

NAS TRAMAS DO TECIDO: perspectivas de tratamento para arquivos de moda a partir da experiência com a marca Osklen

IN THE FABRIC WEFTS: treatment perspectives for fashion archives from the experience with the Osklen brand

Fernanda Araújo | Fabiana Dias | Jorge Phelipe Abreu

Resumo: O trabalho apresenta a área de Memória Empresarial da empresa de moda Osklen, contextualiza como as áreas de memórias institucionais se desenvolveram no Brasil e no mundo, quais documentos as constituem e problematiza as fronteiras entre o documento arquivístico e o documento museológico a partir das peças de roupa presentes em seu arquivo.

Palavras-chave: Arquivo de moda; Indumentária; Memória empresarial

Abstract: The paper presents the Corporate Memory area of the fashion company Osklen, contextualizing how the areas of institutional memories developed in Brazil and in the world, what documents constitute them and problematizes the boundaries between the archival document and the museological document from the pieces of clothing present in its archive.

Keywords: Fashion archive; Clothing; Corporate memory

Introdução

Na conjugação de proteção, demonstração de poder e estética, o surgimento da indumentária remonta à pré-história, quando o homem começou a cobrir o corpo com materiais orgânicos. No escopo do desenvolvimento de soluções que atendessem as necessidades cotidianas, as roupas se inscreveram no âmbito da cultura material. Para Le Goff (2006:241), “a cultura material tem uma relação evidente com as injunções materiais que pesam sobre a vida do homem e às quais o homem opõe uma resposta que é precisamente a cultura”. Nesse sentido, as roupas constituem-se em elementos que se relacionam com as vivências sociais em diversos tempos e espaços e possibilitam leituras dos lugares ocupados pelos homens na sociedade, bem como de suas relações de sociabilidade. De acordo com Debom (2014:1), “nos trajes entrecruzam-se diversos elementos simbólicos que edificam uma época. As vestes permitem leituras enviesadas que caminham pelas mais diversas esferas do pensamento, da política e da economia”.

Entretanto, a moda, de acordo com Debom (2014), constitui-se um objeto pouco reconhecido no universo acadêmico. Embora os primeiros trabalhos históricos dedicados ao traje remontem ao século XIX, somente com os estudos de Roland Barthes nos anos 1950 que a pesquisa sobre moda se inaugura em diversas áreas do conhecimento, como História, Sociologia, Semiologia, etc. Abre-se, nesse sentido, espaço para o entendimento, pela semiótica, da indumentária como texto, “pelas tramas dos tecidos leem-se múltiplos discursos que vão desde os anseios pessoais, a expressão de personalidade, a influência da sociedade sobre o indivíduo e sua postura política” (DEBOM, 2014:3).

Desse modo, as roupas assumem o papel de registros que se configuram, na perspectiva de Millar (2006), como gatilhos disparadores da memória. Enquanto “arquivos culturais privilegiados, capazes de fazer perceber os meandros da sociabilidade, proporcionando ainda um sentimento de pertencimento social” (ROCHE, 2007 *apud* OLIVEIRA, 2012:52),

a indumentária se constitui em evidência mediadora da memória coletiva. Para Millar (2006) os registros e arquivos não são em si "memórias", mas pedras de toque sobre as quais as memórias podem ser recuperadas, preservadas e articuladas.

Contudo, os arquivos caracterizam-se majoritariamente pelos registros escritos e as roupas, como exposto, nem sempre foram vistas como fonte de estudos no âmbito das Ciências Sociais e, quando abordadas, são contempladas por uma perspectiva mercadológica e não arquivística, ocultando seu valor informativo e documental, parte, como veremos, de um contexto institucional e até administrativo. Ressalta-se ainda que mesmo a dimensão artística do vestuário é questionada. Os estudos recentes do vestuário e da moda como fontes para os estudos históricos repercutem na ausência desses artefatos não somente nos arquivos, como nos museus e na própria academia e velam seus sentidos complementares que permitem apreender acerca de questões sociais, econômicas, religiosas e políticas. De acordo com Braudel (2005:281) a história das roupas aponta “todos os problemas, os das matérias-primas, dos processos de fabrico, dos custos de produção, da fixidez cultural, das modas, das hierarquias sociais. Variado, o traje por toda a parte se obstina em denunciar as oposições sociais”.

Assim, as roupas nos arquivos institucionais caracterizam-se, pois, como um espaço tão complexo quanto fértil, que desafia o conhecimento estabelecido e requer contínuas discussões. Deste modo, a partir da perspectiva dos arquivos como processos e produtos histórico-sociais, o presente trabalho justifica sua inserção nas discussões acerca dos arquivos na sociedade ao vislumbrar a análise de uma temática pertinente às dimensões e configurações da teoria arquivística contemporânea e suas interlocuções com outras áreas do conhecimento.

A proposta deste trabalho é discutir a roupa enquanto documento arquivístico no âmbito dos arquivos institucionais das marcas do negócio da moda, ao apresentar o trabalho realizado com o acervo de indumentária da empresa Osklen durante um período de cinco meses entre os anos de 2016 e 2017.

Consolidada no mercado da moda há quase trinta anos, a Osklen tem por atividade-fim a comercialização de roupas. A marca inscreveu seu nome no setor de *sportwear* e foi pioneira no setor de *ecobrand* no Brasil. Por meio de uma identidade bem delimitada, a marca expandiu seu negócio para além da indumentária, passando à comercialização de um *lifestyle*. Para tanto a empresa produz um vasto acervo que inclui documentos de natureza e tipos diversos, tais como material de pesquisa, croquis e peças pilotos que instrumentalizam a confecção de seu produto final, as peças a serem expostas aos consumidores nas lojas. Nesse sentido uma apresentação da empresa faz-se necessária na medida em que pode-se entender a dinâmica de produção do seu acervo.

Em consonância com marcas como Chloé, Dior e Chanel que se alinham com museus ou criaram seus próprios espaços para conservar e expor seus arquivos e coleções permanentes, a Osklen desenvolveu a importante iniciativa de criar uma área voltada para a preservação de sua memória, que fornecesse subsídio para a manutenção de sua memória tanto institucional, como organizacional, uma vez que, conforme afirma a estilista da Dior, Maria Grazia Chiuri, em entrevista a revista de moda BoF, “se você tem uma ótima história e quer manter seu componente icônico, você precisa protegê-lo e falar sobre isso”.

Segundo Le Goff (1992:423), a memória se constitui na “propriedade de conservar certas informações, remete-nos a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas”. A memória de uma instituição seria, portanto, “a representação, ou o conjunto de representações, que o grupo faz do passado dessa organização, a partir dos elementos disponíveis para isso” (PAZIN VITORIANO, 2013). Nesse sentido, para a autora, a memória institucional está relacionada com o valor social do grupo e a memória organizacional relaciona-se com o conhecimento produzido no curso das atividades da instituição e que deve estar disponível para a respectiva a fim de que possa ser reutilizado (PAZIN VITORIANO, 2015). Sendo assim, as iniciativas da Osklen tomadas na perspectiva do binômio memória institucional e memória organizacional constituem-se no principal foco deste trabalho.

A partir da apresentação do funcionamento (objetivos, missão e função) e da identificação das atividades-meio e fim da empresa Osklen, o acervo produzido será abordado como uma ferramenta de análise e interseção entre a Arquivologia e a Museologia. Um acervo composto em sua maioria de peças de roupas (indumentária) pode ser reconhecido como um documento de arquivo, na medida em que corresponde a um produto da empresa? Ou esse acervo, reconhecidamente museológico, é específico de uma coleção e, portanto não pode ser considerado como um documento arquivístico?

Essas questões serão abordadas sem a pretensão de respondê-las, mas sim de atentar para o debate que aproxima a Arquivologia e a Museologia, indicando aspectos que podem auxiliar no tratamento de acervos proporcionando a sua difusão e divulgação, ou seja, facilitando o acesso, objetivo final tanto dos arquivos quanto dos museus.

1. A empresa Osklen

A partir da premissa de que nenhum documento pode ser interpretado e compreendido totalmente sem que se conheça as razões imbricadas na origem de sua produção (MENNE-HARITZ *apud* BELLOTTO, 2010), expõe-se, nesta primeira seção, breve apresentação da marca Osklen a fim de subsidiar a compreensão da constituição de seu acervo, bem como do tratamento adotado.

Uma das marcas de moda brasileira mais prestigiadas na atualidade, a Osklen tem sua origem em 1989, quando o médico Oskar Metsavaht desenvolveu o *Storm Tech System*, um tecido de membrana interna permeável que fazia com que o suor evaporasse para manter o corpo seco e aquecido, para uma expedição ao Monte Aconcágua na qual Oskar fora pesquisar o condicionamento físico de uma equipe de atletas em temperaturas extremas. Ao retornar, a demanda por casacos produzidos no tecido desenvolvido, fez com que surgisse a Terras de Aventura Indústria de Artigos Esportivos (Osklen), marca especializada em roupas esportivas.

Ainda em 1989, inaugura-se a primeira loja, em Búzios. A segunda loja veio dois anos depois, em 1991, no shopping Fashion Mall, no bairro de São Conrado, na cidade do Rio de Janeiro. Em 1992, aconteceu o primeiro desfile no Copacabana Palace e o prêmio Rio Sul de melhor moda *sportwear*. No final dos anos 1990, foi criada a linha feminina, até então a Osklen apenas produzia roupas masculinas. Nos anos 2000, surgiu a linha *Osklen*

Collection, em que a marca demarcava seu design particular, e o primeiro desfile na *São Paulo Fashion Week*, com a coleção *Surfing the Mountains*¹ e, desde então, não esteve fora de nenhuma edição da semana de moda.

Ao lado da linha *Collection*, a Osklen possui ainda a *Casual* e a *Osklen Surfing*. A *Collection* é a "mais sofisticada [...], está na vanguarda de moda, tem design de moda, usa materiais e tecidos nobres, e expressa o conceito da coleção mais pelas formas, não se destaca pelo uso da iconografia" (ROBIC, 2011:105). A *Casual*, tem como tônica o conforto² e a *Osklen Surfing* constitui-se na linha de praia com tecidos tecnológicos³. A frente da Osklen está Oskar Metsavaht, diretor de estilo e criação da marca, com setenta e quatro lojas brasileiras e seis internacionais⁴. Mais do que uma marca de moda, seu idealizador busca comercializar uma identidade, um *lifestyle*.

Atualmente, a maioria das marcas de moda produzem por ano pelo menos duas coleções, a de verão e a de inverno. No desenvolvimento desses produtos, são criados inúmeros documentos que registram essas atividades. No caso da Osklen, as áreas de Artes e Estilo são as responsáveis pela produção das peças de roupas que estarão, primeiramente, no desfile de passarela⁵, e, posteriormente, nas lojas. A área de Marketing e Comunicação tem o objetivo de fazer o trabalho de divulgação de cada coleção e reforçar a identidade da marca. Para dar o suporte a essas áreas, existem os departamentos de financeiro, compras, informática entre outros responsáveis pelas atividades-meio da empresa.

1.1. A área de memória empresarial da Osklen

A partir do ano de 2001, o antigo departamento de Marketing e Comunicação da empresa iniciou, de maneira espontânea, o acúmulo de diversos suportes documentais que possibilitassem, no futuro, constituir um histórico da marca. Nesse sentido, foram coletados os suportes produzidos pelas atividades-fim da marca, ou seja, das áreas de criação, tais como Estilo, Artes e Marketing.

No ano de 2006, o antigo departamento de Marketing e Comunicação passou por uma reestruturação e, então, foi organizado o departamento de Relações Corporativas. Esse novo departamento "se centrava no tripé Projetos e Parcerias, Comunicação Interna e Endomarketing e naquilo que viria a ser o reconhecimento institucional de um esforço inicialmente informal: a área de Memória Empresarial" (DIAS; PIRES, 2013:527). A área de Memória Empresarial seria responsável por iniciar e manter a organização dos documentos reunidos pelo antigo departamento de Marketing e Comunicação.

¹ Puc RIO.

Disponível em: http://www.puc-rio.br/Pibic/relatorio_resumo2011/Relatorios/CSS/ADM/ADM-Elisa%20de%20Rooij%20Mansur.pdf.

² *Idem, ibidem*.

³ *Idem, ibidem*, p. 106.

⁴ OSKLEN. Disponível em: <http://www.osklen.com/lojas>.

⁵ A Osklen participa do calendário de desfiles da São Paulo Fashion Week que ocorrem duas vezes ao ano, um para a coleção de inverno, no segundo semestre e outra, para a coleção de verão, no primeiro semestre.

O interesse em criar centros de memória, centros de documentação ou de memória institucional, nas instituições públicas e privadas começou a surgir no Brasil nos anos de 1980. Essas empresas sentiram necessidade de preservar a sua identidade e cultura. (GOULART, 2015). Instituições como a Bunge Brasil, Camargo Corrêa, Itaú Unibanco, Unilever Brasil, Rede Globo, Rede Pão de Açúcar, Vale, entre outras, empreenderam esforços para organizar seus espaços de memória. Internacionalmente, temos exemplos anteriores. Goulart (2002) apresentou duas iniciativas: o caso americano e o caso francês. Os Estados Unidos criaram a Business History Society, junto à Universidade de Harvard, que tinha como fonte de pesquisa

[...] os documentos de arquivo relacionados ao surgimento e desenvolvimento das empresas, papel desempenhado pela Baker Library, da mesma Universidade de Harvard. A entidade passou a colecionar acervos de direção e da área financeira das empresas, seguindo uma lógica de recolhimento em conformidade com as pesquisas dos historiadores da business history. O resultado desse movimento foi uma ligação intrínseca estabelecida entre a preservação dos arquivos empresariais e a pesquisa histórica, sendo que a política de recolhimento dos arquivos acabou tributária do rumo dessas pesquisas (GOULART, 2002:13).

O Arquivo Nacional da França, em 1949, criou o “serviço de arquivos econômicos destinado a receber fundos de empresas e associações de interesse nacional” (GOULART, 2002:10). Até o ano de 1984, mais de 200 fundos de empresas foram recolhidos a este serviço de arquivos. O que difere um do outro foi o órgão incentivador, no caso americano foi a Universidade e no caso francês foi o Estado.

Souza (2010) também apresentou outros exemplos de empresas que organizaram seus arquivos. A Krupp (1905) e a Siemens (1907), empresas alemãs, o Arquivo Regional Suíço de Empresas (1910), o Arquivo para a História Econômica (1914) de iniciativa holandesa, o British Records Association (1932) inglês e o Business Archives Council (1934) americano. Todos são exemplos dessa prática. Nos anos de 1970

foi constatada a maior identificação das empresas com sua história e sua cultura. As grandes empresas americanas detentoras de uma política de conservação e organização de seus arquivos perceberam as vantagens e a grande utilidade de essa documentação. [...] Reconhecia-se, então, que esta documentação - em geral desconhecida ou ignorada - poderia ser útil no processo de valorização da história das empresas e servir como importante instrumento auxiliar na administração, para embasar a tomada de decisões e o planejamento de novas estratégias empresariais (SOUZA, 2010:27).

No campo da moda existem algumas marcas nacionais que possuem espaços de memória, como a Fundação Hermann Hering⁶ (1935), em Blumenau, e a Casa Zuzu Angel⁷, no Rio de Janeiro. Na maioria dos casos, os Centros de Memória se usam de datas comemorativas

⁶ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. Disponível em: <http://fundacaohermannhering.org.br/>.

⁷ ZUZU ANGEL. Disponível em: <http://fundacaohermannhering.org.br/>.

para iniciar a organização desses espaços. De acordo com Goulart (2015), os objetivos desses locais estão relacionados com o resgate da memória e da história, reunião de acervo disperso nas unidades da empresa, produzir informações, registrar o desenvolvimento tecnológico e contribuição das empresas, divulgar o empreendedorismo e superações do fundador, entre outros aspectos. No caso específico da Osklen, a área de Memória Empresarial foi idealizada com a proposta de reunir os documentos para subsidiar o reconhecimento institucional. Por ter a característica de ser autocentrada nos seus conteúdos, uma área de Memória Empresarial seria essencial para desenvolver essa tarefa.

Ao longo dos anos a marca Osklen construiu na sua própria identidade, por meio de sua documentação, seja ela digital (arte de estampas) ou textual (nos moldes das peças de desfile), a inspiração para continuar a produzir e inovar suas coleções sem se distanciar do conceito que caracteriza a marca. Nesse sentido, a proposta inicial da área de memória empresarial veio oferecer os “arquivos de moda” como ferramenta inspiracional.

Após a decisão de organizar um centro de memória, passa-se à fase de saber quais documentos devem compor esse acervo. Segundo Goulart (2013), os centros de memória

[...] reúnem, tratam, conservam, e informatizam documentos, com potencial de selecionar, preparar e divulgar informações. Considerando que a informação propicia a criação de significados, a construção de conhecimentos e a tomada de decisões – processos interligados e de grande impacto na vida organizacional – vislumbra-se a força da parceria dos centros de memória com as organizações que os abrigam. Além de tratar tecnicamente e dar acesso aos dados, eles podem produzir informações agregadas, visões de conjunto, históricos, avaliações, trajetórias do setor, dos ofícios, dos locais e contextos de atuação da organização (GOULART, 2013:495).

Mas quais seriam os documentos que teriam potencial informacional para compor os centros de memória? No caso específico da Osklen, os documentos escolhidos foram os produzidos pelas áreas criativas da empresa, responsáveis pelas atividades-fim, Artes, Estilo e Marketing. Os documentos administrativos, oriundos das atividades-meio, não compõem esse conjunto. Goulart (2002) enumerou três justificativas para que isso ocorresse: não há interesse pela empresa em divulgar dados contábeis, jurídicos e pessoais; a iniciativa de organizar uma ‘memória cultural’ das empresas é vista como uma iniciativa cultural; e pelo profissional envolvido nessa atividade, na maior parte das vezes, ser um historiador e não arquivista. Nesse sentido, o que vai predominar nos centros de memória são os documentos produzidos pelas atividades-fim das instituições.

Pazin Vitoriano (2013) indicou que em alguns casos, os centros de memória funcionam como um arquivo da área de Comunicação e Marketing. O que gera duas consequências: a fragmentação da memória e a separação da documentação entre o arquivo intermediário⁸ e o centro de memória.

⁸ Conjunto de documentos que aguardam sua destinação final, qual seja a eliminação ou guarda permanente.

1.2. Memória empresarial: algumas de suas atividades

No ano de 2006 foi realizada a contratação de uma profissional e aquisição de um *software*⁹ para iniciar a organização e identificação dos documentos em acumulação desde 2001 pela Osklen. A proposta desse *software* era a gestão do conhecimento, ou seja, organizar, nomear, localizar e padronizar as informações das empresas para que todos os funcionários tivessem acesso rápido e confiável¹⁰. Por meio dessa proposta inicial, começou a organização dos suportes acumulados até então. Os documentos, apesar de reunidos sem nenhuma classificação ou ordenamento arquivístico, evidenciavam as atividades desenvolvidas pelas áreas de Marketing e Comunicação, Artes e Estilo da empresa. Assim, apenas determinados tipos documentais eram considerados portadores das qualidades necessárias para compor o que se constituiria na Memória Empresarial da Osklen. Excluíam-se, assim, da Memória Empresarial, os documentos administrativos e financeiros, originados no curso das atividades-meio.

O conjunto constitui-se de documentos digitais; audiovisuais: beta, mini-dv, rolo 16mm e u-matic; fotográficos: álbum, ampliação, contato, copião, cromo, internegativo e negativo; iconográficos: aquarela, colagens, croquis, desenhos e pintura; impressos (produtos gerados pela marca a cada nova coleção, tais como catálogo e *lookbook*); jornais e revistas; livros; objetos; e indumentária (roupas e acessórios de desfile). A partir da identificação dos grupos de suportes que a empresa possuía, foram organizadas fichas descritivas de identificação para cada grupo.

Como o principal critério na escolha do *software* foi a gestão do conhecimento, ele não atendia aos requisitos de um sistema de gestão eletrônica de documentos (GED)¹¹, tampouco de um Sistema Informatizado de Gestão Arquivística de Documentos (SIGAD)¹². Somado a isso, a forma como se catalogavam as informações nas fichas do software estava mais próximo de uma metodologia museológica do que arquivística. Até mesmo porque os documentos produzidos pelas áreas de Marketing e Comunicação, Artes e Estilo não eram tratados como um conjunto de documentos, dotados de relação orgânica entre si, mas como

⁹O *software* escolhido na época foi o *Wintility Next* da empresa *Pix Software*.

¹⁰ Disponível em: <http://www.pixsoft.com.br/flash/wintility/index.htm>.

¹¹ Gestão eletrônica de documentos (GED) é o “conjunto de tecnologias utilizadas para organização da informação não estruturada de um órgão ou entidade, que pode ser dividido nas seguintes funcionalidades: captura, gerenciamento, armazenamento e distribuição. Entende-se por informação não estruturada aquela que não está armazenada em banco de dados, como mensagem de correio eletrônico, arquivo de texto, imagem ou som, planilha etc. O GED pode englobar tecnologias de digitalização, automação de fluxos de trabalho (workflow), processamento de formulários, indexação, gestão de documentos, repositórios, entre outras”. Disponível em: <http://www.siga.arquivonacional.gov.br/images/publicacoes/e-arq.pdf>.

¹² Sistema Informatizado de Gestão Arquivística de Documentos (SIGAD) é “um conjunto de procedimentos e operações técnicas que visam o controle do ciclo de vida dos documentos, desde a produção até a destinação final, seguindo os princípios da gestão arquivística de documentos e apoiado em um sistema informatizado. Um SIGAD tem que ser capaz de manter a relação orgânica entre os documentos e de garantir confiabilidade, a autenticidade e o acesso, ao longo do tempo, aos documentos arquivísticos, ou seja, seu valor como fonte de prova das atividades do órgão produtor. Disponível em: <http://www.siga.arquivonacional.gov.br/images/publicacoes/e-arq.pdf>.

itens de uma coleção formada pela Memória Empresarial sobre a Osklen. Como evidenciou Pazin Vitoriano (2013),

a descrição dos materiais que compõe os centros de memória demonstra a ausência de critérios de preservação, objetivos definidos a partir dos princípios arquivísticos. Usando expressões como ‘documentos que demonstram aspectos significativos da trajetória da empresa’, ‘objetos e documentos que se destacam pelo seu caráter único e inovador’ ou ‘referência informativa’, os autores demonstram a generalidade dos acervos e de seu uso (PAZIN VITORIANO, 2013:517).

Com a proposta de identificar os documentos digitais, audiovisuais, fotográficos, iconográficos, impressos, jornais e revistas, livros, objetos e indumentária, foram produzidas fichas de identificação para cada um desses grupos. Os suportes foram separados nesses grupos por apresentarem características que os aproximavam por semelhanças, o que também determinou a escolha dos campos que iriam compor as fichas de identificação.

Foram elaboradas mais de um tipo de ficha de cadastramento, as fichas para os arquivos digitais (mídias: cd e dvd), para os periódicos que compunham a coleção de *clipping* impresso, para as peças de desfile (indumentária), para os livros, para os arquivos audiovisuais (beta, mini-dv, rolo 16mm e u-matic), para os impressos (peças promocionais), para os arquivos iconográficos e objetos. A diferença dos arquivos digitais - armazenados em cd e dvd, para os armazenados em fita beta, mini-dv, rolo 16mm e u-matic constitui no fato de que os primeiros eram nato-digitais e gravados em mídias, ou seja, produzidos nos computadores, eram armazenados nas mídias como *backups*. Além disso, como nem todos os documentos que formavam o acervo eram nato-digitais, para facilitar o acesso, alguns conteúdos impressos foram digitalizados. Os documentos digitalizados terminavam por ter duas fichas uma de arquivo digital e a outra que identificava o seu suporte original, papel, como por exemplo os croquis. Esses se constituem nos desenhos de todas as peças que são desfiladas nas coleções de verão e inverno e compunham o grupo iconográfico. Após a digitalização, eram incorporados ao grupo de arquivos digitais.

O trabalho de cadastramento era realizado da seguinte forma: todo o conteúdo era registrado em uma ficha de identificação e cada uma dessas fichas recebia uma numeração que correspondia com o número dado ao suporte original.

Como exemplo apresenta-se os descritores das fichas de cadastro de arquivos digitais (mídias) e de peças de desfile. A primeira possuía dez campos (código, ente, assunto, descrição do conteúdo, visualizar miniaturas, visualizar lista de arquivos, suporte, observações, direitos autorais) que tratavam especificamente sobre o assunto que estava registrado na mídia. O código se constituía das iniciais que representavam o suporte acrescido de um número sequencial, ou seja, para a identificação do conteúdo de um cd ou dvd, usavam-se as letras MID, de mídia, mais a numeração 0001, ficando MID0001. O campo ente designava para qual grupo institucional o documento tinha sido produzido. A Osklen faz parte de um grupo de empresas e a área de Memória Empresarial acabou por ser responsável por documentos oriundos de outras instituições. Sendo assim, para diferenciar no momento do cadastramento da ficha, tinha-se a opção ente. O assunto abordava a temática dos documentos. A descrição do conteúdo apresentava as informações

sobre a produção do documento, na maior parte das vezes indicando a qual coleção pertencia, se constituíam de fotos ou vídeos, se pertenciam a algum projeto e etc. A visualização de miniaturas trazia os conteúdos das fotografias em tamanho reduzido. Como o *software* não armazenava os conteúdos, apenas as informações sobre eles, foi criada a opção de acessar as miniaturas das fotografias. A visualização de lista de arquivos era, como o próprio nome diz, uma lista com todos os nomes dos arquivos pertencentes a cada ficha individualmente e que permitia o acesso remoto. Para isso era necessário inserir a mídia solicitada no drive do computador que tinha instalado o servidor do *software*. O suporte era o campo que permitia indicar se aquele conteúdo gravado em cd ou dvd possuía o original em outro tipo de suporte. O campo observações destinava-se para informações adicionais. Os direitos autorais identificavam o direito patrimonial e o direito de imagem dos fotógrafos e fotografados.

A segunda ficha, destinadas às peças de roupas, possui dezesseis campos. Desse total, cinco campos se repetem na ficha de arquivos digitais: código, ente, assunto, descrição e observações. Os campos quantidade, tipo de peça, criação, desenvolvimento, descrição, data, tamanho, estado de conservação, acondicionamento, localização atual e outras peças são específicos para o acervo de indumentária.

Com exceção para o campo outras peças, a maioria dos descritores é autoexplicativa. Isto quer dizer que um *look* para ser considerado completo ele necessita estar relacionado com os seus acessórios, tais como bolsa, bijuterias e sapatos. Ou seja existe uma relação entre determinadas peças que juntas formam o *look* desfilado. Para representar esta relação nas fichas, utilizou-se o campo outras peças, nele era inserido um *link* com a localização da outra ficha cujo conteúdo compõe o mesmo *look*, e assim dá-se a relação.

O mid, último campo descritivo desta ficha, também tinha a proposta de relacionar suportes. Vimos na ficha arquivos digitais que o campo mid destinava-se a um código que representava um cd ou dvd. Ela aparece na ficha de roupas de desfile para indicar em qual cd ou dvd estão gravados as imagens daquela peça e *look* do desfile.

Faz-se interessante observar a variedade das fichas produzidas para organizar os diversos suportes e conteúdo do acervo. Apesar dessa variedade, elas possuíam campos específicos para representarem os suportes. Entretanto, os campos selecionados privilegiavam a identificação unitária e não de um conjunto de documentos produzidos pelo mesmo organismo, impedindo que os inter-relacionamentos se apresentem mais claramente.

Em 2010, o departamento de Relações Corporativas foi extinto e a área Memória Empresarial ficou subordinada ao Marketing. No ano de 2014, foi planejada uma mudança de local do escritório central, onde estavam também a aérea de guarda do acervo. Na nova sede o acervo não tinha mais um profissional dedicado exclusivamente a ele e juntamente com isso, novos itens foram adicionados sem controle de cadastramento. Nesse sentido, foi proposto um projeto de organização desse acervo especificamente.

2. O acervo de indumentária

O acervo de peças de desfile foi acumulado entre 2001 e 2008 e, durante o período, não recebeu nenhum tipo de tratamento. No ano de 2008 foi iniciado o processamento técnico que incluía o acondicionamento e preenchimento da ficha de identificação das roupas de

desfile. Para o tratamento e acondicionamento, realizou-se um curso em Noções Básicas em Têxtil, no Museu Carmem Miranda, com o objetivo de apreender acerca de como tratar o acervo e os melhores materiais para produção dos invólucros.

Foram tratadas sete coleções acumuladas, totalizando 288 itens. Para ajudar neste trabalho foi contratada uma estagiária de moda. As sete coleções estavam praticamente completas, com todos os *looks* desfilados. Para as coleções seguintes desenvolveu-se uma metodologia para selecionar quais *looks* iriam fazer parte do acervo. Isso ocorreu porque o espaço de guarda era pequeno e não havia previsão de ampliação. A metodologia consistia no seguinte: após o desfile e entrega das fotos de passarela, criava-se um arquivo em .pdf com um *look* de cada. Esse arquivo era enviado para uma comissão formada pela diretora de design de moda, pelo diretor de marketing de moda e pelo o diretor de criação e estilo. Após a votação da comissão, os *looks* mais representativos da coleção eram escolhidos, selecionados e tratados. Esse trabalho foi interrompido no ano de 2013, quando a profissional contratada desligou-se da empresa.

No ano de 2016, a Osklen entrou em contato com antiga profissional e perguntou se existia o interesse de retornar a empresa para desenvolver um projeto com as peças de desfile. O projeto foi elaborado por dois profissionais, teve duração de cinco meses e tinha como proposta identificar, individualmente e por coleção, de verão e de inverno – e eventualmente coleções intermediárias – as peças de indumentária. Como informação inicial, foram exportadas todas as fichas de acessórios e peças de desfile cadastradas no *software*. Foram recuperadas 639 fichas que representavam dezessete coleções. Apesar da recuperação dessas fichas, foi preciso cotejar as fichas com as peças.

O trabalho foi iniciado e ao final dos cinco meses foram identificados e organizados 1.192 *itens* de indumentária, de um total de vinte e oito coleções. Foi elaborada uma planilha no *excel* com abas para cada coleção com dez campos: referência, descrição, cor, tamanho, quantidade, coleção, imagem, *look*, localização, observação. A preferência por uma planilha no *excel* se deu porque o *software* não era mais utilizado pela empresa. Houve uma mudança completa dos campos, as peças não recebiam mais uma numeração sequencial de cadastramento como era realizada com as fichas, isso porque foi observado que o número de referência original da peça poderia cumprir essa função e era a forma mais usual de realizar uma busca no acervo. O preenchimento dos campos de estados de conservação e acondicionamento, bem como o acondicionamento individual das peças e a instalação em uma nova área de guarda ficaram para um projeto futuro.

3. A roupa como documento arquivístico: uma abordagem

Ao abordar o acervo produzido pela Osklen como um acervo arquivístico, estamos partindo do pressuposto que trata-se de um conjunto de documentos recebidos ou produzidos no âmbito das atividades da empresa, de acordo com o conceito de arquivo apresentado pelo *Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística*¹³. Entretanto, embora relacionado com a missão da empresa, não se trata de um ponto pacífico sobre a apreensão de um

¹³ Disponível em: http://www.arquivonacional.gov.br/images/pdf/Dicion_Term_Arquiv.pdf.

acervo de indumentária como arquivo, uma vez que a teoria arquivística se constituiu no âmbito dos arquivos públicos e históricos e por bastante tempo só considerou como seu objeto os documentos escritos em suporte papel. Conforme afirma Camargo (2010:157),

Os documentos de arquivo são, por excelência, textuais. Basta lembrar que o próprio aparecimento da escrita é tributário da necessidade que até hoje os define: a de mediar transações cujo registro, a título de prova, precisa ser estável e duradouro, como extensão ou prolongamento da memória de indivíduos e grupos.

As roupas, assim, ocupam um limiar entre o produto/artefato artístico e o documento, entre o arquivístico e o museológico, sendo muitas vezes tratadas a partir de seu valor estético, tendo ocultado em algumas abordagens seu valor informativo e documental, parte de um contexto institucional e até administrativo, dotado de relação com os documentos em outros suportes que compõem o arquivo da instituição.

De acordo com Padilha (2014:13), documento museológico

É qualquer objeto produzido pela ação humana ou pela natureza, independentemente do formato ou suporte, que possui registro de informação. O documento pode representar uma pessoa, um fato, uma cultura, um contexto, entre outros. Ele se caracteriza como algo que prova, legitima, testemunha e que constitui de elementos de informação¹⁴.

Nesse sentido o acervo de roupas produzido e acumulado pela Osklen pode também ser apreendido como um documento museológico. Arquivos e Museus tem por objetivo reunir, guardar, tratar e dar acesso a documentos, são instituições que possuem a informação como norte fundamental. No entanto, entre esses objetivos podemos reconhecer semelhanças e diferenças, em especial no que se refere a forma de acumulação desses documentos.

Os museus são instituições culturais que acumulam documentos intencionalmente. Gonçalves (2007) destaca que o deslocamento do objeto de seu lugar de origem (contexto) para um novo espaço de representação (museu) implica num agregar de valores atribuídos, diferentemente dos arquivos que são instituições funcionais, ou seja, mesmo possuindo documentos de cunho cultural, essa não é a sua finalidade, que está mais ligada ao cumprimento de demandas administrativas e imediatas acumulando documentos de forma orgânica.

A organicidade é uma qualidade intrínseca aos conjuntos arquivísticos. Esse elemento expõe os vínculos que os documentos possuem entre si no interior dos arquivos. A organicidade existe na relação que cada documento tem com as funções, atividades e tarefas que o gerou, determinando seu significado. Sem organicidade, os documentos

¹⁴ Disponível em:

http://www.fcc.sc.gov.br/patrimoniocultural/arquivosSGC/DOWN_175328Documentacao_Museologica_Gestao_Acervo.pdf.

perdem seu sentido frente ao todo, pois diferente dos museus, arquivo é sinônimo de conjunto e sua contextualização só pode ser feita a partir de suas relações.

Segundo o Manual dos Arquivistas Holandeses "o arquivo é (...) um todo orgânico, um organismo vivo, que cresce, se forma e sofre transformações segundo regras fixas. Se se modificam as funções da entidade, modifica-se, concomitantemente, a natureza do arquivo (RODRIGUES, 2004:47).

A organicidade é a interdependência que os documentos possuem entre si e o seu produtor, ou seja, precisam estar inseridos em um conjunto. É a organicidade que dá sentido e significado ao produtor. Belloto (2002) analisa a organicidade pelo seu *status* de fundamento e princípio arquivístico, segundo a autora é a organicidade que confere força probatória aos documentos.

Já os documentos museológicos possuem outra lógica de acumulação, são escolhidos, são selecionados de acordo com objetivos pré estabelecidos. Segundo Chagas (1994), nos museus o documento se desdobra em objetos, livros, papéis, coleção, patrimônio cultural e natural, considerando-o como um suporte de informação. O autor defende que o documento pode ser compreendido sob duas vias: a primeira remete à própria origem da palavra docere, "aquilo que ensina", mais precisamente, o documento se torna um instrumento a partir do qual algo pode ser ensinado a alguém; a segunda via refere-se ao entendimento de documento como "suporte de informação", e que só pode ser considerado como tal se for interrogado.

A museologia preconiza o questionamento constante do documento, tendo como tríade principal a preservação, investigação e a comunicação (CHAGAS, 1994), porém esses princípios que norteiam as atividades museológicas são seguidas de intencionalidade, de escolhas subjetivas, com preferências para um ou outro documento, mesmo que o escolhido tenha outros documentos relacionados, estes podem não ser considerados para fins de informação museológica.

Nesse sentido, ao analisar o trabalho desenvolvido no acervo de indumentária da Osklen podemos refletir sobre a sua interseção nesse debate, uma coleção de verão (ou de inverno) faz parte das atividades principais da empresa e uma peça possui relação com a outra, sem contar os diversos documentos que também são produzidos em decorrência do lançamento de uma determinada coleção, antes, durante e depois. Pela perspectiva de que os documentos de arquivo são aqueles retidos para ação ou referência (BRASIL. Conselho..., 2014:18), observa-se o caráter arquivístico nas peças de roupa toda vez que são acionadas como referência para as novas coleções. Uma vez que a marca goza de forte identidade visual, a sua coerência é garantida pela consulta frequente ao que já foi produzido. Ao mesmo tempo, configura-se uma atividade em que as escolhas e preferências são frequentes, tendo como referência um determinado conceito, as peças são produzidas, ou seja, existe um direcionamento, uma intencionalidade na produção do acervo a partir de impulsos criativos e mercadológicos.

O caso da Osklen é um bom exemplo da relação entre a Arquivologia e a Museologia, pois indica que independentemente dos conceitos e do arcabouço teórico das duas áreas, ambas podem caminhar em parceria, expandindo o conhecimento na contextualização de acervos.

Considerações finais

O trabalho permitiu observar como as áreas de memórias empresariais foram constituídas e, desse modo, possibilitou compreender quais tipos documentais compõem áreas dessa natureza, permitindo problematizar os impactos das escolhas apenas pelos documentos oriundos de atividades finalísticas para subsidiar a memória institucional.

Especificamente nos arquivos oriundos de marcas de moda, emergem questões no que diz respeito às fronteiras entre os documentos arquivísticos e museológicos, pela tridimensionalidade das peças de indumentária presentes nos seus arquivos e por seu valor estético/artístico que, em alguns casos, dificulta a apreensão desses documentos como conjuntos orgânicos engendrados em contextos institucionais e até mesmo administrativos capazes de evidenciar, tanto quanto os documentos em papel, as funções e atividades da instituição.

Em um primeiro momento, as roupas de desfile pareciam ser objetos de museu. Contudo, as observações sobre a forma como elas se relacionam entre si e por serem utilizadas para ação ou referência no curso das atividades da empresa, permitiu analisá-las como potenciais documentos arquivísticos. Entretanto, mais do que objetivar determinar ou mesmo resolver se as roupas de desfile que compõem o acervo da empresa de moda Osklen tratam-se de documentos arquivísticos ou museológicos, o caso da marca permite perceber como as abordagens arquivísticas e museológicas são complementares para dar conta da complexidade dos arquivos de moda.

Por fim, numa perspectiva social, o estudo da indumentária permite compreender a cadeia de produção e as questões sociais nela envolvidas por meio da narrativa que os materiais que compõem as roupas permitem contar sobre quem as fabricou e em quais circunstâncias, da mesma maneira que revela como cada civilização se orientou a partir da maneira como se relacionou com os objetos de seu tempo.

Referências bibliográficas

BELLOTTO, Heloísa Liberalli

2002 *Arquivística: objeto, princípios e rumos*. São Paulo: Associação dos Arquivistas de São Paulo, 2002.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli

2010 Da Gênese à função: o documento de arquivo como informação e testemunho. In FREITAS, Lidia Silva de; MARCONDES, Carlos Henrique; RODRIGUES, Ana Célia, org. – *Documento: gênese e contextos de uso*. Niterói: Ed. UFF, 2010, p. 161-174.

BRASIL. Arquivo Nacional

2005 *Dicionário brasileiro de terminologia arquivística*. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2005.

BRASIL. Conselho Nacional de Arquivos. Câmara Técnica de Documentos Eletrônicos

2014 *Glossário Documentos Arquivísticos Digitais: 6ª versão*. [Em linha]. 2014. [Consult. 4 fev. 2018]. Disponível em:

http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/images/ctde/Glossario/2014ctdeglossario_v6_public.pdf.

BRAUDEL, Fernand

2005 *Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV-XVIII. Vol. 1 – As Estruturas do cotidiano*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2005.

CAMARGO, Ana Maria de Almeida

2010 Objetos em arquivos: algumas reflexões sobre o gênero documental. In *Seminário Serviços de Informação em Museus*. Pinacoteca, 2010.

CAMARGO, Ana Maria de Almeida; GOULART, Silvana

2015 *Centros de memória: uma proposta de definição*. São Paulo: Edições SESC, 2015.

CHAGAS, Mário

1994 Em busca do documento perdido: a problemática da construção teórica na área da Documentação. *Cadernos de Museologia*. 2 (1994) 29-47.

DEBOM, Paulo

2014 O Vestuário e a moda enquanto fontes para o estudo da história. In ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA DA ANPUP, 16, Rio de Janeiro, 2014 – *Saberes e práticas científicas: anais...* Rio de Janeiro: E.R.H.A, 2014.

DIAS, Fabiana; PIRES, Vladimir Sibylla

2013 Arquivo de moda e memória empresarial. In OLIVEIRA, L. M. V.; OLIVEIRA, I. C. B. – *Preservação, acesso, difusão: desafios para as instituições arquivísticas no século XXI*. Rio de Janeiro : Associação dos Arquivistas Brasileiros, 2013, p. 524-530.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING

[20--] *Fundação Hermann Hering*. [Em linha]. [20--]. [Consult. 27 jan. 2018]. Disponível em: <http://fundacaohermannhering.org.br/>.

LE GOFF, Jacques

2006 A Cultura material. In *A Nova História*. [S. l.] : Martins Fontes, 2006.

LE GOFF, Jacques

1992 Memória. In *História e Memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 1992, p. 423-483.

GONÇALVES, José Reginaldo S.

2007 *Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios*. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2007.

GOULART, Silvana

2002 *Patrimônio documental e história institucional*. São Paulo: Associação de Arquivistas do Estado de São Paulo, 2002.

MILLAR, Laura

2006 Touchstones: considering the relationship between memory and archives. *Archivaria*. 61 (Spring 2006) 105-126.

OLIVEIRA, Rok Sônia Naiária de

2012 A Perspectiva da cultura material nos estudos da indumentária. *Revista Historiar*. 4: 7 (2012) 50-61.

OSKLEN

[20--] *Osklen*. [Em linha]. [20--] [Consult. 14 jan. 2018]. Disponível em: <http://www.osklen.com/lojas>.

PADILHA, Renata Cardozo

2014 *Documentação museológica e gestão de acervo*. Florianópolis: FCC, 2014.

EL PAIS

[20--] *El Pais*. [Em linha]. [20--]. [Consult. 23 jan. 2018]. Disponível em: https://elpais.com/elpais/2017/05/23/estilo/1495534126_938787.html.

PAZIN VITORIANO, M. C. C.

2015 *Criação de centros de memória: memória institucional e memória organizacional*. [Em linha]. INFOhome, 2015. [Consult. 25 jan. 2018]. Disponível em: http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=944.

PAZIN VITORIANO, M. C. C.

2013 Centros de memória empresarial: documentos de arquivo como artefatos da cultura organizacional. In OLIVEIRA, L. M. V.; OLIVEIRA, I. C. B. – *Preservação, acesso, difusão: desafios para as instituições arquivísticas no século XXI*. Rio de Janeiro : Associação dos Arquivistas Brasileiros, 2013, p. 513-519.

PUC RIO

[20--] *PUC RIO*. [Em linha]. [20--]. [Consult. 7 jan. 2018]. Disponível em: http://www.puc-rio.br/Pibic/relatorio_resumo2011/Relatorios/CSS/ADM/ADM-Elisa%20de%20Rooij%20Mansur.pdf.

ROBIC, Luciane Adário Biscolla

2011 *A Comunicação do imaterial da marca: análise da comunicação do imaginário da marca Osklen: uma exemplificação no mercado da moda*. [Em linha]. São Paulo, 2011. [Consult. 7 jan. 2018]. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/4345/1/Luciane%20Adario%20Biscolla%20Robic.pdf>.

Tese de doutoramento em Comunicação e Semiótica – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

RODRIGUES, Ana Márcia Lutterbach

2004 *Uma Análise da teoria dos arquivos*. Minas Gerais, 2004.

Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

SOUZA, Sara Barbosa de

2010 *Memória empresarial: interesse utilitarista ou responsabilidade histórica?* São Paulo: Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, 2010.

Dissertação de mestrado – Universidade de São Paulo (USP).

ZUZU ANGEL

[20--] *Zuzu Angel*. [Em linha]. [20--]. [Consult. 27 jan. 2018]. Disponível em: <http://fundacaohermannhering.org.br/>.

Fernanda da Costa Monteiro Araújo | fernandacma@gmail.com

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Brasil

Fabiana Costa Dias | fabiana78@gmail.com

Instituto Moreira Salles, Brasil

Jorge Phelipe Lira de Abreu | j.phelipeabreu@gmail.com

Federação Brasileira de Bancos, Brasil