandi (2008) é uma forma de contemplar este objeto de moda de modo mais global, ao mesmo tempo que estabelece um sistema complexo e que integralize as manifestações culturais presentes naquele objeto.

A Constituição Federal Brasileira (1988) descreve o conceito de patrimônio cultural e segundo seus preceitos, os objetos de moda atenderiam grande parte dos critérios. Segundo a constituição:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, art. 216, 1988).

Enquanto patrimônio cultural, o objeto de moda realiza um registro de fenômenos sociais, seja a respeito das tecnologias, da cultura das aparências ou dos processos de distinção e imitação. Assim, além da materialidade deste objeto, é preciso respeitar o que Ferreira Santos (2004) denomina de “alma” do objeto museal. Para o pesquisador, esse conceito se relaciona com a natureza imaterial dos objetos, ou seja, aquilo que confirma ou contradiz o que o objeto-suporte já apresenta em sua materialidade. Assim, “o patrimônio cultural imaterial de uma nação engloba todas as formas tradicionais e populares de cultura transmitidas oralmente ou por gestos, que com o passar do tempo são modificadas pelo processo de recriação coletiva” (FERREIRA SANTOS, 2004, p. 141).

Nesse processo de recriação, a moda vai incorporando os modos de vida dos sujeitos, principalmente, com relação ao uso das corporalidades. Existe uma textualidade aplicada que manipula a estrutura original do corpo, esta textualidade, por sua vez, se constrói a partir de um código compartilhado culturalmente. Para Castilho e Martins (2005), a criação e transmissão das descobertas e aquisições culturais com relação ao corpo é inerente ao homem, o predispondo a um estado de latência para a realização de narrativas múltiplas também a partir da moda.

A compreensão dos objetos de moda faz uso do objeto material somado à sua imaterialidade na tentativa compreender as simbologias de existência e importância daquele objeto em diferentes momentos históricos. Existe uma plástica significativa que

dá vazão a um conjunto de possibilidades de compreensão aliados aos movimentos descritos pelo fenômeno de moda ao longo da história, seja de distinção ou de imitação (SIMMEL, 2008).

No caso específico dos calçados masculinos, os processos de simbolização ainda permeiam as construções dos gêneros. Deste modo, a discursividade dos objetos de moda, além de atuarem na expressão identitária, do próprio fenômeno em si, também se configura como uma relação prática e discursiva a respeito das masculinidades. A imaterialidade desse patrimônio também se configura a partir dos modos de uso de cada tipo de calçado, direcionando um local de uso e prática de determinadas expressões masculinas.

Deste modo, é fundamental a preocupação em realizar registros (inclusive em museus) a respeito desse patrimônio imaterial, que programa um sentido de perpetuação dos modos e locais de uso dos objetos. Nesse sentido, a da cultura vai assimilando os processos simbólicos, como um espaço tanto de criação, mas de transmissão e interpretação dos seus bens (FERREIRA SANTOS, 2008).

O enfoque de uma exposição de uma exposição de calçados masculinos, portanto, tem as características que possibilitam a compreensão das formas simbólicas materializadas através de objetos de calçar. Assim, registram-se os suportes, mas também potencializam-se as significações das textualidades e dos processos culturais.

4. Masculinidades Hiato: gênero simbólico e imaterial

As masculinidades funcionam como uma perspectiva de compreensão do mundo e das identidades. Stuart Hall (2006), inclusive, comenta que os movimentos de gênero do século XX acabaram por atuar de modo significativo na construção das identidades contemporâneas. Deste modo, é fundamental que existam perspectivas interpretativas a respeito dos gêneros, uma vez que esta abordagem possibilita compreender as engrenagens de construção dos sujeitos.

Como uma tentativa de entender as masculinidades a partir dos calçados, de modo pioneiro, foi apresentada uma exposição no Museu Nacional do Calçado com enfoque exclusivo no acervo de calçados masculinos. A exposição esteve presente no Museu Nacional do Calçado durante o mês de abril do ano de 2015. O conjunto de objetos apresentados agrupa um acervo de mais de 60 calçados produzidos em diferentes épocas dos séculos XIX, XX e XXI. A exposição foi aberta ao público com o objetivo de contar com a presença da comunidade, imprensa local, empresários e profissionais do ramo calçadista. A exposição teve um plano de comunicação com o objetivo de divulgar a abordagem da moda enquanto materialização das possibilidades identitárias masculinas, conforme apresentado na figura 1.

Figura 1. Convite de divulgação da exposição



Fonte: FEEVALE, 2015

O próprio nome da exposição já daria vazão aos vazios textuais que configuram a existência da masculinidade, sob o prisma das identidades de gênero ligadas a ela. O sentido de uso destas identidades coloca à luz a gama de possibilidades de vivência dos gêneros. Está proposta, então, uma quebra à estrutura patriarcal, que dita papéis sociais a partir do sexo biológico e pouco dá espaço para um existir mais libertador, que amplia as possibilidades identitárias e das performatividades de gênero (BUTLER, 2003).

Mais especificamente sobre o processo de seleção da exposição, foram escolhidos calçados que trouxessem algum tipo de importância para a materialização das identidades masculinas, de modo a compor um corpo coerente de objetos de moda e transmitir uma manifestação cultural (que, neste caso, se refere às expressões de gênero). Como um ato de representação, portanto, entende-se que o agrupamento e composição da exposição se tratam de um processo de comunicação e medição, implementando informações culturais destinadas ao receptor – reafirmando seu papel de “ativação²” (GONÇALVES, 2004).

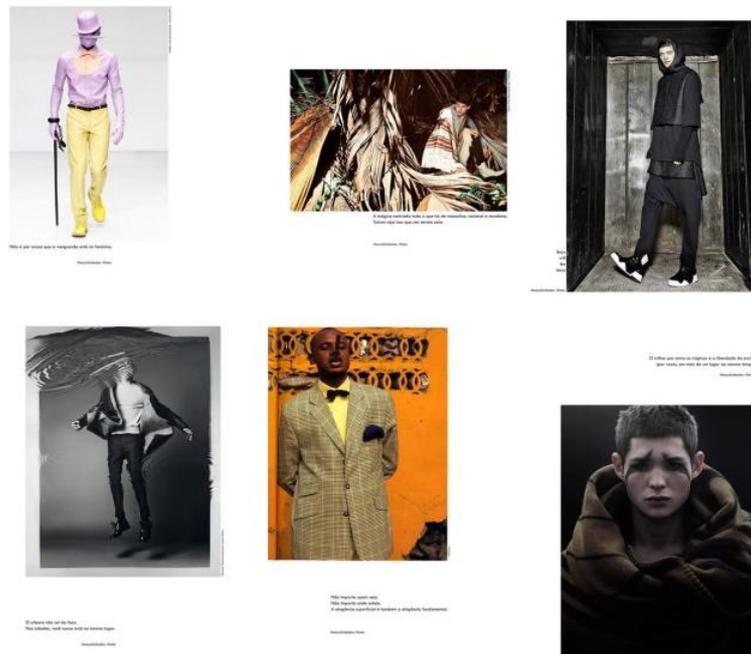
Entre tantas latências expressivas da moda, optou-se por trabalhar com três pontos conceituais que permearam todos os processos que envolveram a exposição “Masculinidades Hiato”. Estes pontos tratam das problemáticas que se deseja refletir com a composição da mostra, portanto, adequados tanto aos preceitos dos estudos das identidades de gênero - sob a proposta do gênero performativo de Butler (2003), como à perspectiva das características simbólicas do fenômeno de moda (que reafirmam a sua artisticidade). São eles: agrupamentos não classificados e sem nomenclaturas, a quebra

² Para o conceito de “ativação” leva-se em consideração o sentido de apresentação, ou seja, de atuação estética. Assume-se, portanto, as questões de intenção como um componente não somente da escolha do objeto, mas da construção da exposição em sua totalidade.

da linearidade temporal que sensibiliza para a transitoriedade das identidades e dos objetos da moda e, por fim, a possibilidade de materialização das manifestações culturais através de objetos materiais.

A exposição foi dividida entre seis módulos estilísticos, compostos quase que exclusivamente de calçados (com a presença de apenas uma bolsa) que fazem parte do acervo do Museu Nacional do Calçado. Cada grupo visava materializar um determinado tipo de manifestação das identidades masculinas no contexto contemporâneo. Propositalmente, os agrupamentos não possuíam nomenclaturas através de palavras - elas foram substituídas por uma imagem acompanhada de um pequeno texto, conforme apresentado na figura 2.

Figura 2. Imagens dos agrupamentos



Fonte: Elaborado pelos autores

Lançou-se mão do uso das imagens como nomeação dos grupos em detrimento das nomenclaturas através das palavras com o intuito de dar mais liberdade interpretativa por parte do receptor. Considera-se que a possibilidade interpretativa por intermédio das imagens possibilita uma expansão do potencial simbólico estabelecido para cada calçado.

A presença das imagens e sua localização próxima aos calçados faz parte do planejamento cenográfico da exposição. A falta das palavras que poderiam superficialmente “traduzir” o conceito de cada agrupamento também se configura como um elemento cenográfico, uma vez que estabelece um tipo de inquietação. Esta inquietação, por sua vez, faz parte da ideologia e posicionamento intelectual acerca dos estudos apresentados para a base desta exposição. O vazio e o silêncio da falta de nomenclaturas é uma reflexão sobre a necessidade social de criar categorias de gênero, de modo a torná-las mais facilmente alocadas nos padrões culturais. A falta deste recurso é uma ferramenta que visa despertar no espectador a possibilidade de trabalhar em uma nova lógica, menos classificatória e, possivelmente, não tão estratificada ou hierarquizada.

A estrutura da exposição desconsiderou o período no qual os calçados foram produzidos. Cada grupo era composto de uma média de dez objetos que apresentavam relações

temporais diferentes, mas, apesar disso, conseguiam apresentar uma coerência estética, de modo a compor uma materialização identitária masculina.

A quebra da linearidade do tempo é uma forma de demonstrar como a moda consegue criar cruzamentos que fogem da lógica racional. A retomada de estéticas do passado e a forma com que são ressignificadas de modo a adequá-las aos mais diversos períodos demonstram que existe uma flutuação do objeto, no que se refere à sua temporalidade. Em se tratando do fenômeno de moda, esta exposição possibilitou comprovar que não existe uma ancoragem que aprisiona o objeto ao seu tempo, mas que consegue extrapolar esta lógica, criando uma existência simbólica atemporal. Esta característica pode ser vista na figura 3, que apresenta um agrupamento estético com calçados produzidos em diferentes épocas:

Figura 3. Calçados agrupados



Fonte: Elaborado pelos autores

O desprendimento do tempo é um fator fundamental para a compreensão das identidades pós modernas propostas por Hall (2006). Assumir a transitoriedade dos sujeitos sob esta perspectiva que possibilita perceber tanto identidade, quanto o gênero, são como questões não fixas – mas, mutáveis e em constante construção. Abordar a discussão da transitoriedade é fundamental, uma vez que confirma a viabilidade da aplicação da perspectiva cultural e da arte sobre o objeto de moda na revelação de masculinidades contemporâneas – de forma indireta, mas, principalmente, simbólica.

Através da exposição, fica demonstrada a capacidade da moda em representar identidades, também à medida que interpreta os corpos. Como qualquer ato comunicacional, representação e interpretação estão calcadas em aspectos culturais que permeiam, constroem e são resultado o contexto social. Confirmou-se também a propriedade do objeto de moda de representar as formas simbólicas da cultura, confirmando-se como um tipo de patrimônio imaterial.

5. Considerações Finais

Considera-se que a perspectiva simbólica da cultura é um importante aporte teórico para a análise da moda e da indumentária como registro simbólico dos fenômenos social. Deste modo, se destacam os textos implícitos e explícitos dos objetos e sua complexa relação com a realidade – e no caso deste artigo, mais especificamente, das identidades de gênero masculinas.

À guisa de conclusão, entende-se que este estudo atinge o seu objetivo de desenvolver uma análise da moda a partir da perspectiva simbólica e enquanto patrimônio da cultura imaterial. Também foi possível mostrar como a exposição "Masculinidades Hiato" viabiliza e dá destaque à aplicação da perspectiva cultural sobre os calçados na revelação das masculinidades contemporâneas, principalmente, com relação às identidades de gênero.

Os objetos de moda, portanto, materializam as necessidades originadas em fenômenos sociais e desenvolvem um tipo de ligação estética, acompanhando questões de valorização – seja por distinção ou imitação. Além desta materialidade, está posta a abordagem da “aura” dos objetos que, nesta exposição, contribui de forma significativa para a compreensão destes masculinos.

O processo de compreensão da exposição quebra o raciocínio lógico da temporalidade, mas também quebra o sistema de unidade padrão – uma vez que assume diversas performances de gênero. Todas as unidades estéticas ali representadas se direcionavam para um corpo homem que se performatizava com o apoio dos calçados, criando uma profusão de possibilidades discursivas a respeito das masculinidades. Ao espectador cabe a produção de sentido que torna ainda mais rica a possibilidade simbólica de percepção da realidade – reafirmando como um patrimônio descolado do tempo, mas ligado à recepção das significações constantemente reelaboradas.

O discurso a respeito das masculinidades construído pelos calçados reforça que estes objetos desempenham um papel de forma simbólica – criando significações e sendo significados. Esta fala, por sua vez, se constitui ao longo dos 3 séculos representados em formato de objetos de calçar, reforçando estéticas, criando contrapontos e variações a respeito do que é ser masculino.

Entende-se que existe uma necessidade latente que justifica um debruçar-se cada vez mais profundo e frequente sobre a construção de um patrimônio cultural baseado também nos objetos de moda. O ato de registrar e divulgar a exposição “Masculinidades Hiato” se configura como uma abordagem nova para os objetos do acervo do Museu Nacional do Calçado, dando a eles um destaque também como fonte de estudos culturais, confirmando os seus sentidos dentro do contexto museológico.

Referências

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo, Companhia Editora Nacional / Edusp, 1979.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e a Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da Moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

FEEVALE. Disponível em <<https://www.feevale.br/acontece/noticias/os-novos-arquetipos-da-masculinidade-no-museu-nacional-do-calcado>>. Acesso em abril de 2015.

FERREIRA SANTOS, M. Cultura Imaterial e processos simbólicos. **Rev. do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 14: 139-151, 2004.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, LTC, 2008a.

_____. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis, Vozes, 2008b.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX**. São Paulo, Edusp, 2004.

GRANDI, Silvia. Arte e moda: uma relação em evolução. In: SORCINELLI, Paolo (org). **Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias**. São Paulo, Editora Senac, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

OLIVEIRA, Relivaldo. Antropologia e filosofia: estética e experiência em Clifford Geertz e Walter Benjamin, p. 209-234. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, 18 (37), jan/jun., 2012.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2009.

SIMMEL, Georg. A moda. In: **IARA** – Revista de Moda, Cultura e Arte – São Paulo V.1 N. 1 abr./ago. 2008.

TODOROV, Tzvetzan. **Teorias do símbolo**. São Paulo: Editora Unesp, 2014a.

TODOROV, Tzvetzan. **Simbolismo e interpretação**. São Paulo: Editora Unesp, 2014b.

Recebido em 26/05/2015 e Aceito em 12/02/2016.