

**APROXIMAÇÕES À CULTURA MATERIAL:
artefatos, moda e interiores**

*APPROACHES TO MATERIAL CULTURE:
artifacts, fashion and interiors*

Marcos da Costa Braga

Universidade de São Paulo
bragamcb@usp.br ✉

Aline Kedma Araujo Alves

Universidade de São Paulo
alinekedma@usp.br ✉

Ana Sofía López Guerrero

Universidade de São Paulo
anasofialopezguerrero@usp.br ✉

Fernanda Tozzo Machado

Universidade de São Paulo
fernandatozzo@usp.br ✉

Marcos Paulo do Nascimento Pereira

Universidade de São Paulo
marcosppaulo@usp.br ✉

PROJÉTICA

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

BRAGA, Marcos da Costa; ALVES, Aline Kedma Araujo; GUERRERO, Ana Sofía López; MACHADO, Fernanda Tozzo; PEREIRA, Marcos Paulo do Nascimento. Aproximações à cultura material: artefatos, moda e interiores **Projética**, Londrina, v. 14, n. 2 2023.

DOI: 10.5433/2236-2207.2023.v14.n1.48793

Submissão: 22-08-2023

Aceite: 05-09-2023

2 APROXIMAÇÕES À CULTURA MATERIAL: artefatos, moda e interiores

RESUMO: O texto é composto por variadas leituras sobre a aplicação de referências teóricas dos estudos sobre cultura material nos temas de pesquisa dos membros do Grupo de Estudos de Cultura Material e Design. Discutindo e problematizando especificamente o artefato de produção popular, autenticidade e falsificação em objetos, o fenômeno da moda e o design de interiores, pretende-se demonstrar como essas referências teórico-metodológicas podem auxiliar a entender aspectos que caracterizam cada um desses objetos de estudos das pesquisas em design como cultura material.

Palavras-chave: cultura material; design; moda; artefatos.

ABSTRACT: *The text is composed of various discussions concerning the application of theoretical references from studies on material culture in the research topics of the members of the Material Culture and Design Studies. By specifically discussing and problematizing the phenomenon the artifact of popular production, authenticity, and object counterfeiting, of fashion and interior design, the aim is to demonstrate how these theoretical and methodological references can contribute to understanding aspects that characterize each of these research objects in design as material culture.*

Keywords: *material culture; design; fashion and artifact.*

1 INTRODUÇÃO

A cultura material é definida por Meneses (1984, p. 112), como “aquele segmento do meio físico que é socialmente apropriado pelo homem. Por apropriação social convém pressupor que o homem intervém, modela, dá forma a elementos do meio físico, segundo propósitos e normas culturais”. Portanto, abrange uma enorme gama da dimensão física da cultura, incluindo seus aspectos sociais relacionais e simbólicos. Por isso, Bucaille e Peséz (1989) alertam que:

O estudo da cultura material tem de saber que o objecto tem mais que um significado. Um vaso não exprime apenas uma

técnica ou uma função; pela sua forma, pela sua eventual decoração, corresponde igualmente a opções que são também de ordem supra-estrutural; pode, afinal, ter um significado social, testemunhando simultaneamente um sistema económico. (Bucaille; Pesez 1989, p. 40)

Existem, portanto, distintas perspectivas teóricas sobre as quais se pode conduzir um estudo dentro do campo da cultura material. Segundo escreve Tilley et al. (2006), o Marxismo, o estruturalismo e a semiótica, e a fenomenologia, “podem ser consideradas perspectivas teóricas ‘fundamentais’, na medida em que é impossível imaginar a existência de uma noção de materialidade ou de um campo que se autodenomine estudos de cultura material sem a sua existência” (Tilley et al., 2006, p. 8).

As diferentes teorias apresentam diferenças a respeito de como se conceptualiza a cultura material, a qual pode ser entendida, conforme o caso, como mercadoria, presente, documento, texto, ou recurso (Gerritsen; Riello, 2021); ou bem como agente, mediador ou marcador de identidade (Hoskins, 2006). Assim, ao invés de ser um campo bem delimitado, os estudos da cultura material são heterogêneos e diversos (Miller, 1998).

A perspectiva teórica e a conceitualização da qual se parte para estudar algum aspecto da cultura material, significará o uso de uma abordagem metodológica de acordo com os objetivos da pesquisa, sejam estes a reconstrução dos “padrões de significados, valores e normas compartilhados pelos membros da sociedade” (Grassby, 2005); entender algum aspecto relacionado ao consumo, a troca e comercialização de artefatos (Bourdieu, 1984; Dannehl, 2009; Kopytoff, 1986), ou sua vida social (Appadurai, 1991).

Resulta igualmente importante considerar ao estudar a cultura material, que os métodos usados dependerão de como o artefato é compreendido, seja como evidência ou texto (Grassby, 2005), como instrumento ou signo (Maquet, 1993), como evento histórico ou ficção (Prown, 1993).

4 APROXIMAÇÕES À CULTURA MATERIAL: artefatos, moda e interiores

Do mesmo modo que Mendes (2012, p. 16), entendemos que o designer é “um dos principais responsáveis pelo projeto de coisas que povoam o mundo”, ou seja, é um dos responsáveis pela configuração de cultura material, principalmente na contemporaneidade. Portanto, o design é um produto social e é permeado pelas condições de produção, circulação e consumo. O design nas últimas décadas se desenvolveu buscando a interdisciplinaridade com outros campos de saber, objetivando entender seu papel no mundo e sua inserção nas sociedades em que atua. Acreditamos que os estudos sobre cultura material é um dos mais promissores entre esses campos de saber que pode contribuir para esse entendimento.

O presente texto é composto por variadas leituras sobre a aplicação de referências teóricas dos estudos sobre cultura material nos temas de pesquisa dos membros deste Grupo de Estudos, nas quais se discute e se problematiza especificamente o artefato de produção popular, o fenômeno da moda, autenticidade e falsificação em objetos e o design de interiores cujo objetivo é demonstrar como essas referências teórico-metodológicas podem auxiliar a entender aspectos que caracterizam cada um desses objetos de estudos das pesquisas em design como cultura material.

OLHAR FICCIONAL SOBRE O ARTEFATO DE PRODUÇÃO POPULAR

Para exemplificar possíveis caminhos de pesquisa sobre cultura material, abordaremos primeiro o acervo de luminárias populares do Museu do Homem do Nordeste, localizado em Recife - PE. Neste acervo, existe uma quantidade vasta de candeieiros¹, feitos com materiais reaproveitados como lâmpadas e latas, produzidos entre os anos 1940 e 1970 por artífices que permanecem no anonimato.

1 Também conhecidos como fifó, lamparina, lanterna, alcoviteiro, coviteiro, carocha, palma, poronga ou castiçal, dependendo da região, são luminárias populares que têm como função principal a de clarear um ambiente ou um entorno espacial. Foram muito utilizados naqueles lugares onde as pessoas não possuíam acesso à energia elétrica (especialmente nas zonas rurais).

Digamos que queremos realizar inferências sobre estes artefatos de produção popular e interpretá-los considerando aspectos estéticos e poéticos, assim como suas qualidades de uso e sua relação com o entorno no qual foram produzidos e utilizados.

A perspectiva teórica proposta para conduzir o estudo estaria posicionada tanto na teoria marxista, quanto numa perspectiva fenomenológica-hermenêutica.

Figura 1 – Candeeiro Carocha estoril



Fonte: Fotografia por Ana Sofía López Guerrero, 2022.

Fundamentamos esta escolha no fato de que podemos reconhecer que esses artefatos surgem como produto de um processo de produção por meio do qual se busca a satisfação de necessidades materiais, reutilizando o descarte de objetos de fabricação industrial, transformado com técnicas artesanais em novos artefatos; como na medida em que a busca de significados, considerando seus aspectos estéticos e poéticos, envolve uma interpretação subjetiva.

O estudo do acervo já mencionado, implica na impossibilidade de testemunhar a produção original desses artefatos ou de conversar com quem os fez. Poderíamos, então, tomar os candeeiros como fontes primárias, e verificar o quanto informam sobre eles mesmos, sobre sua matéria, sua constituição física, sua forma e sua utilidade. Seria preciso, porém, o uso de outras fontes para compreender como os artefatos foram produzidos, os contextos nos quais foram usados e a necessidade que o fez surgir, assim como em algum momento confrontar as hipóteses colocadas a partir das análises (Prown, 1993).

Diversas manifestações poderiam ser tomadas como fontes, das quais o pesquisador poderia lançar mão para interpretar os artefatos. Considerando que os candeeiros fazem parte do imaginário cultural da região semiárida do Brasil-localizada nos estados de Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba Pernambuco, Piauí, Alagoas, Sergipe, Bahia e Minas Gerais-, tanto que eles tem sido motivo de diversas representações e manifestações culturais como pinturas, fotografias, gravuras e música além de aparecem também dentro de romances e filmes como elementos que ajudam na construção de um ambiente específico.

Esta incorporação de fontes diversas teria sustento nas ideias de Jules David Prown sobre a interpretação dos artefatos mediada pela ficção. Prown (1993) sugere o afastamento da categorização dos artefatos como fatos históricos e, em vez disso, propõe uma interpretação e identificação dos significados estruturais profundos dos artefatos, estudando-os como ficções artísticas.

Para o historiador de arte, as perguntas provocadas pela observação do artefato são autênticas na medida em que surgem da compreensão dele como prova primária, como evidências que podem ser interpretadas tanto afetiva quanto subjetivamente.

Entretanto, apesar do contato com o artefato permitir uma conexão afetiva mediante um encontro físico e com o reconhecimento de seus materiais e seus

usos, a análise do artefato em si, como fonte primária, fornece uma quantidade que podemos considerar limitada de dados. Assim, questões que não são intrinsecamente físicas a ele devem ser incorporadas à dita conexão.

Olhar as diferentes manifestações que de alguma maneira retomam ou representam o candeeiro, tomando emprestadas ferramentas e métodos advindos de diversas disciplinas como a antropologia, as artes, a arqueologia, a história, e a literatura, permite uma ampliação das possíveis interpretações mediante uma aproximação com outras sensibilidades.

Acontece que a obra literária, embora seja uma fonte histórica subjetiva, como diz María Luisa Lanzuela (1998, p. 259): “não é um evento isolado, é um reflexo, consciente ou inconsciente, da situação social, econômica e política em um determinado momento histórico”, e é válida ao estudar temas sociais, os detalhes da vida cotidiana e as mentalidades coletivas como representações do anedótico e do coletivo. Pinturas e gravuras também fazem parte da bagagem imaginária e sensível. E os filmes resultam importantes no exercício de sensibilização, enquanto espectadores da vida de certos personagens, desenvolvemos sentimentos como empatia, comiseração ou aversão, e nos submergem em um contexto nos transportando para outros lugares. A fotografia funciona como uma extensão do olhar e da memória, operando como registro de um passado que se preserva, ao mesmo tempo fragmentado e condicionado pelo olhar de quem o testemunhou. A música, seus ritmos e letras também nos transportam para outros lugares; ritmo, que define a cadência com que o corpo se move, nos conecta com outras partes de nossa sensibilidade. Os instrumentos criam uma atmosfera e as letras que ouvimos nos fazem mergulhar na nostalgia do que o compositor sentiu, líricas que cantam aos objetos com carinho, onde os artefatos fazem parte da vida das pessoas e são objeto de saudade.

Na incorporação e uso destas outras fontes, o caráter subjetivo e a sensibilidade pessoal do pesquisador teriam de ser assumidos e utilizados de

maneira consciente abrindo um campo de possibilidades que expande o olhar que se tem sobre a cultura material onde o uso da imaginação e fabulação, permitem a construção de ficções em torno dos artefatos assim como a formulação de novos significados.

PÁTINA: MARCA INVISÍVEL PARA AUTENTICIDADE

O historiador Marcelo Rede (1996) apresenta os conceitos fundamentais de estudiosos da cultura material e analisa a diferença entre cultura e cultura material. Para tanto, Rede (1996, p. 267) examina as conceituações de Jules D. Prown (1993), o qual define cultura por meio de atributos ideacionais de grupos sociais, baseados em suas crenças, valores, dogmas; e a cultura material como sendo a representação material de seus pensamentos e necessidades.

A despeito das críticas apresentadas por Rede sobre as reflexões dos estudiosos, ele observa que a cultura material é fonte de pesquisa, mesmo quando não há fontes escritas que subsidiem essas leituras. Rede (1996, p. 268-269) cita, dentre outros, que R. P Wright (1993) propõe que a cultura material na arqueologia é, majoritariamente, a única fonte de estudos para a compreensão de determinadas sociedades, visto que por meio da transformação de objetos naturais em cultura material pode-se ter o indício de que grupos tinham conhecimento de produção de fogo e uso da lenha para formação de fogueiras, por exemplo.

Nesse sentido, apresenta a dicotomia entre o material e o imaterial nos objetos, ou seja, o que é visível e invisível pelo ponto de vista do observador. Pela perspectiva da cultura, as tradições imateriais são reconhecidas como padrões que configuram os modos de vida de determinados grupos, tais como danças, manipulação de alimentos e de produção, crenças etc. Quanto aos objetos, a percepção do imaterial encontra-se no reconhecimento de todos os atributos físicos e simbólicos presentes; como também, a leitura desses indícios podem mudar dependendo do

olhar de uma época. Assim, Rede afirma que a “cultura material é material pela sua ‘física’ (esta sim imanente)”, porém, seus significados são mutáveis. Ademais “[...] mesmo as características físicas são resultado de um processo social que atua desde a seleção da matéria-prima [...]” (Rede, 1996, p. 273-274).

Desse modo, para Rede (1996, p. 276), todo objeto pode ser transformado em documento, tanto pela sua constituição física, quanto pelas alterações provocadas pelo tempo, como também, pela transformação dos seus significados, pois

A trajetória dos objetos altera-se em função quer das transformações da sua própria natureza física quer da sua inserção social (processos de desgaste, manutenção, reciclagem). Normalmente, as alterações estão articuladas, envolvendo transformações nas três dimensões, embora possa haver mudança semântica sem intervenção na forma, e assim por diante.

Tais alterações das propriedades físicas dos objetos também são consideradas como documentos para os estudiosos da cultura material. De acordo com o sociólogo Grant McCracken (2003, p. 54), nas sociedades ocidentais, as referidas mudanças – intrínsecas e extrínsecas – são tratadas como simbólicas, pois tudo o que se pode agregar na natureza original dos objetos é considerado como significação simbólica e explorada com propósitos sociais. Essas transformações impregnadas durante a trajetória e o tempo dos objetos foram apreendidas a fim de codificar em forma de uma vital e incomum mensagem de status: a denominada de pátina.

A pátina – a marca da sedimentação da ação do tempo sobre os objetos – possui caráter simbólico e sua leitura provoca múltiplas interpretações. Para McCracken, todo objeto da natureza ou artefato produzido pelo homem possui pátina, a qual é visivelmente identificada na superfície dos materiais, seja pela ação das intempéries, seja pela ação do homem, voluntária ou involuntariamente. Logo, o acúmulo de pequenos signos sobre uma superfície é codificado como uma mensagem em que

[...] objetos e manufatura humana sofrem um gradual afastamento de sua condição intacta original. Conforme entram em contato com os elementos e com os outros objetos do mundo, sua superfície original adquire, ela própria, uma outra superfície. Conforme vão sendo continuamente mordidos, lascados, oxidados e usados, esses objetos começam a adquirir pátina (MCCRACKEN, 2003, p. 54).

Observação importante de McCracken (2003, p. 53) diz respeito à apropriação das condições simbólicas da pátina por intelectuais e artistas românticos do final do século XIX como marca subjetiva de status, uma vez que as propriedades tanto físicas quanto simbólicas da pátina foi um dos meios de que dispunham os indivíduos de alta classe para se distinguirem dos de baixa classe, bem como para policiar e conformar a mobilidade social.

Logo, a pátina em forma de “marca invisível”, é um código secreto imediatamente inteligível por aqueles cuja posição é genuína e bem dissimulada para qualquer aspirante, por mais sofisticado que seja. O simbolismo de status da pátina é frequentemente mais bem conhecido e compreendido por aqueles cujo apelo por status é de longa data. Seguindo a essa proposição, McCracken (2003, p. 57-58) pondera sobre a tendência dos novos ricos em trair suas origens através de certos estilos de consumo, e cria-se assim uma estratégia de utilizar o consumo da “marca invisível” que só os detentores daquele status de longa data conseguem “ver”, no intento de distinguirem-se daqueles outros que não transitaram de uma camada econômica para outra. Em razão de o mundo ser constituído por status poroso – em frequente transformação e anônimo – a estratégia da pátina continua a servir a seu propósito discriminatório, ao salientar um status consolidado.

Quanto à condição da pátina ser detentora de legitimidade, McCracken (2003, p. 55) adverte que há a possibilidade de a pátina ser utilizada para camuflar uma falsificação, ao justificar que em determinados contextos sociais, quando alguém decide por adquirir um objeto cuja pátina é agregada como valor, tal propriedade simbólica é capaz de afirmar (ou trair) a duração do status e de fornecer para isso somente uma evidência visual da autenticidade. Todavia,

nesse caso, há a necessidade da conferência de que se tal reivindicação é de fato obrigatória para legitimar a peça como muito valiosa no universo simbólico, como também de até quando a pátina pode atender aos requisitos de valorização desejado a esse objeto.

Figura 2 - Poltrona Dinamarquesa (1959), de Jorge Zalszupin



Fonte: Fotografia por Ruy Teixeira, 2016. (cortesia)

Nesse sentido, a discreta “marca invisível” da pátina na Poltrona Dinamarquesa, permite conjecturar que ainda encontra-se em uso ou, então, que a deformação no assento reforça a imposição do tempo sobre esse móvel.

Sob o ponto de vista da semiótica, para Rafael Cardoso Denis (1998), nos artefatos o significante é fixo, como nesse caso em que é evidente de que trata-se de um móvel. Entretanto, seu significado não é monolítico, mas fluido, uma vez que os significados são dinâmicos e agregam sentidos à medida que os contextos adquirem novos valores. Nessa circunstância, pode-se atribuir ao móvel outras funções além das tradicionais relativas ao uso e ao mercado, que pode ser por meio do fenômeno da transformação do móvel em objeto artístico, como também, em antiguidade. Desse modo, Denis sugere que “os artefatos, mesmo não possuindo significados permanentes ou fixos, são capazes de conter significados ligados tão intimamente à sua natureza física e concreta, que estes podem ser considerados mais ou menos “inerentes” e há

[...] pelo menos, dois níveis de significação que são dificilmente apagados: primeiramente a sua identificação como exemplar de uma classe específica de objetos (a sua essência ontológica) e, em segundo lugar, o fato de remeter à medição da passagem do tempo (a sua essência epistemológica). (Denis, 1998, p 31-32).

Assim, a pátina incidida sobre os artefatos, é formada por inúmeras marcas, sendo que cada uma delas possui um motivo por estar lá, e esse contexto de significados da marca - da sua configuração formal; do tempo em que ali se encontra; quem ou o que provocou essa deformação - reúnem dados relevantes para a interpretação dos artefatos. Portanto, o estudo das marcas presentes nos artefatos serve como parâmetro para a pesquisa da biografia dos objetos e a análise de sua trajetória.

ANCORAGEM PSICOLÓGICA SOBRE ARTEFATOS DE MODA

Quando a discussão sobre a cultura material se interrelaciona necessariamente ao campo da moda, e nela pretende-se focar, há distinções que são importantes a serem feitas. A priori, há de considerar moda enquanto fenômeno amplo dos modos sociais que, a partir da modernidade, são conduzidos para as massas sob a batuta da efemeridade cíclica (Godart, 2010; Svendsen, 2004).

Neste sentido, é importante estabelecer que não estamos lidando diretamente com o design de moda, mas com um aspecto maior, intrinsecamente fenomenológico que interfere diretamente desde os modos e escolha de produção aos hábitos de consumo. Os artefatos de moda, podem ou não serem objetos do design de moda, nesta esfera os artefatos que tendem a ser considerados imediatamente são quase sempre as vestimentas.

Apesar de evidente que não só estes são os artefatos de moda que nos circundam, sublinha-se que esta é uma associação frequente e consolidada também por uma noção clara de proximidade com o eu ou do ego². Isto porque, dentro de seus seis princípios que podem ser considerados [afirmação, convergência, autonomia, personalização, simbolização e imperialização], há uma relação primeira com a corporeidade. Não somente, outras funções fundamentais da indumentária, antes mesmo de configurar-se enquanto moda, seja como adorno, pudor e proteção sempre nos foram primárias (Braga, 2004; Godart, 2010).

Csikszentmihalyi (1993), Csikszentmihalyi e Halton (1981), em uma reflexão sobre as relações humanas com os artefatos, concebe uma compreensão de dependência psicológica do eu em relação aos objetos que compõem sua materialidade circundante. Em seu raciocínio, o autor transmuta os objetos em receptáculos simbólicos que tornam-se gatilhos ou tokens de identificação e reiteração do ego sobre si mesmo. Isto é, uma âncora material que estabiliza [ou, objetiva] o eu, ou seja, desenha-se uma relação de ancoragem psicológica entre este e o artefato.

2 Há neste sentido, uma proximidade com a acepção formulada por Sartre, que considera o ego enquanto um signo da personalidade, uma construção na tentativa de objetivar a identidade individual (Sartre, 2007). A vestimenta, artefato rente a corporeidade, tende a expressar essa tentativa de objetivar uma identidade por meio da aparência.

Apesar de Csikszentmihalyi se deter com afinco a objetos que compõem o ambiente doméstico³ [estes também sujeitos à moda, diga-se de passagem], é possível transpor a relação com base no mesmo argumento do autor de proximidade dos objetos para com o ego. Além disso, cabe reiterar que esta é uma aproximação literal quando estamos lidando com a primeira camada que reveste a corporeidade do eu, a vestimenta. Para o autor “as coisas desempenham um papel importante lembrando-nos quem somos e com respeito a que e onde pertencemos” (Csikszentmihalyi, 1993, p. 28, tradução nossa).

Em crítica e dissonância desta autoria ao questionamento proposto por Rede (1996) a respeito da exposição elaborada por Csikszentmihalyi⁴, acredita-se que a consciência e a relação com os artefatos enquanto instrumentos e não como projeções materiais do eu não pretende uma via de erradicação do simbolismo da cultura material, muito menos na possibilidade de um universo semanticamente asséptico, se é que isso é possível. Do contrário, Csikszentmihalyi tenta prover uma perspectiva de autoconhecimento do eu como uma via de racionalização da produção e das relações que envolvem o consumo da cultura material na contemporaneidade.

E se há, de fato, uma esfera em que essa consciência e nova perspectiva de relação é particularmente desafiadora, esta é a moda, ou sobre a esfera em que imperam os artefatos de moda. De volta a vestimenta como centralidade, assim como a proximidade do corpo, o exercício simbólico realizado sobre a apropriação de certa aparência sobre si [escolher vestir algo, uma sobre-aparência que sublima, vela, parte da corporeidade] é tão pujante que é praticamente inviável que esta não seja uma expressão, ou uma forma de materialização do ego enquanto imagem.

3 Entende-se aqui como o ambiente residencial e materialidade que o configura.

4 Rede (1996, p. 272) indaga se as elaborações de Csikszentmihalyi “não seriam uma aposta numa improvável erradicação do simbolismo da cultura material? Num universo físico semanticamente asséptico?”

Godart (2010) destaca o primeiro princípio da moda como o da afirmação. Segundo o autor, é “por meio do qual os indivíduos e grupos sociais imitam-se e diferenciam-se utilizando sinais, vestuários ou elementos compatíveis” (Godart, 2010, p. 18). Ainda, considera que a moda é fator vital para a construção identitária dos indivíduos e dos grupos sociais, atuando desde um contexto micro a um macro social de existências.

Em consonância, ao discorrer sobre os objetos no contexto em que os explora, Csikszentmihalyi (1993) destaca-os como uma continuidade da expressão do eu, bem como do seu lugar social e das relações que este constrói. Aqui, mais do que uma experiência e expressão estética sobre “como parecer”, estamos lidando com a identidade de um indivíduo que corresponde a um convívio social e portanto, um fragmento de identidade dos grupos que compõem a sociedade naquele contexto.

Sob a luz da cultura material, em um sentido de estreitamento das reflexões exercidas sobre moda e vestimenta, é notória a aderência do fenômeno e seus artefatos ao campo como um dado consolidado. Isto porque se, a cultura material é, em si, a manifestação da cultura por meio da produção material, é inerente a ela, a produção de vestes ainda nos primórdios da existência humana sob a função essencial e primeira de proteção (Braga, 2004; Prown, 1993). Evidente que avanços destas relações iriam possibilitar afirmações no sentido de que “os tecidos e as vestimentas constituem a maior categoria imaginável de cultura material” (Schneider, 2006, p. 203, tradução nossa).

Assim como Schneider (2006), que reconhece a biografia do artefato como mediador e catalisador das relações sociais, Mendes (2012) destaca-os como testemunhas de certa[s] temporalidade[s], e por isso, tornam-se objetos reveladores de práticas sociais e estilos de vida. Desse modo, o artefato [aqui, a vestimenta] porta consigo uma série de informações de sua biografia intrínsecas a sua composição e recuperação dos contextos. Schneider (2006) destaca que os

aspectos possíveis de observação não tangenciam só a materialidade, mas também aspectos simbólicos que, para Kùchler e Miller (2005), tal qual aspectos físicos da matéria quando da produção e do consumo, não devem ser dissociados.

Miller (2013, p. 21), ainda destaca que “Roupas representam diferenças de gênero, mas também de classe, nível de educação, cultura de origem, confiança ou timidez, função ocupacional em contraste com o lazer noturno. A indumentária era uma espécie de pseudo linguagem que podia dizer quem éramos”.

Esta não é uma afirmação revolucionária quando adentramos o campo da moda. Do contrário, tem sido reiteradamente fortalecida pela maioria de seus teóricos. No entanto, a contribuição chave que Miller (2013, p. 63) estabelece, é, ao fazer o excuro de indumentária à moda em sua acepção moderna de fenômeno, constatar que “o vestuário desempenha papel considerável e atuante na constituição da experiência particular do eu, na determinação do que é o eu”. Reitera-se então a tentativa de objetivar [ou estabilizar] o ego por meio de uma identidade usando-se da aparência.

Isto deixa de ser uma reflexão abstrata quando por um viés culturalista do olhar sobre as modas, constatamos a partir da história do vestuário manifestações contundentes que refletem identidades culturais no estudo das subculturas que permearam o século XX desde meados até o desgaste cíclico [característico e fundamental à moda] que se perpetua até o novo século. Mods, teddys, skinheads, punks, hippies, yuppies, clubbers, emos, etc... que materializam a expressão do eu por meio da vestimenta e comportamentos que, por fim, acabam por identificar uma tribo, um grupo social de identidade específica.

Breve e especificamente, a cena clubber paulistana da década de 1990, é um bom caso prático a ser observado. Mais que jovens em plena efervescência de um potencial político contestador além da música, a principal expressão ali era a moda, a forma de parecer e se expressar pelo que se vestia (Guerra; Figueredo, 2020).

Clubes noturnos pipocam na capital paulista, e neles, jovens que além de drogas sintéticas e techno⁵ na cabeça, eram verdadeiras alegorias em uma explosão de cores neons, estampas psicodélicas e teatralidade. Em um “mais é mais” e plena “montação”⁶ que, aliás, tornou-se um verbete da moda junto com diversos outros jargões que compuseram um dialeto próprio de comunicar. Este precisava ser traduzido para o público geral na coluna Noite Ilustrada no jornal Folha de São Paulo, escrita pela então clubber, Erika Palomino.

A montagem inclui o exagero e o kitsch, na arriscada busca pelo limite entre o cafona e o permitido, numa fase de retomada dos valores estéticos da década que – como se diz – o bom gosto esqueceu. Entre os hypes, o lurex e os brilhos, materiais como vinil e o couro sintético em geral. A maquiagem deve ser sempre intensa- batons vermelhos ou fúcsia, os cílios, as sombras fortes, a purpurina. (Palomino, 1999, p. 222)

O fervo das club kids⁷, que, ainda na década de 1990, popularizou o Baixo Augusta em São Paulo e foi pioneiro para a ascensão das raves mais tarde, explorou um jeito de vestir que se tornou um código social de aparência. Mais que isso, tornou os artefatos de moda usados frequentemente na montagem, âncoras psicológicas da identidade dos clubbers e da própria tribo entrando para a história da moda como um estilo específico de vestir.

Plataformas coloridas, perucas sintéticas de cores vibrantes e neon, óculos escuros em plena noite paulistana e muitos tic-tacs⁸ coloridos nos cabelos

5 Categorização de diversos ritmos eletrônicos como big beat, deep house, synth-pop, tech-house, industrial style, etc. sintetizados em uma única palavra.

6 Significa se produzir. “Se montar” extravagantemente para a noite, ir “montada”, geralmente, para festas.

7 Integrantes da subcultura clubber.

8 Um tipo específico de prendedor de cabelos.

identificaram e foram ícones de expressão, afirmação e continuidade do eu, bem como estabilização do seu lugar social e mediadores das relações construídas tal qual os objetos domésticos e outros pontos observados em estudos supracitados.

Finalmente, se até aqui, argumentamos sobre uma identidade do eu e do ego por meio da ancoragem psicológica em artefatos de moda e, portanto, na cultura material por entremeio de articulações teóricas no campo aqui estabelecidas, um exemplo literal disto dá-se na orelha da quarta capa do livro “Babado Forte: Moda, Música e Noite Na Virada Do Século 21” de Erika Palomino (1999), quando é possível aferir a argumentação formulada na ação da jornalista que ostenta orgulhosa em um registro fotográfico de sua juventude sua carteirinha de identificação enquanto clubber.

ARRANJOS POSSÍVEIS: INTERIORES E CULTURA MATERIAL

Além dos artefatos, considera-se igualmente os espaços como parte relevante da cultura material pois conforme Meneses (1984, p. 107-108), estes fornecem informações sobre a própria materialidade e “também, em grau sempre considerável, informações de natureza relacional”. Desta forma, “canalizam e dão condições a que se produzam e efetivem, em certas condições, as relações sociais” (Meneses, 1984, p. 113). Meneses define espaço como “um suporte fundamental para entender atividades, relações, organização” (Meneses, 1984, p. 114).

Os interiores são espaços físicos onde se materializa a construção identitária dos indivíduos e dos grupos sociais, quer seja no ambiente doméstico, comercial, escolar, etc. Tais ambientes e sua decoração [componentes estruturais, mobiliário, objetos e composições visuais] estão igualmente sujeitos à moda, entendida num aspecto mais amplo enquanto zeitgeist ou espírito de um tempo específico. Através da leitura desses atributos é possível fazermos análises de contexto político, histórico e social; portanto, tempo e espaço são entidades fundamentais para a constituição da cultura material tendo o ambiente como protagonista.

Para Cardoso (2008), moda e decoração são utilizados, desde a modernidade, como artifícios de identificação para grupos sociais determinados e tal fenômeno estaria ligado à noção de individualidade e preocupação com a aparência de si mesmo (Cardoso, 2008, p. 58).

Para Prown (1993), a manifestação física da cultura é apresentada como seu reflexo e o indivíduo é colocado como foco de observação nesse processo. Na decoração, esse fenômeno se apresenta no processo de personalização: cada ambiente é configurado de acordo com as crenças e referências pessoais dos usuários. Dessa forma, ainda que a organização do espaço e dos objetos adquiridos dentro dele reflitam mudanças tecnológicas e culturais de uma sociedade, também expressam as crenças dos indivíduos.

Para Maquet (1993), o sentido atribuído aos objetos passa por um consenso de grupo fundamentado na experiência humana em comum que não depende, à priori, do reconhecimento específico de signos culturais. Logo, é possível transmitir ambiências e sensações comuns à maior parte dos visitantes de um determinado ambiente, sendo que quanto maior for o nível de conhecimento específico compartilhado sobre os símbolos de referência empregados na linguagem visual deste, mais as mensagens e intenções visuais específicas dentro de um projeto de interiores serão compreendidos.

Portanto, como argumenta, Miller (2013):

Se quisermos considerar questões de poder numa escala mais íntima, devemos cruzar as soleiras das portas e entrar, olhar além das fachadas, para os processos de decoração interna. Aqui vamos encontrar outro campo de disputa. Porém, o dentro e o fora da casa não chegam a ser domínios inteiramente separados. Os dois estão profundamente entrelaçados (Miller, 2013, p. 128).

Para aprofundar as relações entre cultura material e os interiores, cabe observar as relações de gênero na casa burguesa⁹ que se revelavam através da tripartição [divisão da casa nos setores social, íntimo e de serviço] dos ambientes. Conforme Perrot (2005) e Araújo (2004), os ambientes masculinos preponderavam em quantidade de tipologias e demarcavam o domínio do homem pela casa. A área social como o vestíbulo, sala de bilhar, sala para fumar, biblioteca, gabinete¹⁰ e a sala de jantar, são masculinas e primordialmente do dono da casa. A área de serviço que é onde o trabalho doméstico acontece é a mais escondida na planta da casa e primordialmente feminina, mas muito mais destinada aos criados domésticos que à dona de casa em si. O setor íntimo é destinado à dona da casa e sua privacidade, como os quartos de dormir e as salas específicas para as senhoras¹¹.

Na articulação que se é possível fazer de gênero, enquanto categoria de análise (Scott, 1989), relacionada à cultura material, concorda-se com Meneses quando diz, “Não tenho receio em afirmar que os estudos de cultura material, quando o historiador é capaz de recusar o viés da fetichização, constituem caminho

9 Malta (2011) e Carvalho (2008) desenvolvem em seus trabalhos os aspectos dinâmicos das relações sociais em cada ambiente da casa burguesa. No Brasil, a habitação burguesa tripartite aos moldes europeus também evoca à discriminação de raça e classe, além de gênero, nos ambientes da casa. O racismo aparece enquanto premissa para a organização da casa burguesa brasileira, já que a ideia de higiene está ligada à proteção contra doenças e hábitos morais advindos das pessoas negras. Os hábitos das camadas populares eram observados pela elite dominante como determinados pela raça e não a partir das condições de marginalidade a que foram expostas as pessoas negras pós-escravatura.

10 Conforme Araújo (2004) o gabinete tem longa história sobre sua origem e seu uso e “está localizado entre os cômodos frontais com entrada independente, reforçando, na disposição, sua proximidade com o mundo público e na função, o acesso do homem ao conhecimento” (Araújo, 2004, p. 113).

11 Entre muitas nomenclaturas o boudoir, gabinete das moças, sala das senhoras, toilette, etc.

estratégico privilegiado para se chegar à desnaturalização dos fenômenos - outra maneira de se falar de historicidade” (Meneses apud Carvalho, 2008, p. 12).

Concorda-se, portanto, que “O universo material não se situa fora do fenômeno social, emoldurando-o, sustentando-o. Ao contrário, faz parte dele, como uma de suas dimensões e compartilhando de sua natureza tal como ideias, relações sociais e instituições” (Rede, 1996, p. 274).

Para além da constituição arquitetônica do ambiente construído, é possível considerar a própria decoração de interiores [atualmente design de interiores] como cultura material, pois tanto através dos seus registros em croquis e fotografias¹², quanto por suas composições e objetos, expressam identidade de indivíduos e de uma classe [econômica, social, etc]. Visto que:

Formas materiais são essenciais para a auto realização (consciente ou inconsciente) da identidade dos indivíduos e grupos porque eles fornecem uma forma não verbal fundamental de comunicação. Nós “falamos” e “pensamos” sobre nós mesmos através das coisas: [...] Cultura material se torna, numa perspectiva estruturalista, uma forma de texto, algo para ser lido e decodificado, uma gramática revelada (Tilley et al., 2006, p. 8, tradução nossa).

Se é possível ler e traçar narrativas nos ambientes projetados através das ferramentas visuais e técnicas do design, então é possível considerá-los enquanto atividades potencialmente geradoras de cultura material. Dessa maneira, o design de interiores além de atividade projetual e processual por si mesma, pode ser relacionada diretamente à produção de cultura.

12 Farias e Braga (2018, p. 22) consideram artefatos bi ou tridimensionais em seus aspectos comunicativos ou informacionais e imagens fotográficas como artefatos de memória gráfica e cultura material.

Compreende-se que a decoração compõe e constitui espaços que expressam e ancoram o self dos indivíduos pertencentes a eles, estabelecendo uma dependência psíquica de acordo com Csikszentmihalyi (1993) e com os preceitos da Psicologia Ambiental. Assim como, servem de representação simbólica (Maquet, 1993) e expressão da identidade de pessoas (Prown, 1993) e grupos sociais. É neste espaço físico que se materializam e manifestam diversas relações sociais complexas (Carvalho, 2008; Meneses, 1984; Ribeiro, 2016).

As relações possíveis entre ambientes internos e cultura material, envolvem e dão subsídios para estudos específicos sobre história cultural, história social da casa, modos de habitar/morar, história do mobiliário, domesticidade, história habitacional, história da vida privada e de forma mais ampla para a história do design e da arquitetura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As variadas leituras dos objetos de estudos da pesquisa em design que apresentamos, fazem manifesto de que, como cultura material, diferentes referências teórico-metodológicas auxiliam o seu entendimento e seus possíveis significados, de acordo com a cultura em que se inserem. E que como aponta Rede (1996), a interdisciplinaridade é necessidade no estudo da cultura material.

A pesquisa em design quando recorre às referências teóricas dos estudos da cultura material, proporciona uma compreensão mais profunda dos artefatos, espaços e suas interações com a sociedade, da identidade e relações sociais. Estudá-lo pela lente da cultura material e suas referências teóricas, auxilia a enxergar o design como produto social, pois requer um entendimento da disciplina como sujeita às condições e relações socioculturais e econômicas mais amplas e complexas que aquelas que em geral são consideradas nos requisitos clássicos de projeto.

Neste artigo, apresentamos algumas perspectivas sobre diferentes objetos de estudo abordados pela pesquisa em design por meio de referências teóricas da bibliografia dos estudos da cultura material. O que se observa em comum no conjunto das variadas aproximações, é que cada um desses objetos de estudo, além de se referirem a artefatos do cotidiano, são também de uso pessoal. E em sua dimensão como fonte material apresentam peculiaridades que lhes são próprias, e que por isso há a necessidade de se abordar cada caso a partir de sua especificidade. E o entendimento de tais especificidades, no presente texto, foi auxiliado pelos referenciais teóricos dos estudos da cultura material.

Algumas perguntas norteadoras das pesquisas nos diferentes objetos de estudos em pesquisas em design poderiam ser: como a cultura material é criada e usada; quais as motivações, necessidades e desejos daqueles que a usam ou consomem; como se consomem produtos e como isso é influenciado por fatores culturais e sociais; o que o estilo (no sentido de Prown, 1993) dos artefatos nos fala sobre as sociedades que os produzem e usam; como as relações de poder e identidade nas sociedades são mediadas pela cultura material; quais as propriedades físicas e sensoriais dos materiais que refletem e afetam a cultura; como as pessoas interagem cognitivamente e emocionalmente com os artefatos do design.

Corroboramos com a visão de Rede (1996) que compreende a cultura material como concepção sobre o social a partir de uma noção de cultura como fenômeno e vetor de relações com uma extensão de significados que ocupa um lugar determinante na estrutura social. Acreditamos que, conforme demonstrado pelas leituras acima narradas, as referências teóricas dos estudos da cultura material ampliam as possibilidades interpretativas das pesquisas em design sobre seus objetos de estudos.

REFERÊNCIAS

1. APPADURAI, Arjun. La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías. México: Grijalbo/Conaculta, 1991.
2. ARAÚJO, Anete Regis Castro de. Espaço privado e relações sociais de gênero em Salvador: 1930-1949. 2004. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.
3. BOURDIEU, Pierre. Distinction: a social critique of the judgment of taste. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.
4. BRAGA, João. História da moda: uma narrativa. 4. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
5. BUCAILLE, Richard; PESEZ, Jean-Marie. Cultura material. In: ENCICLOPÉDIA Einaudi. Homo – domesticação: cultura material. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1989. v. 16, p. 11-47.
6. CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. São Paulo: Blucher, 2008.
7. CARVALHO, Vânia Carneiro. Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material. São Paulo: EDUSP, 2008.
8. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Why do we need things? In: LUBAR, Steven; KINGERY, David (ed.). History from things: essays on material culture, 1993. p. 20-29.
9. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; HALTON, Eugene. The meaning of things: domestic symbols and the self. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

10. DANNEHL, Karin. Object biographies: from production to consumption. In: HARVEY, Karen. History and material culture: a student's guide to approaching alternative sources. New York: Routledge, 2009. p. 123-138.
11. DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. Arcos, Rio de Janeiro, v. 1, p. 15-39, 1998. Disponível em: <https://almodotblog.files.wordpress.com/2017/04/design-cultura-material-e-fetichismo-dos-objetos.pdf>. Acesso em: 6 maio 2023.
12. FARIAS, Priscila L.; BRAGA, Marcos da Costa. Dez ensaios para uma memória gráfica. São Paulo: Editora Blucher, 2018.
13. GERRITSEN, Anne; RIELLO, Giorgio. Writing material culture history. London: Bloomsbury Academic, 2021.
14. GODART, Frédéric. A sociologia da moda. São Paulo: Editora Senac, 2010.
15. GRASSBY, Richard. Material culture and cultural history. The Journal of Interdisciplinary History, Cambridge, Mass, v. 35, n. 4, p. 591-603, 2005.
16. GUERRA, Paula; FIGUEREDO, Henrique G. Prosopografias clubbers em São Paulo e Londres: moda, estilo, estética e cenas musicais contemporâneas. Revista TOMO, São Cristovão, SE, n. 37, p. 215-254, 2020.
17. HOSKINS, J. Agency, Biography and Objects. In: TILLEY, Chris; KEANE, Webb; KÜCHLER, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia (ed.). Handbook of material culture. London: Sage Publications, 2006. p. 74-84.
18. KOPYTOFF, Igor. La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. In: APPADURAI, Arjun. La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías. México: Grijalbo/Conaculta, 1986. p. 89-122.
19. KÜCHLER, Susanne; MILLER, Daniel. Clothing as material culture. Oxford: Berg Publishers, 2005.

20. MALTA, Marize. O olhar decorativo: ambientes domésticos em fins do século XIX no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.
21. MAQUET, Jacques. Objects as instruments, objects as signs. In: LUBAR, Steven; KINGERY, W. David. History from things: essays on material culture. Washington: Smithsonian Institution Press, 1993. p. 30-40.
22. MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
23. MENDES, Mariuze D. Cultura material e design: trajetórias sociais de artefatos em contextos materiais e culturais de produção, circulação e consumo. In: QUELUZ, Marilda Lopes P. (org.). Design & cultura material. Curitiba: UTFPR, 2012. p. 15-33.
24. MENESES, Ulpiano. A cultura material no estudo das sociedades antigas. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA ANTIGA, 1984, João Pessoa, PB. Anais [...]. João Pessoa: UFP, 1984. p. 34-43.
25. MILLER, Daniel. Material cultures: why some things matter. Chicago: University of Chicago Press, 1998.
26. MILLER, Daniel. Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.
27. PALOMINO, Erika. Babado forte: moda, música e noite na virada do século 21. São Paulo: Mandarim, 1999.
28. PERROT, Michelle. As mulheres ou os silêncios da história. São Paulo: EDUSC, 2005.
29. PROWN, Jules D. The truth of material culture: History or fiction? In: LUBAR, Steven; KINGERY, W. David. History from things: essays on material culture. Washington: Smithsonian Institution Press, 1993. p. 1-19.

30. REDE, Marcelo. História a partir das coisas: tendências recentes nos estudos de cultura material. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, São Paulo, v. 4, p. 265-282, 1996.
31. SARTRE, Jean-Paul. *O ser e o nada: ensaio de ontologia fenomenológica*. Tradução de Paulo Perdigão. Petrópolis: Vozes, 2007.
32. SCHNEIDER, Jane. Cloth and clothing. In: TILLEY, Chris; KEANE, Webb; KÜCHLER, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia (ed.). *Handbook of material culture*. London: Sage Publications, 2006. p. 203-220.
33. SCOTT, Joan W. Gender: a useful category of historical analyses. In: SCOTT, Joan W. *Gender and the politics of history*. New York: Columbia University Press, 1989. Cap. 2.
34. SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
35. TILLEY, Chris; KEANE, Webb; KÜCHLER, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia (ed.). *Handbook of material culture*. London: Sage Publications, 2006.
36. WRIGHT, R. P. Technological styles: transforming a natural material into a cultural object. In: LUBAR, Steven; KINGERY, W. David. *History from things: essays on material culture*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1993. p. 242-269.