

Contribuições do design de moda e da fotografia no diálogo sobre Identidades e Apropriações Culturais

Contributions of fashion design and photography in the dialogue on Identities and Cultural Appropriations

Isabela e Castro Rocco Corrêa¹

Rafael Cavalcanti da Costa²

Cristiane Dambrós³

Resumo

Este trabalho tem como objetivo, analisar por meio da fotografia de moda – como a apropriação cultural e o “apagamento” das identidades nacionais aparecem, mesmo em movimentos artísticos de vanguarda, e se autointitulam como críticos aos sistemas de opressão. Para tanto, parte-se do pressuposto de que, a colonização europeia foi responsável pela monocultura forçada e violenta, resultando em consequências irreparáveis para a identidade nacional nas regiões colonizadas, se consolidando com a revolução industrial e ampliando-se do capitalismo. A partir desses acontecimentos, surge o conceito de identidade moderna de Stuart Hall (2006), que dissolve as referências fundamentadas de harmonia estável na sociedade, evidenciando a fragmentação do indivíduo moderno e o surgimento de diferentes identidades culturais estimuladas pelo consumismo global. A globalização cultural, a apropriação cultural e a expansão do capitalismo são hoje profundamente dependentes dos sistemas de comunicação, como descreve Armand Mattelart (2001), que fomentou um capitalismo “sem fronteiras”. Nesse sentido, a mercantilização de culturas, identificadas na moda e na fotografia, trouxeram consigo diversas problemáticas, principalmente, na apropriação e na representação de identidades nacionais. Portanto, pensar a apropriação e a identidade cultural, a partir de reflexões subsidiadas pelo design de moda e pela fotografia, permitirá compreender os movimentos e os fenômenos da globalização que passaram a estar representadas na moda e capturadas pela fotografia.

Palavras-Chave: Identidades; Apropriações Culturais; Moda; Fotografia; Globalização.

Abstract

This work aims to analyze, through fashion photography - how cultural appropriation and the “erasure” of national identities appear, even in avant-garde artistic movements, and call themselves critical of systems of oppression. To do so, it is assumed that European colonization was responsible for forced and violent monoculture, resulting in irreparable consequences for national identity in colonized regions, consolidating with the industrial revolution and expanding capitalism. From these events, the concept of modern identity by Stuart Hall (2006) arises, which dissolves the grounded references of stable harmony in society, showing the fragmentation of the modern individual and the emergence of different cultural identities stimulated by global consumerism. Cultural globalization, cultural appropriation and the expansion of capitalism are today deeply dependent on communication systems, as described by Armand Mattelart (2001), who fostered “borderless” capitalism. In this sense, the commercialization of cultures, identified in fashion and photography, brought with

¹ Graduanda em Desenho Industrial pela Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil; Bolsista de Iniciação Científica e Tecnológica no CLAE; isabelarocco@claec.org

² Graduando em Relações Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Rio Grande, Rio Grande do Sul, Brasil; Bolsista Voluntário de Iniciação Científica do CLAE; rafael.cdc@hotmail.com

³ Doutora em Geografia pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP – Campus de Rio Claro, São Paulo, Brasil; Pesquisadora Associada do CLAE; cristianedambros@claec.org

it several problems, mainly in the appropriation and representation of national identities. Therefore, thinking about appropriation and cultural identity, based on reflections subsidized by fashion design and photography, will allow us to understand the movements and phenomena of globalization that have come to be represented in fashion and captured by photography.

Key words: Identities; Cultural Appropriations; Fashion; Photography; Globalization.

1. Introdução

A formação de uma identidade cultural globalizada gerou um paradoxo na fotografia de moda. Ao mesmo tempo que a disseminação de tecnologia permitiu avanços na democratização da produção cultural, também contribuiu para a apropriação cultural. O resultado deste movimento possibilitou a formulação comercial e esvaziada do sentido artístico para saciar a alta demanda dos conteúdos a serem consumidos em um contexto de efemeridade. A consolidação desta reflexão interdisciplinar, a partir da perspectiva da fotografia e do design de moda, ocorreu através da revisão de literatura em livros, periódicos e outros documentos científicos, considerando aspectos teóricos e conceituais sobre cultura, identidade, apropriação e globalização, o que possibilitou analisar criticamente os discursos.

De acordo com Bauman (2001), a liquidez e sua volatilidade geraram, na Modernidade Líquida, uma desorganização imprevisível em diversas esferas, inclusive cultural. As redes sociais, “vida virtual” contribuíram para que todas as relações sejam efêmeras, onde, tanto relações afetivas e de amizades, como atividades de mercado, no caso a fotografia de moda, sejam igualmente mercadorias, com prazo para ser consumidas e descartadas, em uma busca constante por número de curtidas e alcances, deixando o caráter humano e artístico em segundo plano. Essa tese pode ser relacionada ao conceito de identidade cultural de Stuart Hall, pois revela a presença de uma identidade cultural globalizada, que representa os interesses e características do capitalismo no estímulo ao consumismo, e não ao conceito original, que sugeria que a cultura permitia ao indivíduo uma sensação de pertencimento e de (re)conhecimento sua história.

2. Reflexões acerca da fotografia e da moda

A fotografia e o design de moda, durante a pesquisa, foram consideradas não só como ferramentas de análise, mas também como objeto de estudo, o que permitiu a possibilidade de constatar narrativas contraditórias e descontextualizadas de fotografias e do design, quanto a estética que objetiva a agregação de valor à objetos, paisagens, vestuários e acessórios, dissolvendo a cultura de origem e negando a diversidade cultural presente nos diferentes grupos sociais que constituem a sociedade humana.

A sensibilidade inerente no olhar de cada fotógrafo transmite de modo singular cada ocasião fotografada, cada momento congelado pela lente. Há de se observar que a história contada pelas lentes fotográficas em determinados períodos, tem um viés particular de cada fotógrafo podendo ser produto formador de opinião de seu observador, para a sociedade em geral, além de, fragmentador de identidades. As fotos dão ao observador um material para ser minuciosamente avaliado, podendo validar um objeto fora do contexto de sua origem com finalidades comerciais, de posse ou de geração de valor ao objeto fotografado. Fotos tem o poder de transformar ideias e carrega todo o peso do momento vivido pelo fotógrafo, e todo sentimento do momento exato da fotografia.

Além disso, a indumentária é presente em praticamente todas as sociedades, por isso, é objeto de estudo do contexto histórico-social em que está inserida. A moda, no entanto, surge como fenômeno cultural, dotada de aspectos fundamentais como a sazonalidade e o estilo. Esta perspectiva de análise surgiu na Europa, logo, ainda que haja esforço por parte dos designers de moda em trazer narrativas de outros territórios, a visão eurocêntrica da moda muitas vezes falha em retratar identidades culturais que não a pertencem.

Desse modo, os registros fotográficos constituem instrumentos de análise dessas contradições do meio da moda. Enquanto a moda reflete os processos culturais de um determinado momento, a fotografia capta e registra ambos processos: o artístico e o histórico. Assim, pode-se relacionar ambos conceitos para propor uma reflexão das identidades culturais presentes nas fotografias de moda.

Sempre importante ressaltar, que o processo de globalização é, ao mesmo tempo, elemento impulsionador e resultante da expansão do capitalismo. Da mesma forma que tanto a globalização cultural, quanto a expansão do capitalismo são hoje profundamente dependentes dos sistemas de comunicação (MATTELART, 2006, p.114). No contexto de um capitalismo “sem fronteiras”, tais ataques a culturas locais materializam, via de regra, a imposição de um modo de viver hegemônico sobre povos colonizados. Esse movimento permeia os processos sociais, e se revela em diferentes âmbitos, independente da intencionalidade dos atores envolvidos.

A apropriação cultural, por exemplo, é um fenômeno por meio do qual signos e símbolos de uma cultura, são acionados por discursos de um grupo social (em geral dominante do ponto de vista sócio-político e econômico), no entanto deslocados de seu sentido original. Em 1926, o fotógrafo Man Ray, importante nome do Surrealismo e Dadaísmo, fez a fotografia “Mother of Pearl Face and Ebony Mask” ou Rosto de madrepérola e máscara de ébano em tradução livre. Nesta, observa-se uma modelo branca segurando uma máscara de uma das culturas africanas.



Figura 1: Fotografia Mother of Pearl Face and Ebony Mask.

Fonte: Disponível em: <https://www.ngv.vic.gov.au/man-ray-kiki-with-african-mask-1926/> Acesso em 07/08/2020.

A proposta de Man Ray ao unir símbolos tão distintos era a de gerar um contraste: o preto e o branco, o humano e o objeto inanimado, o moderno e o antigo, a França e a África. Além disso, nota-se uma semelhança da expressão facial da modelo com a da máscara, o que visava aproximá-las de forma a acentuar os contrastes presentes. Nesse contexto, há aspectos que denotam o caráter imperialista da obra que, apesar de apelar para símbolos de matriz africana, faz uso de uma narrativa que exclui a história e o valor cultural dos objetos apropriados. Isso é percebido inicialmente quando o artista se propõe contrastar a França e a África ignorando que o segundo trata-se de um continente com países de dimensões territoriais superiores a própria França e, ainda assim, a representação africana se dá por um objeto pequeno e fora de contexto.

Ao aproximar a fotografia (Figura 1) às reflexões de Hall (1992, p.80) descreve o processo de globalização ressaltando que as trocas de cultura na modernidade tardia ocorrem em um “padrão desigual, regido pela geometria de poder que retém aspectos do sistema cultural ocidental”. Com isso em vista, entende-se o porquê de uma fotografia que visava celebrar a diversidade entre as culturas citadas, acaba por subtrair o significado real do objeto posto. Portanto, as máscaras presentes nas culturas do continente africano, apresentam singularidades no próprio estilo artístico, o que favoreceu na disseminação deste objeto no ocidente, reflexo da colonização branca que ficou encantada com esse item em particular.

Logo, observando a foto de Man Ray (Figura 1), nota-se a incoerência de colocar uma máscara como um objeto “morto”, meramente ilustrativo ou acessório, ao lado de uma modelo, então apresentada como a parte “viva” da imagem. No entanto, nem a máscara, originalmente é apenas um enfeite (já que no seu contexto original ela carrega outros significados), nem a modelo é, efetivamente, incorporada à cultura ocidental como um indivíduo, dotado de “vida”, no sentido mais amplo da palavra. Na verdade, ao longo da história da moda, há inúmeras evidências sobre a forma não humanizada com que as modelos em geral são tratadas e de desconsiderar as culturas presentes em territórios colonizados.

Sendo assim, a fotografia analisada demonstra com consistência o fenômeno da apropriação cultural, resultado do processo de colonização e do esvaziamento das simbologias culturais locais, facilitando o processo de dominação e/ou extermínio. Com a consolidação do capitalismo, que se dá com o constante enriquecimento por meio da exploração de trabalho, leva não só os descendentes de povos originários a vivenciar uma extrema desigualdade social, mas também a promover uma adaptação dos símbolos culturais e religiosos desses grupos de modo a convertê-los em um produto de moda, a ser consumido e posteriormente descartado por pessoas brancas que sequer possuem conhecimento do seu significado original. Os movimentos artísticos de vanguarda na década de 1920, apesar de revolucionários para a arte ocidental, antecipavam uma prática que passou a ser continuamente adotada pelo capitalismo para agregar valor a produtos: a diversidade.

3. Conclusões

A Observando a pesquisa realizada, com o uso das ferramentas fotográficas e do design de moda, foi possível obter uma miríade de informações, interpretações e narrativas na conjuntura política, cultural e social de cada Estado, podendo ser facilmente manipulada tornando o indivíduo vítima de “homogeneização cultural” imposta pelos meios de comunicação, pelo alto consumo e encurtamento do espaço tempo a partir da globalização.

A identidade cultural tornou-se uma fonte criativa impulsionadora da arte. No entanto, a moda está inserida em um sistema capitalista de opressão, esvaziado do sentido original dos bens culturais, valorizando apenas o caráter aprazível da estética. Isso ocorre porque a globalização, a moda tornou-se um mercado que necessita de mudanças constantes. É cada vez mais comum, portanto, a presença de referências de diversas culturas, isso pode ser feito por meio da materialização das identidades culturais em peças de vestuário ou pela apropriação cultural.

A apropriação cultural é constituída pelo esforço de esvaziamento e apagamento do significado de um símbolo cultural. Por muito, a apropriação cultural era vista como uma forma de celebração de culturas, que muitas vezes foram perseguidas pela colonização. Dessa forma, faz-se necessário resgatar os valores de objetos apropriados e expor que a “celebração” trata-se, na verdade, de uma apropriação.

Portanto, este trabalho utilizou-se da moda registrada na fotografia como referência primordial para observar as contradições dos movimentos artísticos no retrato de culturas alternativas. Desse modo, critica-se a forma hegemônica na qual a cultura, em um contexto globalizado e capitalista, se instalou.

Referências

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BURITY, C. R. T. **Mídia e Relações internacionais**: Diplomacia midiática no Governo Lula (2003 - 2010). 2012. f135. Dissertação de Mestrado – UEPB, João Pessoa, 2012.

CARACIOLA, C. B. **Evolução, significados e marketing do luxo**. Estudo de caso da marca Louis Vuitton sob o prisma de semiótica. São Paulo, SP: 2015.

CARVALHO, M. H. de. **Moda Francesa como um subsídio para a Identidade Nacional e Exemplo de Governança**. Pelotas, 2015.

CUSICANQUI, S. R. **Ch'ixinakax utxiwa**: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores. Ed. 1. Buenos Aires: Tinta Limón, 2010.

FOGG, M. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós- Modernidade**. 11ª edição, RJ, DP&A editora, 2006.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das Teorias da Comunicação**. SP: Loyola, 2001.

NASCIMENTO, A. F. do. **Fotografia e Relações Internacionais**: Um diálogo possível?. 2018. f119. Dissertação de Graduação – UFU, Uberlândia, 2018.

QUIJANO, A. “Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina”. In Lander, E. (Org.) **A colonialidade do saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latino-americanas**. Colección Sur Sur, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. sept. 107-130, 2005.

SHENNAN, J. H. **LUÍS XIV**. São Paulo: Ática, 1994.

SETTON, M. da G. A Moda Como Prática Cultural Em Pierre Bourdieu. São Paulo. **Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo V.1 N. 1 abr./ago. 2008, p. 119-141.

SILVA, G. F. da. **Relações Internacionais e Fotografia**: uma análise da influência da foto na política internacional. 2018. f52. Dissertação de Graduação - UNIRITTER, Porto Alegre, 2018.

WEBER, C. **Rainha da Moda**: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução. RJ: Zahar, 2008.