

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof^a Dr^a Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof^a Dr^a Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof^a Dr^a Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof^a Dr^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
D536	Diálogos entre moda, arte e cultura [recurso eletrônico] / Organizadora Natalia Colombo. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-898-4 DOI 10.22533/at.ed.984192312 1. Moda e arte. 2. Cultura. I. Colombo, Natalia. CDD 391.009
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

“Diálogos entre Moda, Arte e Cultura” intenciona articular pesquisas realizadas em diferentes regiões e Instituições de Ensino Superior do Brasil, em uma abordagem histórico-contemporânea de fenômenos sociais observados nos contextos culturais analisados.

Os primeiros textos tratarão de conceituar e delinear aspectos sobre cultura, relações psicossociais, aspectos simbólicos da roupa e seus reflexos na contemporaneidade. As relações de poder estabelecidas através do uso (ou proibição de uso) de itens do vestuário, as perspectivas simbólicas estabelecidas no consumo e os novos panoramas nas relações entre gênero e a roupa; são alguns dos temas abordados.

Na sequência, apresentamos referências normativas do estudo e aplicabilidade da abordagem acadêmica, relacionando o ensino do design á benefícios aplicáveis em comunidade: as novas perspectivas no cenário da colaboração e cooperação, a expansão das possibilidades de aproveitamento de recursos materiais e humanos, apontam para novas noções no entendimento de produção e consumo – um diálogo necessário.

As narrativas da propaganda em conjunção aos aspectos da roupa como meio comunicativo norteiam três textos dedicados a esboçar, através de uma perspectiva histórica, heranças que permeiam nossos entendimentos referentes ao poder, ao feminino e ao luxo e elegância. Sem correr o risco de propor uma abordagem anacrônica, verificar e interpretar práticas observadas ao longo da história colabora na compreensão das, aparentemente, novas condutas notadas no presente: invariavelmente acumulamos uma série de significados e estabelecemos um legado balizado por valores cunhados na tradição.

Os aspectos artísticos da moda são apresentados ao longo dos três últimos capítulos: compreender como instituímos no figurino narrativas que complementam produções artísticas colabora na concepção da roupa como potencial comunicador e do consumo como expressão identitária. Valer-se de um canal ‘superficial’ (não no sentido de ser leviano, mas por ser aparente e estar em evidência) como a roupa para estabelecer interações sociais em diversos níveis, é relevante na medida em que nos propomos a compreender nossas transmissões culturais.

Á Atena Editora agradecemos o espaço frutífero para a articulação e divulgação da pesquisa científica e aos que chegaram até este material, desejamos uma excelente leitura!

Natalia Colombo

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
ENSAIO SOBRE ROUPA E DOMINAÇÃO A PARTIR DA NOÇÃO DE CULTURA DE PAULO FREIRE	
Camila Maria Albuquerque Aragão	
Manuel Tavares	
DOI 10.22533/at.ed.9841923121	
CAPÍTULO 2	10
DESIGN DE MODA E AS RELAÇÕES DE PRAZER PROVOCADOS PELO VESTUÁRIO	
Juliana Bononi	
Cassia Leticia Carrara Domiciano	
DOI 10.22533/at.ed.9841923122	
CAPÍTULO 3	19
O ESVAZIAMENTO E A TRANSFORMAÇÃO SIMBÓLICA DA CALÇA COMPRIDA	
Camila Maria Albuquerque Aragão	
Carla Moura Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.9841923123	
CAPÍTULO 4	29
DE À LA GARÇONNE A LAGERFELD DO LEGADO ANDRÓGINO DE CHANEL AO NÃO-GÊNERO ATUAL	
Mônica Abed Zaher	
DOI 10.22533/at.ed.9841923124	
CAPÍTULO 5	38
A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA E O SISTEMA DE PROJEÇÃO APLICADOS NO DESIGN DE MODA	
Marly de Menezes	
DOI 10.22533/at.ed.9841923125	
CAPÍTULO 6	46
ESPAÇO COLABORATIVO DE MODA SOB A ÓTICA DE AMBIENTES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEOS	
Maria Julia de Lima dassoler	
Felipe Kanarek Brunel	
DOI 10.22533/at.ed.9841923126	
CAPÍTULO 7	53
A TECIDOTECA IFSUL CAVG: UM ESPAÇO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO	
Aline Maria Rodrigues Machado	
Luise Anita Wulff Al-Alan	
DOI 10.22533/at.ed.9841923127	
CAPÍTULO 8	63
O ARTESANATO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA – RS: DESIGN E SUSTENTABILIDADE	
Ana Mery Sehbe de Carli	
Gilda Eluiza de Ross	
Roberta Haefliger Martins	
DOI 10.22533/at.ed.9841923128	

CAPÍTULO 9	80
UPCYCLING NO SEGMENTO DE MALHARIA RETILÍNEA	
Ana Paula Gentile	
Francisca Dantas Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.9841923129	
CAPÍTULO 10	90
PROPAGANDA ATRELADA À MODA NO PERÍODO ELISABETANO: ANÁLISE DE DOIS RETRATOS	
Rafaella Fernanda Lucera dos Santos	
Maria Antonia Benutti	
DOI 10.22533/at.ed.98419231210	
CAPÍTULO 11	98
MODA FRANCESA EM PORTUGAL: TRAJES E ADEREÇOS COMO SINAIS DE DISTINÇÃO DE CLASSE SOCIAL, PODER E PERSONALIDADE EM OS MAIAS (1888), DE EÇA DE QUEIROZ (1845-1900).	
Denise Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.98419231211	
CAPÍTULO 12	116
A LINGUAGEM CONSTRUTIVISTA E A IMAGEM FEMININA NA PROPAGANDA DE MODA DA UNIÃO SOVIÉTICA	
Tamires Moura Gonçalves Leite	
DOI 10.22533/at.ed.98419231212	
CAPÍTULO 13	125
O DESIGN DE MODA NA NARRATIVA DO FILME O GRANDE HOTEL BUDAPESTE: O PAPEL DAS CORES NO FIGURINO	
Taciane Biehl Duarte	
Andréa Schieferdecker	
DOI 10.22533/at.ed.98419231213	
CAPÍTULO 14	139
TRAJE DE CENA: A POÉTICA DA LOUCURA NOS FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA	
Surama Sulamita Rodrigues de Lemos	
DOI 10.22533/at.ed.98419231214	
CAPÍTULO 15	147
TRAJES PARA CENA: A ABORDAGEM DOS TRAJES NO CINEMA DE ALMODÓVAR E DA INDUMENTÁRIA DE FRIDA KAHLO NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA	
Surama Sulamita Rodrigues de Lemos	
DOI 10.22533/at.ed.98419231215	
SOBRE A ORGANIZADORA	161
ÍNDICE REMISSIVO	162

PROPAGANDA ATRELADA À MODA NO PERÍODO ELISABETANO: ANÁLISE DE DOIS RETRATOS

Rafaella Fernanda Lucera dos Santos

Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.
Bauru – São Paulo

Maria Antonia Benutti

Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação; Departamento de Artes e Representação Gráfica.
Bauru – São Paulo

RESUMO: Este trabalho apresenta uma análise da produção iconográfica no reinado Elisabetano como forma de entender a propaganda política atrelada à moda durante a Renascença na Inglaterra. Serão utilizados dois retratos para analisar a indumentária da rainha Elizabeth, o Ditchley Portrait e o Rainbow Portrait, especificamente os simbolismos e alegorias apresentados no bordado e na joalheria.

PALAVRA-CHAVE: Bordado, joalheria, propaganda.

THE PROPAGANDA ATTACHED TO FASHION AT ELIZABETHAN ERA: TWO PORTRAITS ANALYSIS

ABSTRACT: This article presents an analysis about the iconographic production at The Elizabethan Era, as a way for understanding

the political propaganda tied to fashion during English Renaissance. To reach it will be used two portraits to analyze Queen Elizabeth's I costume, the Ditchley Portrait and the Rainbow Portrait, specifically symbolisms and allegories shown in embroidery and jewellery.

KEYWORDS: Embroidery, jewellery, propaganda.

1 | INTRODUÇÃO

A moda desde o seu surgimento no final da Idade Média estava ligada ao discurso de prestígio e privilégio social, entretanto, por mais que mulheres participassem da produção de um discurso de moda, os protagonistas sempre foram os homens, eram eles que ditavam os conformes nas relações sociais e conseqüentemente o universo de significados era delineado por seus ditames. Durante o período Elisabetano tal panorama muda, uma vez que a rainha toma para si as possibilidades que a moda propicia como utensílio subserviente à construção de sua persona pública.

Este trabalho apresenta uma análise da produção iconográfica no reinado Elisabetano como forma de entender a produção propagandista da época atrelada à moda, desde que as imagens icônicas dos monarcas Tudor tiveram um papel importante no estudo

da história inglesa, sendo importantes registros sobre o sucesso da exposição como forma de autopromoção.

2 | A PROPAGANDA ELISABETANA

Elizabeth I ficou conhecida na história como a Rainha Virgem ao se tornar o “marido” da Inglaterra em um casamento simbólico com o serviço público, renunciando à instituição matrimonial e não gerando herdeiros ao trono. O que poderia ser visto como fraqueza política e social foi transformado pela monarca em sua maior virtude, ao clamar, através de uma intensa propaganda durante todo o seu reinado, que teria abdicado de sua vida pessoal para dedicar os seus esforços ao dever de liderar a nação. Sua evasão em criar laços maritais foi retratada como um ato de altruísmo, o qual manteve a coroa inglesa afastada de interesses e compromissos estrangeiros que viriam atrelados às responsabilidades de um casamento real.

Elizabeth tinha conhecimento de que a aprovação pública era de grande importância para assegurar o sucesso de seu reinado. Assim construiu sua base política não somente sobre direito divino, mas também através de apoio popular, sendo considerada o primeiro monarca a estabelecer-se através do amor de seus súditos.

No século XVI, em uma sociedade patriarcal, uma nação ser liderada por uma mulher era considerado algo antinatural, o papel feminino era estritamente restrito ao âmbito doméstico, pois acreditava-se que mulheres eram temperamentais e propensas a atitudes impulsivas, influenciadas por paixões, e conseqüentemente inaptas para cargos de autoridade. Logo era esperado que a rainha se casasse e devolvesse o trono à liderança masculina.

A propaganda e a suntuosidade que a cercavam, a priori, poderiam ser consideradas vaidades femininas, entretanto, serviram como ferramentas para a criação de um personagem produto de um contexto político e religioso conturbados.

Quando Elizabeth I ascende ao trono, seus retratos passam a narrar de uma monarca maternal e bem quista pela nação. Já que após a saída da cristandade, graças à Reforma Protestante, sua propaganda recebe a complicada missão de modificar o pensamento inglês, o qual fora estabelecido pelos dogmas católicos séculos atrás. Com a substituição do pontífice e o surgimento de uma nova igreja a produção imagética precisa ressignificar as interações sociais com o ambiente em que está inserida.

O culto a Gloriana foi habilidosamente criado para reforçar o apoio público e, até mesmo, deliberadamente substituir aparatos religiosos da pré-Reforma, como o culto à Virgem, aos santos e suas respectivas iconografias, procissões, cerimônias e folias seculares. Assim ao invés dos vários aspectos do culto à Nossa Senhora, temos os “devotos” da Rainha Virgem; ao invés dos rituais e festividades de Corpus Christi, páscoa e Ascensão de Cristo, temos as novas festas do Dia da Ascensão de Elizabeth e seu aniversário. (STRONG, 1986, p.16)

Para suplantar a falta de ídolos, excluídos pelo protestantismo, a figura da Virgem Rainha foi construída para dar ao povo alguém a ser adorado. Ao ascender ao trono em 1558, aos vinte e cinco anos, produziram-se poemas e arte em ode à sua pureza e castidade representando-a como figuras mitológicas como Vênus, Ástrea e Diana, um artifício para colocar Elizabeth I no mesmo patamar de liderança que outras figuras espirituais de autoridade feminina. A celebração e constante evocação de sua virgindade constituíram acima de tudo um ato político, visto que esta se tornou:

Símbolo paradoxal do poder de uma mulher que sobreviveu para governar apesar da ilegitimidade, subordinação do feminino ao masculino na ordem de primogenitura, patriarcado e supremacia masculina, e quem permaneceu solteira em uma época a qual sermões oficiais favoreciam o casamento e atacavam o véu monástico do celibato e a veneração à Virgem Maria. (KING, 1990, p. 30, tradução nossa).

Parte importante do desenvolvimento da sociedade medieval é a construção do seu pensamento através de alegorias. A realidade era vista através de uma ótica fantasiosa, na qual à cada animal e planta era relegado um conjunto de características, defeitos ou qualidades que criavam uma narrativa utilizada para justificar a doutrina cristã. Em sua propaganda Elizabeth utiliza essa simbologia presente no inconsciente coletivo para fortalecer sua posição como “mãe da nação”.

3 | A PRODUÇÃO DE RETRATOS

Durante o período Elisabetano a Inglaterra passou por uma revolução na cultura. Houve um incentivo às artes, uma expansão da literatura e o surgimento de figuras importantes como Shakespeare. Nele estabeleceu-se uma produção imagética característica a qual é reconhecida até hoje.

Mesmo a confecção dos retratos era uma forma de demarcar a hierarquia social no país. Uma proclamação feita em 1563 buscava controlar tal produção. A rainha raramente disponibilizava seu tempo para posar para as pinturas e a poucos artistas foi permitido desenvolver uma matriz da imagem de Elizabeth que posteriormente seria utilizada por pintores licenciados.

A partir desse panorama social, Nicholas Hilliard, retratista popular na corte, produziu o que hoje se denomina “máscara da juventude”, uma matriz da imagem da rainha em que reduz os seus traços a linhas estrategicamente traçadas para rejuvenescer sua face. O maior ardil utilizado para manter a ilusão da Rainha Virgem e de sua juventude, foi o uso excessivo de ornamentos. O exagero servia como subterfúgio para desviar a atenção do povo dos problemas da monarquia, por exemplo o seu envelhecimento e uma falta de herdeiro ao trono. Quanto mais sinais da idade, mais exagerado ficava seu modo de vestir, o qual transferia o foco do observador para as joias e vestes suntuosas, resultando em sua imagem ser mais chamativa que seu corpo humano.

4 | DITCHLEY PORTRAIT

O Ditchley Portrait (Figura 1) constitui o maior retrato de corpo inteiro sobrevivente de Elizabeth I. Mais do que um exemplar de aparato propagandista representa a visão de um terceiro a respeito da rainha. Constitui em uma narrativa elaborada por um súdito para reconquistar os seus favores, adulando-a com simbolismos que reafirmam sua posição como a mãe de uma nação prospera.



Figura 1: Marcus Gheeraerts, 1592, Elizabeth I (Ditchely Portrait), The National Portrait Gallery

Fonte: <http://www.npg.org.uk>

A pintura foi encomendada por Sir Henry Lee como parte de um pedido de perdão, em 1592, no final do reinado de Elizabeth I. Henry foi o campeão da rainha até 1590 quando se afastou da corte, por viver abertamente com a amante, ato o qual era considerado uma ofensa à monarca.

Alguns acadêmicos especulam que a iconografia representa a rainha como a deusa romana Fortuna, a deusa do acaso, a qual foi louvada e desprezada pela inconstância com a qual decidia o curso do oceano e do clima. A representação da rainha como tal tornou-se recorrente após a vitória inglesa sobre a Armada Espanhola, celebrando o seu poder divino.

O traje da rainha apresenta uma versão contemporânea da deusa Fortuna. O

vestido foi produzido em cetim branco intercalado com seda, valendo-se do simbolismo atrelado à cor como sinal de pureza. Nas intersecções foram aplicadas rosas brancas ornamentadas com joias produzidas em ouro, algumas com grupos de pérolas, outras com rubis e safiras. Todo o vestido segue o mesmo padrão de ornamentos, fazendo alusão à sua casa real e seu direito divino ao trono. A gola do vestido, feito de um fino tecido bordado com as mesmas gemas remeteria às asas presentes nas representações da deusa Fortuna.

As pérolas se dispõem em toda a construção do traje, sejam espalhadas pelo penteado, em diversos colares de comprimento longo, no acabamento do corpete ou bordadas nas bordas de todo o vestido. Tais joias são empregadas na pintura para dar continuidade ao enredo de pureza e castidade da Rainha Virgem.

O adorno em formato de coroa, todo produzido em rubis e pérolas, o colar ricamente cravado com as mesmas gemas e o leque, introduzido na moda europeia por Elizabeth, seriam outro estratagema para enfatizar o sucesso da coroa e sua riqueza. Questão que retorna ao retrato com o posicionamento da rainha com os pés sobre um globo terrestre.

No retrato de Ditchley o armilar, um instrumento de astronomia, utilizado na navegação aparece em uma joia na orelha esquerda da rainha. Ligado à alegoria de Fortuna sugere que Elizabeth seria capaz de controlar forças violentas e enfatizar seu poder sobre a natureza. O dispositivo também é uma referência ao próprio Henry Lee, pois foi o símbolo utilizado pelo cavaleiro quando era o campeão da rainha.

Tal retrato não é um dos oficiais do Estado, porém seu simbolismo, alegorias e alto teor propagandista fazem com que seja considerado um dos mais fortes retratos políticos da Rainha e um grande símbolo de seu perdão para com seus súditos (TUDOR BRASIL)

5 | RAINBOW PORTRAIT

O Rainbow Portrait (Figura 2) é um dos exemplares mais destacáveis entre os retratos produzidos durante os últimos anos da rainha. A face rejuvenescida é a de “Ástrea, a Rainha da Beleza”, aquela que o retorno a Terra traz o manto de flores da primavera dos anos dourados (STRONG, 1977, p.50, tradução nossa).



Figura 2: Marcus Gheeraerts, 1600-1602, Elizabeth Rainbow Portrait, Hatfield House

Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Elizabeth_I_Rainbow_Portrait.jpg

O corpete de seu vestido é a representação da primavera, com flores cujo desabrochar ocorre durante tal estação, como madressilvas e amores-perfeitos. Na manga há uma cobra bordada e em sua boca pendurado um coração. A serpente é um símbolo de sabedoria, enquanto o rubi em formato de coração é sinônimo de paixão. A composição representa uma analogia de como o coração da rainha foi tomado pela nação e suas emoções são controladas através de sabedoria. Acima da serpente, feito em ouro e adornado com gemas, foi costurado um pingente de armilar, o qual é utilizado em outras narrativas, como a presente no retrato anterior (figura 3). Nesta pintura, a esfera celestial seria um indicativo da constância da monarca e representa o relacionamento estável entre Elizabeth e sua corte, por também simbolizar sabedoria e poder.



Figura 3: Detalhe de Armilar no Rainbow e Ditchley Portrait respectivamente

No manto laranja foram bordados diversos olhos e orelhas, os quais possuem duas interpretações, podem indicar a onipresença da rainha, que tudo vê e ouve em seu reino ou representar aqueles que ouvem e observam seu reinado. Em seu rufo, um pingente em formato de manopla foi pendurado, situando-a como a heroína dos cavaleiros britânicos. Em seu cabelo, constata-se a presença da lua crescente, alusão à Cíntia, deusa da Lua.

O retrato não é somente uma imagem da monarca, é também de seu reino. É a representação visual de seu poder e hierarquia social, ela é a Rainha da beleza, a virgem pela qual a era de ouro retornou, é a prosperidade, é alguém a ser devoto.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se considerar que a consciência política do reino e a da própria Elizabeth eram inseparáveis, a propaganda produziu uma narrativa ricamente elaborada que não há maneiras de estudar a história inglesa segregando-a de sua personalidade. Ademais a máquina de propaganda Elisabetana surtiu efeito, pois mesmo apesar de sua morte, conteúdos em ode à sua imagem continuaram a ser produzidos.

As preocupações com os detalhes, com a opulência e o exagero na construção da indumentária constituem um campo rico em significância capaz de expressar a conjuntura do período Elisabetano. Tais anos foram um exemplo de que a produção de moda não é puramente futilidade, sendo usada como ferramenta a favor da consolidação de um monarca.

REFERÊNCIAS

HAMRICK, Stephen. **The Catholic Imaginary and the Cults of Elizabeth, 1558 – 1582**. London: Routledge, 2009

KING, John. **Queen Elizabeth I: Representations of Virgin Queen**. Renaissance Quarterly, Chicago, v. 43, n.1, p 30-74, 1990.

PASTOUREAU, Michael. **Una historia simbólica de la Edad Media occidental**. Buenos Aires: Katz, 2006.

ROYAL Museums Greenwich. **Symbolism in portraits of Elizabeth I**. Disponível em: < <http://www.rmg.co.uk/discover/explore/symbolism-portraits-elizabeth-i> > Acesso em: 21 maio 2017.

_____. **Portraits of Queen Elizabeth I**. Disponível em: <<http://www.rmg.co.uk/discover/explore/portraits-queen-elizabeth-i> > Acesso em: 21 maio 2017.

SEAMAN, Paul. **Queen Elizabeth I: Part 1**. Disponível em: <<http://paulseaman.eu/2013/02/queen-elizabeth-i-part-1/> > Acesso em: 25 maio 2017.

STRONG, Roy. **The Cult of Elizabeth: Elizabethan Portraiture and Pageantry**. Berkeley : University California Press, 1986.

TUDOR Brasil. **Dissecando os Retratos de Elizabeth I – Ditchley Portrait**. Disponível em: <<https://tudorbrasil.com/2016/03/13/dissecando-os-retratos-de-elizabeth-i-the-ditchley-portrait/> > Acesso em: 28 maio 2017.

SOBRE A ORGANIZADORA

Natalia Colombo - Bacharel em Design de Moda (2015) e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2018). Bolsista Taxa PROSUP/CAPES (2016-2018). Membro no grupo de pesquisa: Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) do PPGCom UTP/Curitiba (2017). Pesquisadora nas áreas de Moda, Comunicação, Consumo e Identidade. Experiente na área de Desenho Industrial, com ênfase em Planejamento e Desenvolvimento de Produto e Gestão de Comunicação com ênfase em Eventos Científicos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Artesanato 53, 54, 55, 56, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78

B

Bourdieu 3, 5, 6, 20, 27

C

Ciclo de Vida 80, 81, 82, 83, 84, 87

Comunicação 2, 8, 12, 18, 26, 29, 30, 36, 40, 50, 51, 54, 90, 105, 115, 125, 138, 161

Consumo 4, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 56, 73, 74, 75, 82, 84, 99, 100, 114, 115, 119, 120, 121, 161

Cooperação 46, 47, 48, 49, 52, 76

Cor 18, 41, 54, 85, 94, 98, 101, 102, 105, 106, 110, 111, 112, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 153, 156, 157

Costumes 30, 32, 33, 37, 73, 105, 109, 125, 139, 147

D

Desenho 38, 39, 40, 44, 45, 74, 88, 122, 148, 161

Design 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 52, 54, 55, 56, 57, 62, 63, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 81, 83, 85, 86, 88, 89, 123, 124, 125, 126, 135, 136, 137, 143, 144, 145, 147, 161

Design de Moda 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 43, 44, 47, 54, 55, 57, 62, 63, 76, 77, 83, 125, 161

E

Estampa 54, 101, 122

Estética 11, 14, 53, 83, 104, 108, 112, 137, 139, 142, 143, 144, 147, 148, 152, 154, 155, 156, 158

Estruturas Sociais 5

F

Figurino 18, 125, 126, 127, 128, 130, 132, 135, 137, 139, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 159

Função 11, 13, 14, 17, 35, 44, 53, 105, 108, 120

I

Identidade 1, 2, 4, 8, 9, 10, 13, 23, 25, 26, 27, 30, 32, 63, 65, 66, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 161

Identidade Regional 65, 73

Imaginário 1, 23, 39, 109, 127

Indumentária 3, 4, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 30, 33, 90, 96, 130, 133, 147, 150

Interpretação 5, 25, 143, 144

L

Lipovetsky 3, 4, 8, 15, 16, 17, 19, 27, 37

M

Memória 19, 24, 25, 26, 27, 40

N

Não-Gênero 29, 30, 32, 36

P

Paulo Freire 1, 2, 3, 6, 7, 9

Processo 5, 7, 8, 12, 14, 19, 20, 21, 23, 24, 37, 39, 40, 41, 43, 49, 53, 59, 61, 66, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 104, 107, 123, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 150, 152, 156, 157, 159, 160

Produção 8, 12, 18, 24, 46, 55, 56, 60, 64, 65, 76, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 96, 139, 141, 142, 143, 144, 148, 150, 151, 152

Produto 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 24, 25, 63, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 91, 120, 123, 126, 144, 145, 161

Propaganda 30, 90, 91, 92, 96, 116, 118, 119, 120

R

Recursos 7, 20, 38, 60, 61, 72, 80, 82, 84

Relações de Poder 26

Relações Sociais 25, 26, 27, 90

Responsabilidade Socioambiental 82, 88

Ressignificação 21, 26

S

Simbólico 1, 6, 7, 16, 21, 25, 26, 66, 72, 91, 128

Subjetividade 2, 6, 8, 125, 126

Sustentabilidade 60, 61, 62, 63, 77, 78, 81, 88, 144

T

Têxtil 14, 18, 53, 55, 56, 59, 61, 80, 81, 82, 83, 88, 99

Tradição 3, 6, 70, 71, 72, 74

U

Upcycling 80, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 139, 144, 145, 146

Usabilidade 14, 15, 17, 25, 81, 84, 144

V

Valor 6, 7, 8, 10, 11, 15, 16, 25, 60, 61, 65, 66, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 83, 108, 122, 127, 144

Valores 1, 2, 7, 12, 13, 14, 16, 20, 23, 25, 26, 30, 32, 60, 65, 66, 72, 73, 74, 76, 78, 104, 108

Vestuário 1, 2, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 53, 54, 55, 56, 57, 73, 80, 81, 87, 88, 89, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 108, 114, 115, 148

