

**CONSUMO DE MODA CURATORIAL: MEMÓRIA, IDENTIDADE, APRENDIZADO**

ola@grandesite.com.br

Miranda, Ana Paula de; PhD; Faculdade de Administração e Ciências Contábeis – Universidade Federal do Rio de Janeiro – FACC-UFRJ, anamiranda@facc.ufrj.br<sup>1</sup>

Demetresco, Sylvia; PhD; sylvia.demetresco@gmail.com<sup>2</sup>

**RESUMO**

Suarez et al. (2011) o consumidor pode ter como benefícios do descarte: (1) higiene, organização, reposição; (2) maximização de recursos; (3) mudanças e afirmação de identidade; (4) conexão com outros; e (5) autoperpetuação. A autoperpetuação é a busca da imortalidade por meio do descarte de posses na forma de doação onde existe o desejo de perpetuar a memória de um ente querido, ou mesmo de perpetuar um *zeitgeist* expresso pela utilização de uma posse que se tornou herança. O objetivo desse artigo é entender a simbologia e a motivação para aquisição e posse, a partir de rituais de consumo que envolvem o não-descarte. McCracken (2003) reforça tal entendimento através da lógica de transferência de significados, segundo a qual o significado de um objeto é transferido para a pessoa que o possui através do seu uso. Ao tomar para a si o significado do objeto que utiliza continuamente, o indivíduo–consumidor vê sua identidade confundida com a “identidade” de seu bem. No caso dos bens de herança essa curadoria de bens de vestuário está plena da história e resgam a memória da ascendência.

McCracken (2003, p. 74 e 75) define consumo curatorial como um “padrão de consumo que o indivíduo lida com suas posses como tendo um forte valor mnemônico de responsabilidade em relação a elas, o que prescreve sua conservação, exposição e

<sup>1</sup> Doutora pela FEA-USP com pós-doutorado em cultura do consumo no COPPEAD-UFRJ. Professora de Comportamento do Consumidor da FACC-UFRJ e de Cultura, Consumo e Moda no mestrado em administração do PPA-UEM. Consultora na área de *fashion branding* com clientes como o governo de PE, Dryzun e Lucy in the Sky. Autora de Consumo de Moda: A Relação pessoa-objeto entre outros livros e publicações sobre consumo.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP com pós-doutorado em Semiótica no Instituto Universitário da França, em Paris. Professora em escolas no Brasil e exterior. Vitrinista com clientes como Rolex, Natura e Lupo. Escreveu 14 livros sobre o tema entre eles como Vitrinas: Arte, História e Consumo e o trabalho bibliográfico Me Conta um conto que aumento um ponto, história da família além de outras publicações em revistas da área.

transmissão segura.” A definição de McCracken (2003) estabelece o indivíduo curador, que administra seu acervo segundo seus critérios simbólicos e de valor.

Segundo Braga; Suarez e Miranda (2022) os objetos também se impõem, como acervo produtor de riqueza material em cores, texturas, gerando afetos e efeitos, tal como afeições, promovendo uma intervibração entre eles, oriundas de suas capacidades materiais e expressivas.

É o caso da *assemblage* curatorial apresentada por essas autoras, onde essa intervibração inclui aspectos como o espaço disponível do armário, a destinação de portas, prateleiras, a existência de caixas especiais organizadoras, o material do vestido e sua condição atual, bem como a história da roupa, a marca, dentre outros. Todo esse conjunto “conspira” para que o arranjo e determinadas peças se perpetuem no conjunto.

Para contribuir com esses estudos e entender sobre essa habilidade de ser curador de moda foi feita uma etnografia de caso único com a análise da trajetória histórica das peças e de seus fluxos de entrada e saída como objeto de herança na família, de imagens de álbum de família e dos documentos que foram consolidados em livro biográfico bem como da narrativa da curadora atual do acervo. Os achados de pesquisa apontam para a *fashionability* (habilidade de atualizar o acervo e fazer com que esse tenha sentido no contemporâneo) como sendo o que define a transição de um consumidor para um curador de moda que busca ser um colecionador de memórias preocupado em transformar a materialidade em instrumento de aprendizagem para as gerações futuras como apresentado no estudo de Ture e Ger (2016). Esse estudo foi base teórica para a construção do projeto TechSyTuras – Cenários de 1910 a 1970 que atualmente é composto de exposição presencial na FAMSP, Faculdade das Américas (julho/agosto 2023) e outras formas de perpetuação desses objetos de moda no contexto atual como cenários instagramáveis, participação no Museu da Pessoa e inserção no Metaverso.



Este consumidor curatorial de moda como guardião de roupas em forma de memórias assume esse papel por ter desenvolvido sua *fashionability* sendo entendida aqui como a habilidade estética de reconhecer o que é atemporal e suas materialidades além da criatividade para desenvolver diferentes produções de moda que contem histórias por meio da moda. Esse estudo nos leva a pensar no desenvolvimento de um novo mercado onde é consumido acervos pessoais que circulam por olhares que fazem o antigo migrar para o contemporâneo.

**Palavras-chave:** consumidor curador; cultura de consumo; consumo de moda