



IDENTIDADE, IDENTIFICAÇÃO E IMAGINÁRIO: O EXEMPLO DE DU E-HOLIC - O CHAPELEIRO

Graziela Brunhari Kauling *
Heloisa Juncklaus Preis Moraes*

Resumo: *A sociedade atual é fluida, líquida e veloz. Em virtude da globalização, os mecanismos produtivos, incluindo o setor confeccionista, seguem a lógica linear da produção em massa com ciclos de vida dos produtos cada vez mais curtos. Isto é consequência de uma aceleração desenfreada comumente fortificada pela visão capitalista industrial. Supõe-se, então, um processo em que o sujeito identifica-se com o objeto por meio de suas narrativas e seu valor simbólico. Essa identificação pode ser alimentada e fomentada por fatores imagináveis que estão implícitos socialmente. Percebe-se a valorização da narrativa de identidades locais, agregando valor simbólico ao considerar um outro tempo/espaço, intuindo uma desaceleração no método produtivo.*

Palavras-chave: *Moda. Identidade. Imaginário.*

Abstract: *Today's society is fluid, liquid and fast. Followed by globalization, productive mechanisms including clothing industry follow the linear logic of mass production with life cycles of products shorter and shorter, a result of a runaway acceleration commonly fortified by the industrial capitalist vision. So it is assumed a process in which the subject is identified with the object through its narrative and its symbolic value. This identification can be nurtured and fostered by imaginal factors that are implicit socially. We can see the value of the narrative of local identities, adding symbolic value to consider another time/space sensing a slowdown in the production method.*

Keywords: *Fashion. Identity. Imaginary.*

* Professora no Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC.
Doutoranda em Ciências da Linguagem pela UNISUL.
E-mail: grazibk@gmail.com

** Professora do Programa de Pós-graduação em Ciências da
Linguagem – UNISUL.
Doutora em Comunicação Social pela PUCRS.
E-mail: heloisapreis@hotmail.com



REVISTA
MEMORARE


www.portaldeperiodicos.unisul.br
ISSN 2358-0593

1. Introdução

A sociedade atual é fluida, líquida e veloz. Com a globalização, os mecanismos produtivos, incluindo o setor confeccionista, seguem a lógica linear da produção em massa com ciclos de vida dos produtos cada vez mais curtos, consequência de uma aceleração desenfreada comumente fortificada pela visão capitalista industrial. Entretanto, existem marcas de moda concebendo produtos sem o direcionamento das tendências eurocêntricas ao investir em itens que possuam uma carga cultural local através da valorização da narrativa de identidades locais, agregando valor simbólico ao considerar um outro tempo/espaço intuindo uma desaceleração no método produtivo. Assim, o interesse não se estabelece só pela materialidade na qual o objeto é construído, mas por toda a rede de práticas sociais, neste caso, sobre a noção imaterial ou simbólica do sentido, do tempo e do lugar em que o produto foi concebido. Supõe-se, então, um processo em que o sujeito identifica-se com o objeto por meio de suas narrativas e seu valor simbólico. Essa identificação pode ser alimentada e fomentada por fatores imaginários que estão implícitos socialmente.

Para tanto, esta pesquisa tende a questionar como esses produtos atingem seus consumidores aleatoriamente, sendo que essa produção não tem um público-alvo específico. Assim, os produtos criados, carregados de sentido e valor imaterial, permitem que o consumidor identifique-se com o objeto criado e, envolvido por sua narrativa e carga conceitual, passe a ter o interesse de adquiri-lo para si.

Por fim, após a explanação teórica que dará suporte ao procedimento de análise, apresentar-se-á o exemplo do chapeleiro-costureiro Du E-holic que trabalha as culturas locais em suas criações dentro de uma perspectiva de produção exclusiva e desacelerada, valorizando outro tempo-espaço. Desse modo, mostra-se ser possível valorizar o local, num mundo globalizado por meio da experiência vivida e partilhada nas redes sociais, ativado pelo imaginário das pessoas que se identificam aleatoriamente com sua experiência e com seus produtos.

2. Uma sociedade veloz

O sociólogo Zygmunt Bauman é um dos pensadores contemporâneos que tem se dedicado a diversas obras reflexivas sobre os tempos recentes. Na era da instantaneidade, traz o conceito de liquidez como uma nova forma de analisar as mudanças sociais e humanas de maneira fluida e contínua. Bauman (2001) fala que a vida instantânea parece uma trajetória

infindável com múltiplas possibilidades a serem realizadas numa fração de tempo. Tempo esse que hoje falta em nossas vidas. O tempo foi condicionado a partir do momento em que se bateu o cartão-ponto na era capitalista industrial. Bauman (2001, p. 131) sugere que:

A relação entre tempo e espaço deveria ser de agora em diante processual, mutável e dinâmica, não predeterminada e estagnada. A conquista do espaço veio a significar máquinas mais velozes. O movimento acelerado significava maior espaço e acelerar o movimento era o único meio de ampliar o espaço. Nessa corrida, a expansão espacial era o nome do jogo e o espaço, seu objetivo; o espaço era o valor e o tempo, a ferramenta [...] o princípio imperativo da civilização moderna, se centrava no desenho de modos de realizar mais rapidamente as tarefas, eliminando assim o tempo improdutivo, ocioso, vazio e, portanto desperdiçado.

O amanhã passou a ser tão efêmero e irreal que vem sendo utilizado para promover a credibilidade, a esperança, e fortalecer a busca de satisfação pessoal mesmo que isso nem se concretize. Historicamente, o homem sempre foi sustentado por dois pilares: o passado e o futuro, os quais construía uma ideia de durabilidade e transitoriedade. Mas a experiência no mundo líquido implica em assumir as responsabilidades e viver o momento, o instantâneo em seu tempo e espaço únicos.

Como o tempo é escasso e instantâneo, o progresso precisa ser consumido e usufruído com a rapidez que o momento necessita, antes mesmo que o outro progresso se faça perceber. Assim, as estratégias e planejamentos de vida são de curto prazo em tal como o tempo fugaz, caracterizam a efemeridade atual. Essa momentaneidade pode ocasionar o sentimento de frustração onde uma oportunidade não aproveitada é uma chance perdida.

Bauman (2008) reforça esse pensamento em seu livro “Vida para o consumo” em que o sujeito é projetado para atingir sua completude, ainda que momentânea e impulsionado para o “consumo” fanático das religiões, do trabalho excessivo, das superficiais relações interpessoais e, de fato, do consumismo exacerbado, ou qualquer coisa que resulte no esperado encontro da felicidade para atingir a máxima plenitude. O autor recorre à promessa de felicidade enraizada no discurso líquido moderno e analisa se esse sentimento é, de fato, vivenciado pelos sujeitos consumidores no próprio processo que é tomado como valor nesse tipo de sociedade.

Produzir o excesso de mercadorias projeta o aumento das imprecisões das escolhas para os indivíduos. À frente do consumo excessivo, a necessidade de mobilidade e visibilidade é cada vez maior, deflagrando uma constante reformulação das identidades como formas de assegurar os princípios de inclusão e exclusão produzidos pelo mercado. Essa instabilidade dos desejos e a insaciabilidade das necessidades harmonizaram-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades existenciais foram inscritas no futuro previsível.



A configuração pós-moderna da vida social causa uma situação humana na qual prevalecem o desapego, a versatilidade em meio à incerteza e a vanguarda constante de um incansável recomeço. Não há mais uma única identidade, mas identidades no plural. Identidade móvel e flutuante, em trânsito, passageira. Personalidades múltiplas, limiares, boas, más, contraditórias e, ao mesmo tempo, tão familiares.

3. O local e o global

Segundo Stuart Hall, a globalização não é um fenômeno recente. O capitalismo foi um elemento da economia mundial e não dos Estados-nação cujas aspirações transcendiam as fronteiras nacionais. Hall (2006, p. 39) afirma que a globalização “se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado”.

Para Bauman (1999), no novo contexto mundial, a globalização proporcionou uma expectativa quanto à desejada mobilidade, sendo que dela decorre da proeminente hierarquia social. Assim, os padrões políticos, econômicos e sociais passam do local para o global, gerando um ajustamento indispensável. O possível encurtamento das distâncias e término da geografia é um efeito da velocidade das informações e dos meios de comunicação, assim como um crescente desenvolvimento de novas tecnologias que, ao invés de diminuir os espaços das diferenças, homogeneizando-as, tornou-as polarizadas. Para alguns, ele assegura uma liberdade sem precedentes para se locomover, adaptar e agir à distância; assim, estes podem se locomover para fora da localidade ou infiltrar-se nela. Mas para outros, essa distância continua muito abrangente, cabendo a estes somente o caminho da observação e da constante inépcia para a utilização das informações adquiridas. A globalização tanto divide quanto une, ou divide enquanto une, perdendo seu centro.

Para Giddens (2003), a globalização caracteriza-se como um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural, potencializado pelos meios de comunicação. Isso possibilita as mesmas informações em todos os locais do mundo e afeta tanto os grandes grupos quanto os pequenos, influenciando o ressurgimento das identidades culturais em todas as partes do mundo.

[...] Entretanto, de modo geral, o conceito de globalização é melhor compreendido como expressando aspectos fundamentais do distanciamento do tempo-espaço. A globalização diz respeito à interseção entre a presença e a ausência, ao entrelaçamento de eventos e relações sociais “à distância” com contextualidades locais [...] tem que ser entendida como um fenômeno dialético, em que em eventos em um pólo (sic) de uma relação muitas vezes



produzem resultados divergentes ou mesmo contrários em outro. A dialética do local e do global. (GIDDENS, 2003, p. 27).

É cada vez mais visível que as escolhas de estilos de vida no contexto das inter-relações global-local fazem surgir questões morais que não podem ser deixadas de lado.

Quanto mais, a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempo, lugares, histórias e tradições específicos e parecem flutuar livremente. (HALL, 2006, p. 75).

Nesse contexto, esse trabalho destaca a importância de trazer o tema já tão explorado para compreender os deslocamentos das identidades culturais nacionais, regionais e locais influenciados pela globalização. Uma das consequências apontadas por Hall (2006, p. 40) é que “as identidades nacionais e outras identidades locais ou particulares estão sendo reforçadas pela existência da globalização”. Há, juntamente com o impacto do “Global”, um novo interesse pelo “Local”. A modelagem e a remodelagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas.

4. Identidades/Identificações na pós-modernidade

Stuart Hall (2006) elabora suas discussões falando da complexidade do conceito de identidade, até então pouco desenvolvido e pouco compreendido na ciência social, e afirma que não existem conclusões ou julgamentos seguros que possam estabilizar o conceito, mas alega ter uma afinidade com as reflexões que visam à descentralização do sujeito. Distingue três concepções de identidade iniciando-se com o Sujeito-Iluminista.

A evolução do termo desde o Iluminismo, época em que o sujeito caracterizava-se por ser centrado, unificado, munido das capacidades da razão, de consciência e de ação cujo “centro” fundamentava-se num núcleo interior, que aflorava quando o sujeito vinha ao mundo em seu nascimento e com ele se desenvolvia, permanecendo substancialmente o mesmo ao longo da sua existência. O cerne essencial do eu era a identidade de uma pessoa.

Surge, então, a percepção que o Sujeito-Sociológico passava a representar a progressiva complexidade do mundo moderno e a consciência de que o cerne interior desse sujeito não era tão autônomo assim, pois se formava na relação com outros seres humanos por meio de uma aprazível convivência, já que repassavam para o sujeito valores, sentidos, símbolos e a cultura que habitavam.

Baseado nesse ponto de vista interacionista, que se tornou a concepção sociológica clássica da questão, a identidade passa a ser formada a partir da interação entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo/cerne de sua natureza interior que é o seu próprio eu, um eu real que é formado e alterado em um diálogo constante com mundos culturais externos e as identidades que esses mundos promovem. A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o interno e o externo, o pessoal e o público.

Ao projetar a si próprio na identidade cultural, o sujeito, ao mesmo tempo em que internaliza seus significados e valores, torna-se parte de nossa construção interior, o que auxilia para alinhar os sentidos subjetivos aos lugares objetivos ocupados por nós na esfera social e cultural. A identidade alinhava o sujeito à estrutura, consolidando tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitavam, tornando-os mais unos e visionados.

A mudança conceitual do termo passa a prever que o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se fragmentando ao se compor, não unicamente de uma, mas de inúmeras identidades. Reciprocamente, as identidades constituintes dos cenários sociais externos que asseguravam a conformação subjetiva com as objetividades necessárias da cultura, estão entrando em crise, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos é projetado nas identidades culturais, tornou-se veementemente mais efêmero, cambiante e confuso. O sujeito agrega diferentes identidades em diferentes circunstâncias, identidades que não são unificadas ao redor de um único eu. O ser humano é composto de identidades antagônicas, que migram em diferentes direções, de tal forma que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas.

Assim, conforme Hall (2006), a identidade finalizada, unificada, estática e linear não se torna possível devido à propagação dos sistemas de significação e representação cultural ao contatar com uma pluralidade perturbadora e variável de identidades, das quais seria admissível identificar-se mesmo que provisoriamente. Assim, predominam as identidades abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas, características do sujeito pós-moderno.

Ampliando as discussões sobre o conceito de identidade, Michel Maffesoli (2010) afirma que a passagem de uma forma de identidade com conotação ideológica seria uma característica da modernidade. O autor argumenta, aproximando-se de Hall (2006), e vice-versa, que pode haver uma saturação nessa lógica clássica da identidade. O que Maffesoli (2010) põe no lugar é uma lógica da identificação, sustentada pela tese da existência de um processo, um deslizamento da identidade rumo à identificação, sem que aquela desapareça para ceder lugar a esta completamente.

O sujeito cede lugar à pessoa. Para ele, a pessoa é, estruturalmente, plural, não mais portadora de uma identidade, mas antes pertencente ao universo das identificações múltiplas.



Maffesoli (2010) ressalta ainda que a discussão sobre o individualismo e, automaticamente, sobre a identidade, deve ser tratada, agora, juntamente com a reflexão sobre a socialidade, de forma relativa e não como algo linear nos diferentes percursos históricos. É nesse momento que o autor traz a ideia de identificação. A identidade, tal como foi conhecida e consolidada na modernidade, não serve mais para explicar as relações e compartilhamentos que envolvem afeto e sentimentos.

Considerando a relação entre identidade e identificação, sugere que esta ocorre através de um processo, uma passagem. Uma forma de identificação pautada pelo mito que assegura a convivência e um grupo, no intuito do estar-junto coletivo. O sujeito, no decorrer de sua vida, se modifica constantemente tanto nos gestos, gostos, aparência, bem como sua relação com os outros.

[...] Assim, a identificação ressalta que a pessoa é composta de uma série de estratos que são vividos de modo sequencial, ou mesmo que podem ser vividos concorrentemente, ao mesmo tempo. É essa estratificação que engendra todos os territórios delimitados pelas diferentes tribos contemporâneas. Num esquema ao mesmo tempo simples e complexo, cada um desses elementos, pessoa, tribo, território, arrasta o outro, e todos retroagem uns sobre os outros. (MAFFESOLI, 2010, p. 293).

Maffesoli (2010) defende a lógica das identificações sempre temporárias, sem um compromisso contínuo ou necessidade da contiguidade geográfica e espacial. A identidade passa a se constituir, prioritariamente, considerando fatores relacionais, em uma época em que se pode perceber claramente o declínio do individualismo nas sociedades de massa, emergindo novos tipos de agrupamentos sociais baseados no afeto e no prazer de estar junto. Essa nova forma de estar junto torna-se grandes metrópoles e, diferente da lógica da reclusão e indiferença, faz com que novos grupos surjam a cada momento, com outras identificações que lançarão novas disposições de identidade.

Para Maffesoli (2010, p. 304), “a estética da imagem corresponde a sua função dinâmica (aisthesis), a de fazer experimentar junto emoções e, com isso, fortalecer o corpo social que é seu portador”. Já Hall (2006) afirma que a identidade múltipla, característica do sujeito pós-moderno, é fruto de inúmeras mudanças nas estruturas sociais, fenômeno reconhecido por globalização, que caracteriza uma sociedade de mudanças rápidas e constantes pautadas na novidade. Neste caso, as culturas e etnias mais distantes estão conectadas e influenciadas diretamente umas pelas outras, ilimitadamente. Maffesoli (2010, p. 307) encerra parcialmente sua tese afirmando que:



O que salta de tudo isso é uma inegável mudança no modo de viver das relações sociais. Todos os pontos fortes, a partir dos quais a Modernidade o concebera, indivíduo, identidade, organizações contratuais, atitude projetiva, dão lugar a uma outra realidade muito mais confusa, sensível, emocional, de contornos pouco definidos e do ambiente evanescente. [...] leva-me a propor uma mudança de perspectiva epistemológica que, utilizando noções como as de persona, de tribo, de atração, de participação, quer atrair a atenção para essas afinidades eletivas [...] inúmeros casos de experiência estão aí para nos lembrar que o pertencer a uma comunidade, a busca de uma proximidade fusional, os processos de imitação, o contágio afetivo retornam com força na vida pública.

Assim, o processo de identificação pode ser pautado nas subjetividades das sociedades, que acompanham mudanças de comportamento, gostos e estilos de vida frutos das (re)construções e (re)criações coletivas. Desta forma, o imaginário pode ser o fio condutor que permeia essas identificações.

Segundo Maffesoli (2010, p. 304), “o imaginário, no seu sentido dinâmico representa um papel primordial”. E é certamente porque há a participação de heróis míticos, de políticos conhecidos ou estrelas desejadas. Trata-se de uma pista de pesquisa que é surpreendentemente ignorada pela maioria dos pesquisadores. Porém essa participação torna-se efetiva e, ao se tornar comum, fortalece e desenvolve sua força de atração. O que caracteriza que cada uma é o corpo social no seu conjunto ao encontrar-se nelas é a identificação.

5. O imaginário como elemento propulsor da Identificação

O imaginário está em alta, porém a generalização do termo reduz o sentido à subjetividade, à imaginação e ao não real. Contudo, o conceito de imaginário ultrapassa os limites do senso comum desde que passou a ser considerado científico. Absorvido pelas Ciências Humanas, que visa a compreender as experiências humanas mutáveis por meio da interpretação desses sentidos, e agregado ao suporte metodológico da sociologia compreensiva de Weber, o imaginário abre espaço para as teorias de subjetividade.

Muitas correntes intelectualistas minimizam o poder da imaginação ao ignorar a imagem como símbolo. Nessas teorias, há uma separação da concepção das imagens a um pensamento puramente lógico. Na visão de Durand (2002), o corte saussuriano não abrange a subjetividade no significante/significado. Sartre e Bergson limitam-se à estética, podendo ocasionar falhas na compreensão da essência da imagem, desvalorizando o imaginário. Bachelard, por sua vez, quebrou os paradigmas aristotélicos ao transformar o termo imaginário numa grande metáfora trabalhando o conceito de imaginário ao traduzir imagetivamente o



universo difuso do pensamento humano fora dos estreitos limites da razão e demonstrando que as construções mentais podiam ser eficazes em relação ao concreto.

É importante identificar que o conceito de imagem trabalhado nessa teoria trata das imagens arquetípicas, metáforas de base, grandes imagens e imagens-matrizes, compreendendo imagem, portanto, como manifestação sensível do abstrato ou do invisível – algo próximo de imagem literária, e não como imagem pictórica. Para Maffesoli, não é a imagem que produz o imaginário, e sim o imaginário que produz a imagem.

A abordagem de Durand (2002) sobre o imaginário, parte, portanto, de uma visão antropológica, onde o ser humano, antes de tornar-se um ser social, é um ser simbólico. O trajeto antropológico do imaginário construído por Durand é composto pela *scheme*, que é a forma mais abstrata da imagem e considera o gesto como a primeira forma de linguagem. Os arquétipos, que são as imagens primordiais, o símbolo, que é a representação, e o mito que é o discurso, a narrativa, a racionalização. Assim, o trajeto antropológico é o caminho que a imagem percorre para transformar algo abstrato em representacional, considerando os polos subjetivo e sociocultural (tempo e espaço).

Na visão do autor, não é possível separar a expressão pura sem a interferência do meio; ou seja, o inconsciente e o social se difundem. Dessa forma, nada nos é apresentado: tudo é representado e o imaginário é essa pulsão criadora que está na origem da realidade. O real é acionado pela eficácia do imaginário. A antropologia do imaginário se forma a partir do cogito (penso logo existo) por meio do biológico, da linguagem corporal. A sociologia do imaginário é estudada a partir do símbolo. Assim, sob o ponto de vista de Maffesoli, só existe o imaginário coletivo. Em entrevista cedida a Juremir Machado da Silva para a Revista Famecos, Maffesoli (2001) afirma que:

O imaginário pós-moderno, por exemplo, reflete o que chamo de tribalismo. Sei que a crítica moderna vê na atualidade a expressão mais acabada do individualismo. Mas não é essa minha posição. Pode-se falar em “meu” ou “teu” imaginário, mas quando se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o “seu” imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido. O imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-Nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual. (MAFFESOLI in SILVA 2001, p. 76).

Partindo do conceito de imaginário coletivo, Maffesoli disserta sobre as massas e os estilos de vida no seu livro “O tempo das tribos” e aborda o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Para ele, o surgimento e ressurgimento torna-se significativo devido ao dinamismo da sociedade atual ao perpassar o corpo social através da capacidade de composição



dos microgrupos. Essa habilidade de autocriar-se é a mais pura essência dos indivíduos, cujo autor denomina como “criação pura”.

Os grupos surgem e constituem seus objetivos. Porém, o primordial não é a constituição do grupo em si, mas sim o esforço e articulação dispendida para o constituírem. A energia movida que antecede o surgimento da tribo ou do microgrupo é que torna a criação plena. Com base nisso, Maffesoli (2010, p.165) afirma que “a constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas”.

6. Du E-holic: exemplo da valorização de identidades locais e identificações

Du E-holic é um profissional criador e costureiro de chapéus que busca reinventar-se usufruindo do multiculturalismo de um país plural, mestiço, com uma cultura extremamente híbrida. Torna-se exemplo, pois se intitula o Chapeleiro Sem CEP que em uma travessia itinerante pelo Brasil agregou as experiências vividas em cada local na produção de seus chapéus exclusivos. Agregou em sua produção a desaceleração do tempo, adaptou-se ao espaço, viveu a cultura local, narrou sua experiência, e costurou seus chapéus com matérias-primas de cada região. Ao divulgar suas produções em redes sociais, vendia todos instantaneamente para pessoas de todo o país. O público que compra (não específico) segue-o, curte suas fotos (nem sempre de chapéus) e acompanha sua jornada, admira não só o produto, mas o seu estilo de vida e o que ele representa.

A figura 1 mostra a peregrinação de Du E-holic em busca de experiências, em locais que se instala para viver e se alimentar das culturas e identidades múltiplas. É interessante observar que os comentários de seus seguidores, talvez, mas não necessariamente, consumidores, o reportam como um ser heroico, de luz, vencedor. Para Durand (2002), o imaginário é simbólico e imponderável e está na origem da realidade.

Figura 1 – Du E-holic em seus locais temporários. Comentário de seus seguidores na rede social



Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015.

Para Maffesoli (2007), o imaginário é uma energia, um patrimônio de grupo, uma fonte comum de sensações, de lembranças de afetos e estilo de vida. Para Silva (2006), o homem age e materializa porque está mergulhado em correntes imaginárias que o empurram contra ou a favor dos ventos. A energia movida que antecede o surgimento da tribo ou do microgrupo é que se torna a criação plena. Com base nisso, Maffesoli (2010, p. 165) afirma que “a constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas”. Partindo dessa abordagem sobre o imaginário social, é possível chegar ao ponto de análise desta pesquisa ao considerar que o imaginário pode ser um agente direcionador no que tange a história de Du E-holic.

Observando seus seguidores na rede social *Facebook*, a quantidade de curtidas nas descrições de suas aventuras e *posts* de fotos dos lugares que visita, mostra que suas ações estão receptivas a um sujeito que se identifica com essa experiência. Segundo Maffesoli (2001, p. 67), “esse momento de vibração comum, de sensação partilhada, eis o que constitui o imaginário”. Pensando que muitos que o seguem gostariam de viver uma experiência semelhante, ou admiram sua coragem em trabalhar com o que ama e ter uma vida mais despojada, livre das regras do sistema, seja qual for a sensação que o atrai e não necessariamente consciente, é através da identificação que essa subjetividade se consolida. Esse movimento de identificação subjetiva e inconsciente é um dos momentos mais ricos que precedem a organicidade. Segundo Maffesoli (2010, p. 165) “existe uma “lei” sociológica que leva a julgar todas as coisas com base no que está instituído. Essa carga nos faz passar ao largo do que está em vias de surgir. O vai-e-vem entre o anômico e o canônico é um processo que não descobrimos toda a riqueza”.

Assim, segundo Moraes (2008), a comunicação tornou-se global por conta das novas tecnologias como o advento da internet que abreviou o tempo de vida das ideias. O tempo de metabolização também foi radicalmente reduzido chegando ao conceito que Bauman (2001) denominou como “tempo líquido”. Com a realidade desse cenário dinâmico, inúmeras realidades interagem concomitantemente, onde o consumidor traz intrínseco na sua vivência pessoal, experiências de afeto e motivação. Isso tende a contatar-se com a multiplicidade dos valores e dos significados das culturas a qual pertence. Para atuar em um cenário complexo e dinâmico como o atual, é preciso sair da linearidade e tecnicidade.

A subjetividade adjacente trazida pelo imaginário depende do profissional em estender-se além do palpável e tentar captar a complexa codificação gerada pelos aspectos subjetivos sociais. Assim, a capacidade de interpretação do estilo de vida e cultura local pode ser um diferencial no que tange a produção na esfera global. Destaca-se quem capta o reconhecimento dos valores, fruto da ambiência e cultura local e decodifica esses códigos como atributos imateriais na produção de novos artefatos.



Para Moraes (2008, p. 159):

É fato que o Brasil, como nação, nos conduziu a uma estética multicultural, híbrida, mestiça (RIBEIRO, 1994). Foi aberta através do pluralismo étnico e estético local, uma forte presença de signos múltiplos e de uma energia particularmente brasileira (MORAES, 2006). Torna-se então estratégico para a moda e para o design local pesquisar e decodificar as diversas referências culturais brasileiras, advindas da fauna, flora, arquitetura, das festividades e religiosidades locais. Passando, por fim, pelo artesanato e pelas topografias e tessituras, existentes na nossa ambiência, em busca de, posteriormente, traduzi-las em signos e ícones decodificáveis como elementos possíveis de aplicação nos componentes da indústria da moda e do design local.

Partindo dessas premissas teóricas, é possível verificar que Du E-holic submerge nas culturas locais para extrair delas o que há de mais excêntrico. Não as usufrui somente para inspiração na criação de seus produtos, mas agrega como inspiração para sua vida, seu *lifestyle*. Segundo Bauman (2001), as condições de vida em questão levam homens e mulheres a buscar exemplos, e não líderes. Os seguidores do chapeleiro sem CEP nas redes sociais apontam para uma identificação sob o seu modo de vida, sua ousadia e sua coragem de explorar novos territórios fazendo o que ama, costurar. Uma mistura de aventura pessoal narrada com a criação de chapéus personalizados conforme a localidade que visita e que se instala temporariamente, Du capta o que o momento lhe proporciona como experiência, compartilhando o universo de suas vivências. Em seus produtos, percebe-se a imersão de seus sentimentos envolvidos pela localidade que se materializa em chapéus criativos com matérias-primas locais inusitadas.

Figura 2 – Chapéus produzidos inspirados na cultura local e suas narrativas



Fonte: Facebook Du E-Holic e Instagram Dueholic, 2015.

A cultura brasileira é o resultado da miscigenação de diversos grupos étnicos que participaram da formação da população brasileira. A diversidade cultural predominante no Brasil é consequência também da grande extensão territorial e das características geradas em cada região do país. Detentor de uma riqueza cultural imensurável e identidades variadas, Du E-holic alimenta suas criações por onde passa. Em um furgão 1952 e uma máquina de costura, o chapeleiro saiu para uma volta pelo Brasil tendo como motivação a produção de chapéus exclusivos feitos como antigamente. Como lema de sua busca pessoal, afirma que “a volta é pelo Brasil, mas a travessia é interna”, consegue repassar as vivências adquiridas nas comunidades com o uso das matérias-primas locais. Cada produto seu contém uma narrativa. O método de criação de Du E-holic é considerado por ele mesmo como sazonal, pois de tempos em tempos ele se reinventa. Na figura 3, é possível visualizar como funciona essa construção, por identificação de um público seguidor de suas experiências, automaticamente, de seus produtos.

Figura 3 – Costurando chapéus

“isso chega a ser inacreditável... de tão lindo... aqui na frente da máquina de costura... que coisa linda...”



Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015.

Essa imagem representa a formação narrativa compartilhada com os seguidores-consumidores nas redes sociais. Não é somente um produto, é parte de uma história, de experiências vividas, do ato heroico. É a força imaginal que se propaga, se materializa e que impulsiona a identificação em meio a multiplicidade de influências locais, fortalecendo um

grupo social que acompanha e admira. É o pertencer, é o momento de desacelerar o tempo, mesmo estando acelerado. É um produto calmo, com aura, do qual o sentido imaterial reverbera e seduz. Assim, por ser algo natural, sua essência é constante.

7. Considerações Finais

O sistema industrial da moda é complexo, extremamente organizado e vive da relação contínua entre vida, gosto social, exigências individuais e mercado. Segundo Lipovetsky (2009), a moda é um reflexo da sociedade. Entretanto, vale ressaltar que em meados do século XIX o ritmo do ciclo da moda sofreu uma considerável aceleração e se tem plena consciência que esse sistema e sua natureza industrial é composto por uma complexa articulação profissional e produtiva. O dinamismo e a rapidez das informações e a necessidade de avançar no mesmo ritmo do tempo faz com que os nossos dias passem literalmente “voando”. Evidentemente, seria ilusão querer desacelerar o mundo num passe de mágicas, embora seja essencial disseminar tendências desaceleradas.

O processo desacelerado e despretensioso que Du E-holic utiliza como método, permite-nos uma reflexão sobre a velocidade do mundo em que vivemos. De fato, não temos como comparar a escala industrial com o método produtivo não escalonado. Entretanto, é possível pensar que essa forma de produção pode influenciar o processo de desaceleração através do consumo consciente e, dessa nova forma, cultivar o produto, tal como arte. Foi assim que surgiu o *slow fashion* (o repensar da moda e do consumo através do reaproveitamento e sustentabilidade ambiental). A valorização das identidades e culturas locais, a utilização de materiais regionais recicláveis, a criação livre no espaço-tempo diferente é que faz do criador-costureiro uma potencialidade inspiradora nos processos de desaceleração.

Os arquétipos (imagens primeiras que geram representações ou simbolismos) significam e (re)significam constantemente e isso acontece pela força propulsora inconsciente que pode refletir nas relações sociais coletivas, proporcionando mudanças. Se pensarmos que o mundo muda com base nessa força que não sabemos exatamente de onde vem, os reflexos do imaginário social podem efetivamente proporcionar mudanças nos grupos, microgrupos ou na sociedade como um todo, modificando os grupos existentes ou criando novos grupos sociais. Talvez, isso fosse possível se, partindo da noção de identificação, ideias de consumo consciente e estilo de vida sustentável fossem almejadas por um grupo que passasse a agir e incentivar determinadas prospecções.

Referências



REVISTA
MEMORARE

 UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE BRASÍLIA
www.portaldeperiodicos.unisul.br
ISSN 2358-0593

BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Vida para consumo**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

DURAND, Gilbert. **As estruturas Antropológicas do Imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrolado: o que a globalização está fazendo de nós**. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomas Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Modernidade e Identidade**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2010.

_____. **No fundo das aparências**. 4 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

_____. **O ritmo da vida**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. O imaginário é uma realidade (entrevista). **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.

MORAES, Dijon De. Moda, design e complexidade. In: **Moda – olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

Recebido em: 15/03/15. Aprovado em: 06/07/15.