

## **Pertencimento Local Através de Mecanismos Globais: Um Olhar a Partir da Moda Contemporânea Gaúcha**

### **Autoria**

Raquel Hauschild - keel.hauschild@gmail.com  
Centro de Gestão Organizacional/UNIVATES

Marlon Dalmoro - marlon.dalmoro@univates.br  
PPGSAS/UNIVATES

### **Resumo**

Neste estudo, toma-se a moda criada com base em referências da cultura gaúcha como ponto de partida para entender como a moda, enquanto uma dimensão contemporânea e mutável, pode ser apropriada para representar o pertencimento e a tradição gaúcha. Por meio de uma abordagem interpretativista, põe-se luz em dois grupos distintos de consumidores. Enquanto aqueles ligados ao Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) entendem que a moda gaúcha não deve sofrer alterações ao longo do tempo, outro grupo, desvinculado ao MTG, entende que efemeridade da moda exige sua adaptação ao tempo, sem comprometer sua capacidade de representação cultural. Apesar de a moda contemporânea desafiar a concepção rígida de tradição, ela se demonstrou um instrumento democrático capaz de representar pertencimento à cultura gaúcha. Os resultados permitem teorizar sobre a capacidade de as representações simbólicas de uma determinada cultura se transferirem para bens emergentes ao longo do tempo.

## Pertencimento Local Através de Mecanismos Globais: Um Olhar a Partir da Moda Contemporânea Gaúcha

### Resumo:

Neste estudo, toma-se a moda criada com base em referências da cultura gaúcha como ponto de partida para entender como a moda, enquanto uma dimensão contemporânea e mutável, pode ser apropriada para representar o pertencimento e a tradição gaúcha. Por meio de uma abordagem interpretativista, põe-se luz em dois grupos distintos de consumidores. Enquanto aqueles ligados ao Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) entendem que a moda gaúcha não deve sofrer alterações ao longo do tempo, outro grupo, desvinculado ao MTG, entende que efemeridade da moda exige sua adaptação ao tempo, sem comprometer sua capacidade de representação cultural. Apesar de a moda contemporânea desafiar a concepção rígida de tradição, ela se demonstrou um instrumento democrático capaz de representar pertencimento à cultura gaúcha. Os resultados permitem teorizar sobre a capacidade de as representações simbólicas de uma determinada cultura se transferirem para bens emergentes ao longo do tempo.

**Palavras-Chaves:** consumo da tradição; pertencimento local; consumo de moda; cultura gaúcha.

### 1. Introdução

A submissão das mais diversas instâncias sociais à lógica econômica (Polany, 1944) tem configurado o mercado como o principal local onde os indivíduos buscam elementos para construir seus projetos socioculturais (Slater e Tonkiss, 2001). O resultado disso é um processo denominado de mercantilização da sociedade, envolvendo a troca de normas sociais tradicionais e estáveis, por outras mais dinâmicas, ligadas a uma cultura de consumo global (Vikas, Varman e Belk, 2015; MacAlexander, Dufault, Martin e Schouten, 2014). Esse fenômeno tem sido tanto discutido na literatura de cultura do consumidor, quanto na sociologia, especialmente por meio de conceitos como pós-modernidade líquida (Bauman, 2001) ou como cultura do efêmero (Lipovetsky, 2009).

Contudo, enquanto a literatura tem sido proeminente em identificar os efeitos da cultura do consumo contemporânea nos núcleos sociais locais (Izberk-Bilgin, 2012; MacAlexander *et al.*, 2014), inclusive ressaltando a deturpação da tradição (Vikas *et al.*, 2015) e do sentimento de pertencimento local (Kjeldgaard e Askegaard, 2006; Ger, 2017), poucos estudos analisam movimentos contrários, capazes de reforçar a tradição e o pertencimento local. Em uma das poucas exceções, Türe e Ger (2016) estudam como objetos que representam a identidade e a tradição da família preservam sua essência ao longo de gerações, mesmo diante das suas transformações materiais. Inclusive, as autoras reconhecem que o mercado pode ajudar a autenticar esses objetos ao invés de destruir a sua autenticidade. Mesmo que este estudo forneça um contraponto à concepção de que os processos de mercantilização contemporâneos inevitavelmente transformam o significado dos bens, possui um enfoque micro analítico, descrevendo a relação de consumidores com objetos herdados. Não dá conta, portanto, de compreender essas dinâmicas no âmbito de um grupo social como um todo.

Assim, neste estudo, tomamos a moda – o vestuário, objetos e símbolos que compõem as vestimentas e que tenham significados dentro ou fora de um grupo social (Svendsen, 2006) – como uma forma de analisar a capacidade dos bens, mesmo em constante transformação, de representar a tradição e pertencimento local de um grupo social amplo. Em específico, escolhemos como ponto de partida a análise de elementos materiais e simbólicos vinculados à cultura gaúcha e o grupo social identificado com esta cultura. Essa escolha se deu pela

particularidade do contexto. Primeiro, destaca-se a ação de uma entidade juridicamente constituída – Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) – na tentativa de regular o que é a vestimenta tradicional do gaúcho, fornecendo para a população a descrição detalhada do que, na visão do movimento, compõe os trajes, seus símbolos e formas de uso (Oliven, 2006, Dalmoro, 2013). Segundo, estudos prévios destacam a incorporação pela população sulriograndense da ‘moda gaúcha’, que, com o apoio da mídia e de produtores de mercado, reconhece no seu consumo uma forma de cultivo da tradição local (Jacks, 1998; Dalmoro, 2013; Dalmoro e Nique, 2017).

Dessa forma, o estudo tem como objetivo entender como a moda, enquanto uma dimensão contemporânea e mutável, pode ser apropriada para representar o pertencimento e a tradição gaúcha. Enquanto a moda é descrita como um instrumento útil na construção histórica do gaúcho (Oliven, 2006; Dalmoro, 2013), ela representa a efemeridade das sociedades modernas e a consequente substituição do coletivo pelo individual (Lipovetsky, 2009), do vínculo local pela fluidez global (Bauman, 2001). Portanto, argumentamos que, justamente num cenário de acelerada mercantilização e perda dos vínculos locais, em determinados contextos culturais, a tradição pode ser tomada, mesmo que parcialmente, como uma forma de recuperar um senso de pertencimento. Como Hall (2006) descreve, ao passo em que as identidades se fragmentam, os consumidores, por vezes, passam a desejar voltar a pertencer a algum lugar.

Destarte, ao discutir o resgate do sentimento de pertencimento do povo gaúcho através da moda contemporânea, o estudo põe luz no tema da moda na sua dimensão do consumo e sua relação com outras instâncias culturais, como a tradição e o sentimento de pertencimento local. Dessa relação, emergiu um olhar complexo que aproxima dois elementos díspares: (1) moda enquanto um elemento ‘líquido’ e (2) tradição enquanto um elemento ‘rígido’. Por fim, destaca-se uma faceta do consumo pouco estudada, tratando de como a referência simbólica da tradição é transferida para os mais diversos bens – seguindo tendências de moda – para, incorporados nestes bens, transitar pelas instâncias sociais ao longo do tempo. A seguir essas reflexões teóricas são aprofundadas, bem como evidenciadas no plano empírico do trabalho.

## 2. Referencial Teórico

As crises mundiais de identidade que são frequentes na pós-modernidade, são chamadas por Laclau (1990) de “deslocamento”, defendendo que as sociedades modernas não possuem mais núcleos ou centros que norteiem e gerem identidades fixas. Laclau (1990) afirma ainda que os “centros” foram deslocados, resultando numa perda de parâmetros como local, comunitário, pois não há mais pontos de referência. Uma das consequências disso é a possibilidade de construir múltiplas formas de identidade utilizando diferentes fontes. Essa constatação é similar àquela denominada por Bauman (2001) de pós-modernidade líquida. Nessa visão, no mundo contemporâneo tudo é líquido, nada é concreto ou sólido como antes. As identidades ficam líquidas e mudam com facilidade, conforme a necessidade do momento.

Ao tomarmos essa realidade social descrita por Bauman (2001) como ponto de partida e, seguindo a concepção de diásporas propostas por Hall (2006), fica evidente um processo de fragmentação, descentralização das identidades, que enfraquecem os vínculos identitários locais. Para Hall (2006), uma forma de unificar as identidades tem sido a de representá-las como a expressão da cultura subjacente de ‘um único povo’, seja por meio de um vínculo ‘étnico’ e/ou um sentimento de pertencimento a um ‘lugar’. Para isso, Hall (2006) destaca o uso da tradição como suporte para, mesmo num cenário fragmentado, construir projetos identitários localmente conectados e com alguma conexão ao longo do tempo.

A tradição consiste num processo geral de transmissão que, mesmo se alterando ao longo do tempo, fornece uma interpretação de um passado perpetuado (Hobsbawm, 1984).

Com isso, a tradição está calcada num passado legitimador para estabelecer uma ligação entre o passado e o presente, mesmo que seu sentido se altere fora do contexto em que foi criada. A explicação para isso está no fato de que a tradição fornece soluções que se acredita serem justas, não pelo que representaram no passado, mas sim pelo que representam no presente (Pouillon, 1975; Hobsbawm, 1984). Ao se apropriar da tradição para a construção identitária, compartilha-se homogeneamente uma posição estável e aceita dentro de um grupo social, pois remete a um passado compreendido como legitimador (Hobsbawm, 1984).

Contudo, em períodos que as pessoas buscam novas posições ou novos vínculos sociais, os elementos de estabilização e coesão ligados à tradição conflitam com os elementos de desestabilização emergentes (Vikas *et al.*, 2015). A reflexão apresentada por Vikas *et al.* (2015) a partir da análise do sistema de castas indiano também pode ser estendida para o contexto da moda. Salles (2010) afirma que a moda não se apresenta como uma forma cultural que retoma a tradição para alcançar uma experiência coletiva que restauraria o passado. Ela é, sim, a expressão fulgurante do aspecto traiçoeiro da tradição, visto que não tem compromisso com a estabilidade, é efêmera.

Isso eleva a moda para uma posição difusa em relação ao seu vínculo cultural. Ao passo que sofre mutações, a moda também se destaca pela capacidade de produzir objetos e símbolos aptos a caracterizar uma cultura. A moda é uma forma de expressão de culturas e das identidades dos indivíduos, mesmo diante de um caráter mutante (Lipovetsky, 2009). Em outras palavras, segundo o autor, mesmo a moda sendo efêmera, nem tudo nela muda. Assim, podemos supor que a capacidade de transmitir significados culturais permite que a moda, quando associada a alguma cultura, ajude a compor esta cultura e garantir um senso de pertencimento para os seus portadores. Isso mesmo diante da ideia de efemeridade da moda num cenário de fragmentação identitária (Lipovetsky, 2009).

Para a análise desse argumento, tomamos o contexto das tradições gaúchas. Por meio de iniciativas especialmente do Movimento Tradicionalista Gaúcho – MTG, trajes femininos e masculinos foram constituídos como típicos, inclusive regulamentados por meio da Lei Estadual nº 8.813, de 10 de Janeiro de 1989. O MTG (2018) possui regras bem específicas que classificam as peças de roupas como sendo ou não uma ‘pilcha gaúcha’, que possa ser utilizada para atividades artísticas ou sociais. Para os homens, a vestimenta completa precisaria ter doze itens, sendo apenas quatro itens de uso opcional, mas que compõem o contexto da roupa. Segue a lista: Bombacha (calça), camisa, botas, colete (somente se for usado debaixo do paletó, devendo ter a mesma cor da bombacha), cinto (conhecido também como guaiaca), chapéu (sendo proibido o uso de boinas e bonés), paletó (usado em ocasiões formais), lenço (com tamanhos e cores específicos), faixa (de uso opcional, tamanho e cores especificados), esporas (de uso opcional, direcionado aos trabalhos no campo), faca (uso opcional, apenas para apresentações artísticas). Os esforços do MTG culminaram no reconhecimento, por parte da população local, da ‘pilcha gaúcha’ como um objeto de representação da identidade e do pertencimento local (Dalmoro, 2013). Desafiando o conceito de ‘pilcha gaúcha’ construído e regulamentado pelo MTG, produtores de moda e artistas têm ativamente (re)construído a oferta de roupas que exploram elementos da cultura gaúcha (Souza e Rosa, 2017). Destaque para a criação de peças, especialmente femininas, utilizando tecidos e cortes mais modernos e a incorporação de elementos da cultura gaúcha em peças criadas dentro de instâncias globais do mercado da moda, seguindo, assim, a dinâmica global da moda, sem amarras às tradições ou aos regulamentos do MTG. Contudo, a efemeridade da moda conflita com o sentido estático que o MTG deseja dar à tradição gaúcha. Isso nos leva a supor que, mesmo diante de transformações, a moda – assim como outros bens culturais (Türe e Ger, 2016) – preserva a sua capacidade de transmitir significados culturais, auxiliando na representação do pertencimento e da tradição local.

### 3. Método

A verificação empírica das reflexões teóricas apresentadas anteriormente se deu por meio de um olhar interpretativo, interessado em compreender a dimensão da moda dentro do contexto entendido como cultura gaúcha. A cultura gaúcha é definida como o universo cultural que gira em torno da figura mítica do gaúcho, seus símbolos, práticas e costumes (Oliven, 2006; Dalmoro, 2013). Na definição das fronteiras da unidade de análise, buscamos ir além do preceito de moda gaúcha promulgada pelo MTG, explorando especialmente os contornos entre a descrição apresentada pelo movimento e as construções realizadas fora desta descrição.

Para isso, a coleta de dados envolveu inicialmente uma busca em fontes secundárias sobre a moda ligada às tradições gaúchas, como matérias em jornais, livros, vídeos e perfis em redes sociais. Essa coleta prévia serviu para familiarizar os autores sobre o contexto estudado. Importante destacar que ambos os autores, um do sexo masculino e um do sexo feminino, não possuíam conhecimento prévio específico sobre o tema. Diante da leitura sobre o fenômeno, obtida nesta primeira etapa, especialmente em função de uma série de matérias e editoriais de modas exaltando a ‘modernização da moda tradicional gaúcha’, foi possível observar dois grupos de atores importantes para compreender este contexto. Um formado por pessoas ligadas ao movimento tradicionalista e, portanto, mais conservadoras, e outro que, mesmo possuindo vínculos com a cultura gaúcha, é responsável pela ‘modernização da moda’. Para ascender a estes grupos, utilizou-se de entrevistas em profundidade, auxiliadas por um roteiro semiestruturado, elaborado a partir dos fundamentos teóricos e organizado em blocos que tratavam acerca da visão de moda, da cultura e tradição gaúcha e do nível de sentimento de pertencimento dos entrevistados com a cultura gaúcha. Ao todo foram conduzidas 21 entrevistas. Os entrevistados foram selecionados seguindo a técnica da bola de neve, quando era solicitado para cada entrevistado indicar outros dois possíveis entrevistados. Também buscamos envolver, de forma equilibrada, informantes vinculados aos dois grupos destacados anteriormente e que manifestassem um vínculo com a cultura gaúcha. A definição do número total de entrevistados ocorreu quando, próximo da 20ª entrevista, os pesquisadores perceberam uma saturação dos dados. As últimas duas entrevistas foram realizadas por já estarem agendadas e auxiliaram na confirmação da saturação.

Os áudios das entrevistas foram transcritos, tratados e organizados com o auxílio do software Nvivo, em códigos, temas e categorias, seguindo as orientações de Lofland e Lofland (1995). Das análises emergiram quatro categorias centrais. As duas primeiras tratam, respectivamente, da tentativa de manter a tradição estável ao longo do tempo e da fluidez da moda gaúcha. A terceira trata dos conflitos entre tradição e modernidade na moda e a quarta explora a visão dos entrevistados acerca da capacidade de a moda, mesmo numa dimensão contemporânea, manifestar pertencimento. Essas quatro categorias, pelo seu caráter processual, serviram de suporte para a construção do capítulo de análise dos dados.

### 4. Análise dos Dados

#### 4.1 O esforço de preservação estável da tradição no âmbito da moda

Na busca pelo entendimento acerca da moda como um instrumento de representação do pertencimento e da tradição, um primeiro aspecto evidenciado no campo diz respeito à ação do Movimento Tradicionalista Gaúcho – MTG. Importante ressaltar que o MTG é a organização que reúne os Centros de Tradições Gaúchas – CTGs, congregando como afiliados todos os participantes de CTGs. O MTG, enquanto uma entidade que tem como objetivo preservar a tradição gaúcha, baliza suas ações também entorno da (re)criação daquilo que

seria a vestimenta típica do gaúcho, denominada de ‘pilcha’ (Barbosa Lessa, 1985). Para isso, a entidade promulga um documento denominado de Diretrizes para Pilchas (GTM, 2018). O que chama a atenção nas ações do MTG é a tentativa de estabelecer um padrão estável acerca do que compõe a moda gaúcha. Por sua vez, os participantes do movimento entendem que as diretrizes para a pilcha auxiliam na orientação sobre como se vestir de acordo com a tradição gaúcha. A entrevistada Carolina está vinculada ao MTG e comenta que:

*“Como prenda, quando eu vou em eventos oficiais do MTG, eu sei quais são as regras e qual é o tipo de roupa, de indumentária, de utensílios que eu posso e devo usar, sendo de acordo com aquilo que está sendo proposto. Porque eu tento sempre preservar pelo o que é correto, usar a bombacha correta [a entrevistada se referia a bombacha feminina], usar a camisa correta. São na verdade milhares de regrinhas [estipuladas nas diretrizes de pilcha], se for começar a citar, não tem como. E a gente sempre tenta prezar pelo correto até porque muita gente nos conhece, como a gente disse, a gente circula na rua com as roupas tradicionais, as pessoas estão vendo, e elas têm isso como referência (Carolina).*

O depoimento da entrevistada Carolina aponta ainda a noção de que, estando de acordo com as diretrizes de pilcha, ela estaria vestida corretamente. Para ela, o que não está registrado, como, por exemplo, novos produtos concebidos pela indústria da moda, deve ser evitado. Contudo, mesmo desejando manter a moda estática, algumas adaptações foram realizadas ao longo do tempo. A entrevistada Ana, que também está vinculada ao MTG, citou a liberação do uso de bombacha por mulheres: *“essa foi uma adaptação necessária, porque não havia uma indumentária para a mulher acompanhar o homem ou para a mulher participar de eventos campeiros. Mas eu acredito que a gente precisa cuidar um pouco disso, porque não é tudo que a gente pode sair adaptando”* (Ana). Assim, o MTG tem buscado manter a moda estática ao longo do tempo, por meio de diretrizes que aceitam somente pequenas alterações, para, na visão dos membros do movimento, preservar a sua capacidade de representação da tradição.

#### **4.2 A emergência de uma moda contemporânea gaúcha**

Em contraponto à posição do MTG, outro grupo de entrevistados se demonstrou crítico à tentativa do MTG de ‘controlar a moda’, especialmente pelo dinamismo que esta representa. A cantora Juliana diz que *“moda é o senso comum, do que é a tendência do momento. A moda é o que traduz, assim, a tendência do momento, do comportamento das pessoas”* (Juliana). Gerti, que é empresária do ramo da moda, comenta sobre como objetos simples presentes na vida do gaúcho estimulam o consumo e ao mesmo tempo passam a ser incorporados na moda, na busca da representação dos seus sentimentos em relação à cultura. A entrevistada explica que os consumidores atuais buscam produtos mais adaptados para a realidade do dia a dia, enquanto que as vestimentas apresentadas pelo MTG nem sempre possibilitam isso. Um exemplo dado pela entrevistada é o vestido de prenda, que por possuir uma saia armada, tem uso restrito aos bailes em CTGs. Complementando que no dia a dia o consumidor precisa misturar outras peças de roupa, fazer combinações, como, por exemplo, usando a saia sem a armação.

Essa necessidade de buscar uma vestimenta mais adaptada ao cotidiano sem perder a referência das tradições levou a cantora Shana a empreender numa nova marca de roupas, não reconhecida pelo MTG, mas com bastante sucesso fora do público que participa do movimento:

*A gente sempre vai encontrar esse modo de vestir relacionado ao tempo, relacionado à disponibilidade de tecidos, ao tipo de trabalho que as pessoas exerciam, ao lugar onde elas viviam. Então, porque eu, em 2017, para subir no palco e expressar aquilo que eu sinto enquanto cantora, demonstrando a minha arte, tenho que me vestir como as pessoas daquele tempo? Ah, muitos dizem que é para manter a tradição, bom, mas a tradição no meu modo de ver, ela se reconstrói, se movimenta. Eu queria uma roupa que expressasse o que eu penso da música, se tem essa referência do lugar de onde eu venho, mas ao mesmo tempo dialoga com qualquer lugar, seja na música como na roupa. Só que tudo isso acabou gerando uma moda, consequência talvez de uma necessidade que as pessoas tinham de expressar os seus sentimentos de ser gaúcho por meio de uma moda dos anos 2000, não aquela moda de 1800. Culpa minha? Não, culpa dos tempos (Shana).*

Contudo, ao passo que Shana, Gerti e outros entrevistados que atuam no ramo da moda e preservam algum tipo de vínculo com a cultura gaúcha têm reconhecido na moda seu caráter efêmero (Lipovetsky, 2009), eles acabam agindo em prol de uma atualização da moda gaúcha. Conforme representado na figura 1, durante o trabalho de campo foi evidenciada tanto a incorporação de elementos estéticos modernos nas roupas tradicionais (como, por exemplo, uma bombacha feminina de cor rosa), quanto a incorporação de elementos representativos da cultura em roupas modernas, como camisetas com expressões gaúchas.



Figura 1. Exemplos de moda contemporânea gaúcha  
Fonte: Registros obtidos durante a coleta de dados

### 4.3 Conflitos entre a estabilidade da tradição e a efemeridade da moda

O conflito entre a efemeridade que a moda assume ao caminhar junto com as mudanças sociais e o desejo de estabilidade que o apego às tradições confere é percebido inclusive pelos entrevistados vinculados ao MTG, como a entrevistada Caroline aponta:

*“Sempre surge muita modinha, esses tempos teve uma polêmica, há uns dois anos atrás sobre as roupas que a Shana lançou no site dela. Que são realmente roupas muito bonitas, ela usa no programa, mas que as vezes não*

*está no regulamento que o MTG prega. Então quem está muito envolvido sabe que aquilo que ela usa não é o correto” (Caroline).*

Contudo, ela mesma reconhece que ao mesmo tempo há a necessidade de criar coisas novas e de se adaptar, caso contrário, os objetos vão perdendo sentido e caem em desuso ou ficam inviáveis de serem confeccionados. Um exemplo dado por ela é a necessidade de atualização constante dos tecidos usados para confeccionar a pilcha, dado que mudanças na indústria têxtil exigem que novos tecidos sejam incorporados sob o risco de não haver mais tecidos disponíveis.

Os conflitos entre tradição e a dinâmica da moda contemporânea não ocorrem apenas no âmbito dos produtos, mas também entre os grupos que possuem vínculo com MTG e aqueles que não seguem suas diretrizes. Enquanto os entrevistados que apresentam um vínculo mais forte com o MTG enxergam com desconfiança qualquer mudança nas vestimentas, aqueles entrevistados que não possuem um compromisso claro com a posição do MTG enxergam com bons olhos a intenção de criar novas peças de roupa como forma de auxiliar na preservação da tradição. Um exemplo disso é fala da entrevistada Juliana: *“eu acredito muito no quanto estes detalhes que são usados no dia-a-dia, que são contemporâneos e são de hoje, representam e remetem a esse universo da cultura gaúcha. E também fazem o papel de preservação de alguma forma da tradição”*.

A entrevistada Gerti é mais direta no seu comentário, criticando o fato de o MTG desejar que a moda gaúcha seja dura, inflexível. Para ela, isso acaba reduzindo a relação das pessoas com a cultura gaúcha, ao invés de aproximá-las. Para ela, quando produtores ligados à moda gaúcha – como ela, Shana e Juliana – desenvolvem novos modelos de vestido, por exemplo, elas têm noção de que a cultura gaúcha não depende do comércio, mas o comércio depende da cultura. Num entendimento similar aos descritos por Dalmoro e Nique (2017), Gerti indica que se a cultura gaúcha desaparecer, a fabricação e comercialização de roupas contemporâneas, mais usuais, também não terá sentido. Assim como aquelas ditas pelo MTG como tradicionais, as roupas ligadas a essa moda contemporânea gaúcha também não terão mais a referência cultural. Por isso, ela destaca que na empresa dela, mesmo produzindo uma moda fora dos padrões do MTG, todos sabem sobre cultura gaúcha e buscam transmiti-la para os consumidores. A preocupação da entrevistada reflete o caráter efêmero da moda, capaz de expor as transformações da tradição que, para quem olha de fora, não apresenta uma continuidade (Hobsbawm, 1983; Salles, 2010). Para superar isso, ao mesmo tempo em que a moda é criada e recriada pelos produtores e consumidores, é importante compreender a capacidade destes em preservar a referência cultural. Como destacado por Türe e Ger (2016), mesmo que os objetos mudem de forma, a referência e a sua simbologia permanecem as mesmas, garantindo assim um equilíbrio entre o efêmero da moda e a estabilidade da tradição.

#### **4.4 A capacidade da moda contemporânea na manifestação do pertencimento**

Enquanto os entrevistados discordam entre si em relação ao fato de que alterações nas vestimentas seguindo padrões de moda contemporâneos podem comprometer sua capacidade de preservação da tradição, ambos os grupos possuem opinião similar em relação ao pertencimento. Mesmo os entrevistados ligados ao MTG ressaltam a capacidade da moda contemporânea para manifestar pertencimento local ou a uma cultura:

*“A moda pode ser o item alavancador e potencializador da cultura, mas desde que venha ao encontro e não contra a cultura [...] eu gosto muito, acho bem respeitoso [produtores de moda contemporânea], eles não ferem*

*a cultura. De algum modo sim eles ferem o nosso legado, o passado, mas eles não ferem os nossos princípios culturais” (Erídio).*

Para a entrevistada Marisa, também vinculada ao MTG, a moda e a cultura são aliadas na demonstração de pertencimento, visto que a moda pode ser usada como forma de expressão do interesse das pessoas em relação à determinada cultura. Já a professora de moda Cláudia entende que a moda é uma maneira de a pessoa se identificar com o local, com o povo de sua origem, dada a sua capacidade de caracterizar e referenciar a cultura local.

Durante o trabalho de coleta de dados secundários, nos deparamos com inúmeros casos de roupas contemporâneas que associaram símbolos gaúchos, buscando uma espécie de naturalização cultural. Destaca-se como exemplo camisetas, que dentro das diretrizes do MTG não compõem a moda gaúcha, estampadas com símbolos gaúchos, como chimarrão ou cavalo crioulo. Outra empresa, chamada Trapo Tri, estampa em suas camisetas frases tipicamente associadas à cultura local, como por exemplo: “me caiu os butiá do bolso” (conforme ilustrado na figura 1).

Nesse sentido, os entrevistados demonstram certa unanimidade em destacar o papel da moda na demonstração de pertencimento, pois mesmo roupas contemporâneas, como camisetas estampadas, podem carregar nas suas estampas símbolos e representações que localizam seu possuidor. Como o entrevistado Luiz, estilista de moda gaúcha tradicionalista, afirma, o gaúcho tem um sentimento de pertencimento bem aflorado e, mesmo que muitos não participem de atividades tradicionalistas (ligadas ao MTG), se sentem gaúchos e gostam de expressar o seu vínculo com a cultura gaúcha – inclusive, como descrito por Dalmoro (2013), fazendo uso do consumo. Consequentemente, não é de se estranhar que tanto aqueles engajados com o MTG quanto aqueles simpatizantes da cultura gaúcha se identificam com peças básicas, mas que possuem alguma referência à cultura gaúcha. Observa-se ainda que a facilidade de incluir a moda contemporânea (enquanto forma) no dia a dia amplia seu consumo/uso e consequentemente a sua capacidade dessa moda em expressar significados como o de pertencimento a determinado grupo local ou cultura.

## **5. Considerações Finais**

Tomando a cultura gaúcha como ponto de partida para compreender a apropriação da moda contemporânea na preservação da tradição e do sentimento de pertencimento a uma cultura local, foi possível transitar por uma diversidade de temas. Primeiramente, destaca-se a importância em compreender a tradição e o sentimento de pertencimento como fundamentais nos processos de construção de identidades contemporâneas (Hall, 2006; Vikas *et al.*, 2014). Mesmo divergindo em relação à forma como a moda contemporânea deve ser incorporada na expressão da cultura gaúcha, o sentimento de pertencimento à cultura gaúcha emergiu como um fator fundamental na busca por objetos, sejam eles contemporâneos ou não, capazes de demonstrem esse sentimento. O que está em jogo não é somente a incorporação da tradição gaúcha nos projetos de identidade dos consumidores e nas suas práticas de mercado (Oliven, 2006; Dalmoro e Nique, 2017), mas também uma reflexão acerca da forma como isso deve ocorrer.

A moda se demonstrou um instrumento democrático, que, cada consumidor ou produtor, a partir das suas premissas pessoais do que é a cultura gaúcha, pode utilizar para construir seu senso de pertencimento a ela. Para os consumidores que não apresentam um vínculo com o MTG, a moda oferece infinitas possibilidades, visto que eles se permitem explorar todas as nuances estéticas, materiais e simbólicas que ela oferece: tanto seu lado tradicional, ligado ao passado do gaúcho, quanto seu lado contemporâneo, ligado a sua forma mais usual e adaptada à realidade contemporânea. Com isso, fica evidente a construção de um

entendimento por parte dos consumidores locais de que não é mais necessário pilchar-se para demonstrar um sentimento de pertencimento em relação à cultura gaúcha. A ideia de moda como um espaço democrático na construção do pertencimento pode ser associada à própria ideia de cidadania, visto que este termo também está conectado com a noção de pertencimento e inclusão comunitária (Canclini, 2006). Assim, seguindo a noção de consumo como uma forma de exercício de cidadania cultural proposta por Canclini (2006), a moda pode ser considerada um espaço democrático para isso.

Dessa forma, o estudo versa sobre o caráter democrático da moda, que, ao mesmo tempo em que é um instrumento útil na construção histórica do gaúcho (Oliven, 2006; Dalmoro, 2013), representa a efemeridade das sociedades modernas e globais (Lipovetsky, 2009; Bauman, 2001). O que parece ser distinto na sua essência se demonstrou ser complementar nas ações. As diretrizes do MTG em relação às pilchas servem de suporte para os consumidores orientarem seu entendimento acerca do que é gaúcho. Mesmo que alterem os produtos, redesenhando-os conforme padrões de uso ou estéticos contemporâneos, a representação simbólica da pilcha é mantida. Assim, em linha com o entendimento de Türe e Ger (2017), as transformações materiais da moda gaúcha não comprometem a capacidade dela de representar a cultura gaúcha na formação identitária dos consumidores. Contudo, enquanto Türe e Ger (2017) destacam o papel do mercado na autenticação dos objetos, no caso da cultura gaúcha, o MTG assume o papel de principal agente autenticador das referências culturais. Objetos criados fora das instâncias do MTG ganham mais representatividade quando são assimilados por ele, como, por exemplo, o caso da bombacha feminina. Mesmo criada fora das diretrizes do MTG, o reconhecimento de representatividade cultural por parte da população forçou o MTG a incluir este bem nas suas diretrizes. Conseqüentemente, ao ser autenticada, passou a circular com ainda mais força tanto entre os participantes quanto entre os não-participantes do movimento.

Complementarmente, discute-se a capacidade das representações simbólicas de uma determinada cultura se transferirem para bens emergentes ao longo do tempo, transferindo assim, de um bem para outro, elementos representativos de uma cultura. Assim, mesmo que diante da efemeridade da moda (Lipovetsky, 2009), representações que dão forma a uma cultura conseguem se perpetuar ao longo do tempo. Isso implica romper com a concepção de que a tradição necessita da preservação dos elementos materiais estáveis ao longo do tempo para existir. A explicação para isso está no fato de que o interesse dos consumidores não está na tradição em si – enquanto algo imutável, mas na capacidade dela em garantir um senso de pertencimento. Para isso, as ferramentas não precisam ser aquela vestimenta pregada pelo MTG como tradicional, representando a estabilidade do tempo, mas sim aquela contemporânea, que mesmo diferente na sua forma, é carregada de representações da cultura gaúcha e adequada ao cotidiano dos consumidores.

Por fim, os resultados apresentados neste estudo devem ser lidos com as ressaltadas metodológicas que este tipo de estudo necessita. Isso implica reconhecer o fato de os achados estarem balizados na opinião dos entrevistados. Assim, estudos futuros poderiam explorar as dimensões que compõem os diferentes mercados (moda tradicional orientada pelas diretrizes do MTG e moda gaúcha contemporânea). Da mesma forma, poder-se-ia acompanhar o consumo de objetos que carregam representação simbólica da tradição e, com isso, acompanhar as reais transformações dos objetos ao longo do tempo.

## Referências

- Barbosa Lessa, L.C. (1985). *Nativismo: um fenômeno social gaúcho*. Porto Alegre: L&PM.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Canclini, N. (2006). *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

- Dalmoro, M. (2013). *Campereando Mercados: práticas de resistência e cidadania medidas pelo mercado na cultura gaúcha*. 2013. 343f. Tese (Doutorado em Administração), Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.
- Dalmoro, M. e Nique, W.M. (2017). Tradição Mercantilizada: Construção de Mercados Baseados na Tradição. *Revista de Administração Contemporânea*, 21(3), 327-346.
- Ger, G. (2017) Consumption in the web of local and global relations of dominance and belonging. In. M. Keller; B. Halkier, T. Wilska e M. Truninger (eds). *Routledge Handbook on Consumption* (121-34). London: Routledge,.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hobsbawm E. (1984). Introdução: a invenção das tradições. In. E. Hobsbawm e T. Ranger (Eds.), *A invenção das tradições* (pp. 9-23.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Izberk-Bilgin, E. (2012). Infidel brands: unveiling alternative meanings of global brands at the nexus of globalization, consumer culture, and Islamism. *Journal of Consumer Research*, 39 (4), 663-687.
- Jacks, N. (1998). *Mídia Nativa. Indústria cultural e cultura regional*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS.
- Kjeldgaard, D. e Askegaard, S. (2006). The Glocalization of Youth Culture: The Global Youth Segment as Structures of Common Difference. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 231-247.
- Laclau, E. (1990). *New Reflections on the Revolution of Our Time*. Londres: Verso.
- Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lofland, J. e Lofland, L. (1995). *Analyzing social settings: a guide to qualitative observation and analysis*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Macalexander, J.H., Dufault, B.L., Martin, D.M. e Schouten, J.W. (2014). The marketization of religion: field, capital and consumer identity. *Journal of Consumer Research*, 41(3), 858-875.
- MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho (2018). *Diretrizes para a pilcha*. Recuperado de <[www.mtg.org.br](http://www.mtg.org.br)> em 20 fev. 2018.
- Oliven, R. G. (2006). *A parte e o todo: a diversidade no Brasil nação*. Petrópolis: Vozes.
- Polany, K. (1944). *The great transformation: the political and economic origins of our time*. Boston: Bacon Press.
- Pouillon, J. (1975). Tradition: transmission ou reconstruction. In J. Pouillom (Org.). *Fétiches sans fétichisme* (pp. 155-173). Paris: Maspero.
- Salles, V.M.M. (2010). Pensamentos sobre a moda e sua relação com tradição a partir de noções benjaminianas. In: *Colóquio de Moda*, 6, 2010, São Paulo: ABEPEN.
- Slater, D. e Tonkiss, F. (2001). *Market society: markets and modern social theory*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Souza, J.A. e Rosa, S.M. (2017). Indumentária feminina gaúcha como referência para uma coleção de moda feminina. *Disciplinarum Scientia*, 18(1), 177-194.
- Svendsen, L. (2006). *Fashion: A Philosophy*. London: Reaktion Books., 2010
- Türe, M. e Ger, G. (2016). Continuity through Change: Navigating Temporalities through Heirloom Rejuvenation. *Journal of Consumer Research*, 43(1), 1-25.
- Vikas, R., Varman, R. e Belk, R.W. (2015). Status, caste, and market in a changing Indian village. *Journal of Consumer Research*, 42(3), 472-498.