



Na Estante da Moda

Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)

Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)

Na Estante da Moda

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora

Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

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. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
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. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
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^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
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. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
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. 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. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a 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. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
N144	Na estante da moda [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana da Silva Bertoso. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Na Estante da Moda; v. 1) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-335-4 DOI 10.22533/at.ed.354192205 1. Moda – Pesquisa – Brasil. 2. Moda – Estilo. 3. Vestuário. I. Bertoso, Luciana da Silva. II. Série. CDD 746.9209
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

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

APRESENTAÇÃO

A obra “*Na estante da moda*” da Atena Editora, organizada em dois volumes, aborda pesquisas interpretadas por diversas perspectivas. A moda pode ser interpretada como um fenômeno, pelo qual ocorrem mudanças e transformações, envolve aspectos sociais, ambientais, econômicos e políticos. E além disso a indústria da moda engloba inúmeros processos e *stakeholders*, desde a extração da matéria-prima até o fim da vida útil de uma peça de vestuário, calçado, acessório entre outros produtos. O primeiro volume apresenta 21 capítulos e se inicia com uma abordagem histórica e sociocultural da moda, com pesquisas sobre o vestuário e as relações sociais hierárquicas, apontando como a partir da vestimenta se davam as relações de classes no Brasil, bem como a identidade da moda brasileira foi influenciada por determinadas culturas, como a europeia, africana e indígena. Nesse sentido, a moda é tratada como fenômeno que traz o novo como fator de estratificação social, diferenciação, e construção de identidades abordado também por perspectivas semióticas e psicanalíticas.

Sendo assim é possível ainda relacionar a moda com a produção da indumentária cênica, apontando como esta auxilia na construção das identidades dos personagens e as percepções acerca dos processos de construção do figurino.

Já o volume dois nos seus 36 capítulos trata a moda no âmbito da cadeia produtiva têxtil e de confecção que envolve os processos e empresas que atuam no desenvolvimento de produtos de moda, desde a extração da matéria-prima até o uso e descarte do vestuário. Aborda o design, a inovação e os processos criativos, como também a sustentabilidade econômica, ambiental e social. E finaliza com discussões acerca da moda no âmbito educacional.

As possibilidades de pesquisas e discussões sobre moda são vastas, por isso neste livro tentamos abordar alguns trabalhos que retratam um panorama geral, com os principais temas relevantes para a área.

Ademais, esperamos que este livro possa fortalecer as pesquisas em moda apontando os desafios e oportunidades, e instigando pesquisadores, professores, designers e demais profissionais envolvidos ao debate e discussão de um setor que impacta de forma significativa no mundo.

Luciana da Silva Bertoso

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
POIRET E IRIBE: REFLEXÕES ENTRE MODA E HISTÓRIA	
Camila Carmona Dias	
DOI 10.22533/at.ed.3541922051	
CAPÍTULO 2	13
A EUROPEIZAÇÃO DA INDUMENTÁRIA BRASILEIRA RETRATADA POR JEAN-BAPTISTE DEBRET	
Elton Luís Oliveira Edvik	
DOI 10.22533/at.ed.3541922052	
CAPÍTULO 3	23
JEAN- BAPTISTE DEBRET E O VESTIR FEMININO NO BRASIL	
Marina Seif	
DOI 10.22533/at.ed.3541922053	
CAPÍTULO 4	36
INSPIRAÇÃO CANGAÇO	
Ingrid Moura Wanderley	
DOI 10.22533/at.ed.3541922054	
CAPÍTULO 5	50
A SEMIÓTICA NO MUNDO DA MODA: UMA VISÃO PSICANALÍTICA	
Gabriela Cristina Maximo	
Evandro Fernandes Alves	
DOI 10.22533/at.ed.3541922055	
CAPÍTULO 6	59
O GLAMOUR DESPOJADO DA MARCA MARC JACOBS: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA	
Daniela Nery Bracchi	
DOI 10.22533/at.ed.3541922056	
CAPÍTULO 7	66
O CORPO NÔMADE E A INDUMENTÁRIA CIGANA: O CASO DOS CALONS DO ESTADO DE SÃO PAULO	
João Gabriel Farias Barbosa de Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.3541922057	
CAPÍTULO 8	83
REFLEXÕES SOBRE MODA E GÊNERO: UMA TEORIA DA REAPROPRIAÇÃO E RESISTÊNCIA	
Camila Carmona Dias	
Cayan Santos Pietrobelli	
DOI 10.22533/at.ed.3541922058	
CAPÍTULO 9	95
MODA NÃO-BINÁRIA: DA DISCUSSÃO PARA A EXECUÇÃO	
Barbara Evelyn Brito da Silva,	
Helder Alexandre Amorim Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.3541922059	

CAPÍTULO 10	110
A IMPORTÂNCIA DA MODELAGEM NA UNIFICAÇÃO DE GÊNEROS	
Fabiana Caldeira Tridapalli	
Glória Lopes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.35419220510	
CAPÍTULO 11	120
A MODA QUE ESTÁ NA MODA: COLEÇÃO “DIVERSOS CAMPOS”	
Lisete Arnizaut de Vargas	
DOI 10.22533/at.ed.35419220511	
CAPÍTULO 12	132
MODA PROPRIETÁRIA: UMA ANALOGIA ENTRE SISTEMAS DE COMPUTADOR E O SISTEMA DA MODA	
Yasmin Alexandre Có	
Cláudia Regina Garcia Vicentini	
DOI 10.22533/at.ed.35419220512	
CAPÍTULO 13	143
PRÁTICAS COMUNICACIONAIS NO VAREJO DE MODA: APROPRIAR PARA ESTABELECE R IDENTIDADE	
Natalia Colombo	
DOI 10.22533/at.ed.35419220513	
CAPÍTULO 14	155
REFLEXÕES DE SIGNOS DA MODA NO AMBIENTE ESCOLAR	
Laise Ziger	
Edivaldo José Bortoleto	
Fábio Daniel Vieira	
Everton Gabriel Bortoletti	
DOI 10.22533/at.ed.35419220514	
CAPÍTULO 15	161
O PROCESSO CRIATIVO DOS TRAJES DE CENA DA INSTAURAÇÃO CÊNICA “NO ME KAHLO”	
Surama Sulamita Rodrigues de Lemos	
Nara Graça Salles	
DOI 10.22533/at.ed.35419220515	
CAPÍTULO 16	170
A TEMPESTADE (1990): TRAJES PARA UM ENSAIO MINIMALISTA	
Sérgio Ricardo Lessa Ortiz	
DOI 10.22533/at.ed.35419220516	
CAPÍTULO 17	181
DESIGN DO FIGURINO DO GRUPO TAO DRUMS	
Amy Nagasawa Maitland	
DOI 10.22533/at.ed.35419220517	

CAPÍTULO 18	189
A HISTÓRIA DO FIGURINO NO CINEMA PORTUGUÊS: JASMIM DE MATOS	
Nívea Faria Souza	
DOI 10.22533/at.ed.35419220518	
CAPÍTULO 19	197
FIGURINOS DE VICTOR MOREIRA PARA OS PERSONAGENS DEMÔNIOS DA “PAIXÃO DE CRISTO”	
Andréa Cavalcante de Almeida Queiroz	
DOI 10.22533/at.ed.35419220519	
CAPÍTULO 20	213
MADEMOISELLE NOUVELLE VAGUE: O EMPODERAMENTO FEMININO POR MEIO DO FIGURINO	
Morena Panciarelli	
DOI 10.22533/at.ed.35419220520	
CAPÍTULO 21	221
TRAJE DE CENA: A POESIA VISUAL DA LOUCURA COMO PERSPECTIVA CRIATIVA CÊNICA	
Surama Sulamita Rodrigues de Lemos Nara Graça Salles	
DOI 10.22533/at.ed.35419220521	
SOBRE A ORGANIZADORA	233

POIRET E IRIBE: REFLEXÕES ENTRE MODA E HISTÓRIA

Camila Carmona Dias

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul/Campus Erechim. Erechim – Rio Grande do Sul

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo analisar uma das ilustrações construídas por Paul Iribe no álbum intitulado “Les robes de Paul Poiret” de 1908. Para atingir seu objetivo, o artigo traz, inicialmente, a metodologia utilizada na pesquisa, que é baseada na análise semiótica americana de Charles Sanders Peirce. Logo em seguida, apresenta o resultado da análise da ilustração.

PALAVRAS-CHAVE: Paul Poiret, Paul Iribe, moda.

ABSTRACT: The present work aims to analyze one of the illustrations constructed by Paul Iribe in the album titled “Les robes de Paul Poiret” of 1908. To reach its objective, the article initially brings the methodology used in the research, which is based on the semiotic analysis American by Charles Sanders Peirce. Then, it presents the result of the analysis of the illustration

KEYWORDS: Paul Poiret, Paul Iribe, fashion.

1 | INTRODUÇÃO

Paul Poiret (1879-1944), renomado costureiro do início do século XX, autointitulado

o libertador das mulheres em relação ao espartilho, trouxe uma nova abordagem do ponto de vista estético para a época. Criou uma linha de vestuário completamente nova, foi pioneiro em trazer influências orientais para a moda ocidental e desenhou uma coleção para “libertar as mulheres dos espartilhos”, com formas amplas e confortáveis.

O costureiro visitava galerias de arte para reavivar a sua sensibilidade artística e, além disso, tinha gosto pelo teatro, que lhe serviu, em inúmeras ocasiões, de inspiração para suas criações de Alta Costura. Era comum Poiret contratar artistas para criar ilustrações, e levou artistas talentosos para o seu atelier, como por exemplo, Paul Iribe.

Poiret, em 1908, reconhecendo que seus *designs* necessitavam de uma nova forma de apresentação, firmou parceria com Paul Iribe (1883-1935). Iribe foi um dos primeiros ilustradores de destaque a abandonar o realismo em favor de um espaço gráfico expressivo pelo uso da cor. O artista nasceu em Angoulême, França, em uma família de origem basca. Estudou na *École des Beaux-Arts* e no *College Rollin*, onde fez amizade com outros ilustradores como George Barbier, Georges Lepape, George Martin e Pierre Brissaud. No início do século XX, tornou-se ilustrador

aprendiz no jornal *Le Temps*. Também publicou ilustrações e caricaturas em jornais satíricos como *Rire*, *Sourire*, e *L'Assiette au beurre* (CHAGAS, 2007).

Assim, Paul Poiret o contratou para criar uma brochura, feita em 250 cópias, que apresentava seus modelos de uma maneira original: *Les Robes de Paul Poiret*. A publicação demonstra as damas parisienses, do início do século XX, usando vestidos da linha império, elaborados por Paul Poiret.

A ilustração foi muito influente e o apoio artístico de Poiret alavancou a carreira de Iribe. O artista realizou trabalhos semelhantes para Coco Chanel, Lanvin Jeanne, Jeanne Paquin, Soeurs Callot e Jacques Doucet. Também decorou o apartamento deste último em *Art Déco*. Mais tarde, estabeleceu o seu próprio estúdio em Paris, onde produziu desenhos para moda, tecidos, móveis e papéis de parede (BAUDOT, 2008).

Essa parceria entre Iribe e Poiret ajudou a alavancar as publicações de moda e as técnicas que seriam usadas na *Art Déco*. Em 1914, Iribe passou seis anos em Hollywood, trabalhando com figurinos de cinema e de teatro. Foi diretor artístico para a primeira versão do filme *Os 10 Mandamentos*, de Cecil B. De Mille. Nas décadas de 1920 e 1930, trabalhou para um jornal político de Paris, *Le Témoin*, no qual fazia ilustrações satíricas dos políticos de seu tempo (CHAGAS, 2007).

Dessa forma, o objetivo da pesquisa é analisar uma das ilustrações construídas por Iribe no álbum de 1908. Para atingir seu objetivo, o artigo traz, inicialmente, a metodologia utilizada na pesquisa, que é baseada na análise semiótica americana de Peirce. Logo em seguida, apresenta o resultado da análise.

2 | METODOLOGIA

Souza (1996) relata que a maior dificuldade ao tratar de um assunto complexo como a moda é a escolha do ponto de vista. A moda é um todo harmonioso e mais ou menos indissolúvel. Serve à estrutura social, acentuando a divisão em classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro do grupo); exprime ideias e sentimentos, pois é uma linguagem que se traduz em termos artísticos.

É a partir dessa visão artística e também histórica que o trabalho visa ancorar-se. Dessa forma a proposta metodológica desse artigo, foi utilizar pesquisa bibliográfica e documental, fazendo uso da análise de uma imagem do álbum de Poiret de 1908.

Fazendo uso da imagem como fonte de pesquisa, o presente trabalho buscou delimitar em três etapas seu percurso metodológico. A primeira foi o levantamento das fontes para definição do corpus documental para investigação. A segunda etapa constituiu em um maior aprofundamento bibliográfico sobre os códigos culturais e contextos históricos específicos do início do século XX. A terceira etapa diz respeito à análise da fonte, que é fundamentada na Teoria Semiótica de Charles Sanders Peirce

(1839-1914). Entretanto, acrescenta-se a tal teoria a questão histórica, que se optou por referir principalmente na análise do interpretante dinâmico.

É importante notar que a semiótica é a ciência que tem por objetivo a investigação de todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido (SANTAELLA, 2012a).

O signo é uma manifestação que representa algo que lhe deu origem. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, de substituir um outro diferente dele. “Ora, o signo não é o algo representado, ele apenas está em seu lugar. Ele só pode representar esse algo de um certo modo e numa certa capacidade” (NIEMEYER, 2010, p.36).

A semiótica peirceana tem seu fundamento na noção de signo, entendendo-o como qualquer coisa que representa algo para alguém. Charles Peirce desenvolveu a teoria triádica do signo, ou seja, a de que todo signo se estabelece a partir de relações que envolvem seu fundamento, suas relações com aquilo a que representa, seu objeto (ou referente) e com os efeitos que gera, chamados interpretantes (SANTAELLA, 2012a). A partir dessas relações, Peirce constrói os desdobramentos dos processos semióticos, criando uma qualificação própria para os signos.

Entre todas as tricotomias, existem três, as mais gerais, às quais Peirce dedicou-se a explorações meticolosas. Tomando-se a relação do signo consigo mesmo (1º), que resulta em quali-signo, sin-signo e legi-signo; a relação do signo com seu objeto (2º), de que resultam o ícone, o índice e o símbolo, e a relação do signo com seu interpretante (3º), que resulta em rema, dicente e argumento.

O objeto possui sua subdivisão em dinâmico (que está fora do signo), imediato (que está dentro do signo). Além disso, o interpretante segue essa mesma lógica se subdividindo em imediato (consiste naquilo que o signo está apto a produzir numa mente interpretadora qualquer), dinâmico (aquilo que o signo efetivamente produz na sua, na minha mente, em cada mente singular) e final (SANTAELLA, 2012a).

Portanto, depois dessa brevíssima explicação sobre a teoria da semiótica americana de Peirce, passa-se a análise semiótica de uma ilustração do catálogo “*Les Robes de Paul Poiret*”, desenhada por Iríbe. Tal ilustração foi escolhida entre tantas por representar, na visão da autora, uma inovação dentro das ilustrações do período, além de demonstrar as ideias de ruptura de padrões vigentes propostas por Poiret em seu álbum.

3 | RESULTADOS

A imagem escolhida para análise foi a ilustração de vestidos fluidos com silhueta império (Figura 01), dentre os quais encontra-se o modelo do vestido “Eugénie” (modelo roxo listrado, com abertura lateral) que pode ser conferido ao vivo no *Musée de la Mode e Du Textile*, no Palais du Louvre, em Paris. Tal ilustração encontra-se no



Figura 01 – Vestidos fluidos com silhueta império – coleção de Paul Poiret de 1908.

Fonte: Álbum *Les Robes de Paul Poiret* ilustrado por Paul Iribe

A análise da imagem inicia-se pelos quali-signos, pois a primeira pergunta a se indagar é: o que temos diante de nós? Antes de tudo, a exuberância da cor. A atenção nas cores vibrantes e vivas como o roxo, o azul, o amarelo e o laranja, além de um pálido bege contrastando com o fundo monocromático. Linhas simples e largas para figuras planas e abstratas. Percebe-se a estilização das formas e peso gráfico, alcançado através do contraste entre figuras de primeiro plano e fundo.

Esses são os quali-signos: a qualidade, o primeiro. Nesse nível inicial de análise, não se faz referência alguma às figuras ou àquilo que elas podem indicar, pois tal função encontra-se no índice.

O segundo fundamento do signo está no caráter de existente, o sin-signo. Tem-se aqui a realidade de um álbum como álbum. Importantíssimo salientar que a pesquisadora, na hora da análise, não esteve diante do álbum original, mas obteve o contato por meio de uma reprodução digital pesquisada em uma página digital na Internet. Essa é a realidade existencial (ou virtual) do que se apresenta nessa situação. Esse aspecto é muito importante nesta análise, porque um sin-signo álbum (original) apresenta quali-signos que são diferentes dos quali-signos de um sin-signo reprodução. “Quando o suporte se modifica, mesmo em se tratando de uma reprodução, os quali-signos necessariamente também se modificam” (SANTAELLA, 2012b, p. 89).

No caso da ilustração (reprodução digital) analisada, pode existir uma diferença entre a pigmentação das cores em relação ao álbum original. Além disso, perdeu-se a dimensão do álbum, pois o tamanho do catálogo foi uma escolha do artista.

Assim sendo, caso a pesquisadora estivesse diante do próprio álbum (original), o sin-signo seria sua realidade particular de um álbum singular, com dimensão de 313x277mm, devendo levar em consideração o lugar que ocupa, como uma biblioteca, um museu etc.

No terceiro fundamento do signo, encontra-se seu aspecto de lei. Neste caso, esse legi-signo pertence à classe das ilustrações e, no interior dessa classe, no gênero de ilustrações de moda do início do século XX. Ao mesmo tempo em que retoma valores da moda neoclássica, pode ser considerado modernista. Pode ser enquadrado, também, em certo padrão de álbuns (catálogos) de formato retangular.

Sob esses aspectos, esse álbum em particular é um sin-signo de tipo especial, ou seja, é uma reprodução que se conforma a uma série de legi-signos. O álbum, portanto, é um exemplar das leis que nele se corporificam (SANTAELLA, 2012b).

Observados os fundamentos, o caminho está aberto para a análise dos tipos de objetos a que esses fundamentos podem-se reportar. Dependendo da natureza do fundamento, também será diferente o tipo de relação do signo com seu objeto dinâmico (que está fora do signo). A via para o exame desses tipos de relações, que podem ser icônicas, indiciais ou simbólicas, está no objeto imediato (que está dentro do signo), a saber, no modo como o quali-signo sugere seus objetos possíveis, no modo como o sin-signo indica seus objetos existentes e, por fim, no modo como o legi-signo representa seu objeto (SANTAELLA, 2012b).

A profusão de quali-signos supracitados, em si mesmos, não seria capaz de representar nada fora dela se os traços, as linhas, os contrastes entre as cores e o fundo monocromático não sugerissem, como é o caso dessa ilustração, algumas figuras que poderiam existir e serem percebidas fora da ilustração, como, por exemplo, o quadro, a escultura, a mesa, as senhoras, os vestidos, a janela, a cortina, as árvores. Nesse caso, nota-se que as sugestões possuem realismo, com um poder de referência, pois são signos que representam seus objetos por apresentarem semelhanças de aparência com eles, ou seja, possuem seu aspecto icônico.

Entretanto, percebe-se que a ilustração possui um alto poder de referencialidade das imagens, de reconhecimento e de identificação de seus objetos. Dessa forma, há um “deslizamento” para seu lado indicial.

Santaella (2012b) ressalta que, para analisar o aspecto indicial, é necessário fazer a seguinte pergunta: mesmo existindo o aspecto icônico em proeminência, em que medida essa ilustração ainda guarda resíduos de figuratividade, quer dizer, em que medida ela é capaz de indicar objetos que estão fora dela e que ela retrata?

Ao examinar os aspectos indiciais dessa ilustração, percebe-se que ela se distribui em dois níveis: 1. a indexicalidade interna à própria composição; 2. a indexicalidade externa – o poder indicativo das imagens.

No nível interno, o quadro no canto esquerdo superior indicia uma parede, as cortinas indiciam uma janela, a mesa de canto e a barra dos vestidos indiciam o chão.

Já, no nível da indexicalidade externa, as figuras indicam três mulheres no interior de uma sala com objetos que lhe são próprios: mesa de canto, escultura, quadro, chão, parede, janela, espaço externo da casa (terreno com árvores). O modo de compor traz as marcas usadas por Paul Iribe por meio da técnica de *pochoir*. As árvores indicam a estação do ano. Os vestidos e adereços indicam que as mulheres possuem uma classe

social abastada. A composição das personagens indica uma cena social. Dessa forma, infere-se que os índices são muito expressivos. Basta observá-los com atenção.

Já os símbolos dizem respeito, em primeiro lugar, aos padrões pictóricos utilizados, nesse caso de ilustrações de moda do início do século XX. Iribe abriu novos caminhos com a introdução das figuras sobre esquemáticos fundos monocromáticos. O símbolo também diz respeito aos elementos culturais, às convenções de época que a ilustração incorpora. Entretanto, é importante salientar que as questões culturais e convenções de uma determinada época só funcionam simbolicamente para um interpretante. Dessa forma, os aspectos simbólicos serão examinados no momento da análise do interpretante dinâmico, quando a pesquisadora assume explicitamente o papel de interpretante dinâmico do processo de signo que vem sendo estudado.

Antes da análise do interpretante, entende-se como importante fazer-se uma breve síntese dos objetos imediatos e dinâmicos dessa ilustração. No seu aspecto icônico, o objeto imediato da ilustração pode ser definido nas qualidades pictóricas que Iribe utilizou entre o contraste de cores vivas e o fundo monocromático.

No aspecto indicial, o objeto imediato reside no poder de referencialidade das imagens. No seu aspecto simbólico, o objeto imediato diz respeito aos padrões pictóricos utilizados como a técnica em *pochoir*, o estilo modernista utilizado por Iribe, além do abandono do caráter informativo e detalhado pela busca de efeitos estéticos mais artísticos.

Já, o objeto dinâmico da ilustração é, enfim, aquilo a que a pintura se reporta. As imagens indicam uma sala com três mulheres, que usam vestidos ao estilo império e alguns adereços. As personagens encontram-se em um momento social, observando uma escultura. Além disso, existe uma janela com cortinas e uma imagem externa à sala com algumas árvores.

No que diz respeito à análise dos efeitos interpretativos da imagem, o primeiro nível do interpretante é o imediato, ou seja, diz respeito a todos os efeitos que o signo está apto a produzir no momento em que encontra um intérprete. Existe nele uma predominância do sensório sobre o documental e o simbólico, como, por exemplo, o fundo discreto, os adereços modestos e a atenção concentrada nas cores vibrantes das figuras ousadamente agrupadas.

Assim, quando o processo interpretativo se efetivar, nele tenderá a dominar o interpretante dinâmico de nível emocional. Também se pode dizer que há uma clareza de referencialidade das figuras e à composição como um todo.

Destarte, observa-se uma óbvia perceptividade das imagens que convocam e seduzem o observador a entrar no ambiente para ser e estar com aquelas mulheres da alta sociedade parisiense. Nesse nível, é o interpretante dinâmico energético que entrará em ação. Não se pode esquecer que a ilustração analisada é uma publicidade de um catálogo de moda e que seu objetivo é o desejo de consumo.

O nível do interpretante dinâmico lógico depende do repertório do intérprete, ou seja, depende da experiência que tal intérprete jê teve com o campo contextual do

signo, depende dos conhecimentos históricos e culturais que já internalizou.

Como supracitado, a pesquisadora assumirá explicitamente o papel de interpretante dinâmico lógico desse processo de análise, pois, de acordo com Santaella (2012b), aquele que faz uma análise semiótica a faz assumindo necessariamente a posição de interpretante dinâmico daquela semiose específica. Entretanto, não se deve entender, com isso, que a análise será reduzida em mera subjetividade, pois o percurso da semiose, que começou no fundamento do signo avançado até o interpretante, segue uma lógica que obriga o analista a se desprender de uma visão meramente subjetiva.

Dessa forma, a análise a seguir é construída a partir dos conhecimentos da pesquisadora, aglutinando-se aos fatos históricos, sociais e culturais. Assim, a pesquisadora ancora-se em autores para corporificar a análise histórico-semiótica aqui construída.

Como mencionado, a imagem analisada faz parte de um catálogo de moda intitulado “*Les Robes de Paul Poiret*”, seu ilustrador foi Paul Iribe, a convite do costureiro-artista Paul Poiret.

Observa-se que a imagem encontra-se na categoria de ilustração de moda. No início do século XX, alguns ilustradores passaram a buscar efeitos estéticos mais artísticos, deixando de lado os desenhos descritivos do século XIX, como Iribe, que fez uso, por exemplo, da técnica de *pochoir* e que não se preocupou em representar as proporções de corpo humano fidedignamente, ou mesmo criar volumes através da luz e da sombra. Além disso, o artista construiu a imagem com uma cena relativamente movimentada, com figuras de frente e de lado, interagindo com o cenário, ilustrando, assim, uma cena social. Tal ação foi dada como inovadora, pois, antes disso, as ilustrações representavam figuras posando estaticamente para o artista.

Assim, os estilos de ilustrar dos anos 1900 a 1910, como, por exemplo, o de Iribe, foram referência para o desenvolvimento da ilustração do século XX. Essa parceria entre Iribe e Poiret ajudou a alavancar as publicações de moda e as técnicas que seriam usadas na *Art Déco* (REIS; ANDRADE, 2011).

De tal modo, o contexto dessa ilustração, muito mais do que ser uma possível interação social entre as mulheres parisienses, fomentando o desejo de consumo das peças de Poiret, é o contexto da história das ilustrações do século XX, especificamente das ilustrações de moda.

Vale apontar que a ilustração analisada possui traços simples e composição plana e que tais formas representam os mesmos valores almejados pelas mulheres para o seus corpos no contexto do início do século XX.

Os três vestidos retratados na ilustração ressuscitam o estilo Império, do começo do século XIX, que, por sua vez, inspirava-se nos vestidos gregos da era clássica. Os drapeados leves, as cinturas altas e as saias retas abrigam-se sob longas túnicas. Usados com penteados “à antiga”, introduziam uma nova silhueta. Tais vestidos traziam mudanças estéticas, já que as mulheres, aprisionadas nas artificiais curvas

dos espartilhos eduardianos, puderam, enfim, experimentar uma sensação de relativo conforto no vestir (MACKENZIE, 2010). É interessante notar que o estilo império, usado inicialmente na corte napoleônica com influência neoclássica, possui uma leitura fortemente ligada à ideologia revolucionária. Assim, a abolição do espartilho, no século XX, pode e deve ser considerada uma vitória em relação aos direitos da mulher. Além disso, os vestidos marcaram a passagem de uma roupa volumosa para a silhueta mais fina que seria usada na próxima década.

A casa Callot Soeurs, Jeanne Paquin, Charles Frederick Worth, Gustav Beer e Jacques Doucet aderiram à inovação do Revival Império, mas foi Paul Poiret que chamou para si o mérito de, sozinho, ter libertado as mulheres de seus espartilhos.

Entretanto, liberar as mulheres do espartilho foi um processo cultural longo, que, sem dúvida, teve seu início com os movimentos críticos ao seu uso em meados do século XIX, passando pelo impacto dos figurinos e da corporalidade do balé moderno (*Ballets Russes*, Isadora Duncan etc.), o contínuo processo de envolvimento das mulheres em esportes (tênis, bicicleta, equitação, ciclismo, golfe etc.) e seu avanço no espaço público.

Portanto, Poiret não é o único responsável por retirar o espartilho das roupas femininas e alterar sua silhueta, mas todo um encontro de inúmeros campos (retomando o entrecruzamento do conceito de campo de Bourdieu) gerou várias transformações socioculturais, às quais o costureiro foi sensível, a partir do que adaptou a mudança para o universo da moda.

Os vestidos retratados na imagem seguem a linha Império e propõem às mulheres do início do século XX uma corporalidade que permite movimento e leveza, mas que dialoga francamente com o entorno artístico, isto é, por meio das cores fauvistas como o amarelo, roxo e azul.

Lipovetsky (1989) lembra, também, que Poiret, ao criar vestimentas que não faziam uso do espartilho, primou pela liberdade, como pode ser observado em sua própria fala: “Foi ainda em nome da Liberdade que preconizei a queda do espartilho e a adoção do sutiã” (Poiret, 1930, apud Lipovetsky, 1989, p.103). No entanto, pode-se dizer que o costureiro-artista prezava, sim pela liberdade, mas a sua, pois, ele encontrava “no espartilho um código secular que colocava um obstáculo à imaginação de novas linhas, uma armadura refratária à criação soberana”. Prova disso foi a criação da saia entravada em 1910, que, como o nome sugere, aprisionava a mulher obrigando-as a darem passos extremamente curtos. Dessa forma, infere-se que Poiret prezou muito menos pela liberdade das mulheres e preconizou a sua liberdade criadora como artista-costureiro, tentando-se desvencilhar dos grilhões de formas e de linhas impostas pelos códigos da época.

Como já exposto, a ilustração mostra três mulheres da elite parisiense. Nelas, nota-se a pele extremamente alva. Há, nessa parte, uma intencionalidade clara de demonstrar um alto poder aquisitivo, pois, desde a Era Vitoriana, o próspero homem de negócios esperava de sua esposa duas coisas: primeiro, que fosse um modelo de

virtudes domésticas e, segundo, que não fizesse nada, uma vez que a sua ociosidade significava o status social do marido. E possuir a pele clara era uma das maneiras de demonstrar esse ócio e a não necessidade de realizar movimentos mais vigorosos ao sol, como um trabalho braçal.

Ainda, observa-se que as três personagens utilizam com parcimônia maquiagem, como o pó de arroz, que ajuda a manter a pele mais alva. Nos lábios, batom vermelho e um leve ruge. Na época, apenas as atrizes de teatro e coristas usavam os olhos pintados e carregavam na maquiagem, principalmente no ruge e no batom. Essas ousadias de exageros não eram bem-vindas entre as damas da sociedade, que mantinham o preconceito de classe e não queriam ser confundidas com as atrizes (VITA, 2008).

Não se deve esquecer que as artimanhas utilizadas na ilustração visam, primeiramente a fomentar o desejo de consumo, e que o público-alvo de “*Les robes de Paul Poiret*” eram mulheres da alta elite burguesa.

Adentrando esse contexto, infere-se que a ilustração analisada retoma a sociologia da distinção, que se consolida por meio da ostentação de riquezas. Nessa perspectiva o princípio fundador da moda, e que rege a ilustração aqui analisada, é a ostentação (*conspicuity*), termo introduzido no estudo da moda por Thorstein Veblen. Assim, pode-se dizer que a “ostentação é a afirmação agonística, fundamentada na luta por posição econômica, status social ou inclusão cultural por meio de elementos visíveis e suscetíveis de serem interpretados por todos” (GODART, 2010, p.23).

Diante da afirmação supracitada, infere-se que a elite (classe ociosa, de acordo com teoria do consumo conspícuo de Veblen) diferenciava-se por meio da moda da classe trabalhadora, demonstrando um alto capital econômico aliado a um alto capital cultural, conforme teoria de Bourdieu (2007).

O capital cultural, agora mencionado, provavelmente pode estar ligado à interação moda e arte modernista, pois a ilustração escolhida para análise possui características inerentes a alguns movimentos artísticos do início do século XX.

Outra especificidade a observar com atenção refere-se à estampa do vestido azul (vestido do meio). Tal vestido possui uma estampa corrida (*rapport*) no formato de rosas levemente abstratas criadas por Iribe. A colocação de tal *rapport* possui um significado claro, pois a assinatura de Poiret era a rosa, a qual aparecia periodicamente em suas roupas. A utilização de uma “assinatura” demonstra o espírito empreendedor do costureiro-artista.

Poiret também investiu no que, na época, era pouco usual, mas que hoje se tornou um padrão entre as grandes marcas: a expansão vertical da linha de produto. Em sua maison, era possível encontrar, além de suas roupas, móveis, artigos para decoração e perfumes. Mas certamente, uma de suas maiores inovações no mundo da moda foi seu desenvolvimento da técnica de *moulage* ou *draping*, uma radical inovação em um mundo dominado pelo método de modelagem da alfaiataria. Esta técnica permitiu a Poiret criar suas peças com formas retas e alongadas, mas ainda fluidas, como

pode ser observado nos três vestidos ilustrados que demonstram drapejados, ótimo caimento e fluidez (RESENDE, 2013).

Outra especificidade da ilustração do vestido azul é a utilização de franjas e a percepção do parecer espiralado na barra desse vestido. Tal característica relembra as roupas mesopotâmicas que eram espiraladas e possuíam franjas em suas barras. Essas franjas eram sinônimo de status social naquela sociedade. Apesar de não haver registros comprovando essa ligação, talvez um ponto que poderia confirmá-la seria a predisposição do fascínio de Poiret pelo orientalismo.

Outro vestido que chama a atenção é o Eugénie (vestido roxo com abotoaduras nas laterais). O vestido, como supracitado, faz parte do revival da linha império. Contudo, não se pode esquecer que tal estilo retomou valores greco-romano. Assim, infere-se que o vestido, além de possuir clara inspiração na linha diretório (império), possui uma reinterpretação de um quítion grego, verificado pelas abotoaduras nas laterais. Além disso, os quítions poderiam ser tingidos e uma das cores utilizadas no período antigo era o roxo.

Outra característica que vale a pena analisar na ilustração do vestido Eugénie é a leve transparência no tecido plissado (lilás), que mostra com parcimônia a perna, mais propriamente a canela. Inicialmente, há uma nítida relação da transparência com a linha império do século XIX, pois, naquele momento, os tecidos eram extremamente finos e transparentes, o que levou as mulheres da época a utilizarem malhas coladas ao corpo para se protegerem do frio, como também para evitarem a exibição da silhueta.

Entretanto, por meio de um olhar mais aguçado, infere-se que, talvez, tal transparência poderia ser o prenúncio da teoria psicológica da zona erógena mutante demonstrando, ainda, com certa cautela a perna feminina, mas já estabelecendo um prognóstico da moda da década seguinte.

Ainda, é importante notar que o costureiro nomeava suas criações, como por exemplo, o vestido Eugénie. Tal ato provavelmente tinha a finalidade de acrescentar uma dimensão simbólica adicional às roupas.

Já, o terceiro vestido (amarelo e branco) traz inúmeros drapeados em branco sob um colete amarelo vibrante. A um simples olhar, parece que tal vestimenta faz, apenas, referência ao revival império, inspirado nos valores clássicos. Entretanto, com olhar apurado para história, pode-se dizer que os drapeados usados por Poiret são a verdadeira origem das formas modernas. Para confirmar tal afirmação, Harold Koda, curador-chefe do *Costume Institute* (CHAGAS, 2007), o departamento de moda do *Metropolitan Museum*, assim se refere: “Enquanto Chanel leva o crédito por criar o padrão de moda moderno, é o processo de design de Poiret, usando drapeado, a verdadeira fonte das formas modernas”.

4 | CONCLUSÃO

Diante do explanado, conclui-se que Poiret foi um dos primeiros a utilizar arte moderna para representar suas criações. Ele se apropriava das linguagens das vanguardas artísticas e as transpunha para sua obra. Pode ser considerado um dos maiores revolucionários da concepção do vestir.

De acordo com Resende (2013), Poiret foi um verdadeiro modernista, pois concebeu a moda como ponto de partida nacional para uma revolução mais profunda, que englobaria vários campos do saber.

O costureiro-artista foi o primeiro também a perceber que aliar moda e publicidade poderia render-lhe bons frutos. Assim, com a parceria de Paul Iribe, lançou “*Les Robes de Paul Poiret*”, que foi considerado um marco para as ilustrações de moda.

O corpus da pesquisa visa a trabalhar com a artisticidade no campo na moda, mas não se pode esquecer que as roupas não foram feitas apenas para serem roupas como arte, mas também para funcionar como um investimento na marca, de modo a gerar renda. Dissociar-se do mercado sempre foi uma estratégia importante para aumentar o capital cultural, mas o objetivo de aumentar o capital cultural da moda é em geral usá-lo depois para aumentar o capital financeiro. A moda sempre situou num espaço entre arte e capital, no qual muitas vezes abraçou o lado cultural para abrandar seu lado financeiro (SVENDSEN, 2010).

A partir das colaborações realizadas em Poiret, é possível constatar que elas têm uma grande importância na afirmação da marca como um expoente criativo. Parcerias realizadas com artistas de diferentes áreas enriqueceram seus trabalhos, pois criaram um olhar ampliado sobre a moda, dando à roupa novos significados.

REFERÊNCIAS

BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

CHAGAS, Tonica. **Paul Poiret: o estilista que criou a silhueta feminina do século XX**. 2007. In: Estadão. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,paul-poiret-o-estilista-que-criou-a-silhueta-feminina-do-seculo-20,20395>>. Acesso em: fev. 2017.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos: para entender a moda**. São Paulo: Globo, 2010.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

REIS, Ana Paola; ANDRADE, Rita Morais. **Ilustração de moda**: imagens no curso do tempo. 2011. In: 7 Colóquio de Moda. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT08/Comunicacao-Oral/CO_89396Ilustracao_de_Moda_imagens_no_curso_do_tempo_.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

RESENDE, Patricia Helena Soares Fonseca Rossi de. **Os caminhos do sistema de moda**: os diálogos com a arte e seus disfarces. Tese. Programa de Pós-Graduação, Doutorado em Educação, Arte e História da Cultura, Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo, 2013.

SAID, Edward W. **Cultura e Imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2012a.

_____. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2012b.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das Roupas**: A Moda no Século Dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VITA, Ana Carlota R. **História da maquiagem, da cosmética e do penteado**: em busca da perfeição. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

A EUROPEIZAÇÃO DA INDUMENTÁRIA BRASILEIRA RETRATADA POR JEAN-BAPTISTE DEBRET

Elton Luís Oliveira Edvik

Centro de Tecnologia da Indústria Química e
Têxtil, Faculdade SENAI CETIQT
Rio de Janeiro - RJ

RESUMO: Este estudo pretende refletir sobre a construção da aparência vestida de um indivíduo considerado civilizado no Brasil do início dos oitocentos, a partir das aquarelas do pintor Jean-Baptiste Debret. Destacam-se aqui, para efeito de análise, os indígenas tidos como civilizados, os escravos de casas ricas e os negros libertos. Trata-se de uma síntese de minha monografia de conclusão do bacharelado em Artes Visuais (habilitação: Figurino e Indumentária), apresentada em dezembro de 2016 na Faculdade SENAI CETIQT, no Rio de Janeiro. A pesquisa foi orientada pela Prof. Ms. Luciana Barbosa de Sousa.

PALAVRAS-CHAVE: Debret; indumentária; europeização.

ABSTRACT: This study intends to reflect on the construction of the dressed appearance of an individual considered civilized in Brazil from the beginning of the nineteenth century, from the watercolors of the painter Jean-Baptiste Debret. Will be analyzed the natives considered as civilized, the slaves of rich houses and the freed blacks stand out. This is a summary of my

conclusion monograph of the Bachelor of Visual Arts (habilitation: Costumes and Clothing), presented in December 2016 at the SENAI CETIQT Faculty in Rio de Janeiro. The research was guided by Prof. Ms. Luciana Barbosa de Sousa.

KEYWORDS: Debret; clothing; europeanization.

1 | INTRODUÇÃO

A eleição de preceitos para determinar o quão civilizado é um sujeito mostra-se como um comportamento bastante antigo das sociedades ocidentais. No século VIII a.C., viveu Homero, um poeta da Grécia antiga. Num de seus principais poemas épicos, Odisseia, o protagonista e herói da Guerra de Troia, Odisseu, ao chegar a um lugar estranho na sua viagem de volta para casa, costumava se perguntar se os habitantes do lugar seriam civilizados ou não. Naquele contexto, ser civilizado implicava ser gentil com os estrangeiros e respeitar os deuses. E no Brasil oitocentista? Quais costumes (no sentido lato da palavra) foram adotados com o intuito de construir o perfil de um indivíduo civilizado? Esta pesquisa baseia-se na produção artística e textual do pintor francês Jean-Baptiste Debret (1768 – 1848), atentando-se para a aparência vestida e para o comportamento dos brasileiros

que, de alguma maneira, ascenderam socialmente. Pretende-se problematizar a possível existência de um vestuário considerado “civilizado”, proveniente de um longo processo de adaptação aos padrões estéticos e culturais de procedência europeia. Para isso, procurou-se estabelecer o cruzamento das seguintes fontes: os relatos dos viajantes estrangeiros, a produção escrita e iconográfica de Debret e os estudos de historiadores brasileiros que se dedicaram a pesquisar o Brasil dos oitocentos.

Entre 1816 e 1831, Debret esteve no Brasil (especialmente no Rio de Janeiro) atuando como pintor da corte, professor da Academia e, ainda, registrando uma série de cenas cujas aquarelas seriam publicadas em três volumes sob o título de “Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil”. Em meio a uma sociedade muito religiosa, hierarquizada e cheia de contrastes, Debret descobre a cada instante um novo motivo para tomar o pincel. Serge Gruzinski destacou a importância de sua obra e o que salta aos olhos do pintor: “as observações inscrevem-se sempre na diacronia: Debret é sensível ao movimento do tempo e aos costumes que mudam, embora o parisiense que ele nunca deixou de ser assinala prioritariamente o avanço do bom gosto, a chegada das modas europeias” (ALENCASTRO; GRUZINSKI; MONÉNEMBO, 2001, p. 190). O senso de observação e o interesse por um registro, a priori, etnográfico tornaram o trabalho de Debret uma fonte muito rica de estudo da história social brasileira. Vera Beatriz Siqueira destaca o cuidado de Debret ao retratar as mudanças ocorridas no Rio de Janeiro desde a chegada da corte portuguesa:

Debret esforça-se, nos anos em que permanece no Brasil, para registrar os costumes antigos, rapidamente modificados pelo contato vaidoso com o cosmopolitismo dos cortesãos europeus. A sua longa estada permite-lhe presenciar a modificação nas vestimentas, nos calçados, nos hábitos cotidianos, nas construções, e até na situação política, com a passagem da Colônia para o Império independente em 1822. (SIQUEIRA, 2007)

A europeização dos costumes dos habitantes do Brasil certamente se iniciou já no século XVI, com a colonização. Contudo, a chegada da família real e de toda a corte portuguesa no Rio de Janeiro, em 1808, renovou o contato do Brasil com a Europa e intensificou o processo que, segundo o sociólogo Gilberto Freyre, “alterou a paisagem brasileira em todos os seus valores. Reeuropeizou-a – ou a europeizou – o quanto pôde” (FREYRE, 2004, p. 432). A historiadora Maria do Carmo Teixeira Rainho acredita que a europeização foi a base do chamado “processo civilizador” e consistiu na campanha pela eliminação das influências orientais até então predominantes, especialmente na cidade do Rio de Janeiro” (RAINHO, 2002, p. 54). Mas se por um lado os modos da maioria dos brasileiros eram tidos como selvagens, o mesmo adjetivo pode ser aplicado aos ideais capitalistas que estavam por trás do processo de reeuropeização. Essa campanha defendida pelos dirigentes brasileiros, desde 1808, interessava aos industriais ingleses e franceses e aos comerciantes e importadores estrangeiros e brasileiros que, após a abertura dos portos, comercializavam com facilidade seus produtos.

Freyre (2004, p. 430) destaca, também, que após três séculos de relativa

segregação entre o Brasil e a Europa não ibérica, esboçara-se um tipo brasileiro de senhor, outro de escravo, mas também “um meio-termo: o mulato que vinha aos poucos desabrochando em bacharel, em padre, em doutor, o diploma acadêmico ou o título de capitão de milícias servindo-lhe de carta de branquidade”. Como podemos perceber, nos hábitos vestimentares desses indivíduos, esse “desabrochar” social e o processo de “branquidade” apontado por Gilberto Freyre?

2 | A INDUMENTÁRIA MESTIÇA

Em “Viagem pitoresca e histórica ao Brasil”, Debret inicia o segundo volume com a classificação geral da população brasileira pelo seu grau de civilização. Essas categorias foram estabelecidas, segundo o pintor, pelo governo português. Seguem as onze denominações usadas na linguagem comum:

1. *Português* da Europa, português legítimo ou *filho do reino*. 2. *Português nascido no Brasil*, de ascendência mais ou menos longínqua, *brasileiro*. 3. *Mulato*, mestiço de branco com negra. 4. *Mameluco*, mestiço das raças branca e índia. 5. Índio puro, habitante primitivo; mulher, *china*. 6. Índio civilizado, caboclo, índio manso. 7. Índio selvagem, no estado primitivo, *gentil tapuia*, *bugre*. 8. *Negro de África*, *negro de nação*; *moleque*, negrinho. 9. *Negro nascido no Brasil*, *crioulo*. 10. *Bode*, mestiço de negro com mulato; *cabra*, a mulher. 11. *Curiboca*, mestiço de raça negra com índio. (DEBRET, 2008, p. 103)

Debret se debruçou sobre a representação e o estudo de sociedades indígenas, às quais nomeava como tribos, dividindo-as de acordo com seu nível de civilidade. O pintor afirmou que a inteligência varia “sensivelmente dentro das próprias subdivisões de uma mesma raça e na medida de sua civilidade.” (DEBRET, 2006, p. 68) Assim, segundo essa classificação debretiana, os mandrucus e mongoiós foram considerados selvagens, os botocudos pouco civilizados, os puris, camacãs e coroados mais ou menos civilizados e os guaranis foram considerados civilizados ou, pelo menos, selvagens convertidos ao catolicismo. O orientalista inglês William Gore Ouseley, que esteve no Rio de Janeiro entre 11 e 25 de setembro de 1810, observou a esposa de um chefe botocudo e relatou:

Essa rainha brasileira, como a chamavam, foi trazida para o Rio de Janeiro a mando do príncipe regente, que desejava, por meios conciliadores, civilizar a raça dos canibais. As roupas que foram arranjadas para ela e para os dois filhos eram constantemente rasgadas por eles. A mãe selvagem, no entanto, não dispensava seu colar, feito de dentes humanos; sob os lábios, havia uma abertura muito extensa, um rasgo, com uma peça de madeira devidamente encaixada, que pendia para a frente de maneira assaz desagradável. (FRANÇA, 2013, p. 50)

É preciso ter em mente o caráter normativo desse tipo de relato, assim como das representações e classificações realizadas por Debret. Suas observações estavam bastante obedientes às concepções e anseios europeus da época, assim como à ideia de que tornar-se civilizado é um benefício recebido pelo selvagem.

Uma particularidade importante, indispensável a um cidadão civilizado, era ser

evangelizado. Arrisca-se dizer que, muito provavelmente, é a partir da conversão ao catolicismo que o indígena e o negro conquistam a permissão de adotar uma conduta e uma aparência europeizadas. A seguir, um exemplo que figura essa discussão.



Figura 1: Índia Guarani civilizada a caminho da Igreja em trajes domingueiros

Fonte: BANDEIRA; LAGO, 2017.

Ao analisar o traje da índia (Figura 1) em destaque, é preciso fazer algumas ressalvas para que esse olhar esteja devidamente contextualizado. Primeiramente, a cena não foi retratada num ambiente urbano e Debret já deixa claro no título que aquele é um traje domingueiro, só usado em ocasiões específicas e, provavelmente, sua melhor roupa. Além disso, o pintor sugere que essa índia pertence a uma família abastada.

A aldeia de São Vicente, perto da cidade de Rio Pardo, província de São Pedro do Sul, constitui-se igualmente de famílias desses índios civilizados, que se dedicam com êxito à cultura da uva [...] Os guaranis proprietários, que têm o hábito de sair somente à cavalo, usam o rico costume hispano-americano. (DEBRET, 2008, p. 66)

Esse costume hispano-americano citado por Debret refere-se ao traje característico da região do Prata, portugueses ou espanhóis. Maria Beatriz Nizza da

Silva (1993, p. 227) percebeu certo desenvolvimento na maneira de vestir das índias: “[...] primeiro, o simples vestuário cotidiano de camisa e saia de algodão grosso, de modo que nunca se vejam nuas nem rotas; depois uma camisa de linho e saia de alguma droga para domingo; mais tarde sua capa, lenço, fita de cabelo, sapatos ou chinelas.” A índia de Debret se encaixa, claramente, ao grau mais avançado dessa progressão vestimentária que segue um ideal europeu. Sua postura também denuncia isso. Ela enrola o leque em um lenço branco e o segura com as duas mãos, posando-as sobre o ventre.

O capotão ou carrick de cabeções é a sobreveste que pousa sobre os ombros da índia e que pode ser apontada em outras iconografias debretianas (“Interior de uma residência de ciganos” e “Um funcionário a passeio com sua família”, por exemplo). Nota-se que, de uma maneira geral, esse modelo é usado por mulheres da sociedade oitocentista que deixaram de pertencer a uma classe marginalizada, como a dos índios selvagens, por exemplo, e desejam o respeito merecido pelos “cidadãos civilizados”. Silva (1993, p. 228) defende que, no caso das mulheres, e principalmente das índias, essa insistência pelo resguardo do corpo acontecia para evitar que elas despertassem os desejos sexuais dos brancos.



Figura 2: Interior de uma residência de ciganos
Fonte: ALENCASTRO; GRUZINSKI; MONÉNEMBO, 2001.

Louis de Freycinet, que esteve no Brasil entre 6 de dezembro de 1817 e 29 de janeiro de 1818, observou os ciganos residentes no Rio de Janeiro e redigiu o seguinte

comentário:

Dignos descendentes dos párias da Índia, de onde parecem ser originários, os ciganos do Rio de Janeiro cultivam, como aqueles, todos os vícios e são propensos a todos os crimes. A maioria deles dispõe de grandes riquezas e ostentam um luxo considerável em vestimentas e em cavalos – sobretudo quando comemoram suas núpcias, sempre muito suntuosas. (FRANÇA, 2013, p. 158)

A cigana da Figura 2 ostenta um capotão como o da índia guarani. Nota-se que a peça não é totalmente vestida, mas pousa sobre o corpo de quem a usa. Esse detalhe nos permite entender que essas mulheres não estão envolvidas em pesados trabalhos braçais, conferindo a elas maior prestígio diante daquela sociedade.

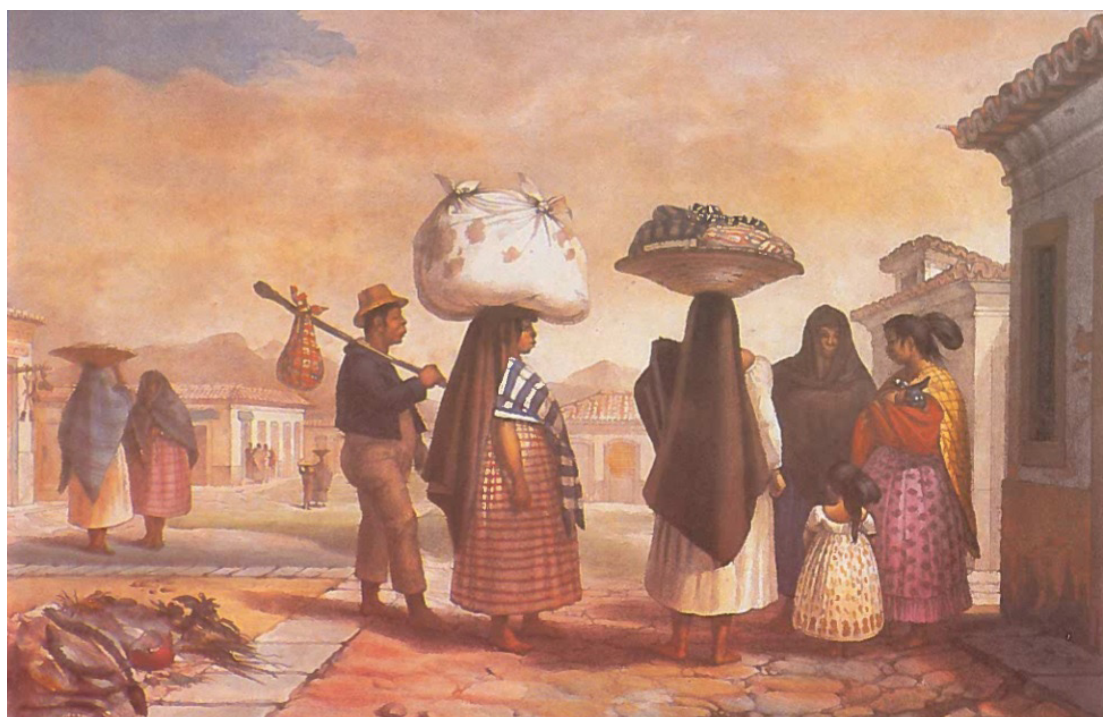


Figura 3: Caboclas lavadeiras na cidade do Rio de Janeiro

Fonte: ALENCASTRO; GRUZINSKI; MONÉNEMBO, 2001.

Debret, autor da pintura acima, referia-se aos caboclos como “trabalhadores indígenas semisselvagens” (DEBRET, 2008, p. 65). Já Johann Moritz Rugendas, pintor bávaro que esteve no Brasil entre 1822 e 1825, fez uma leitura dos índios mansos ou civilizados muito parecida com o que Debret retratou. O pintor fez o seguinte registro:

A tentativa de juntar aos índios selvagens alguns índios já civilizados, ou da mesma tribo ou de tribos aliadas, parece ter dado bom resultado. Até agora, entretanto, os índios mansos não parecem diferir muito dos índios selvagens; usam, porém, pelo menos nas solenidades, calças largas e camisolas; alguns têm chapéu de palha. As mulheres possuem vestidos de chita de cores vivas; as cabanas são um pouco maiores e mais bem construídas (RUGENDAS, s/d, p. 179).

Destaca-se, aqui, uma observação feita por Debret ao descrever esta prancha. O pintor diz que os caboclos, “como os mulatos, adquirem facilmente os vícios da civilização” (DEBRET, 2008, p. 65). Podemos entender esses “vícios” como o processo

de assimilação dos modos europeus pelas classes marginalizadas da população brasileira. O pintor parece considerar esse como o único, e sem volta, caminho a ser seguido.

Silva (1993, p. 228) usou o termo “aculturação vestimentária” para designar a adoção, por uma sociedade étnica (no caso, os indígenas), de um fato da cultura das aparências da sociedade dominante (os europeus). Assim, pode-se pensar numa mestiçagem dos hábitos vestimentares, porém sempre tendo em mente que era a aquisição de costumes europeus que sinalizava o quão civilizado era o indivíduo.

3 | A APARÊNCIA QUE DENUNCIA UM NOVO STATUS SOCIAL

Deve-se ter em mente que os viajantes estrangeiros já traziam imagens preconcebidas da realidade que iriam encontrar. Com seu olhar de homem branco colonizador, esse observador por vezes registrou e divulgou a imagem do outro de maneira estereotipada. Segundo Peter Burke, os estereótipos muitas vezes são formados pela oposição da autoimagem do espectador. O autor acredita que “os estereótipos mais grosseiros estão baseados na simples pressuposição de que “nós” somos humanos ou civilizados, ao passo que “eles” são pouco diferentes de animais como cães e porcos, aos quais eles são frequentemente comparados” (BURKE, 2004, p. 157). Assim, entendemos o processo de estereotipagem como um processo de desumanização, uma vez que “eles” são transformados em exóticos e distanciados do “eu”.



Figura 4: Negras livres vivendo de suas atividades
Fonte: ALENCASTRO; GRUZINSKI; MONÉNEMBO, 2001.

A prancha acima retrata ex-escravas nas ruas do Rio de Janeiro. O artista fez o seguinte registro sobre esse grupo:

[...] na classe das negras livres, as mais bem-educadas e inteligentes procuram logo entrar como operárias por ano ou só por dia numa loja de modista ou de costureira francesa, título esse que lhes permite conseguir trabalho por conta própria nas casas brasileiras, pois com o seu talento conseguem imitar muito bem as maneiras francesas, trajando-se com rebuscamento e decência (DEBRET, 2008, p. 219).

Das três negras em destaque na pintura, podemos perceber que uma delas está mais próxima do “traje rebuscado e decente”, mencionado por Debret, do que as outras. Trata-se da negra à esquerda, aquela que apoia o pé direito no degrau da porta de entrada da casa de modas francesas. É notório, nessa negra liberta, o uso de meias brancas e a sobriedade das cores de sua vestimenta.

A inglesa Maria Graham, que esteve no Brasil entre os anos de 1821 e 1823, registrou em seu “Diário de uma viagem ao Brasil” o vestuário dos negros livres. Esse relato refere-se aos negros da cidade de Recife, mas nos permite refletir sobre as diferenças e semelhanças com a indumentária da então capital brasileira. Graham fez a seguinte descrição:

O vestuário dos negros livres é igual ao dos portugueses nativos da terra: jaqueta de linho e calças. Nos dias de cerimônia, uma jaqueta de pano e um chapéu de palha compõem tanto um negro como um cavalheiro branco. As mulheres em casa usam uma espécie de camisola que deixa demasiado expostos os seios. Quando saem usam ou uma capa, ou uma manta; esta capa é frequentemente de cores vivas. (GRAHAM, 1990, p. 137)

É preciso destacar que este processo civilizatório das classes marginalizadas do Brasil oitocentista não foi incorporado naturalmente na sociedade. Ao contrário. Negras vestindo-se como mulheres brancas e negros de cartola, sobrecasaca, luva e bengala eram vaiados por moleques, também negros, inconformados com esses sinais de renúncia à classe servil. O historiador Otávio Tarquínio de Sousa encontrou no jornal “Nova Luz Brasileira”, do Rio de Janeiro, de 9 de março de 1830 a seguinte publicação:

[...] se aparecia no teatro, em camarote, um “cidadão homem de cor, livre” entravam brancos e supostos brancos “a espirrar” - “uso de Portugal para insultar os pretos”, esclarece o jornal – e “a gritar fora preto, fora carvão, ao que se ajuntam assovios e algazarras. (FREYRE, 2004, p. 524)

Gilberto Freyre destaca que, práticas de incivilidade dessa espécie eram cometidas por frequentadores de teatros, gente da corte, que de maneira paradoxal se diziam altamente civilizados.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A historiografia do Brasil foi construída por meio de um olhar muito específico: o do colonizador. Para a feitura dessa construção, as narrativas dos viajantes estrangeiros

tiveram um papel crucial. Os relatos de viagem devem ser, primeiramente, localizados num contexto. Quem os escreveu, quando, onde e para que público leitor eles estavam sendo redigidos. É importante salientar que o objetivo desses esclarecimentos não é desqualificar o que foi narrado pelos viajantes, e sim localizá-los em seus lugares de fala e afastar esses discursos de uma noção de verdade absoluta.

A evangelização, o processo civilizatório e a abertura dos portos às nações amigas estimularam o uso das modas europeias de maneira normativa, tentando equiparar os brasileiros aos europeus. Mas a “indumentária civilizada” permanece, muitas vezes, cheia de influências orientais, africanas e indígenas. Vimos que, apesar dessa imposição aos padrões europeus, havia alguns elementos do vestuário que eram restritos aos brancos, assim como alguns elementos marcavam os cidadãos que ascenderam socialmente.

Não é de hoje que o Brasil é um país mestiço. Mestiço nas cores, nos gostos, nas modas. Talvez essa seja uma característica constante aos países que foram colonizados: a mestiçagem. Europeias ostentando penteados enfeitados pelas penas de animais selvagens, mulheres indígenas envoltas em xales de tecidos orientais e negras de vestidos românticos à moda francesa. Em um de seus relatos, Debret afirmou que os brasileiros faziam uso de uma indumentária anglo-portuguesa. Mas além de inglês e lusitano, esse vestuário também era francês, mouro, ameríndio e afrodescendente. O fato é que todas essas misturas, por vezes cheias de incoerências, são temas encantadoramente propícios para se estudar.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO; GRUZINSKI; MONÉNEMBO. **Rio de Janeiro, cidade mestiça**: nascimento da imagem de uma nação. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BANDEIRA, J.; LAGO, P. C. do. **Debret e o Brasil**: obra completa. Rio de Janeiro: Capivara, 2017.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e imagem. Bauru: EDUSC, 2004.

DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem pitoresca e histórica ao Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2008.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp, 2010.

FRANÇA, Jean Marcel Carvalho. **Viajantes estrangeiros no Rio de Janeiro joanino**: antologia de textos (1809 – 1818). Rio de Janeiro: José Olympio, 2013.

FREYRE, Gilberto. **Sobrados e mucambos**: decadência do patriarcado e desenvolvimento do urbano. São Paulo: Global, 2004.

GRAHAM, Maria. **Diário de uma viagem ao Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1990.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda**: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.

RUGENDAS, Johann Moritz. **Viagem pitoresca através do Brasil**. São Paulo: Círculo do Livro S.A., s.d.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. **Vida privada e cotidiano no Brasil na época de D. Maria I e D. João VI**. Lisboa: Editorial Estampa, 1993.

SIQUEIRA, Vera Beatriz. **Aquarelas do Brasil**: a obra de Jean Baptiste Debret. 19&20, Rio de Janeiro, v. II, n. 1, jan. 2007. Disponível em: http://www.dezenovevinte.net/artistas/debret_02.htm. Acesso em: 16 nov. 2016.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**: a moda do século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

JEAN- BAPTISTE DEBRET E O VESTIR FEMININO NO BRASIL

Marina Seif

Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte – Minas Gerais

RESUMO: Jean-Baptiste Debret foi um dos mais conhecidos artistas viajantes que passou pelo Brasil no século XIX. O presente artigo visa discutir a contribuição de sua obra para o entendimento da moda e da indumentária feminina brasileira no período, registrando não apenas o modo de vestir de brancas e nobres, mas também os usos de negras e mestiças com suas particularidades.

PALAVRAS-CHAVE: Jean-Baptiste Debret, moda, indumentária

JEAN-BAPTISTE DEBRET AND THE FEMININE DRESS IN BRAZIL

ABSTRACT: Jean-Baptiste Debret was one of the most renowned travelling artists who lived in Brazil in the 19th century. The present article aims to discuss the contribution of his work in order to understand Brazilian clothing and fashion of the period, not only portraying the dress code of the white and noble women, but also the clothing of Indians, Mestizos, and Black women and their particularity.

KEYWORDS: Jean-Baptiste Debret, fashion, clothing

1 | INTRODUÇÃO

Em 1808 desembarca no Brasil a família real Portuguesa, juntamente com uma enorme comitiva de sua corte. Não havia no Rio de Janeiro uma estrutura adequada para se tornar a nova sede do governo português e, assim sendo, foram instauradas diversas medidas para tornar o local uma capital mais condizente com um governo real.

Uma das providências adotadas com o intuito de adequar a colônia à sua nova realidade de sede monárquica foi a abertura dos portos às nações amigas. Esta medida provocou a expansão do comércio no país, inclusive de roupas, adornos e têxteis, influenciando diretamente o modo de vestir da população. Outras providências também foram tomadas, como a criação do Banco do Brasil, a construção de estradas, o estímulo ao estabelecimento de indústrias, o cancelamento da lei que não permitia a criação de fábricas no país, as reformas dos portos e a instalação da Junta de Comércio.

Uma importante medida adotada para promover a arte e a cultura na colônia portuguesa foi a acolhida da Missão Artística Francesa, chefiada pelo artista francês Joachim LeBreton.

O principal objetivo em trazer a missão era a fundação da Academia de Belas Artes do Rio de Janeiro e, com isso, a implantação de um ensino oficial de arte no Brasil.

Entre seus mais ilustres integrantes, estava o artista conhecido pelo seu trabalho como pintor de história Jean-Baptiste Debret. Durante os 15 anos de estada no Brasil (1816-1831), Debret produziu um dos mais importantes registros iconográficos da história, dos costumes e da cultura do país no período. Assim sendo, seus registros se tornaram também relevante fonte de pesquisa para compreensão da indumentária e da moda neste espaço de tempo. Segundo Chataigner,

Fossem artistas com suas belas artes ou estudiosos de costumes e tradições, esses visitantes foram de grande valia para o estudo e a pesquisa do vestuário, dos trajes e vestes aqui usados e representados em aquarelas, óleos e outros materiais, a grande maioria assinada por Rugendas, Debret e Carlos Julião. Sem dúvida, um rico patrimônio com imagens, contornos e cores, prenunciando um desenho do que viria a ser a moda brasileira (CHATAIGNER, 2010, p. 76).

A preocupação em retratar a população em seus mais diferentes extratos e seu caráter histórico fez com que os trabalhos do pintor constituam um dos mais importantes registros dos usos e dos costumes do Oitocentos brasileiro. As diversas raças que constituíam a sociedade brasileira no referido período e a imensa variedade que as caracterizava ofereciam aos artistas um vasto material para execução de seus trabalhos. Assim, por meio destes, torna-se possível averiguar o modo de viver dos cidadãos, tanto em seus aspectos exteriores, como no que concerne a seus costumes, seus usos e suas ocupações. Julio Bandeira e Pedro Lago descrevem a população que habitava o Brasil nesse período como “exuberante, exibindo uma abundância de cores, gestuais e sensualidade”, afirmando que tal característica “contrastava em oposição ao comportamento apropriado a um europeu” (BANDEIRA & LAGO, 2009, p. 37).

Além do ofício de pintor e professor, Debret exerceu no Brasil outras atividades, como o redesenho da bandeira brasileira, obras de ornamentação pública e atuou até mesmo como figurinista, desenhando roupas religiosas, militares e trajes de gala para nobres.

As roupas sempre foram ícones de pertencimento e de diferenciação, e o seu estudo é um bom caminho para compreender o passado e as características de diferentes sociedades. Segundo a historiadora Mary Del Priori (2000), entre os séculos XVI e XVIII as roupas tinham papel político-social: serviam como forma de distinção para a classe de quem as vestia. “Na forma e na cor, elas significavam uma condição de vida” (PRIORI, 2000, p.79). Paiva (2006) faz uma correlação mais direta entre história e a forma de apresentação dos indivíduos, quando afirma que: “Ornamentos corporais femininos, tecidos coloridos e diferentes tipos de penteados são legítimos objetos historiográficos, e uma maior atenção dispensada a eles ajuda-nos a melhor compreender o passado e o presente” (PAIVA, 2006, p.218).

As modas e modos da população brasileira branca, negra, índia e mestiça podem ser identificados por seus trajes e modos. Debret se propõe a registrar as idiossincrasias

do encontro do mundo europeu com o mundo colonial. Como já dito anteriormente, Debret não foi o único a fazer registros do Brasil, mas sua importância se justifica, pois foi um dos artistas a permanecer por mais tempo no país e por priorizar a retratação da população, sendo esta ilustrada na maioria das vezes em destaque. Ao se investigar o trabalho do artista, analisando o modo de vestir da população do Brasil, torna-se viável diagnosticar a cultura material da população que se instaurou, constituiu identidade, valores e relações sociais na colônia portuguesa.

2 | DEBRET E O VESTIR FEMININO NO OITOCENTOS BRASILEIRO

Jean-Baptiste Debret, ou simplesmente Debret (1768-1848) foi um pintor de história francês. Nascido em Paris, foi discípulo de Jacques-Louis David (1748-1825), o líder do neoclassicismo francês e o pintor preferido de Napoleão Bonaparte, e entre as diversas funções exercidas na França, trabalhou como pintor na corte do imperador. Após a queda de Napoleão, a morte de seu único filho e a separação de sua esposa, Debret decide integrar a Missão Artística Francesa, que supostamente havia sido contratada pelo príncipe regente D. João (futuro D. João VI) e chega ao Brasil em 1816.

Ao que tudo indica, são muitos os mitos que permeiam a vinda da Missão para o Brasil. As controvérsias começam na motivação da formação do grupo. Enquanto a maioria dos pesquisadores afirma que o mesmo se formou a convite da corte portuguesa (se não diretamente por D. João, por membros da corte próximos a este), outros, como demonstra Pedrosa (1998), negam veementemente tal suposição. Para eles, a vinda da Missão foi uma articulação do artista e chefe da mesma, Joaquim Le Breton, que temendo os rumos da França com a ascensão de Luís XVIII ao trono, começa a articular com representantes do governo português no Brasil, mostrando-lhes as vantagens da constituição de uma escola de arte no Rio de Janeiro e, em paralelo, antes mesmo da confirmação da aprovação da empreitada, começa a articulação também com os artistas, prometendo-lhes fortunas e honrarias.

Independente da motivação, esses artistas não desembarcaram no Brasil sem prévio aviso; estavam sendo esperados. E para que a vinda deles fosse viabilizada, foram necessários grandes acordos políticos e a fundação de uma arte nem de longe era um consenso. Alguns membros do governo português não demonstravam o menor interesse no estabelecimento de uma instituição que não existia em Portugal. Ainda segundo Pedrosa,

Esses artistas não chegaram aqui “convidados” formalmente pelo governo de Sua Majestade. Vieram por conta própria, precipitados pelos acontecimentos políticos que os envolveram, com a complacência neutral da embaixada em Paris. Não eram intrusos, entretanto. Havia no ar a ideia de construir por aqui uma colônia de personalidades eminentes, artistas, engenheiros, etc. para ajudar no “desenvolvimento industrial e cultural” do novo país. O governo foi avisado da vinda deles. Esperou-os com a benevolência costumeira do próprio D. João nesses casos e a solicitude de um fidalgo de largas vistas como o Conde da Barca (PEDROSA,

Entre desentendimentos e resistências, o fato é que a chegada do grupo veio de fato a calhar aos interesses de D. João. Tendo podido retornar a Portugal em 1814 com a queda de Napoleão Bonaparte, o monarca decide permanecer no Brasil, iniciando um novo período para a colônia, que começa a se organizar para tornar-se um reino autônomo. Medidas como a abertura dos portos e o estabelecimento da ourivesaria como profissão, marcam essa nova fase. O projeto de criação de uma escola destinada ao ensino de artes e ofícios era relevante neste momento visto ser esse um importante passo para o desenvolvimento da indústria nacional e mais um passo na consolidação da autonomia do país, que aqui já dava seus primeiros passos rumo a sua independência.

Fato é que a juntamente com a missão, Jean-Baptiste Debret desembarca no Brasil e instala-se no Rio de Janeiro. Como pintor oficial da corte, registra momentos importantes da monarquia, como a aclamação de Dom João VI, a chegada da princesa Leopoldina (figura 1), a coroação de Dom Pedro I, além de diversos retratos da família real.

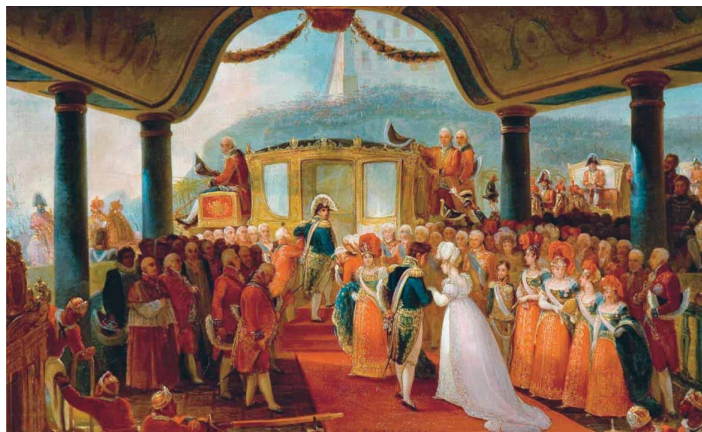


Figura 1: Desembarque de D. Leopoldina no Brasil

Jean- Baptiste Debret, 1818

Óleo sobre tela, 44,5x 69,5 cm

Fonte: <https://goo.gl/images/ziAgfs>. Acesso em 28 de abril de 2018

O artista também ministrou aulas de pintura em seu ateliê e de pintura histórica na Academia Imperial de Belas Artes do Rio de Janeiro, instituição que auxiliou na fundação. Desenvolveu todas essas atividades em paralelo com a produção de suas aquarelas sobre os tipos humanos, costumes e paisagens locais. Segundo Hill (2012), o artista

vinculado à cultura iluminista de seu país, o francês 'pintor de história' assumiu a defesa de ideais que, muitas vezes confrontados com o conservadorismo lusitano, alimentavam-se de seu entusiasmo pessoal em presenciar o nascimento de uma nova nação nos trópicos (HILL, 2012, p. 29).

Deixa o país em 1831 levando consigo para Paris seu discípulo Porto Alegre. Da volta a sua terra natal, publicou entre 1834 e 1839 uma série de gravuras reunidas em

três volumes intitulada *Voyage Pitoresque et Historique au Brésil*¹. Segundo o próprio artista, na introdução desta publicação, sua intenção era de

compor uma verdadeira obra histórica brasileira, na qual se desenvolvesse progressivamente uma civilização que já honra sobremaneira este povo, naturalmente dotado das mais preciosas qualidades, para merecer um paralelo vantajoso com as nações mais distintas do antigo continente. (DEBRET, 1968, p. 12)

Composta por 151 pranchas litografadas pelo próprio artista e contendo ao todo 232 imagens e uma grande diversidade de temas, a obra constitui um dos maiores registros existentes sobre o Oitocentos no Brasil. A publicação evidencia a preocupação documental do artista e é, sem dúvida, sua maior e mais expressiva realização artística. Com um colorido harmonioso, a obra tem um enfoque historiográfico e procura retratar as particularidades do país e do povo, não se limitando apenas a questões políticas, mas também à fauna, à flora, à religião, à cultura e aos costumes dos homens no Brasil. Taunay (1983) exalta a importância desta obra ao afirmar que

Não há quem desconheça o valor desta obra, repertório inigualável, quadro fiel, quanto possível, dos costumes nacionais, nos costumes dos primeiros anos do Brasil Imperial, tão mal documentado quanto a imaginária (TAUNAY, 1983, p. 265).

Com textos descrevendo as imagens, a obra de Debret ganha uma importância historiográfica tão grande quanto sua importância artística. Sendo a moda e a indumentária importantes elementos de manifestação sociocultural de uma sociedade, tais elementos não foram ignorados pelo artista. Muito pelo contrário, em algumas de suas pranchas aquareladas, configuram-se como temática principal de sua atenção.

Roupas, sapatos, adereços, cabelos com seus penteados e adornos eram detalhadamente representados em sua obra. Nobres europeus com seus modos importados de além-mar, brancos brasileiros com seus trajes adaptados do que reconheciam por “civilizado” e já ultrapassados, negros com seus trajes e cores africanos e índios com seus adereços; nada era ignorado pelo pincel do artista.

O interesse de Debret no modo de vestir brasileiro pode ser verificado em diversas imagens e trechos de “Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil”. Na figura intitulada como “loja de sapateiro” (figura 2), o artista ilustra um desses comércios onde a imagem nos diz mais sobre o exercício do ofício de sapateiro do que sobre os calçados usados na época, mas o texto se faz revelador, quando nos diz que

O europeu que chegasse ao Rio de Janeiro em 1816, mal poderia acreditar, diante do número considerável de sapatarias, todas cheias de operários, que esse gênero de indústria se pudesse manter numa cidade em que os cinco sextos da população andam descalços. Compreendia-o, entretanto, logo quando lhe observavam que as senhoras brasileiras, usando exclusivamente sapatos de seda para andar com qualquer tempo por cima de calçadas de pedras, que esgarçam em poucos instantes o tecido delicado do calçado, não podiam sair mais de dois dias seguidos

1 A edição original desta publicação é hoje um dos itens mais raros de nossa bibliografia. Sua importância vai além da qualidade das estampas litografadas, pois se deve também à vastidão de informações dos textos.

sem renová-los, principalmente para fazer visitas. O luxo do calçado é elevado ao máximo sob o céu puro do Brasil, onde as mulheres geralmente favorecidas por um lindo pé, desenvolvem, para ressaltá-lo, toda a faceirice natural aos povos do sul. As únicas cores usadas eram o branco, o rosa e o azul-céu; a partir de 1832 acrescentaram-se o verde e o amarelo, cores imperiais e usadas na Corte (...) (DEBET, 1968, p. 249).



Figura 2: Loja de Sapateiro

Jean-Baptiste Debret

Litografia, 19,9x23,8 cm

Fonte: <https://goo.gl/images/3cmjxP>. Acesso em 28 de abril de 2018

Sendo o uso dos sapatos um distintivo social, percebemos nas aquarelas do artista, contrapondo-se à imagem da sapataria, inúmeras figuras representadas descalças. O uso de calçados era restrito às pessoas livres, portanto não podia ser usado por escravos.

A cor azul, outro elemento muito presente nas ilustrações do artista e que foi, por séculos, considerado na arte uma cor nobre, por causa do custo de seu pigmento, originariamente extraído do lápis-lazúli, nas obras do artista representam justamente o contrário. Era uma cor frequentemente utilizada pois entre os têxteis era um dos pigmentos de menor custo e por isso posteriormente tornou-se a cor de tingimento do jeans, um tecido criado para ser utilizado essencialmente em roupa para o trabalho (DUNCAN & FARES, 2004).

Fica claro na obra do artista a roupa como um distintivo social. Os trajes das mulheres escravas era composto basicamente de sobras de retalhos dos trajes de

suas proprietárias. Se vestiam com o que lhes era cedido, uns tecidos toscos e rotos, que eram amarrados sobre seus corpos, cobrindo muitas vezes, apenas as partes julgadas indecorosas pela sociedade. Mantinham-se ligadas à sua cultura com o uso de alguns elementos de adorno e devoção, como figas, patuás, penças de balangadãs e turbantes.

Em alguns casos, a mulher escrava recebia de seus donos, trajes iguais aos das mulheres da casa, bem cortados e com tecidos nobres. Isso normalmente acontecia quando exerciam a função de dama de companhia e vesti-las à imagem e semelhança de suas senhoras servia como uma demonstração de riqueza e status da família a que pertenciam.

Havia também as negras de ganho, que andavam bem arrumadas e saíam pelas cidades vendendo os mais diversos produtos, para lucro de seus donos ou para sua subsistência, quando alforriadas. Usavam blusas curtas e soltas, deixando parte do colo e ombros à mostra. Carregavam consigo o pano da costa, em cores fortes e comumente listrado. A saia rodada e os turbantes completavam seu traje (VIDAL, 2015) e foram amplamente retratadas por Debret. Na imagem “Negra com Tatuagens Vendendo Cajus” (figura 3), o artista representa três negras de ganho, estando duas delas no segundo plano da imagem. É possível perceber nessa gravura alguns dos elementos acima mencionados, como as amarrações, o uso da cor azul e as penças de balangadãs, o decote, o pano da costa, entre outros. O pano da costa, chamado originariamente de alaká, era um elemento muito importante da indumentária negra no período. Recebe a nomenclatura “da costa” em virtude de sua origem. A nomenclatura “da costa” era também utilizada de uma forma generalizada para designar produtos de uso popular oriundos da África.

As formas de amarrar ao corpo traziam consigo um código, que variava de acordo com a nação, a ocupação, a hierarquia. Era composto por tiras de tecidos produzidos em teares manuais. Essas tiras chegavam desconstruídas no Brasil, pois segundo a tradição, aquele que fosse o fosse usar é que deveria uni-las, e, por essa razão, eram muitas vezes constituídos de diferentes cores e tamanhos (VIDAL, *ibid*).

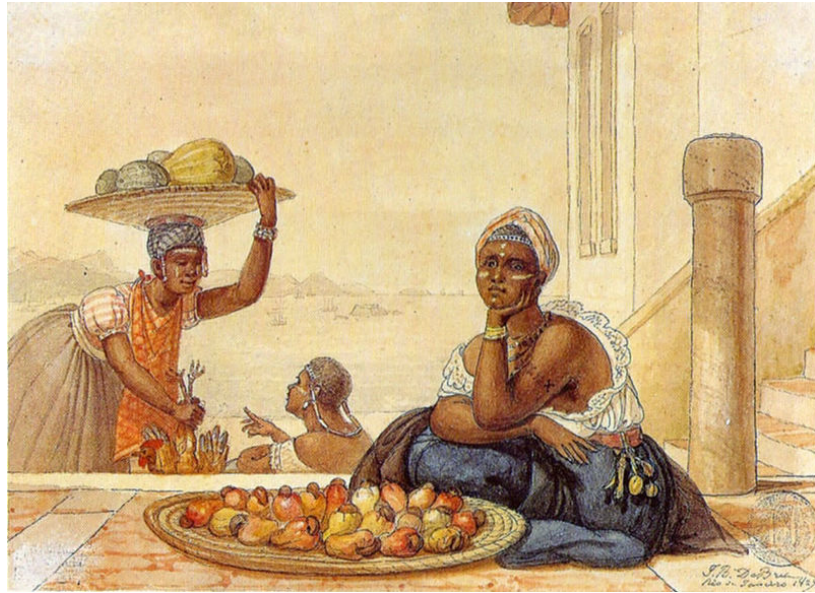


Figura 3: Negra com tatuagens vendendo cajus

Jean-Baptiste Debret, 1827

Aquarela sobre papel, 15,7x21,6 cm

Fonte: <https://goo.gl/images/9Am5cY>. Acesso em 28 de abril de 2018.

A tendência francesa deste momento era a simplicidade dos trajés, tanto os masculinos quanto os femininos. O vestuário masculino era composto por casacos de tecidos lisos, sem babados e rendas, mas foi o vestuário feminino a apresentar a maior ruptura com o período anterior. Espartilhos e anquinhas foram deixados de lado e o estilo Império foi adotado. Assemelhando-se a camisolas de tecido leve, com recorte logo abaixo do busto e normalmente nas cores branca ou rosa claro, era, por vezes, tão transparente que se fazia necessário usar malhas por baixo para não ser indecoroso. O tecido era amíúde molhado para colar-se ao corpo e criar pregas, representando as esculturas gregas (RAINHO, 2002).

A Revolução Francesa havia mudado não só a forma de pensar e se comportar da época, mas toda a forma de vestir. O luxo, o exagero e a opulência do período anterior, além de ultrapassados, se tornaram perigosos por serem associados ao Antigo Regime.

Além de representar os modos da população brasileira, Debret desenhou trajés para militares e para a nobreza. Entre as suas criações, está o vestido utilizado por Leopoldina na coroação de D. Pedro I. Um vestido branco, com corte império, bordado a ouro e um adorno de plumas nos cabelos. “O toucado de plumas, em forma de suporte de cocar, é usado num contexto de aproximação histórica do casal imperial com os habitantes nativos da terra” (DUNCAN & FARES, 2004, p.61).

O traje desenhado para a futura imperatriz era claramente inspirado nas tendências de moda ditadas pela França (figura 4). Com as devidas adaptações, essas foram as marcas das criações de Debret para a vestimenta, auxiliando na impressão do modo de vestir francês na moda brasileira. Com isso, o artista não somente registra o modo

de vestir no Brasil, influenciado pelo orientalismo indiano e chinês – e que dividia espaço nas ruas com trajés e cores oriundos da África e dos índios nativos –, mas interfere na construção dessa identidade, propondo um afrancesamento do vestuário nos trópicos e suas criações para a corte, com referências à moda francesa.



Figura 4: Imperatriz Leopoldina

Jean-Baptiste Debret, 1821

aquarela e lápis, 18x23 cm

Fonte: <https://goo.gl/images/EUWPua>. Acesso em 28 de abril de 2018

Ao trazer para a corte luso-brasileira o modo de vestir europeu, observa-se o enfraquecimento da identidade nacional do vestir, visto que a população brasileira desde sempre almejava os trajés e costumes vindos do exterior em detrimento das modas originárias brasileiras. Prova disso foi a primeira tendência de moda lançada pela corte portuguesa ao desembarcar. Tendo os navios sofrido uma infestação de piolhos, as damas da corte se viram obrigadas a raspar seus cabelos para se livrar da praga. As mulheres brasileiras, vendo as infantas desembarcarem com as cabeças raspadas, não hesitaram em cortar suas tradicionais e cultuadas cabeleiras.

Contudo, é um engano acreditar que o interesse do viajante pelo modo de vestir tenha sido despertado no Brasil. Durante sua juventude, Debret passou um período na Itália, o que resultou na produção de uma série de desenhos de motivos italianos, em que o artista privilegia, assim como em sua obra brasileira, o retrato dos tipos populares. Intitulada de *Costumes Italiens* a obra é composta de trinta e uma pranchas coloridas e numeradas, e a gravação destas datam de 1809 (COSTA, 2015).

Levando em consideração o nome dado à publicação e a atenção dada pelo artista na ilustração dos panejamentos romanos em seus desenhos, é possível que tal obra tenha como interesse principal o modo de vestir italiano. Embora sua publicação

sobre o Brasil contemple outras áreas de interesse, o volume três de sua obra também demonstra seu interesse pelo vestuário, trazendo inclusive pranchas com essa temática, como a prancha intitulada “Vestimenta das Damas de Honra da Corte”. Ao contrário de sua produção sobre o Brasil, a obra sobre os costumes italianos nunca foi publicada e o único exemplar que se tem conhecimento encontra-se na Biblioteca Nacional da França.

Embora em diversos trechos o artista exalte a nação que aqui estava a se formar e sua admiração pela mesma, sua obra não é isenta de seu olhar estrangeiro e nem é totalmente imparcial como muitas vezes se crê. É possível perceber em suas imagens uma idealização das figuras. Acredita-se que essa característica é devida à sua formação neoclássica, mas há ainda quem atribua essa idealização a uma adequação ao gosto estético francês, que era o público estimado para sua obra. As figuras dos índios representam bem a idealização imposta pelo artista em suas imagens, com corpos representados segundo os cânones clássicos europeus (LIMA, 2007).

Outro ponto importante a ser considerado é o fato de o artista pouco ter viajado pelo Brasil. Sua única viagem mais longa foi ao sul do país em 1827. Essa longa permanência em um só local faz com que alguns estudiosos sobre o assunto questionem seu papel como artista viajante. Em seus quinze anos de residência, permaneceu por quase todo período no Rio de Janeiro, fazendo com que parte de seus registros sejam baseados em imagens ou relatos de outros viajantes, principalmente os registros de tribos indígenas nativas. Segundo Costa (2015), a “prolongada estadia no país não anulou sua situação de estrangeiro, mas, ao contrário, pareceu acentuá-la, transformando-o em observador privilegiado dos costumes e das gentes brasileiras” (COSTA, 2015, p.173). Embora tenha permanecido por um longo período no país e o ter exaustivamente retratado, Debret manteve seus traços e ideais franceses.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho desenvolvido por Debret em terras brasileiras é tão significativo que pode ser encontrado nos mais diversos materiais que retratam o período no país. É comumente utilizado para ilustrar os mais diversos materiais sobre o período, foi destaque no desfile da escola de samba “São Clemente” em 2018, cujo tema do desfile era a Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro (Figura 5) e serviu de inspiração para criação do figurino da novela “Novo Mundo”, produzida pela rede Globo. Segundo Vinicius Coimbra, diretor artístico da novela,

Quando fazemos uma produção de época, é fundamental pesquisar as imagens daquele período. Debret foi o pintor mais importante e mais interessante daquela era. Ele dava atenção muito especial às roupas de quem retratava, uma riqueza de detalhes que levamos para os figurinos. (<https://oglobo.globo.com/ela/moda/ensaio-mostra-influencia-de-debret-em-novo-mundo-21508718>> Acesso em janeiro de 2018.)



Figura 5: Baianas da escola de samba São Vicente com trajes inspirados na obra de Debret

Fonte: <https://goo.gl/images/RFhgVQ>.

Acesso em 28 de abril de 2018.

É inegável a contribuição de Debret para o entendimento e construção de uma identidade brasileira da moda e da indumentária. Através da análise de suas obras é possível perceber não somente sua expressividade artística, mas também sua contribuição para a compreensão dos usos dos vestuários e adornos no cotidiano social em meados do século XIX brasileiro e os costumes da população que habitava a Luso-América. Tal análise interpreta a importância cultural e social das vestes para a população brasileira neste período, uma vez que a história da moda permite aproximarmos-nos da história de um grupo de cidadãos, de um povo ou, até mesmo, de uma sociedade.

O estudo dos costumes é normalmente ligado à forma de vestir da nobreza e das classes sociais privilegiadas. Debret dedica sua obra à análise e registro dos costumes gerais, dos negros – alforriados ou não – e da elite, visto que o vestuário está ligado a todos os fenômenos culturais, econômicos e sociais. Neste aspecto, as obras do artista constituem fonte rica e essencial ao estudo da moda e da indumentária no Oitocentos brasileiro.

Bandeira & Lago (2017) salientam que

O artista contribuiu não somente para a instauração do ensino de arte no país como também para a construção de uma imagem da luso-américa em diversos aspectos. Suas ilustrações oferecem-nos, assim, um amplo material para a discussão de diversos aspectos sociais e culturais do Brasil. Como bem explicita o autor Pedro Corrêa Lago, não só as gravuras de Debret, por sua quantidade e exatidão, contribuíram decisivamente para a formação da imagem do Brasil na Europa, como também desempenharam mais tarde um papel essencial no desvendar do nosso passado colonial e imperial. A partir do início do século XX, a divulgação fotográfica maciça das gravuras de Debret em jornais, livros e revistas transformou sua visão

do Rio de Janeiro e seus costumes em imagens familiares para muitos brasileiros, que passaram a identificar a iconografia debretiana como totem da história do Brasil. (BANDEIRA & LAGO, 2017, p. 55).

Seu interesse pelos tipos e costumes, unido à diversidade encontrada na colônia portuguesa, foram terreno fértil para a produção das obras que constituiriam mais tarde sua publicação. E, embora na época Debret não tenha alcançado o sucesso almejado com a publicação, esta hoje é responsável pela ampla divulgação de seu trabalho, tornando-se um dos mais afamados artistas viajantes que estiveram no Brasil no século XIX.

Com seu registro detalhado da realidade brasileira, mesmo que muitas vezes impregnado com seu olhar e julgamento estrangeiros, o artista contribuiu de forma singular não apenas para a construção de uma identidade do vestir no Oitocentos brasileiro, mas também para a construção de uma iconografia nacional. Compreendendo o trajar de uma época passada é possível identificar suas influências nas épocas posteriores e a origem dos elementos que constituem a identidade do vestir no Brasil hoje.

Se a permanência do artista no Rio de Janeiro provoca questionamentos sobre a fidelidade da representação feita por ele dos índios, dificultando o estudo da cultura desse nicho populacional, seu trabalho nos permite também perceber a perpetuação da indumentária negra usada no período até os dias de hoje. Panos da costa, turbantes, pencas de barangandãs, têm seu uso perdurado nos rituais e atividades tradicionais de origem africana, como os cultos afro-brasileiros e as baianas vendedoras de acarajé de Salvador, que foram reconhecidas como patrimônio cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 2005.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Júlio; LAGO, Pedro Corrêa do. **Debret e o Brasil: obra completa 1816-1831**. Rio de Janeiro: Editora Capivara, 2009.

BANDEIRA, Júlio; LAGO, Pedro Corrêa do. **Debret e o Brasil: obra completa, 1816-1831**. 3. ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2017.

CHATAIGNER, Gilda. **História da moda no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

COSTA, Thiago. **Brasil Pitoresco de Jean-Baptiste Debret: ou Debret, artista- viajante**. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2015.

DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil**. São Paulo: Círculo do Livro, 2 v. 1968.

DUNCAN, Emília, FARES. Cláudia. **Mulheres reais no Rio de dom João VI; modos de criação de uma exposição de moda**. Belo Horizonte: Campo das Vertentes e FIEMG, 2009.

FURTADO, Junia Ferreira. **Homens de negócio: a interiorização da metrópole e do comércio nas minas setecentistas**. 2ª Ed. São Paulo: editora Hucitec, 2006.

HILL, Marcos Cesar de Senna. **Quem são os mulatos?:** anotações sobre um assunto recorrente na cultura brasileira. Belo Horizonte: C/Arte, 2012.

LIMA, Valéria. **J.-B. Debret, historiador e pintor:** a viagem pitoresca e histórica ao Brasil: 1816-1839. Campinas, SP: Ed. Unicamp, 2007.

PAIVA, Eduardo França. **Escravidão e universo cultural na colônia :** Minas Gerais, 1716-1789. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

PEDROSA, Mário. **Acadêmicos e modernos:** textos escolhidos III. Organização Otília Beatriz Fiori Arantes. São Paulo: Edusp, 1998.

PRIORI, Mary Del. **Corpo a corpo com a mulher:** pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

TAUNAY, Afonso de E. **A missão artística de 1816.** Coleção Temas Brasileiros, vol 34. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1983.

VIDAL, Julia. **O africano que existe em nós brasileiros:** moda e design afro-brasileiros. Rio de Janeiro: Babilonia Cultura Editorial, 2015.

CAPÍTULO 4

INSPIRAÇÃO CANGAÇO

Ingrid Moura Wanderley

Universidade Federal de Campina Grande,
Unidade Acadêmica de Design
Campina Grande - Paraíba

RESUMO: O cangaço é um tema verdadeiramente fascinante e ao mesmo tempo intrigante. Tem a figura de Lampião como maior ícone, misto de herói e bandido. Sua rica história mistura fatos reais e imaginário popular, cativando e seduzindo pesquisadores, historiadores ou simples apaixonados pelo tema. Esse artigo é parte de uma pesquisa de conclusão de curso de especialização em moda e criação, com objetivo específico de olhar para o cangaço como rica ferramenta de pesquisa e criação.

PALAVRAS CHAVE: Cangaço; lampião; sertão nordestino.

ABSTRACT: Cangaço is a truly fascinating and at the same time intriguing subject. It has the figure of Lampião like greater icon, mixed of hero and villain. Its rich history blends real facts and popular imagery, captivating and seducing researchers, historians or simple subject-lovers. This article is part of a research realized for conclusion of a specialization in fashion and creation, with the specific objective of looking at the cangaço as a rich research and creation

tool.

KEYWORDS: Cangaço; lampião; northeastern backwoods.

1 | INTRODUÇÃO

“Como ninguém ignora, na minha pátria natal, ser cangaceiro é coisa mais comum e natural; por isso herdei de meu pai esse costume brutal...” (BATISTA). Iniciando com uma breve consideração, confesso que, como nordestina, esse tema do cangaço começou a incomodar-me e ao mesmo tempo encantar-me, no final de 2001. O tema “cangaço”, além de integrar minha cultura pernambucana, perpassa lembranças da minha infância. Quando criança, muitas vezes, escutei meu avô paterno contar histórias de Lampião e dançar xaxado, que é uma dança típica masculina originada no sertão pernambucano e executada em círculo, em fila indiana, avançando-se o pé direito em movimentos laterais e puxando-se o esquerdo, deslizando-o. Por outro lado, minha avó materna contava sua versão da época que vivia com temor dos ataques de Lampião e seu bando, quando ela morava em Triunfo, sertão de Pernambuco.

Muitas histórias sobre o cangaço não foram confirmadas, devido ao grande alvoroço

que sempre se fez sobre os cangaceiros. Muitas informações foram obtidas através de depoimentos orais de pessoas que viveram na época e outras resgatadas de se ouvir falar.

Esse trabalho tem como objetivo geral descrever o cangaço, contextualizando e sintetizando seu modo de vida. A questão focal que delimita este texto traz o tema do cangaço como rica fonte de inspiração e pesquisa em diversas áreas de estudo.

Assim, trata-se de uma revisão bibliográfica sobre o tema. O objeto tratado é basicamente a historiografia do cangaço, seu modo de vida nômade ambientado no sertão nordestino.

Apesquisa incluiu também o depoimento/conversa com o pesquisador e historiador Frederico Pernambucano de Mello, estudioso do cangaço, grande incentivador de projetos sobre o cangaço e autor de vários livros sobre o assunto. Sua mais recente publicação é “Estrelas de couro: a estética do cangaço” de 2012, onde mais uma vez o autor apresenta a riqueza da cultura nordestina centrada no cangaço, nos trajes dos cangaceiros. Trata-se de uma linda coletânea com alta qualidade de textos e imagens, onde descreve e analisa todo o traje dos cangaceiros.

No entanto, quero deixar claro que este artigo talvez seja uma tentativa de retomar a área de estudos sobre a moda e suas derivações. Em certos aspectos, percebo na moda uma rica e atraente área de estudos, além do que, considero atual e necessária a inter-relação de áreas do conhecimento, entre as quais destaco moda e design.

2 | CANGAÇO

A palavra cangaço origina-se de canga, o conjunto de arreios que amarram o boi ao carro de boi. É provável que esse nome tenha surgido porque os bandoleiros usavam as espingardas a tiracolo ou com as correias cruzadas no peito, lembrando a canga do boi.

O termo CANGAÇO define todo aparato que ornamenta a vestimenta do cangaceiro (bornais, armamentos, munição, comidas, roupas, dinheiro, etc.) que o mesmo levava consigo e jamais se desfazia deles nem nos momentos mais tranquilos, salvo na hora do banho, quando tinha essa oportunidade. Era comum ao cangaceiro, dormir e até mesmo ‘namorar’ totalmente paramentado com aqueles apetrechos, pois, sabia, a qualquer hora poderia estar sendo atacado pela polícia volante e não teria tempo de se equipar para fugir ou reagir. (DUNGA).

Existem várias correntes para definir a origem do cangaço, porém, o principal motivo desta vida movida pela criminalidade, teria sido o culto à valentia e à violência no sertão. A causa do surgimento do cangaço estaria na crescente e visível falta de justiça social no sertão perpetuada pelos grandes latifundiários coronéis, que podiam e mandavam em “tudo”. O matuto vivia sob o jugo do coronel, que com os seus jagunços armados protegiam-se de qualquer um que viesse a incomodar ou ameaçar seus domínios.

Os excluídos sociais surgiram com a fome, a seca, a falta de assistência social,

juntamente com a brutalidade do coronel e a violência policial, que defendia apenas os interesses da classe dominante. Desse grupo de excluídos sociais surgiu o fanático religioso, que vivia penitenciando e mendigando esmolas, e também o bandido salteador que virou o cangaceiro independente, como elucida Dunga.

Vários autores, dentre eles Queiroz (1997), revelam que, a origem dos cangaceiros era a mesma das volantes (forças policiais), eram fazendeiros, sitianteiros, vaqueiros, isto é, os habitantes do sertão seco. Muitos jovens tinham simpatia pelo cangaço, sentiam-se atraídos pelas histórias de lutas, “vida fácil” e fartura. Aderiam aos bandos, como forma de fugir do trabalho duro, diário, da vida difícil do sertão, da seca, da falta de trabalho, da fome. O cangaço proporcionava o sustento assegurado, fama, aventura, roupas vistosas. Contudo, o grande número de adesão ao cangaço se deve mesmo ao desejo de vingança, brigas familiares e assassinatos. O cangaço e a polícia eram na época as opções possíveis de emprego para grande parte da população sertaneja, em seus vários níveis socioeconômicos.

O período do cangaço independente coincidiu com a decadência do Nordeste. O empobrecimento geral da população data de fins do século XIX. (QUEIROZ, 1997).

3 | MODOS DE VIDA

Os cangaceiros eram silenciosos e ocultos, com passos rápidos e característicos, quando não perseguidos, as alpercatas de couro faziam no chão seco xá-xá-xá denunciando sua chegada. Andavam à noite, por entre os espinhos, pois não andavam por estradas.

Dissimulavam-se pelas caatingas, esgueiravam-se pelas casas, justificando o que o Sinhô Pereira afirmara certa vez: ‘cangaceiro é invisível, só é visto quando quer e vê todo mundo sem ser visto...’ assim eram Lampião e seu bando, de onde a fama de serem protegidos por forças ocultas, o que aumentava o terror que semeavam. (QUEIROZ, 1997, p.49).

O autor também destaca que, entre um ataque e outro, existiam períodos de descanso, onde os cangaceiros ficavam refugiados em esconderijos, levavam uma vida tranquila, comiam, bebiam e davam festas. Era nesses momentos de lazer que Lampião gostava de costurar e bordar com todo o seu capricho.

De acordo com o que Oliveira (1970) acrescenta, a cozinha no cangaço era improvisada. Faziam fogueiras ou cozinhavam dentro da terra para a fumaça não servir de sinal e não deixar rastros para a polícia. Para cozinhar os alimentos usavam latas, panelas de barro e batatas de umbu. Para servir usavam cuias de cabaça, pratos de ágata, latas vazias de doce, de manteiga e cuias de queijo tipo reino.

Quando estavam repousando, livres das perseguições e tiroteios, o horário das refeições era habitual. Mas quando perseguidos, a alimentação era incerta e racionada, comiam às pressas, com as mãos sujas. Portanto, a quantidade e a qualidade da alimentação dependiam da situação em que o bando se encontrava. Não existia

higiene na alimentação, a água era pouca e preciosa, como em quase todo o sertão. Por isso, os utensílios não eram lavados. Nas longas caminhadas sentiam muita sede, as cabaças e bogós (pequenos sacos de couro) conservavam a água fria.

A alimentação básica era carne de sol (carne seca de bode e de boi), farinha de mandioca e rapadura. Mas conseguiam também sal, paçoca, leite, queijo, coalhada e bebidas alcoólicas. Quando acampados nas fazendas, a alimentação era bem farta: buchada, panelada, guisado, galinha de cabidela, capão, bode assado, carneiro, carne de arrição, porco, caças, comida de milho, bolo e doce.

O grupo de Lampião gostava de fumar e jogar. Passavam noites jogando partidas de suecas, três sete, trinta e um e sete e meio. Gostavam também de dançar e cantar. Improvisavam bailes, quando se sentiam seguros. Dançavam o xaxado, dança típica dos bandidos, originalmente só de homens, caracterizada pela pisada, representação de um tiroteio. Os bandidos viviam em ambiente grosseiro e ignorante, porém, paradoxalmente, não evitavam o meio civilizado. Liam revistas, livros, folhetos e missais.

Mello em seu livro “Quem foi Lampião”, relata que, Lampião gostava e incorporava novidades desconhecidas no sertão em geral. É curioso ver a combinação do velho e do novo que Lampião promovia. Ele possuía um espírito aberto às inovações, de certa forma, ia deixando para o passado o velho sertão das superstições, do isolamento, da desconfiança (como norma de sobrevivência), da rigidez de costumes, da presença do demônio nas relações do cotidiano, do fatalismo, da vingança privada, dos padres com vários filhos, do culto à coragem. É espantoso vê-lo num modo de vida tão antigo, conviver tão comumente com avanços da época como gramofone, cinema, telefone, telégrafo, automóvel, caminhão, ônibus, luz elétrica, máquina datilográfica, máquina de costura, garrafa térmica, *flash-light*, binóculo e arma automática, enfim uma gama de produtos refinados.

Lins (1997) acrescenta que, às vezes Lampião interpretava os sonhos. Todo o bando levava a sério a simbologia das imagens e as interpretações. Isso também servia para tornar real a crença de Lampião ser um “verdadeiro iluminado”.

Os cangaceiros independentes, não tinham moradia certa, podendo ser considerados nômades. Oliveira (1970) relata que eles eram forçados a suportar a vida incerta e rude. No labirinto de vegetação agressiva, sentiam o silêncio da noite se quebrar pelo chocalhar das cobras cascavéis, que se aninhavam junto dos ranchos.

Como a água era muito preciosa, servia primeiramente para matar a sede. Os cangaceiros passavam vários dias sem tomar banho, sentia-se um mau cheiro quando passavam. As mulheres tentavam lavar o corpo. Quando encontravam um açude ou caldeirão se banhavam. O cangaceiro geralmente não lavava roupas, quando aparecia oportunidade as lavavam com folhas de juá. Usavam 3 ou 4 calças uma por cima das outras. Quando a calça ficava suja e estragada, era tirada ficando com a segunda limpa e assim por diante, até a última, que então tratavam de fazer outras. Os bandidos frequentemente costuravam roupas e bornais (bolsas conduzida à tiracolo,

também conhecidas como embornais, usadas por cangaceiros e policiais, em tecido resistente, alça larga, demasiadamente enfeitada nas partes visíveis). Usavam dois ou quatro bornais, dependendo da viagem, para carregar munição, alimentos, remédios e roupas.

Caminhavam árdua e exaustivamente a qualquer momento sob o sol e a terra quente e sem qualquer habitação por perto para descansar. Os objetos eram únicos e pessoais, cada um possuía seu copo, sua colher, seu prato e cabaça para água. Os canecos de alumínio eram envolvidos em saquinhos para não fazer barulho.

4 | TRAJE DO CANGACEIRO

“O cangaço foi uma forma de vida criminal orgulhosa, ostensiva, escancarada. Até mesmo carnavalesca, como no caso do traje, de muito apuro e de muitas cores”. (MELLO 1993 p. 28).

A riqueza de detalhes do traje do cangaceiro acentua-se no chapéu de couro, no bernal, no lenço de pescoço e nos anéis. O chapéu de couro era um acessório dos mais importantes da indumentária do cangaceiro.

O traje do cangaceiro é um dos exemplos demonstrativos do comportamento arcaico brasileiro. Ao invés de procurar camuflagem para a proteção do combatente, é adornado de espelhos, moedas, metais, botões e recortes multicolores, tornando-se um alvo de fácil visibilidade até no escuro. (VALLADARES, 1971 p. 15).

Mello (2000) afirma que, a vestimenta dos bandoleiros se mostrava imponente, tanto que, muitos jovens aderiram ao cangaço, fascinados pela beleza do traje dos cangaceiros. A vestimenta do Capitão Virgulino era a que mais se destacava, tornando-o inconfundível entre o bando. O tecido mais comum, o brim, usado nas calças e nas túnicas era o de mescla azul ou caqui. Lampião, porém, preferia o de cor grafite realçado por botões de ouro. Em cima da túnica, estreitadas por dobras e apresilhadas nas pontas, colocava-se as cobertas em forma de X sobre o tórax. Uma de deitar e outra de cobrir, geralmente em chita forrada e com estampas de cores fortes. As de Lampião eram em bramante da melhor qualidade, os seus bornais também seguiam mesmo padrão elevado.

O chapéu concentra a maior quantidade de elementos estéticos e místicos, característicos do traje cangaceiro. “Como expressão de arte, tem vida própria, podendo ser lido com ou sem o conjunto da vestimenta”. (MELLO, 2000, p.277). Todos os cangaceiros possuíam chapéus ricos e criativos, não existia um igual ao outro e nem diferenciação para os chefes. Era comum o adorno com estrelas de cinco pontas, símbolo de Salomão e flor-de-lis. O chapéu de couro era exclusividade dos homens, não permitido às mulheres, e geralmente tinha as abas levantadas na frente e atrás.



Figura 1: Chapéu de couro de chefe de cangaceiro

Fonte: MELLO, 2000

O chapéu de couro era feito de couro de cabra, carneiro ou veado. Evoluiu da aba grande para a curta, tendência mais urbana. Os cangaceiros tinham o hábito de quebrar a aba do chapéu e rebater para cima enfeitando-a com exagero e luxo. Essa tradição de rebater a aba para cima veio da estética do poder colonial, como também servia para facilitar a corrida contra a barragem de vento, além do imperativo de “ver acima dos olhos”. A aba traseira, quando grande era também rebatida para não roçar nos ombros. Mello (2000) complementa que, as grandes abas levantadas serviam para circulação de ar em torno da copa do chapéu.

Em tempos de muita chuva, Lampião permitia o uso do chapéu de feltro, similar ao de couro, com a finalidade de evitar o mofo preto e o peso do couro encharcado (MELLO depoimento a autora).

Toda riqueza e consistência artística do chapéu dos cangaceiros vêm da combinação dos elementos, para a formação do conjunto do objeto. Pois os elementos de adorno, isolados, não possuem valor artístico, sendo materiais simples como couro, tecido, ilhoses, fitas, metais. Mas o seu conjunto em harmonia, é que gera a chamada “arte de síntese”, observa peculiarmente Mello (2000). As técnicas e materiais de adornos aplicados nos chapéus são também encontrados nas outras partes de couro do traje dos cangaceiros.

O autor revela ainda que a ferragem sertaneja (cutelaria) era bem diversificada. Entre os cangaceiros, os punhais mereciam um certo destaque, pelo tamanho, riqueza material e sedução sinistra de seus desenhos.

Os punhais eram símbolos de status. O de Lampião era de 80 cm, e ninguém no bando podia possuir maior que este. Ele usava-o com estilo, em diagonal nas cartucheiras de cintura, sobre o abdome, sempre à vista, de aço da melhor qualidade, cabo de feitio sertanejo, à base de liga de prata lavrada, marfim, osso ou chifre de

boi, alianças de ouro incrustadas (tomadas dos inimigos) nas bainhas, algumas mais modestas feitas de couro ornamentado (MELLO, 2010). As mulheres também possuíam belos punhais, a diferença estava nos tamanhos menores.

Mello (1993) analisa que o bornal era outro elemento bastante significativo no traje dos cangaceiros, confeccionado em lonita (tecido grosso de algodão, porém menos encorpado que a lona), de cor clara, tão bordado com flores e frisos que o tecido de baixo desaparecia. As combinações de cores dos galões eram: vermelho ou azul pontilhado no caqui, amarelo sobre mescla azul, azul do céu sobre azulão carregado (mais raro). As flores eram bordadas à máquina em ponto corrido, também chamado ponto matiz. “Vinham tão ornamentados e ataviados de cores berrantes (lenços vermelhos, bolotas nos chapéus) que mais pareciam fantasiados para um carnaval” (Demóstenes Martins de ANDRADE, testemunha da entrada de Lampião em Tucano, Bahia, 1928, diário de Notícias, Salvador, Bahia, 14 de janeiro de 1929. Apud MELLO. 1993. p.39.).



Figura 2: Bornais bordados

Fonte: MELLO, 2000

Ainda segundo Mello (2000), os bornais representavam dois terços das cores, na indumentária dos cangaceiros. Eram enfeitados nas partes que ficavam à vista. Os macacos (policiais) também usavam bornais. Dependendo da ocasião, os bornais eram usados para colocar balas (além das cartucheiras), alimentos, remédios e roupas. Os bornais de bala ficavam por cima dos outros, para o seu peso não ferir o corpo, na caminhada. O conjunto de bornais era colocado por cima das cobertas atadas em X ao tórax, sobre a túnica. Os botões da tampa geralmente eram de ouro ou prata. O conjunto de bornais possuía uma pala horizontal do mesmo tecido e também ornamentada, que unia as alças diagonais, permitindo que os cangaceiros rolassem pelo chão, sem que a estrutura saísse do lugar. Geralmente, o peso do conjunto de bornais era superior a 20 kg.

O traje dos cangaceiros era de fato muito rico, amarravam lenços no pescoço que iam da seda pura inglesa ao tafetá francês. Estampados em cores fortes possuíam

monogramas e davam um toque muito fino ao visual.

O lenço de pescoço de 80 x 80 cm, em bramante, seda ou tafetá, segundo hierarquia informal, servia para distinguir as patentes dentro do bando: o recruta, o cabra e o chefe. Outro sinal de poder era o modo como se dava o nó do lenço no pescoço, o cangaceiro ia colecionando alianças de ouro, quando formava o cartucho, era considerado rico (MELLO, 2010).

Lampião era sempre o primeiro a criar estilos, depois seguidos pelos bandoleiros. Como por exemplo, o uso de anéis em quase todos os dedos das mãos. Alguns com esmeraldas, outros com rubis, brilhante solitário ou em chuva; pois amava ouro e pedras preciosas. Alguns dedos recebiam mais de um anel.

Segundo Melquiades da Rocha (1940), foram encontrados em Angico, no acampamento nas margens do São Francisco, vários pertences de Maria Bonita, como por exemplo, muitas peças de roupa, vestidos de feitiço singelo, mas modernos, com *fecho éclair*, vários objetos de toalete (sabonetes, *rouge*, batom), como também, dois pares de luvas de fio de algodão, bordadas com muito capricho. “... e não podemos deixar de convir em que apesar de todos os pesares, há ali progresso...” (Ezechias da Rocha apud ROCHA, 1940 p.47).

5 | MODA

Para Schulte e Lopes (2008), a função da moda é muito mais do que vestir o ser humano. Ela é uma linguagem simbólica, que ultrapassa esta simples função e passa a ser uma forma da pessoa se expressar e se comunicar socialmente, como acontecia com o homem primitivo. “... em todas as sociedades, o corpo é vestido, e em todo lado as roupas e os adornos têm um papel simbólico de comunicação e um papel estético”. (WILSON, 1985).

O “rei do cangaço” criou mais que uma moda cangaçeira. Com seus modelos e manequins vivos, impôs ao imaginário social um modelo de nobreza guerreira. A moda tornou-se, também no cangaço, símbolo de prestígio e status.

A moda no cangaço, ao contrário do império do efêmero, definido por Gilles Lipovetsky (1987), “agrediu, mexeu, propôs outros imaginários, criou outros signos, fundou seu próprio mito social e elaborou uma semântica do possível” (LINS 1997, p.59). A moda cangaçeira criou uma micro sociedade no universo do sertão entre coronéis, vaqueiros, agricultores, camponeses e místicos.

Lampião parecia querer superar a falta de uma boa origem, pela elegância, beleza rude dos tecidos e postura de herói. A moda no cangaço, foi uma expressão da diferença na grande diversidade da cultura sertaneja, contrária aos heróis oficiais e bandidos de alta classe. Pela moda, Lampião marcou sua singularidade, mostrou-se, instituiu-se e legitimou-se.

Antes da chegada de Maria Bonita, a moda no cangaço, já existia. Porém, seu

orgulho e beleza, a tornaram uma figura central da estética cangaçeira, como também, uma deusa viva e amorosa. Além de manejar as armas com perfeição, Dadá, mulher de Corisco, era considerada a estilista do bando.



Figura 3: Vestido de batalha de Maria Bonita e alpercatas de rabicho de Lampião

Fonte: MELLO, 2000, p.288

Até nos modelos para uso em combates, existia uma certa elegância. Os homens usavam uniformes de alvorada grossa e as mulheres saias e blusas bem acabadas de mescla azul clara, de mangas compridas, meia perneira de lona, alpercatas, decote alto e chapéus de feltro. Nos cabelos usavam tranças e cocós e para enfeitar usavam fivelas e grampos. As unhas eram curtas e usavam pouca maquiagem, apenas *rouge* e pó-de-arroz. Algumas cangaçadeiras, inclusive Maria Bonita, nas festas e tempos de trégua, usavam luvas de couro ou de tecido finamente bordado, com certa nobreza nos traços e nas nervuras. Os homens, além da elegância e exuberância dos uniformes, usavam óculos escuros, chapéus enfeitados, lenços, anéis, alguns exibiam dentes de ouro que surgiam em meio ao alucinante desfile de signos.

Eventualmente, Lampião desenhava e confeccionava botas, símbolos da moda militar e guerreira. A partir dos anos 30, as botas e chapéus faziam referência aos modelos usados por Napoleão, porém, no estilo austero de heróis imaginários. As cangaçadeiras exibiam elegantes cartucheiras, algumas fabricadas pelo capitão. Pois como sabemos, Lampião criava e costurava, às vezes, seus próprios trajes, pois era exímio artesão, trabalhava muito bem no couro e no tecido. Seus lenços de seda e seus trajes eram marcados com as iniciais: C.V.F.L. (Capitão Virgulino Ferreira Lampião).

Lampião amava ouro, joias e adereços. Esse gosto é visto por alguns como um traço forte de vaidade feminina. O capitão estava sempre coberto de ouro e convivia

com familiaridade com o metal precioso.

A moda cangaçeira cria, então, o cangaceiro autor e agente de sua história, o sujeito múltiplo do cangaço, o bandido como o povo gosta; rico, fidalgo, belo, de beleza requintada, estruturada na ordem dos signos e dos sentidos. Não se pode deixar de pensar que esse amor pelas coisas belas, pelo perfume, pelos adereços e pelo ouro, está carregado de uma significação simbólica ou de um conteúdo religioso. O anel, por exemplo, carrega desde muito tempo, significado de sagrado, coroamento; na religião episcopal foi sinal de união mística de Cristo com a Igreja.

“Lampião vai, numa simbiose, cimentar seus atos, seus passos e suas fantasias, com um imaginário heróico, cujo personagem central, continuará sendo ele mesmo”. (LINS1997, p.390). O autor acredita que esses modelos e imitações contribuem para a construção de representações e signos, que fazem de Lampião um príncipe, um deus, um demônio, um herói a quem nada falta.

Como todo herói místico ou *cowboy*, Lampião era narcisista e vaidoso.

Amava as coisas belas. Gostava de se enfeitar. Guardava com cuidados as jóias recuperadas nos assaltos, cultuava o ouro e o brilhante, ornava seus dedos. Seus lenços de seda eram bordados por ele, com cuidado e estética femininos. Suas armas decoradas com moedas de ouro, como também seus chapéus, tornam-se objetos de admiração e espanto. (LINS 1997, p. 391)

6 | CANGAÇO COMO TEMAS DE PESQUISA E CRIAÇÃO

Diante desse breve mapeamento do modo de vida do cangaço proponho olhar para esse tema como rica fonte de possibilidades de estudos e inspirações. O quadro abaixo mostra uma seleção de áreas do conhecimento que podem se beneficiar - dentre os vários níveis de estudos, pesquisas e trabalhos – dos diversos temas presentes da historiografia do cangaço.

Creio que o modo de vida do cangaço, vivenciado no sertão seco, cultuando vingança e violência pode ser usado como alento em trabalhos tanto de sociologia, antropologia, cinema, artes plásticas, como também em trabalhos de moda e design.

Por outro lado, a rica alimentação dos cangaceiros pode ser analisada numa pesquisa de como e quais alimentos podem ajudar a suportar longas caminhadas num clima quente e seco como o sertão. Abordando também os alimentos que proporcionam mais energia e disposição.

CANGAÇO		
Área do conhecimento	Níveis de Ensino e pesquisa	Temas (sugestões/exemplos)
Moda	IC	Escolha e estudo das cores
Design	TCC	Estudo da simbologia (flor de lis, signo de Salomão, cruz de malta, octógono)
Antropologia	Monografia de especialização (Pós-Graduação Lato Sensu)	Modos de vida na seca/sertão
Sociologia	Dissertação de mestrado (Pós-graduação Stricto Sensu)	Uso de novas tecnologias
Nutrição	Tese de doutorado (Pós-graduação Stricto Sensu)	Irreverencia/ arbitrariedade/ bandidagem
Cinema		Formas de poder
Artes plásticas		Vingança e violência
Musica		Nomadismo
		Vegetação e clima
		Alimentação
		Religiosidade

Tabela 1: Temas de pesquisa em algumas áreas do conhecimento.

Fonte: elaborado pela autora

As vestimentas coloridas, brilhantes e vistosas dos cangaceiros contrastam fortemente com o modo de vida clandestino. Em vez de procurarem camuflagem e anonimato, se mostram exuberantes e festivos desafiando os poderes políticos, sociais e militares. A seleção de cores usadas pelos cangaceiros podem tanto revelar teses inéditas, como servir de inspiração para uma coleção de verão.

Os cangaceiros viviam inseridos num misticismo religioso, cheios de cultos, ricos de histórias contadas, juradas, não provadas. Na simbologia do cangaço está presente a flor de lis, o signo de Salomão, a cruz de malta, o octógono, dentre outros. Sendo assim, uma farta oportunidade para estudos diversos, onde destaco objetos, joias e acessórios de moda, por exemplo.

Convém reconhecer que o cangaço já vem sendo usado como fonte de inspirações diversas. Como por exemplo, a coleção *cangaço* que foi fruto da parceria dos irmãos Campana com Expedito Seleiro que aliaram os ornamentos dos couros usados nas

vestimentas dos cangaceiros com a palha trançada que Michel Thonet popularizou. Ou até mesmo as diversas coleções exibidas nas passarelas desde Zuzu Angel a Alexandre Herchcovitch já tiveram os ricos personagens do cangaço como inspiração.

Contudo, o que pretendo mostrar é que devemos ir além da simples escolha de temas oriundos do cangaço como fonte de inspiração. Podemos mesmo explorar o modo de vida dos cangaceiros. Realmente, muito do comportamento, da moda e das tendências dos cangaceiros, continua bem vivo, bem atual. Mas essa discussão deixo para outra oportunidade.

CANGAÇO		
Área do conhecimento	Mercado de trabalho (profissionais)	Inspiração
Moda	Criação e desenvolvimento de coleções de roupas	Cores
Design	Criação e desenvolvimento de tecidos	Simbologias (flor de lis, signo de Salomão, cruz de malta, octógono)
	Criação e desenvolvimento de joias e bijuterias	Modos de vida na seca/sertão
	Criação e desenvolvimento de sapatos e acessórios	Bordados (tipos, cores e formas)
	Criação e desenvolvimento de objetos utilitários	Embornais
	Criação e desenvolvimento de mobiliário	Vegetação e clima
		Nomadismo
		Armas de fogo
		Punhais

Tabela 2: Motivos de inspiração

Fonte: elaborado pela autora

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na medida em que considero o cangaço uma cultura popular bastante particular, enxergo muitas características da cultura popular descrita por Cuche (2002), na qual encontra-se uma reunião de elementos originais e importados, tanto de invenções próprias, como de empréstimos; de grupo subalterno; construída em uma situação de dominação, onde os dominados reagem à imposição cultural pela ironia, provocação; uma cultura de contestação; um modo de resistência sistemática à dominação.

Convém reconhecer que, a historiografia do cangaço é bem extensa. Assim,

descrevi algumas de suas características com o objetivo de especular sobre a diversidade de usá-lo e explorá-lo como fonte de estudos e pesquisas, tanto acadêmicas como profissionais.

Em vários níveis da área acadêmica, de Trabalho de Conclusão de Curso ao Doutorado, o cangaço pode ser tema de estudo, inclusive em várias áreas do saber como sociologia, antropologia, design, moda. Em pesquisas profissionais o cangaço também pode ser considerado um tema para desenvolvimento de coleções de roupas, objetos, acessórios, tecidos, entre outros.

Por fim, o que me fascina é constatar como um fenômeno que durou 17 anos (de 1921 a 1938, portanto, em 2018 completou 80 anos da sua extinção) continua vivo, não só na cultura e lendas populares, mas em diversas manifestações. Assim, meu pensamento se dirige para olhar a nossa própria cultura, que inclui perceber o fazer arcaico, popular, antes de qualquer coisa.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Francisco das Chagas. **A História de Antônio Silvino – 1907** [Folheto de Cordel] / Francisco das Chagas Batista.

CASA VOGUE. Campanas criam com inspiração no cangaço. Disponível em: <http://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2015/04/campanas-criam-com-inspiracao-no-cangaco.html>. Acesso em: 03 de set. 2017.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2ª ed. Bauru: EDUSC, 2002.

DUNGA, Paulo. **O fenômeno cangaço**. Disponível em: <<http://www.paulodunga.hpg.ig.com.br>>. Acesso em: 20 jan. 2003.

LINS, Daniel. **Lampião, o homem que amava as mulheres**. São Paulo: Annablume, 1997.

MELLO, Frederico Pernambucano de. **Estrelas de couro: a estética do cangaço**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

_____. Depoimento concedido a autora, Recife, 2002.

_____. “A estética do cangaço como expressão do irredentismo brasileiro”. In **Mostra do Redescobrimto**. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo. 500 anos Artes Visuais, 2000. (Catálogo).

_____. **Quem foi Lampião**. Recife/Zürich: Stahl, 1993.

OLIVEIRA, Aglae Lima de. **Lampião, cangaço e nordeste**. 3. ed. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1970.

PACCE, Lilian. Cangaço, uma retrospectiva: do filme da Vera Cruz aos Campana. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/e-mais/cangaco-uma-retrospectiva-do-filme-da-vera-cruz-aos-campana>. Acesso em: 05 de set. 2017.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **História do cangaço**. 5. ed. São Paulo: Global, 1997.

ROCHA, Melquiades da. **Bandoleiros das catingas**. Rio de Janeiro: A noite, 1940.

SCHULTE, Neide Köhler.; LOPES, Luciana Dornbush . Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda. In: Mara Rúbia Santa' Ana. (Org.). **Modapalavra e-periódico**: 2008, v. 1, p. 30-42.

VALLADARES, Clarival do Prado. "Arte de formação e arte de informação". In **Folkcomunicação**, São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, 1971.

WILSON, Elizabeth. Enfeitada de sonhos. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

A SEMIÓTICA NO MUNDO DA MODA: UMA VISÃO PSICANALÍTICA

Gabriela Cristina Maximo

Graduanda; Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI

gabrielacristina.maximo@gmail.com Graduanda no curso de Psicologia

Evandro Fernandes Alves

Doutor; Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI alvespsy111@gmail.com

Doutor pela UFSC e Université de Paris 8 e mestre pela UFSC e pela Université de Paris 8 (Paris/França)

RESUMO: A moda é uma forma de vestir-se e de comportar-se, mas é também uma forma de linguagem que atribui significados, sejam eles de uma cultura, da personalidade e que moldam identidade. Este artigo tem como objetivo investigar a moda, a partir da semiótica do psicanalista francês Jacques Lacan. Logo, cremos que a semiótica lacaniana poderá contribuir acerca da nossa compreensão do mundo da moda.

Palavras chave: Moda; Semiótica; Psicanálise.

SEMIOTICS IN THE WORLD OF FASHION: A PSYCHOANALYTIC VIEW

ABSTRACT: Fashion is a way to get dressed and to behave, but it is also a form of language that attributes meanings, being them from a culture, of a personality and that construct identity. This

article has the objective of investigate fashion through semiotic by a psychoanalytic concepts, mostly lacanians concept. Then, lacanian semiotics has much to add to the understanding of the fashion world.

KEYWORDS: Fashion; Semiotic; Psychoanalysis.

INTRODUÇÃO

A moda não é somente a escolha do vestuário, mas está ligada a formas culturais de expressão e principalmente de linguagem. É através dela que o sujeito pode demonstrar sua personalidade, seus costumes e representar uma dada forma de ser, atribuindo significados e valores para essa ação. Acredita-se que todos esses significados englobam a semiótica e moda - que dentro dessa perspectiva é vista como um produto cultural desses significados.

Alguns estudos (Teixeira e Victer, 2011) apontam que a semiótica é a ciência que tem por objetivo a investigação de todas as linguagens possíveis, ou seja, que propicia o exame dos modos de constituição de todo ou qualquer fenômeno, de produção de significados e de sentido.

Dentro deste conceito, Barthes (1999 apud Teixeira e Victer 2011) propõe que existem três formas de código vestuário: o vestuário imagem,

que é semelhante ou igual a fotografia e é icônico; o vestuário linguagem, que são as palavras usando a forma verbal e o vestuário real, sendo a tecnologia e a costura.

A partir dessas formas, o vestuário atinge um significado unindo o objeto à mensagem atribuída e produzindo um significado. Sendo assim, a compreensão das mensagens atribuídas à peça do vestuário depende tanto dos aspectos psicológicos da percepção humana, quanto das significações culturais que certos elementos podem conter.

Segundo Zambrini (2016), o design e a moda envolvem comunicar certo olhar sobre o mundo. No entanto, esse olhar não é neutro nem abstrato, pois as roupas possuem cargas simbólicas e representações de gênero construídas historicamente e se referem a um conjunto de crenças sobre o feminino e o masculino. Assim, quando se projeta uma peça de vestuário, também se está projetando o gênero e uma identidade.

Dessa forma, este artigo visa entender a moda a partir da semiótica psicanalítica. Para compreender o mundo da moda a partir desses conceitos, pretende-se fazer o uso dos estudos do psicanalista Jacques Lacan.

Portanto, este trabalho justifica-se pelo fato da moda constituir-se como uma arte que contempla não só a produção de vestuário, acessórios, joias e sapatos, mas também a projeção da subjetividade que o criador coloca em cada uma de suas peças - sendo ela não só uma produção artística, mas a produção psíquica de sua personalidade, uma forma de expressão e de colocar-se no mundo, questões essas que são fundamentais para a psicanálise.

METODOLOGIA

Este artigo faz parte de um Trabalho de Iniciação Científica, em andamento, do curso de psicologia, e que busca a interlocução interdisciplinar que visa entender a moda a partir de conceitos psicanalíticos. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, feita a partir do método da análise de conteúdo é dividido entre: fronteira linguística tradicional e a interpretação do sentido das palavras (hermenêutica) (CAMPOS, 2004).

Dessa forma, percebe-se que a moda possui vastas possibilidades para pesquisas, entretanto, ao realizarmos uma primeira análise de artigos, livros e periódicos, que versam sobre o tema moda e psicanálise, percebe-se que há várias citações que tratam do assunto, mas sem aprofundá-lo. Já com relação à semiótica e a moda, percebe-se a quase inexistência da produção que falem propriamente da moda a partir da visão da semiótica psicanalítica, sendo somente citada essa perspectiva como base na visão semiótica de Saussure, Santanella e Castilho separadamente e de uma maneira superficial.

A SEMIOLOGIA DE JACQUES LACAN

A moda está altamente ligada a significados e significantes, propiciando, dentro da

escolha do vestuário, um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada cultura para seu próprio uso - forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período (CRANE, 1933).

A moda, portanto, é uma forma de linguagem, de se expressar, que ultrapassa séculos de história, onde as roupas ditam significados determinantes para cada época. A escolha da vestimenta não é tão simples como se imagina, por detrás dela, há um inconsciente, um significante e uma realidade que age perante a isso. Mota (2008), confirma relatando que o vestir envolve gestos, comportamentos, escolhas, fantasias, desejos, fabricação sobre o corpo (e de um corpo). Se vista e diga-me quem és.

A partir dessa escolha inconsciente pautada sob uma realidade, Barnard (1958) observa que, a maioria das pessoas contenta-se com a ideia de que as roupas que usam, e as combinações que com elas fazem, possuem um significado qualquer. A maior parte das pessoas, também fazem escolhas quanto ao que comprar e vestir, baseada nos significados que elas percebem que a roupa tem, e muita gente fica feliz em permitir que o significado da roupa do outro influencia na maneira pelo qual se comportam em relação a eles, sem nunca ter pensado o porquê desses significados, o que são esses significados, de onde eles vêm e como interpretá-lo.

Esses significados foram primeiramente ditados por estilistas, que acreditavam que a sua criação possuía determinado sentido e que este seria soberano perante ao desejo da sociedade. Já para o usuário ou espectador, entende o significado como um produto que está na cabeça das pessoas, suas intenções. Depois disso, veio o desejo das autoridades em atribuir o significado para os trajes, por exemplo, uma escola pretendia que o seu vestuário demonstrasse os valores da instituição, bem como um vestuário militar deveria transmitir segurança e poder perante a sociedade.

Outro pensamento que surge, ao falar-se de significado, é que ele está inserido na imagem, na textura e na cor, que ele por si só já demanda uma determinada forma de agir e um significante, pois ele estará substancialmente na costura, nas linhas e na forma que fora desenhada. Entretanto, a explicação perante a um significado parte do que se chama de Semiologia, ciência dos signos no qual, a humanidade necessita para estabelecer uma comunicação, seja ela por palavras, escritos e até mesmo por imagens. (BARNARD, 1958).

Uma roupa, de forma simples, serviria apenas para a proteção do corpo, entretanto, com o uso de signos ela ganha sentido e torna-se uma forma de expressão de um corpo que também não é somente um aparelho orgânico, mas uma forma que ganha sentido e significados. Enfim, sentido só existe quando denominado, e o mundo dos significantes não é outro senão o da linguagem (BARTHES, 1971).

Jacques Lacan (1901-1981) foi um filósofo e psicanalista francês. Teve como influências as obras de Freud, estendeu-se além do campo da psicanálise e fez dele uma das figuras dominantes na vida cultural francesa na década de 1970. Dentre outros trabalhos, replantou conceitos psicanalíticos através do estruturalismo e a

linguística, o que marca a influência de Saussure e da antropologia de Lévi-Strauss em sua obra (MURATA, 2010).

Lacan utiliza-se do algoritmo saussuriano e postula a diferença entre o significante para a Linguística e para a Psicanálise, sendo que, essa teoria ao ser lida com os elementos da psicanálise freudiana, produz uma nova articulação onde a posição dos termos se inverte. Sendo assim, para o autor a semiótica compõe-se da seguinte forma: (S/s), usa o significante (S) como representação global sendo composto por uma cadeia de diversos níveis de significantes e significados que estão em uma ligação flutuante só “coincidem” por certos pontos de ancoragem. A barra de separação entre S e s tem um sentido específico e caracteriza o recalque do significado (BARTHES, 1971).

Na perspectiva lacaniana, quem vem primeiro é o Significante representado por um S maiúsculo, tendo uma função primordial, e o significado por um s minúsculo, sendo que ambos estão separados por uma barra, ilustrando que eles não precisam se relacionar necessariamente. Ele sublinhava que toda significação remeteria a outra significação e, através disso, deduzia a ideia de que o significante deveria ser isolado do significado como uma letra desprovida de significação, mas determinante para o destino do inconsciente do sujeito (SANTOS, 2009).

Lacan grafa, o significante com letra maiúscula, porque sua presença na fala prevalece. O falante desliza de significante em significante sem conseguir entender o que fala, ou seja, está alienado do sentido daquilo que diz. Por isso mesmo, Lacan torna a barra que separa significante de significado mais grossa, mais resistente ao significado. O falante só consegue “atravessar a barra”, isto é, atingir o sentido do que fala em raros momentos. Por isso mesmo é grafado com “s” minúsculo. O significado é atingido por ação imprevisível das formações do inconsciente, como: sonhos, chistes, sintoma e atos falhos (SANTOS, 2009).

A partir da perspectiva de Lacan, consegue-se observar que a formação da semiótica perpassa por um inconsciente que possui milhares de significantes e que estes serão atribuídos à indumentária de diversas formas, dependendo da constituição de cada sujeito. Sendo que, dentro do mundo da moda, podem ser atribuídos valores de ideais de beleza, pode-se ver a formação de uma pessoa extremamente narcisista, entender qual a atribuição da roupa em fetiches investigando as formas de gozo desse sujeito e até mesmo seus desejos, sendo que, a partir da roupa que a pessoa veste é possível entender um pouco de sua identidade.

Desta forma, percebe-se que Lacan atua de forma diferenciada na perspectiva da semiótica, trazendo o significante como ator principal. O significante trabalha no inconsciente regido por uma rede de representações que geram movimento nesse sujeito. Por exemplo, as representações sociais que são trazidas para a constituição do sujeito, estes podem ser chamados de signos, pois são convenções globais produzidas pela sociedade. Já o significante, tem uma marca específica para cada sujeito, no qual representa e simboliza dada forma de ser e demonstra sua singularidade.

Segundo Mota (2008), a roupa ajuda a compor as diversas identidades que a realidade nos faz viver. Não apenas por força da mídia e dos mecanismos da indústria cultural, mas porque os contextos e relações sociais mudam rapidamente nos colando o desafio de acompanhar o tempo alterando atitudes, crenças, valores, desejos.

Navarri (2010) afirma que a mudança regular das tendências e a forma de comunicação das marcas provoca no sujeito o desejo da imitação, seja da celebridade que representa a marca, dos seus valores, estilo e status, fazendo com que essa mudança de padrões ajude na elaboração do psiquismo ao fazer com que o consumidor faça em um pequeno espaço de tempo, tentativas de ser a cada nova coleção, permitindo uma elaboração progressiva da identidade.

Assim, essa nova identidade temporária permite a elaboração de um imaginário e contribui para a elaboração da realidade psíquica, pois através dessas mudanças é consolidado um estilo manifestando a afirmação da personalidade e daquilo que pretende mostrar a partir de todas as etapas passadas, consolidando não só uma identidade de si, que permite a identificação na sociedade, como uma identidade de moda (NAVARRI, 2010).

Lacan (1964), em seu seminário 11, conceitua significante como aquilo que representa um sujeito, não para o outro e sim para outros significantes. Pois acredita que o significante só fará sentido na cadeia de outros significantes. Deste modo, sua semiótica é estrutural e perpassa pela constituição principalmente do sujeito, mas também de outros fenômenos, como a moda. A moda materializa os significantes no real o que ficaria somente no simbólico.

Dessa forma, cada sujeito possui as suas verdades. A palavra do outro é internalizada a partir da estrutura psíquica, fazendo como um significante de constituição que dá estrutura para o sujeito, sociedade, um fenômeno e até mesmo uma roupa. Por exemplo: Um decote é internalizado como um elemento sensual da roupa (LACAN, 1975).

O corpo, a constituição do sujeito é escrita no simbólico, e este dá origem a significantes singulares para cada sujeito. Pensando na moda, esse corpo coberto de significantes e significados singulares, fazendo escolhas para recobrir o real desse corpo (a anatomia em si, o orgânico) e constrói uma relação com essas roupas as significando especificamente, chegando a um estilo próprio, atribuindo e simbolizando essas roupas de acordo com a sua personalidade.

Portanto, Lacan (1958) explica que antes mesmo que a aprendizagem da linguagem seja elaborada no plano motor e no plano auditivo já existe a simbolização. Pois o objeto, neste caso a roupa, já está introduzido como tal no processo de simbolização e desempenha um papel que introduz no mundo a existência do significante (LACAN, 1975).

Sendo assim, pensando no movimento de criação artística da peça de roupa, esta almeja não só a realização de um desejo pessoal como também, atingir seu público alvo de forma com que, estas pessoas desejem a produção e busquem a marca como

um estilo de vida, ou um patamar a ser seguido. Marcas famosas e internacionais como Chanel, Dior, Gucci, Prada, Alexander McQueen e dentre outras, surgiram de uma necessidade, seja de conforto, feminilidade, funcionalidade, atualização, busca de igualdade de gênero, sexualidade e principalmente de um ideal construído a partir de uma determinada época (LOVINSKI, 2010).

Essas marcas tinham o propósito de vender não só o estilo das roupas, mas tinham um propósito que faziam com que este nome tivesse um valor. Estas, como muitas outras que se inspiraram nesses grandes criadores e ícones, tem o propósito de emocionar a pessoa e despertar o desejo, não só de compra, mas de pertencimento ao mundo, aos valores, ao ambiente e o foco que a marca sugere (CARVALHAL, 2015).

Esse sentimento de pertencimento, vem ao encontro do sentimento de identificação, onde a marca cria uma identidade específica para o público ideal e consegue usar o seu imaginário a partir daí. A identificação com a marca faz com que significantes e significados sejam estabelecidos, sendo de forma inconsciente ou consciente, atribuídos tanto pelo estilista quanto pelo público alvo. Como Lacan (1981) relata, os significantes organizam de modo inaugural as relações humanas, lhes dão estrutura e as modelam. Partindo disso, percebe-se que os significantes modelam e estabelecem relações, estruturas...

A moda também não seria uma forma de relação com o mundo? Não modela um estilo? Da uma estrutura? A moda modela um estilo, estabelece uma relação com o mundo e possui uma estrutura social que serve de referência para o sujeito. Essa estrutura social é referenciada como uma concessão à moda, possuindo termos com um sentido bem definido exercendo repentinamente uma atração especial durante uma década (Lévi-Strauss, 1958 apud Kroeber, 1948).

Dessa forma há uma subjetivação do processo, onde os significantes são passados da mãe para o filho. Estes significantes são buscados pela mãe na sociedade para depois usar em palavras para a consolidação da estrutura do sujeito, no qual este pode se apropriar ou recusá-los. Lacan (1958) afirma que a travessia pela intenção desejante do que se coloca para o sujeito como a cadeia de significante, quer a cadeia já tenha imposto suas exigências na subjetividade dele ou não, a mesma já foi constituída na mãe e ela lhe impôs, sua exigência e sua barreira. Pois o sujeito se depara inicialmente com a cadeia de significante por meio do Outro. O estilo é materialidade dessa construção.

Dentro dessa perspectiva, observa-se que a moda está imersa no campo simbólico. Esses significantes que são inicialmente dados pelo outro, servem de referência para a apropriação destes ou a recusa, dando ao sujeito a subjetividade, singularidade e a criação do seu estilo próprio.

Observando a história da moda durante os séculos, a antropologia e suas diversas culturas, percebe-se que a vestimenta sempre esteve presente, seja para simplesmente cobrir o corpo e protegê-lo (nos primórdios), seja para estabelecer uma relação de diferença entre classes, demarcar uma mudança de era e comportamentos,

mudanças políticas, movimentos sociais e até mesmo pessoais.

Lévi-Strauss (1958) acredita que as razões inconscientes pelas quais um costume é praticado ou uma crença compartilhada se afastam daquelas que são solicitadas para justificá-los. Dando exemplos que, em nossa sociedade os costumes praticados, sendo o modo de se vestir sendo um deles, são escrupulosamente observados por cada um de nós, sem que sua origem ou verdadeira função tenham sido objeto de reflexão demorada.

Dessa forma, percebe-se que a moda é recoberta por significantes, sendo eles de gênero com relação a feminilidade, masculinidade e até mesmo abolição desses significantes com a teoria sem gênero; significantes de poder com relação as marcas que se usa e o reconhecimento que se obtém a partir desse consumo; significantes estereotipados dependendo do estilo de roupa que se usa, pois a moda vem para recobrir uma realidade, sendo usada para passar imagens diversas de acordo com a situação, sendo para recobrir, mas também para acrescentar nessa realidade a fantasia da possibilidade de ser através de uma vestimenta.

Ser visto, ser autêntico, básico, formal, informal, vulgar, recatado e todas as outras ambiguidades nas questões estereotipadas de estilo. Portanto, a moda consegue materializar visualmente significantes que são estruturais na vida do sujeito, sendo uma forma não só de expressão como de comunicação com a sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A semiótica lacaniana trabalha muito com o emprego das palavras e sua atribuição de sentido. Pensando nisso, juntamente com o mundo da moda, percebe-se que essa junção de palavras se transformam em significantes importantes, como o significante do feminino, do masculino, do poder, do desejo, dos valores das marcas, da forma de comunicação, do espaço criado para ser a casa dessa marca e que receberá constantes visitantes, o próprio nome da marca, traz um peso importante para o significado do seu trabalho.

Essas palavras são construções históricas que perpassam por séculos, mas também construções psíquicas e constituições do sujeito que constroem uma forma de ser, de enxergar o mundo e de atribuir significados a ele. Por exemplo: por que uma bolsa preta da esquina de casa, não tem o mesmo valor de uma bolsa da Gucci, se ambas possuem a mesma função?

Pelos significantes e valores que são atribuídos a cada uma delas, seja uma de valor trivial e cotidiano e outra de luxo e poder. Desta forma, compreende-se que a psicanálise e a semiótica lacaniana têm muito o que acrescentar diante da compreensão do mundo da moda, pensando em seus significados, significantes, o sentido e como a partir disso cria-se uma estrutura fundamentada em palavras que formam pilares da construção desse universo.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcom. Moda, Indumentária e Significado. In: BARNARD, Malcom. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco Ltda, 1958. Cap. 4. p. 109-145. Tradução Lúcia Olinto.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 1971. 120 p.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Rev. bras. enferm.**, Brasília, v. 57, n. 5, p. 611-614, Oct. 2004. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en&nrm=iso>. access on 30 June 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672004000500019>

CARVALHAL, André. **A Moda Imita A Vida: Como Construir Uma Marca De Moda**. Rio de Janeiro: Senac, 2015. 352 p.

CRANE, Diana. Moda, Identidade e Mudança Social. In: CRANE, Diana. **Moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 1933. Cap. 1, p. 20. Tradução Cristiana Coimbra.

Lacan, J. (1972-1973/1985). Letra de uma carta de amor. In O seminário, livro 20: mais, ainda. (pp. 105-120). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. (Publicado originalmente em 1972-1973).

LACAN, Jacques. **O seminário 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1964. 280 p. Tradução: Vera Ribeiro.

LACAN, Jacques. **O seminário 22: R.S.I.** Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 77 p. Tradução: Vera Ribeiro.

LACAN, Jacques. O Valor de Significação do Falo: O Significante, a barra e o falo. In: LACAN, Jacques. **O seminário: Livro 5: As Formações do Inconsciente**. Rio de Janeiro: Zahar, 1958. Cap. 19. p. 347-364. Tradução: Vera Ribeiro

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosacnaify, 1958. Tradução: Beatriz Perrone-Moisés.

LOVINSKI, Noel Palomo. **Os Estilistas de Moda Mais Influentes do Mundo**. São Paulo: Girassol, 2011. 192 p.

MOTA, Maria Dolores de Brito. MODA E SUBJETIVIDADE: CORPO, ROUPA E APARÊNCIA EM TEMPOS LIGEIROS. **Modapalavra: e-periódico**, Ceará, v. 2, n. 1, p.21-30, dez. 2008. Semestral. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda_e_subjetividade-maria_dolores.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2016.

MURATA, Vitor. **Biografia: Jacques Lacan**. 2010. Disponível em: <<http://lacan.orgfree.com/lacan/biografia.htm>>. Acesso em: 18 set. 2016.

NAVARRI, Pascale. **Moda & Inconsciente: Olhar de uma Psicanalista**. São Paulo: Senac, 2010. 212 p

SANTOS, Waldelange Silva dos. PSICANÁLISE E SEMIÓTICA: UMA POSSÍVEL INTERLOCUÇÃO? **Acta Semiotica Et Linguística**, Pernambuco, v. 14, n. 2, p.117-141, dez. 2009. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/actas/article/view/14639>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

TEIXEIRA, Cintia; VÍCTER, Cristiane. UM ESTUDO SEMIOLÓGICO SOBRE OS CÓDIGOS DO VESTIR. In: VII COLÓQUIO DE MODA, 4., 2011, Paraná. **UM ESTUDO SEMIOLÓGICO SOBRE OS CÓDIGOS DO VESTIR..** Maringá: Sebrae, 2011. v. 1, p. 01 - 07. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/7-coloquio-de-moda.php>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **Dobra[s]**, São Paulo, v. 8, n. 19, p.54-61, 2016. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452/409>>. Acesso em: 21 maio 2017.

O GLAMOUR DESPOJADO DA MARCA MARC JACOBS: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Daniela Nery Bracchi

Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Núcleo de Design e Comunicação
Caruaru – Pernambuco

RESUMO: Neste capítulo, analisamos as estratégias mais inovadoras utilizadas na publicidade de moda da marca Marc Jacobs para a associação da marca à ideia de um glamour despojado. Nesse contexto, destaca-se o trabalho do fotógrafo alemão Juergen Teller e suas primeiras campanhas publicitárias para a marca.

PALAVRAS-CHAVE: semiótica; fotografia de moda; publicidade; Marc Jacobs

ABSTRACT: In this article, we analyze the most innovative strategies used in fashion advertising of the brand Marc Jacobs for the association of the brand with the idea of a stripped glamor. In this context, it highlights the work of German photographer Juergen Teller and his firsts advertising campaigns for the brand.

KEYWORDS: semiotics; fashion photography; advertising; Marc Jacobs

1 | INTRODUÇÃO

As imagens de moda têm sido produzidas a partir de uma variedade de meios, dos mais tecnológicos aos mais tradicionais. Ilustrações, colagens, vídeos e fotografias povoam as cidades e os sites na internet com looks, conceitos e mensagens, exigindo a leitura e compreensão de cada vez mais imagens.

O número de revistas de moda cresce, disseminando novos modos de vestir, maquiagens, combinações de acessórios e busca de um estilo individual que construa arranjos inovadores a partir das peças de roupas e objetos mais em voga. Mesmo as revistas de moda mais antigas e tradicionais, como a *Vogue* (criada em 1892 e reformulada pela editora Condé Nast em 1909) e a *Harper's Bazaar* (a mais antiga revista de moda americana, lançada pela primeira vez em 1867) mostram cada vez mais intersecções com as áreas do design, arquitetura, música e cultura. Desse modo, as imagens de moda se mostram como um híbrido de influências artísticas e culturais.

Um dos modos mais antigos de produzir conceitos para as marcas de moda é a fotografia de moda, que desponta como uma interessante fonte de informação sobre os novos modos de viver e valores das marcas. Na década de 1920, a fotografia de moda era publicada em revistas

de estilo, decoração e moda, figurando as pessoas da alta sociedade vestidas com as roupas de seu tempo. Nesse contexto, destaca-se o nome do barão Adolph de Meyer e de Edward Steichen que trabalhavam para revistas como *Vogue* e *Harper's Bazaar*.

Já nessa época, as roupas mostradas significavam não apenas seu valor material, mas também um valor simbólico e identitário, incorporando memórias e relações sociais, conforme aponta Stallybrass (STALLYBRASS, 2000). Essas imagens deram corpo à identidade feminina ao longo do tempo em sintonia com os valores estéticos dos movimentos artísticos vigentes em cada período. Do classicismo e suas imagens que cultuavam a beleza grega ao modernismo, concretismo e chegando até a estética da “heroína chique” na década de 70, a fotografia de moda ilustrou e construiu os valores de beleza, glamour e elegância.

Ainda hoje as fotografias publicadas em revistas de moda, em anúncios publicitários das marcas de roupas e nos catálogos de moda nos mostram imagens do mundo da moda que perduram e povoam nosso imaginário. Mas como olhar para essas imagens de modo que nosso entendimento vá além do caimento das roupas e compreenda os conceitos das marcas presentes nessas fotografias?

A semiótica da escola de Paris é uma teoria que investiga a formação da significação e que vem se destacando por oferecer ferramentas para análise dos objetos e práticas diversas que formam os valores e a identidade contemporânea. Por meio de um olhar apurado, analítico e compreensivo, esse referencial teórico encontra suas bases no fim do século XIX nos estudos do suíço Ferdinand de Saussure, desenvolve-se com o dinamarquês Louis Hjelmslev na década de 40 e ganha notoriedade com as proposições atuais do lituano A.J. Greimas e do francês Jean-Marie Floch.

Entendendo a fotografia de moda como um objeto de significação que constrói uma mensagem a partir da articulação de um plano da expressão composto das formas, materialidade, cores, e de um plano do conteúdo que articula os significados mais abstratos, a semiótica tem traçado suas contribuições para uma maior inteligibilidade na interpretação das imagens de moda. Isso permite a busca de um olhar que ultrapasse a constatação dos modos de uso das roupas e permite enxergar mais longe, compreendendo os traços constituintes de nossa própria cultura e identidade.

As imagens de moda atuais indicam características dos valores de nosso tempo, os ideais de beleza, glamour e elegância que dirigem as escolhas do que comprar e vestir, de como se portar e do que queremos ser. Elas devem ainda ser concebidas como objetos comunicativos, pois, como afirma Landowski (LANDOWSKI, 2001 p.88-89), uma imagem é caracterizada por ser algo que se encontra entre dois agentes num ato onde o próprio ver não é um termo definido *a priori*, mas implica a presença mesma desses dois protagonistas em cena: um sujeito que vê e algo que se faz ver.

Compreender essas imagens significa considerá-las como um todo, pois os objetos e roupas mostrados não se caracterizam como apenas o alvo da percepção de um olhar inteligível, que buscaria compreender de qual estilista é determinada roupa ou como ela pode ser combinada em um look. Ver imagens de moda é mais do que

isso, é entrar em relação com um outro sujeito, é entender o papel dos modelos e produtos como sendo protagonistas com ação, capazes de se mostrarem e entrarem em relação com o sujeito que os vê. Os estudos atuais de Ana Claudia de Oliveira (OLIVEIRA, 2008a, 2008b e 2009) elucidam que esses dois sujeitos em interação (aquele que vê e o que é visto) e qualificam essas fotografias como palco de relações intersubjetivas que vão construir o sentido e a experiência vivida do sentido que quem as olha passa a conhecer.

2 | A IMAGEM PUBLICITÁRIA DA MARC JACOBS E A CONSTRUÇÃO DO GLAMOUR DESPOJADO

Estamos já acostumados com os tipos de imagens produzidas pelos nomes mais importantes da fotografia de moda contemporânea que definem suas características e organizam seus rumos. Em publicações de revistas de grande circulação e anúncios publicitários das maiores marcas aparecem com frequência produções fotográficas de Steven Meisel, Mario Testino e Annie Leibovitz. Outros fotógrafos se destacam na produção de imagens de moda ao desconstruírem nossa própria noção do que seja uma fotografia de moda ao colocar em cena a influência dos movimentos artísticos contemporâneos. São imagens inovadoras que mostram a aceitação de hibridizações com outros gêneros artísticos e fotográficos. O alemão Juergen Teller é um dos fotógrafos mais comentados e apontado como subversivo da prática de imagens de moda. A revista do jornal New York Times o identifica como um “straight shooter” (LAROCCA, 2008), pois Teller imprime um estilo de fotos “diretas” que remetem à estética do fotojornalismo pelo uso da luz de flash direta, cenários cotidianos ou fundos neutros nos quais os modelos aparecem olhando diretamente para a câmera.

As publicidades que produz para a marca Marc Jacobs é exemplar de seu trabalho. É relevante tratar aqui das primeiras imagens que constroem esse estilo do fotógrafo e que hoje já são reconhecidas como próprias do modo de fotografar de Teller. As suas fotos seguem a estética da foto caseira, como podemos observar na publicidade de 2003 com a atriz britânica Samantha Morton (Figura 1). Esse instantâneo guarda semelhanças com o estilo de foto amadora, tecnicamente falha quando comparada às imagens de moda de nomes como Leibovitz e cria o efeito de sentido de que essa fotografia poderia ser realizada por qualquer um. Chama a atenção a simplicidade do enquadramento e da iluminação típica dos registros informais. A iluminação artificial e direta nos remete às fotos feitas entre amigos ou mesmo publicadas na imprensa por seu valor de testemunho, mas que deixa de lado os valores estéticos de beleza que costumam ser aplicados em uma fotografia de moda.



Figura 1: Esquerda: publicidade de sapatos de 2003 com a atriz Samantha Morton. Direita: publicidade de perfume da Marc Jacobs com a diretora Sophia Coppola em 2002.

O cenário é nada glamouroso e, se não conseguimos identificar com precisão o local onde a foto foi produzida, ainda conseguimos perceber que se trata um lugar informal pela rachadura na parede, que aparece na parte superior da imagem. O corte fotográfico também não apresenta a perfeição habitual das imagens a que estamos acostumados. Um móvel branco aparece no canto direito sem agregar uma informação precisa à fotografia, apenas como marca de um registro feito de modo descuidado e que busca mostrar a espontaneidade desse momento de euforia vivido por Samantha Morton.

Sendo assim, o que chama mais a atenção nessa imagem é o entusiasmo, a alegria que a atriz demonstra ao dar um grande pulo segurando um par de sapatos. A pergunta que aparece em nossa mente é o motivo de tanta alegria, se algo aconteceu fora da cena e é invisível ao nosso olhar ou se o par de sapatos, onde lemos na palmilha o nome da marca Marc Jacobs, é o responsável por tamanha felicidade.

O vestido se transforma com o pulo de Samantha, as tiras ficam no ar reforçando o dinamismo desse momento. A peruca branca é um elemento de estranhamento e torna o look mais excêntrico. E o que essa imagem tão descontraída nos diz sobre a ideia de glamour construída pela Marc Jacobs? Estamos acostumados com imagens posadas, que mostram o glamour como algo empoadado e criteriosamente construído. Mas a imagem nos mostra uma alegria contagiante, um magnetismo que está presente no próprio significado de “glamour”, pois o dicionário o define como “encanto pessoal; magnetismo, charme” (FERREIRA, 1999).

O ponto mais importante da mensagem construída pela Marc Jacobs é o de

que a roupa é um coadjuvante para que a pessoa se sinta feliz. Esse sentimento é essencialmente pessoal, o que mostra um vestir para si e não para o outro. Isso contraria muitas das imagens de moda que costumamos ver, onde sempre um outro é seduzido e tentado a apreciar a roupa em seu poder de fazer o sujeito ser melhor, mais sexy, elegante, etc. Consumir a roupa (*ter*) é o caminho a ser trilhado para *ser*, enquanto na Marc Jacobs o sujeito já está afirmado e a roupa é um adjuvante do magnetismo e encantamento próprios de si, o que poderíamos chamar de um *glamour despojado* que nos é dado de modo íntimo.

Esse é um exemplo de como a fotografia de moda atual se afasta da necessidade de apresentar o glamour e a noção de beleza clássica e moderna, passando a ser influenciada por outros gêneros. As fotos de Teller mostram a interessante presença da estética do fotojornalismo e da fotografia espontânea na moda. Gêneros que até então se mostravam esteticamente divergentes começam a colaborar para a inovação das imagens de moda.

O fotojornalismo traz para a fotografia de moda uma preocupação maior com a construção da cena como um acontecimento, um momento único e fugidio. Para retratar esse tipo de ação, os fotojornalistas costumam recorrer a algumas técnicas fotográficas que buscam garantir a captação desse momento em sua efemeridade. A luz do flash é usada como recurso que costuma ter como consequência os olhos vermelhos e a luminosidade excessiva do fotografado, além do corte abrupto, resultado de uma captação também rápida do momento e que deixa de fora algumas partes da imagem e inclui outras aparentemente desnecessárias.

A estética da foto amadora e caseira se tornou famosa com o trabalho de Nan Goldin, fotógrafa americana que tornou sua vida particular tema de seu trabalho autoral. Tanto em Goldin como em Teller, os retratados vivem cenas que ilustram o tema do amor, das diferenças de gênero, da paixão por objetos de consumo doméstico e da vida cotidiana. É o espontâneo e o íntimo que dominam essas fotos, tanto nos temas quanto na estética da imagem. A própria moda é tornada mais cotidiana nessa replicação das situações e do modo como nós mesmos retrataríamos os acontecimentos.

Um grande exemplo do lugar íntimo no qual somos colocados é o anúncio publicitário de 2002 que mostra a diretora de cinema Sophia Coppola em uma piscina (Figura 1). Esse retrato é construído de modo a sermos colocados no lugar de alguém que está dentro da piscina com Sophia e, a partir do ponto de vista desse personagem fotógrafo, vemos os pés emoldurando e apontando a figura de Sophia.

A aparição do fotógrafo na foto, protagonizando o anúncio sozinho ou ao lado de alguém, é outro diferencial da marca Marc Jacobs. Teller aparece ao lado de Charlotte Rampling, Cindy Sherman e outros nomes famosos encarnando os valores dessa marca na qual o *ser*, e não o *ter*, é fator decisivo para pertencer ao grupo de consumidores.

O fotógrafo, e nesse caso também modelo da marca, inscreve nas suas imagens seu ponto de vista, que se deixa ver pelo modo como organiza plasticamente a imagem

fotográfica: “na escolha das cores, no uso específico da forma, no emprego reiterado da mesma figura, no gênero da iluminação utilizada, etc.” (OLIVEIRA, 1997 p.54). Assim, cabe ao consumidor da imagem publicitária o resgate das pistas sobre o modo como a marca se mostra e o discurso que constrói.

Por sua vez, o consumidor dessas imagens não é um consumidor de todos os tempos e todos os lugares. Cada um possui um feixe de expectativas diferenciadas de acordo com fatores como, por exemplo, seu status social. Os tipos de interação colocados em ação pelas fotografias exercerá uma fascinação diferente nos consumidores e pode não funcionar para um nicho de mercado que não reconhece os valores que a Marc Jacobs encena.

Partindo da identificação de quem são os modelos que aparecem na Marc Jacobs, ocorre uma seleção daqueles que “entram no jogo”, que sabem reconhecer que as cenas construídas frequentemente tem a ver com o campo semântico ao qual pertence o retratado e a atividade que desempenha. A atriz Winona Rider, por exemplo, aparece em um anúncio do ano de 2004, meses depois de ter sido detida por furto em uma loja de roupas, rodeada por roupas e acessórios demonstrando uma felicidade que faz uma paródia sobre seu delito anterior.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fotógrafo irreverente é capaz de criar outros modos de sentir que permitem construir o sentido e ressignificar padrões de interpretação antes estabelecidos. O público da marca, seu cúmplice, é chamado a colaborar na construção de sentido. É assim que percebemos que as imagens mais inovadoras da moda são produzidas esperando do público um papel ativo de compreensão dos conceitos. É preciso conhecer os personagens que figuram nas publicidades da Marc Jacobs e seu contexto de ação para poder compreender o sentido dessas imagens.

Colocar o expectador em uma ambiência relativa ao clima da moda é o grande objetivo dessas imagens. Para tal, vimos que o estilo fotojornalístico das imagens é um importante recurso estético capaz de trazer relaxamento e despojamento para as imagens da marca. Desse modo, percebemos que o glamour é associado na publicidade da Marc Jacobs a um magnetismo pessoal, a uma alegria de viver ligada ao despojamento, à vivência de experiências caracterizadas como um luxo para si (recuperando aqui o sentido de luxo para si em LIPOVETSKY & ROUX, 2005) e não um empoamento social de máscaras que se construiriam enquanto um luxo para um outro.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Eletrônico – Século XXI**. São Paulo: Editora Nova Fronteira, versão 3.0, 1999.

GREIMAS, A. J. Semiótica figurativa e semiótica plástica. Trad. de Ignácio Assis Silva. IN: OLIVEIRA, Ana Claudia de, (org). **Semiótica plástica**. São Paulo, Hacker-CPS, 2004.

LANDOWSKI, Eric. En deçà ou au-delà des stratégies: la présence contagieuse. Trad. de Dilson Ferreira da Cruz Jr. In **VII Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**. São Paulo: Editora CPS – PUC/SP, 2001.

LAROCCA, Amy. **Straight Shooter**. NYMagazine. Publicado em 17 de agosto de 2008. Disponível em <http://nymag.com/fashion/08/fall/49257/>. Acessado em 10/07/2010.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas, acidentes estéticos na cotidianidade**. São Paulo, Educ, 1997.

_____. Enunciação e estesia na expressão sincrética. **Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**, v. 1, CD do XIV Colóquio do CPS, 2008a.

_____. Interação nas mídias. IN: PRIMO, Alex, OLIVEIRA, Ana Claudia de, NASCIMENTO, Geraldo Carlos do, RONSINI, Veneza Mayora. **Comunicação e interação**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2008b.

_____. A prática sensível da expressão sincrética e enunciação global. IN: OLIVEIRA, Ana Claudia de, TEIXEIRA, Lúcia. (ORGS.), **Articulação de Linguagens na Comunicação: Desenvolvimentos da semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Editora do CPS, 2009.

SCALABRONI, Luisa. Forme e ruoli della cornice nella rappresentazione pittorica. IN: **EC Rivista dell'Associazione Italiana Studi Semiotici online**. no 2, jan. 2005.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

O CORPO NÔMADE E A INDUMENTÁRIA CIGANA: O CASO DOS CALONS DO ESTADO DE SÃO PAULO

João Gabriel Farias Barbosa de Araújo

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo / USP

São Paulo – S.P

RESUMO: Este trabalho apresenta parte dos resultados da pesquisa de mestrado em design e arquitetura desenvolvida entre 2014 e 2017 na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, que teve como objetivo estudar as inter-relações entre corpo, roupa e arquitetura que se estabelecem através das habitações e trajes nômades. Iremos tratar da indumentária dos ciganos calons de São Paulo e expor os materiais e dados coletados com a revisão bibliográfica e a pesquisa de campo, apresentando as diferenças entre a indumentária das mulheres e dos homens, além de relacionar as vestes com os ritos sociais dos grupos.

PALAVRAS-CHAVE: ciganos calons, vestuário cigano, indumentária nômade.

ABSTRACT: This article presents part of the results of the master's degree in design and architecture developed between 2014 and 2017 at the Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, whose objective was to study the interrelationships between body, clothing and architecture that are established through dwellings and nomadic costumes. We will discuss the dresses of the calons of São Paulo

and present the materials and data collected with the bibliographical review and the field research, showing the differences between women's and men's clothing, as well as relating the clothing to the social rites of the group.

KEYWORDS: *calons, romani clothing, nomadic clothing.*

1 | INTRODUÇÃO

O presente texto apresenta os resultados de uma pesquisa de mestrado realizada entre 2014 e 2016 na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, realizada com o apoio da FAPESP e da CAPES. A pesquisa teve como objeto de estudo a cultura material – representada pela indumentária e arquitetura – de sociedades que mantém ou em algum momento tiveram comportamentos nômades. Em específico ela buscou conhecer os processos de produção do espaço e da habitação nômade; apreender e identificar o processo de concepção, confecção e uso dos vestuários; perceber a importância das manifestações da cultura material nômade para a sua identidade estética e procurar similaridades construtivas, visuais e estéticas entre abrigos e vestes nômades.

No presente texto nos dedicamos às

transformações que têm no corpo um suporte: pinturas corporais, acessórios e vestuários. Esses elementos podem ir além da necessidade de proteção e do desejo de ornamentação, muitas vezes estando relacionados à cosmologia ou aos mitos e crenças da sociedade cigana. Tratamos da indumentária dos calons, em especial daqueles que vivem na grande São Paulo, a partir das pesquisas de Ferrari (2010), Santos (2002), Sant’ana (1983), de visitas a acampamentos calon na cidade de Itaquaquecetuba – SP e da Serra- ES.

2 | A INDUMENTÁRIA CIGANA

Apesar de usarmos um único termo para nos referirmos aos ciganos, no ocidente eles podem ser divididos em três grupos étnicos: os rom, os sinti e os calon; sendo estes os primeiros ciganos a chegar no Brasil já no século XVI e representando hoje os mais numerosos (SANT’ANA, 1983 e SANTOS, 2002). Alguns calons apresentam até hoje um comportamento nômade, mantendo o costume de montar acampamentos (ou pousos) onde habitam em barracas.

Ciganos estão vivamente presentes em nosso imaginário, no entanto a sua cultura é pouco conhecida pela maioria dos brasileiros. O imaginário popular é povoado por figuras estereotipadas, que na maioria das vezes são distorções baseadas em ciganos da etnia rom – a maioria dos estudos e livros também se dedica ao estudo dessa etnia, fato que Frans Moonen (2013) denomina de “rom-centrismo”. Essas referências, no entanto, não condizem com a realidade das calins brasileiras.

O que percebemos quando analisamos criticamente este imaginário é a importância da indumentária na sua construção. Dificilmente se imagina uma cigana usando calça jeans e camiseta, no entanto existem aquelas que não utilizam os vestidos ciganos, que os utilizam apenas quando estão no meio calon, ou que só os utilizam em ocasiões especiais.

É interessante notar que apesar da indumentária marcante, não tivemos acesso a publicações ou pesquisas que se dediquem ao estudo desses artefatos da cultura calon brasileira a partir da ótica do design. A etnografia de Ferrari (2010) é o trabalho que, até então, mais mergulha no assunto, realizando descrições das vestes e relacionando-as com as atividades realizadas pelos calon. Outras publicações, apesar de não se dedicarem ao tema - Ferrari (2011), Casas do Brasil (2012) e Lima (2010) - servem como suporte imagético para a pesquisa em questão.

É possível inferir que o vestuário dos ciganos que chegaram ao Brasil no século XVI apresentava diferenças com relação ao dos não-ciganos, uma vez que documentos portugueses, desse mesmo século, proibiam o uso da sua língua e os obrigavam a se vestirem ao “modo português” (MOONEN, 2013 e SANTOS, 2002).

Apesar de não conhecermos a indumentária dos calons ibéricos que aqui chegaram, podemos analisar e comparar as vestes utilizadas atualmente e aquelas

registradas em pesquisas e publicações recentes. Para Spicakova (2008) – que pesquisa a indumentária dos ciganos vlax roma na República Checa – a manutenção das características do vestuário está relacionada ao nomadismo, que levaria a um isolamento das influências externas. Já Virgínia Santos (2002) acredita que os grupos ciganos sedentários que não usam o “vestuário típico”, o fazem devido ao preconceito dos vizinhos. Porém o nomadismo não implica necessariamente em isolamento e não protege os calon do preconceito de seus vizinhos. Ele pode, inclusive, estimular a transformação do vestuário na medida em que possibilita o contato com culturas diferentes.

Spicakova (2008) argumenta que os grupos roma que se fixaram na Eslováquia, Hungria, e República Checa foram estabelecendo relações, cada vez mais próximas, com as populações locais. Para ela, esse é um dos fatores que resultaram nas transformações sofridas pelo vestuário. Os grupos mudaram, inicialmente, as suas manifestações culturais externas: seus modos de vestir e de morar. A autora expressa uma ideia de que a sedentarização do grupo, e o contato prolongado e cada vez mais intenso com a cultura não-cigana foi responsável pelas transformações ocorridas na indumentária.

Segundo ela as roupas das mulheres vlax roma são as que permaneceram menos influenciadas pelo meio não-cigano. À primeira vista pode parecer muito semelhante com os grupos calon pesquisados por Ferrari (2010), só não sabemos se a indumentária masculina sofreu grandes transformações ao longo dos anos, ou se os calon sempre adotaram roupas parecidas com as dos não-ciganos. Frans Moonen (2013) parece inclinado a aceitar a segunda hipótese, de que os ciganos que chegaram ao Brasil nunca tiveram uma indumentária que se destacasse:

“Os homens ciganos, ao que tudo indica, nunca tiveram uma roupa ‘típica’, a não ser às vezes um imaginário ‘vestuário cigano’, mas apenas no meio artístico. Por isso, em quase todo mundo os ciganos usam a mesma roupa dos gadje do país em que vivem, a não ser nas ocasiões em que é necessário ou útil ser reconhecido como cigano. Este vestuário ‘cigano’ varia de país para país, de acordo com a imagem que a população nacional ou local tem dos ‘ciganos’” (MOONEN, 2013, p. 16)

A imagem do homem cigano só entraria em uso caso fosse vantajoso ser reconhecido como tal, caso contrário este se misturaria no meio não-cigano. Imagem esta que teria muito mais relação com o que os elementos externos constroem em seu imaginário do que com uma manifestação própria.



Figura 01: Ciganos calon em Itapeçerica da Serra, foto de Luciana Sampaio (FERRARI,2010)

Nos acampamentos, as crianças são as mais livres quanto aos códigos do vestuário. É só após a primeira menstruação que as meninas começam a usar saias compridas (FERRARI, 2010 e SANT’ANA, 1983). Para Florencia (2010) é a partir desse momento que elas são capazes de “produzir vergonha”, o que marcaria a mudança na escolha do vestuário. Muitas garotas, no entanto, têm apresentado certo desinteresse e resistência no uso dos vestuários. Carmem – calin do acampamento de Itaquaquecetuba – conta que sua filha de onze anos não quer usar os vestidos ciganos, “só quer usar short” e que por isso o seu marido pretendia tirar a filha da escola. O pai associava a vontade da filha à interação dela com crianças não-ciganas no ambiente escolar.

Os calons não costumam gastar muito com roupas para as crianças, por isso é usual vê-las desarrumadas ou com roupas velhas, isso só não acontece em festas quando toda a família deve estar muito bem vestida. Para essas ocasiões é possível que as mães encomendem roupas feitas sob medidas, que no caso das filhas podem combinar com a roupa da mãe (GILZA, 2015).

3 | A EXPRESSÃO DA CIGANIDADE NOS VESTIDOS DAS CALINS

As calins podem usar tanto peças que elas comprem prontas quanto feitas sob medida. A escolha de cada veste vai depender da ocasião e da mensagem que se pretende transmitir. Ferrari (2010) observa que mesmo usando roupas não-ciganas as calin não as utilizam da mesma forma que as *gadjins*, pois customizam as peças com franjas, decotes, bordados e apliques. Sendo assim “o corpo é suporte de diferenciação, no qual a roupa, as tatuagens específicas e os dentes de ouro cumprem um papel fundamental” (FERRARI, 2010, p. 148), de marcar as diferenças entre calons e *gadjes*. Spicakova (2008) observa algo semelhante, ao constatar que mesmo utilizando peças não-ciganas, existe algo de específico no modo como as mulheres vlax roma se vestem, seja na forma de arrumar o cabelo, de usar as joias ou na escolha de cores chamativas.

A principal peça da indumentária feminina é a saia que pode fazer parte de um vestido ou estar associada a uma blusa num conjunto de duas peças. Em 2010 Ferrari relatou que as roupas eram encomendadas a uma costureira, o que continua sendo uma prática comum, só que também tivemos notícias de acampamentos onde as mulheres estavam costurando as suas roupas, como em Guarulhos - SP e em Eldorado, na Serra – ES.

Confeccionadas pelos usuários ou não, a capacidade de comunicação das roupas é indiscutível, para Bucher (1955, p. 30 apud CORDWELL;SCHWARZ 1979, p. 30) “o poder de comunicação dos produtos pode superar, em muito, a intenção dos seus produtores”. Estaria então mais nas mãos das usuárias a escolha do que e de como comunicar com as peças, e menos nas das costureiras, o que é relevante se levarmos em consideração que tanto a costureira entrevistada por Ferrari (2010) quanto a Gilza – com quem tivemos contato – são mulheres que se identificam como não-ciganas.

Inicialmente imaginamos que os conjuntos seriam preferidos em detrimento de um vestido graças à cosmologia da pureza (FONSECA, 1996 e FERRARI, 2010) – para os ciganos o corpo pode ser dividido em duas partes: o baixo ventre seria a parte impura em contrapartida com o alto ventre – mas não parece ser esse o caso já que as calins possuem tanto conjuntos quanto vestidos e Ferrari (2010) não notou esse tipo de separação das peças durante a lavagem das mesmas – que segundo ela seria uma prática comum em contextos rom, como de fato foi constatado por Fonseca (1996).



Figura 02: Calins usando vestidos com golas em revirão e saias “três-marias”, Largo Treze de Maio, SP, 1997, foto de Luciana Sampaio (CASAS DO BRASIL,2012)

Sobre a confecção das peças nós conversamos com Gilza, costureira que trabalho com calons de todo o Brasil há mais de vinte anos. As peças podem ser encomendadas, quando normalmente as ciganas já tem alguma ideia previa do que querem, ou podem ser compradas prontas, já que Gilza sempre tem alguns modelos para pronta entrega. Cada conjunto pode levar de 3 a 7 metros de tecido (dependendo principalmente da circunferência da saia) que são costurados com o auxílio de duas máquinas de costura retas industriais e uma overloque.

Os conjuntos são compostos por duas partes principais: a saia com o comprimento variando sempre abaixo dos joelhos e uma blusa com a região do ventre bem ajustada ao corpo, alguns modelos podem ter mangas soltas que ficam presas ao braço por elásticos. Com cores bastante saturadas e contrastantes eles são ornamentados com laços, fitas, rendas, lantejoulas, bordados e babados.

As cores vibrantes da indumentária e das barracas podem ter ajudado a alimentar a ideia de que o povo cigano é alegre e festivo. Cordwell e Schwarz (1979) acreditam que uma roupa colorida pode transmitir uma mensagem de alegria, podemos usá-las tanto como forma de expressar os nossos sentimentos quanto como tentativa de mascará-los.

Ferrari descreve o vestido cigano e expõe a sua relação com as atividades realizadas pelas mulheres:

“[...] A blusa do vestido é em geral feita com mangas franzidas, corte abaixo do seio e cintura marcada. São costurados encaixes de renda na extremidade das mangas, no corte abaixo do seio e na cintura. A saia do vestido é montada com cortes de tecido, franzidos e costurados com encaixes de renda e fita, cuja largura aumenta sucessivamente de modo a torna-la rodada. Sob a saia, usam uma espécie de anágua de tecido sedoso e sintético, tipo lingerie, normalmente de cores claras. Fitas e rendas enfeitam o vestido, que deve cobrir a canela Além da aparência, a saia tem funcionalidade. O fato de ela ser em camadas permite que a camada exterior, de babados, visível, seja manipulada servindo a múltiplos propósitos, como secar as mãos, limpar o próprio rosto ou o de uma criança, sem que o corpo da mulher fique exposto” (FERRARI, 2010, p. 150)

Gilza nos contou que as ciganas “mais antigas” costumam preferir o que chamam de “blusas em revirão”, são modelos com uma espécie de gola de marinheiro que cobre os ombros e cai sobre as laterais do busto e as costas. Essas peças aparecem bastante nos registros da etnografia de Ferrari (2010) e são parecidas com aquelas utilizadas pelas ciganas vlax roma, chamadas de *kacamajka*, com gola redonda e mangas compridas.



Figura 03: Blusa com gola em revirão, confecção Gilza. Fonte: do autor, 2015

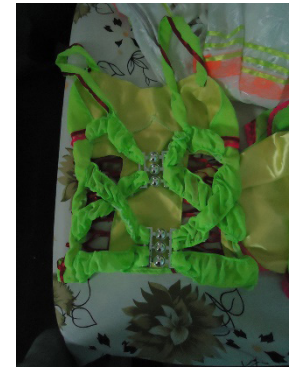


Figura 04 e 05: Modelo de blusa para “cigana pelada”, confecção Gilza. Fonte: do autor, 2015

Segundo Gilza (2015) poucas ciganas têm utilizado esse modelo, apenas as “ciganas de verdade”. Aquelas que ela se refere como “ciganas tacheiras”, seriam *gadjins* que se casaram com homens calon – “os tacheiro [...] que é a turma que sai do meio da gente e se ajunta com os ciganos [...] tacheiro é aquele que não é cigano legítimo” (Gilza, 2015) – dão preferência aos modelos mais abertos, com costas nuas e recortes no ventre ou nas laterais do torso. Em termos de estrutura essas peças se assemelham bastante com um espartilho.

Parece haver uma variedade muito maior na modelagem da parte superior dos conjuntos do que nas saias e essa variação, pelo menos segundo Gilza, teria relação com as diferenças regionais e com o fato das ciganas serem “de verdade” ou não, segundo a sua concepção. “Rio, Rio é muito pelada! São Paulo é pelada! é... Minas meio termo, meio coberto, Conchal já é coberto, Jaboticabal também a roupa não pode ser tão pelada” (Gilza, 2015).

As diferenças regionais ficam evidentes quando comparamos os registros dos calons paulistas realizados por Ferrari (2010) e Casas do Brasil (2012) com os dos calons baianos feitos por Ferrari (2011) e Lima (2010). No primeiro caso nos vestidos das calin predominam cores vivas e chamativas que contrastam com as cores das rendas ou fitas, há uma preferência por cores com muita saturação e brilho (fluorescentes); já no segundo as ornamentações e detalhes das peças podem ter a mesma cor do tecido. Todos esses estilos são estilos calon e cada um deles tem a capacidade de unir aquelas pessoas que dele compartilham (FERRARI, 2010, p. 152).



Figura 06: Casal baiano. Calin com vestido de uma única cor e calon com estilo sertanejo. Fotografia da série “O Povo Cigano” (LIMA, 2010)



Figura 07: Casal calon em São Paulo. Homem com estilo country completo (chapéu, fivela e adereços) e mulher veste blusa com gola em revirão (FERRARI, 2010)

Quando uma *gadjin* se casa com um calon uma das primeiras preocupações é cuidar da sua imagem. Para que ela se pareça calin tratam logo de conseguir roupas adequadas, como no caso de Maria:

“Ela não pode mais usar as calças e blusinhas de alça que deixam os ombros à mostra de seu guarda-roupa de brasileira. Rosa deu-lhe, logo de início, alguns de seus vestidos. Mais tarde, Maria encomendou à costureira dos Calon doze conjuntos de saia e blusa conforme o modelo usado pelas outras mulheres” (FERRARI, 2010, p. 19-20)

Os ciganos que fizeram parte da etnografia da autora não utilizam blusas com alça ou que mostram o corpo, logo Maria também não deveria usá-las. Sua indumentária irá auxiliá-la no processo de ser reconhecida como parte integrante daquele grupo e na construção e consolidação da sua identidade calon. Nesse processo estão em cena diversos atores além da indumentária, no que Ferrari (2010) denomina de “performance calon”, que será interpretada pelos não-ciganos e julgada pelos ciganos:

“[...] ela usa vestidos de calin, chinelos, cabelo comprido, sempre amarrado, tem doze dentes forrados de ouro, tatuagem. Fala chibi, seu português é cantado, bebe, grita, chora, lê a mão na rua como as demais calins. Tem três filhas com o chefe dos calon da cidade. Ela é certamente uma calin [...] Ela é sem dúvida uma ‘cigana’ para os gadjes da rua” (FERRARI, 2010, p. 33)

As saias podem variar nos modelos. Gilza conta que na primeira vez que uma calin lhe encomendou uma roupa foi pedida uma saia “três Marias”, no momento ela não entendeu do que se tratava, mas foi entender mais tarde que o nome fazia referência às três tiras de tecido que são utilizadas para montar a peça. Outros modelos são a saia balão e a saia de lenço. A saia balão é feita com uma única peça de tecido que é franzida e costurada no cós da peça e a saia de lenço é feita com diversas tiras em formatos de losango também presas ao cós. Todas elas de forma geral possuem um forro em tecido sintético.

As mulheres *vlox roma* usam uma saia rodada até os tornozelos, chamada de *cocha* ou *cocha fodrenca*, feita em camadas de babados coloridos ou estampados –

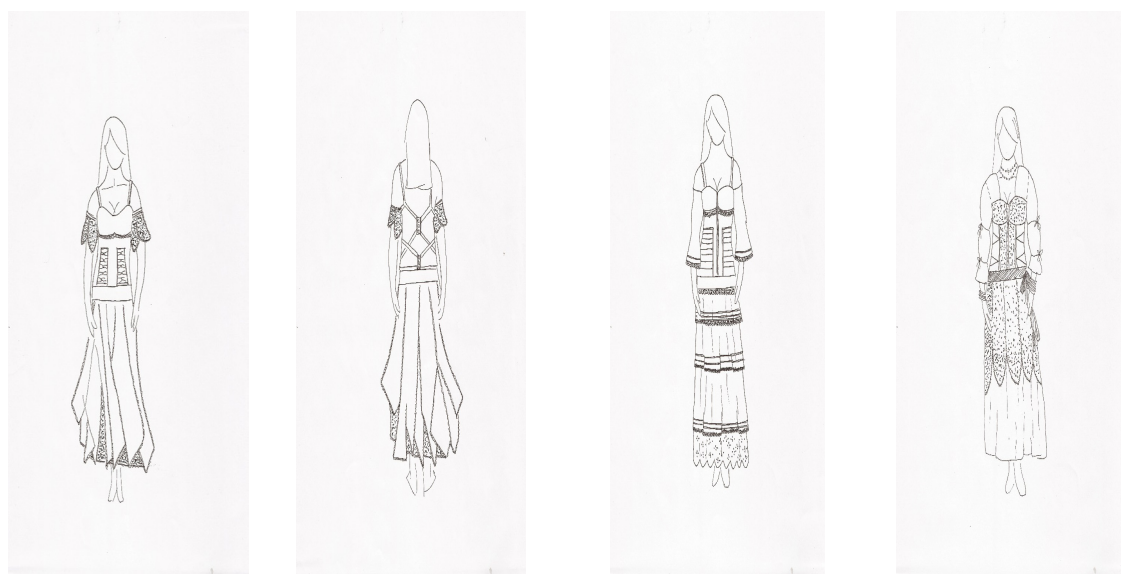
são semelhantes ao modelo chamado de “três Marias”. As pregas das saias ficam mais evidentes na medida em que as mulheres se movimentam ou quando estão dançando.



Figuras 08, 09 e 10: Tecidos utilizados por Gilza na confecção das peças: pelinho de ovo (esquerda) e cai-cai (centro e direita).

Fonte: do autor, 2015

Os materiais utilizados nas saias e nas blusas são os mesmos. Interessante é notar como as calins se referem aos tecidos, usando nomes como “cai-cai”, “pelinho de ovo” ou “caminho das índias”. “Sabe porque cai-cai? Porque conforme você vai lavando esses negócio vão soltando, então elas chamam de cai-cai, então conforme o tecido, o que acontece com o tecido, é o nome que elas colocam” (GILZA, 2015). “Pelinho de ovo” faz referência a brocados feitos com fios sintéticos brilhantes e “caminho das índias” aos tecidos que se assemelham aos utilizados pelas personagens da novela de mesmo nome reprisada pela rede globo em 2015. Essa mesma lógica do “nome dado como referência ao real” também aparece na indicação das cores: “cor de cravo” e “cor de alface” (FERRARI, 2010, p. 248).



Figuras 11 e 12: Croquis de vestido cigano, frente e costas, com top vazado, mangas soltas e saia de lenço. Fonte: do autor

Figuras 13 e 14: Croqui de vestido cigano, com saia três-marias (esquerda) e saia balão (direita).

Fonte: do autor

Pesquisas realizadas entre os rom, indicam o lenço de cabeça como parte obrigatória da indumentária de uma cigana casada – (SANT’ANA, 1983 e FONSECA, 1996). Esse costume, no entanto, não foi identificado em contextos calons. Para as ciganas da etnia vlax roma, o lenço, ou *dikhlo* é sim utilizado pelas mulheres casadas amarrado na cintura, acima da saia.

O avental aparece na pesquisa de Spicakova (2008) como parte da indumentária feminina, tem um corte oval e uma aplicação de babado que contorna a extremidade. É usado quando as mulheres estão desempenhando as suas atividades domésticas. Ferrari (2010) relata o uso da própria saia para auxiliar nas tarefas, como enxugar as mãos ou limpar o rosto de uma criança.

Há uma preferência por calçados abertos como sandálias e tamancos pelas calins. “Uma menina calin em São Bernardo me dizia que ‘cigana não usa sapato fechado’, ‘a gente não gosta, não parece cigana’” (FERRARI, 2010, p. 266). Apesar de sua observação a autora relata que viu, numa festa de casamento, mulheres usando bota de cano alto e salto fino. A preferência por sapatos abertos também aparece no grupo vlax roma que utilizavam chinelos, *bockora*, feitos de pedaços de tecido preenchidos com palha, uma faixa do tecido subia sobre a perna e era costurada ou amarrada (SPICAKOVA 2008).

No que diz respeito aos acessórios Spicakova (2008) destaca o uso de brincos no formato de grandes argolas ou pendentes e anéis grandes e chamativos usados em vários dedos, feitos de ouro e às vezes com pedras preciosas. Para a autora as joias roma sofreram influências de diferentes culturas, mas em especial destaca uma semelhança com a joalheria indiana. É difícil afirmar se a semelhança com a joalheria indiana está relacionada a uma possível origem dos ciganos ou se houve uma aproximação destes símbolos após a divulgação dessa teoria num processo de “indianização artificial”, como denuncia Frans Moonen (2013, p. 10-11). O autor comenta exemplos, na Grécia, onde após a exibição de um documentário que mostrava uma possível origem indiana, o uso dos sáris se tornou popular entre as jovens ciganas.

Jóias e acessórios podem ser uma solução prática para carregar ou transportar ouro e pedras ou metais valiosos, especialmente se a família apresenta um comportamento nômade. Para os calons jóias são demonstrações de riqueza, quanto mais ouro e mais enfeitadas as mulheres mais próspera é a família.

4 | A CAMUFLAGEM NO ESTILO DOS HOMENS CALONS

Ferrari (2010) caracteriza o estilo dos homens calons (que fizeram parte de sua pesquisa de campo) como country ou sertanejo. As roupas são compradas prontas e o traje é composto por calça jeans; cinto de couro com grandes fivelas metálicas; camisa social lisa em cores fortes ou estampada, nas quais é comum aparecerem elementos desse universo como cavalos; botas de couro; chapéu; cordões de ouro; braceletes e

grandes relógios.

O estilo country parece estar de acordo com a hipótese de Moonen (2013) de que os ciganos teriam assumido a indumentária dos não-ciganos mais facilmente do que as mulheres. Florencia Ferrari (2010) recorda que se trata de um estilo muito comum no interior do estado de São Paulo - em especial na cidade de Barretos cujo rodeio tornou-se amplamente conhecido a partir da década de 1990 – no entanto afirma que os calons não o utilizam da mesma forma que o cowboy, pois além das roupas existe a performance da calonidade.

O cavalo, figura protagonista no universo country, foi o animal que permitiu – antes da utilização dos automóveis – os deslocamentos e a vida nômade dos ciganos, além disso os animais também foram mercadorias para os rolos no passado, e permanecem marcantes no imaginário calon. A indumentária funciona como um elo entre o presente e a memória. Para Torvald Faegre (1979) o nomadismo está diretamente relacionado à domesticação ou domínio de algum animal. No início foram eles que permitiram ao homem percorrer grandes distâncias levando o essencial para a sobrevivência.



Figura 15: Calons e seu estilo country, com chapéus, fivelas, botas e camisas sociais (FERRARI, 2010)



Figura 16: Calon em Jardim Noronha, SP, 1997, foto de Luciana Sampaio (CASAS DO BRASIL, 2012)

Para Spicakova o vestuário masculino vlax roma sofreu muitas transformações ao longo dos últimos quarenta anos. A camisa masculina tradicional, gad, tinha a forma de “A” (corte oblongo-poncho), feita de tecidos bordados ela era larga e com mangas compridas. A cor da camisa normalmente contrastava com a cor do colete que era utilizado sobre ela. Esse tinha cores fortes ou estampas e nele eram aplicadas as joias da família. As calças, bugod’a ou judhpurs, eram colocadas por dentro das botas de couro. Um chapéu preto de abas largas, kolopo, era utilizado como símbolo de status. Atualmente os vlax roma utilizam camisas de manga curta e com corte reto, nas quais aparecem estampas florais, assim como nas roupas femininas.

Enquanto a indumentária utilizada pelas mulheres marca de forma expressiva as diferenças entre ciganas e não-ciganas, a indumentária dos homens já exerce uma lógica de invisibilidade ou mimetismo. É possível para um homem calon manipular as

fronteiras mais facilmente do que uma calin, ao menos no campo visual, podendo passar despercebido para alguém que desconhece as outras dimensões da performance cigana além do vestuário.

Percebemos o sentido dessas diferenças quando investigamos que tipo de relações os ciganos estabelecem com os não-ciganos. Os homens seriam os responsáveis dentro dos acampamentos pelas negociações e rolos realizados com os *gadjes*, para a realização destas atividades não é necessário que eles sejam reconhecidos enquanto calons, pode ser que muitas vezes seja mais vantajoso que não o sejam. Para Fonseca a não obrigatoriedade do uso de “trajes típicos” para os homens, “facilita os negócios” (1996, p. 82).

Por outro lado, uma das interações comuns entre calins e brasileiros é na leitura de mãos (quiromancia), quando é interessante que elas sejam reconhecidas enquanto ciganas. A aura de misticismo que permeia o imaginário nacional atua como validação para que as pessoas procurem uma cigana, e não outra pessoa, que “leia o seu destino”.

As mulheres calins garantem a continuidade da família e do grupo, elas são símbolos na paisagem calon, seus corpos carregam as marcas da diferenciação entre calons e *gadjes*.

Para Sant’ana (1983) e Fonseca (1996) a indumentária utilizada pelas mulheres funcionaria como mecanismo de “proteção” e “defesa” dos grupos, com a hipótese de que estes vestuários inibem o interesse de homens *gadje* por mulheres ciganas. Além de ser uma ideia sexista ela não nos parece efetiva uma vez que existe no imaginário popular a ideia da cigana sensual e sedutora, além disso, os vestidos não são peças que escondem as formas do corpo feminino, as blusas mesmo as mais cobertas são justas e destacam a região do ventre, os seios e o decote.

5 | A INDUMENTÁRIA CIGANA FORTALECENDO OS RITOS SOCIAIS

Dois momentos da vida calon afetam temporariamente o estado de espírito do grupo e o seu modo de vestir: o casamento e o luto.

“A filha do chefe em Jaboticabal sofreu uma transformação radical quando seu casamento foi tratado por seu pai e o irmão deste. Linda adotou imediatamente um vestuário chamativo, tamanco de salto, maquiagem, flor no cabelo, fazendo aparecer sua nova condição de ‘mulher calin’” (FERRARI, 2010, p. 235)

A citação mostra a mudança na imagem da mulher calin. Ela agora é um “estandarte” e deve mostrar calonidade e sua condição de mulher comprometida. É preciso ver o casamento como um dos momentos de maior exaltação e expressão da cultura, simbolicamente é a promessa de continuidade da família e do grupo.

Quando um calon desposa uma não-cigana, uma das primeiras preocupações é conseguir vestidos e conjuntos para que ela se apresente pelo menos em sua aparência como uma calin, ela deve aprender a viver com uma nova segunda pele. A

moça irá abrir mão das suas antigas roupas de *gadje* (pelo menos enquanto estiver em convívio ou no ambiente cigano) e passará a construir a sua imagem de calin com a ajuda de seus novos familiares. Não basta, no entanto, apenas trocar de pele, é preciso ajustar a performance do corpo a essa nova membrana.

Os dias de festa organizados para o casamento têm o poder de transformar a indumentária de todos que participam dela. A noiva - e todas as outras mulheres presentes - deve ostentar a riqueza da família através da sua indumentária: vestido, brincos, pulseiras, cordões e dentes de ouro (SANT'ANA, 1983). De maneira geral toda a comunidade dará preferência a roupas novas que devem expressar a prosperidade de suas famílias. Quanto maior o número de peças no enxoval da noiva, melhor é a situação financeira da sua família.

“O vestuário utilizado em ritos cerimoniais contribui para a criação de um estado de espírito. Por exemplo, graças aos sentimentos ligados ao vestido de noiva, ele pode expandir a solenidade e a alegria do momento, inspirado pela música tradicional, pelos movimentos ensaiados e pelas recitações de uma cerimônia de casamento. Os trajes “festivos”, diferentes daqueles usados diariamente, ajudam a criar o espírito de alegria. A indumentária para essas ocasiões normalmente apresenta design, cores, materiais e acessórios que são diferentes daqueles usados no dia a dia” (CORDWELL; SCHWARZ, 1979, p. 9).

Para falar sobre a indumentária calon no casamento iremos recorrer ao documentário de Luciana Sampaio “Diana & Djavan” de 2008, no qual ela registra a preparação, a cerimônia e a festa de casamento entre dois jovens calon em Itaquaquetuba, Diana (14 anos) que foi prometida ao primo Djavan (15 anos) antes mesmo de nascer.

No dia do casamento – segundo dia de festa - toda a família de Diana usa vestimentas brancas e o vestido da noiva não parece ser tipicamente calon, é um vestido branco semelhante aos que vemos em casamentos não-ciganos. Como também nos confirmou Gilza: “Vestido de casamento é muito chique! [...] Ele é todo branco! Ele é quase igual [um vestido de noiva não-cigana] ! Parece um vestido de casamento comum, usa grinalda, usa tudo!” (GILZA, 2015).

Quanto aos vestuários utilizados no casamento confirmamos a exuberância na escolha dos vestidos e acessórios usados pelas calins. A atmosfera de festa fica clara tanto na composição dos corpos quanto na decoração do acampamento e das barracas, com bandeirolas e franjas de tecidos brilhantes e coloridos.

Os homens parecem manter o estilo utilizado no dia a dia, dando preferência a peças nunca usadas ou novas. O noivo (Djavan), durante os dias de festa utilizou camisas e calças sociais, ambas as peças eram claramente muito maiores do que o garoto. Não é uma aparência social masculina como estamos acostumados a ver, de uma roupa sem amassados, precisamente ajustada ao corpo no tamanho das mangas e altura da bainha e com camisas abotoadas até o colarinho.

O oposto dessa atmosfera festiva acontece durante o luto. A morte de um membro da comunidade desencadeia uma transformação nos modos de vestir, habitar e de

se comportar de seus parentes mais próximos e até de conhecidos, a depender da influência que a pessoa exercia. Em algumas pesquisas encontramos relatos de que após a morte, todos os pertences da pessoa são queimados e a família se mudaria daquele pouso e evitaria o local por algum tempo (FONSECA, 1996; SANTOS, 2002 e FERRARI, 2010).

Dois fatores parecem ser relevantes para que atualmente esses hábitos não sejam tão frequentes: o primeiro é que a mudança para outro pouso pode ser difícil, vai depender de negociações entre a família e conhecidos próximos; e o segundo é que várias famílias ciganas têm acumulado um grande número de bens como eletrodomésticos e móveis, que não seriam queimados.

No período de luto, que pode durar até um ano, evita-se vestir roupas novas, dando-se preferência para os vestidos mais velhos e as roupas gadje customizadas (FERRARI, 2010). “Assim, a morte de uma pessoa ‘empalidece’ a parentela mais próxima, e o contraste entre parentes e não parentes se explicita visualmente” (FERRARI, 2010, p. 248). Também não se deve participar ou promover festas, comer carne ou escutar músicas em alto volume.

Em visita ao acampamento de Itaquaquecetuba (maio de 2015), uma das ciganas estava de luto pela morte de seu marido. As roupas eram simples (roupas de gadje) e Carmen ainda comentou, que devido ao luto ela também não estava pintando o cabelo e havia reduzido o tamanho de sua barraca que agora abrigava apenas ela e o filho adolescente.

Nesses dois momentos a indumentária ajuda os indivíduos a assumirem o estado de espírito necessário, a alegria no casamento e a sobriedade no luto. Essa performance desempenhada pelos corpos, com o auxílio das roupas e adornos, pode determinar quão socialmente à vontade a pessoa vai estar na situação (CORDWELL e SCHWARZ, 1979, p. 18). O desacordo aos códigos pode ser mal interpretado por outros membros da comunidade.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS: A NÃO-SUPERFICIALIDADE DA SUPERFÍCIE

O zelo com a aparência surge como um traço característico da calin, que não se deixa fotografar com “qualquer roupa”. Tanto Florencia Ferrari (2010) quanto Márcio Lima – autor da série fotográfica “O Povo Cigano”- relatam o ritual de embelezamento que envolve tomar um banho, se maquiar e vestir um de seus melhores vestidos. A aparência é importante, em especial se for registrada em foto ou vídeo, para Florencia as fotografias “não são pensadas como simples ‘representação’ de algo ‘real’. A imagem ela mesma tem uma dimensão ‘real’ não representacional” (FERRARI, 2010, p. 121).

No caso específico da etnografia de Florencia Ferrari (2010), parece que os ciganos em questão não possuíam familiaridade com os recursos fotográficos – a autora relata ocasiões nas quais lhe pediram para registrar, com sua máquina fotográfica, casamentos e outras festas. Essa falta de intimidade pode ser relevante

no comportamento que eles estabelecem com a fotografia, é possível que com a disseminação cada vez maior de câmeras digitais e celulares a relação com a fotografia irá se estabelecer através de novas dinâmicas.

A autora considera que para os calons a aparência não é algo superficial, a imagem representa uma realidade, “as aparências não enganam”. É claro que não basta apenas vestir-se como cigano, mas a indumentária é essencial para ser reconhecido pelo grupo enquanto parte dele, ela representa a primeira forma de reconhecimento dos corpos, que podem ser percebidos a distância. Para os ciganos seguir coletivamente uma tendência é algo importante, assim como a performance que se estabelece através dela e com ela.

Daniel Miller faz observações semelhantes a respeito dos habitantes da ilha de Trinidad. O autor relata que durante o seu trabalho em ocupações improvisadas as mulheres chegavam a possuir de 6 a 20 pares de sapatos, e que a organização de desfiles de moda, envolvendo toda a comunidade, era uma atividade comum. Os trinitários, para Miller, acreditam que “a verdade reside na superfície, onde as outras pessoas podem vê-la facilmente e atestá-la, ao passo que a mentira deve situar-se nos recessos dentro de nós” (2013, p. 31). É uma concepção semelhante à dos calons, mas diferente do pensamento ocidental que desvaloriza e subjuga a superfície em detrimento do que seria a essência.

Em sua fala no curso “Ciganos: Espaço, Educação e Cultura” a pesquisadora Maria de Lourdes Pereira Fonseca expôs uma atitude cigana de “reservar o seu melhor para a própria comunidade”, no sentido de não demonstrar suas melhores qualidades, habilidades e atributos aos não-ciganos. Essa teoria estaria de acordo com a prática das mulheres calins de utilizarem as suas melhores roupas nas ocasiões e celebrações que acontecem dentro dos acampamentos, mas nas ruas utilizar vestes mais desgastadas. Poderia haver alguma relação com o que Ferrari (2010) descreve como lógica do “engano”, no sentido de que um cigano só mostrará toda a sua exuberância e capacidade para aqueles que fazem parte do seu grupo, sendo motivo de honra “enganar” ou “ludibriar” um *gadje*. Gofarb comprova que está presente no imaginário *gadje* essa ideia de que os ciganos são “indivíduos que enganam os outros” (2008, p. 78), são concepções, possivelmente, construídas em cima dos preconceitos e que reforçam sentimentos de aversão e medo.

Identificamos no zelo e no cuidado com a aparência um prazer estético – comentado por Cordwell e Schwarz (1979) – que um indivíduo pode desfrutar através da criação e composição da sua imagem e pela contemplação dela pelos outros. Quanto ao prazer tátil/sensorial, relacionado às questões motoras, os vestidos e conjuntos não parecem dificultar os movimentos; a saia com grande circunferência é ótima para deixar os membros inferiores livres, a blusa, mesmo aquelas que seguem a modelagem de um espartilho, não são feitas com armações de estruturas rígidas, não são executadas tendo como intenção a modificação das formas do corpo (a modelagem da blusa é capaz de marcar e acentuar a região da cintura, porém não chega de fato a reduzir

o tamanho da mesma como no caso dos espartilhos) e também parecem deixar o corpo livre. O desconforto aparece, porém, na escolha dos materiais utilizados, Jádí – acostumada a vestir tanto conjuntos calon quanto roupas *gadje* – comenta a sensação ocasionada pelo contato da pele com os tecidos escolhidos: “o bicho coça pra caramba, pensa num paninho que machuca o ser humano, corta! Esses paetê.” (GILZA, 2015).

Esperamos ter deixado perceptível que a superfície do corpo nômade, seja ela representada por sua epiderme ou por sua indumentária não é superficial no sentido de frívola, fútil e vã. Na indumentária calon vimos como as vestes masculinas possibilitam o processo de difusão/mimetismo dos corpos na sociedade *gadje*, enquanto que para as mulheres acontece o oposto, num mecanismo de diferenciação e de resistência.

REFERÊNCIAS

- Casas do Brasil, 2012: barraca cigana / fotografias Luciana Sampaio; textos Florencia Ferrari. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2012. (Coleção Casas do Brasil; v.4)
- CORDWELL, Justine M.; SCHWARZ, Ronald A. (Ed.). **The Fabrics of Culture: The Anthropology of Clothing and Adornment**. New York: Mouton Publichers, 1979.
- FAEGRE, Torvald. **Tents: Architecture of the Nomads**. New York: Anchor Press/Doubleday, 1979.
- FERRARI, Florencia. **O MUNDO PASSA: uma etnografia dos Calon e suas relações com os brasileiros**. 2010. 380 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia Social, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- FERRARI, Rogério (Ed.). **Ciganos**. [s. L.]: Editorial Movimento Contínuo, 2011.
- FONSECA, Maria de Lourdes Pereira. **Espaço e Cultura nos Acampamentos Ciganos de Uberlândia**, 1996. 143f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de Brasília, 1996.
- GILZA. “O que que você quer saber da minha parte?”. Itaquaquecetuba, São Paulo, 28 de setembro de 2015. Entrevista ao autor.
- GOLDFARB, Maria Patrícia Lopes. Definindo os ciganos: as representações coletivas sobre a população cigana na cidade de Sousa – PB. Ariús: **Revista de Ciências Humanas e Artes**, Campina Grande, v. ½, n. 14, p.76-82, jan/dez, 2008.
- LIMA, Márcio. O Povo Cigano. 2010. Disponível em: <<http://www.arcapress.org/opovocigano/>>. Acesso em: 10 abr. 2016.
- MILLER, Daniel. **Trecos, Troços e Coisas: Estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- MOONEN, Frans. **Anticiganismo e Políticas Ciganas na Europa e no Brasil**. Recife. 2013. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/15793535-Anticiganismo-e-politicas-ciganas-na-europa-e-no-brasil-frans-moonen.html>> Acesso em: 14 fev. 2017.
- SANT’ANA, Maria de Lourdes B. **Os ciganos: aspectos da organização social de um grupo cigano em Campinas**. São Paulo, FFLCH/USP. 1983. (Antropologia; v.4)

SANTOS, Virgínia Rita dos. **ESPACIALIDADE E TERRITORIALIDADE DOS GRUPOS CIGANOS NA CIDADE DE SÃO PAULO**. 2002. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, 2002.

SPIČAKOVA, Ludmila. **RESEARCH OF ROMA DRESSES FOR THE PROJECT ROMFASHION: Traditional Roma dresses and accessories in Czech Republic**. 2008. Disponível em: <http://www.adam-europe.eu/prj/5739/prd/10/1/RESEARCHOFROMADRESSES_CZECH_EN.pdf> Acesso em: 07 jul. 2015.

REFLEXÕES SOBRE MODA E GÊNERO: UMA TEORIA DA REAPROPRIAÇÃO E RESISTÊNCIA

Camila Carmona Dias

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul Erechim – Rio Grande do Sul

Cayan Santos Pietrobelli

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul Erechim – Rio Grande do Sul

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar, teoricamente, a relação do gênero com a moda. Dessa forma, parte da concepção foucaultiana do poder disciplinar, passando pela teoria da reapropriação e resistência de Certeau (1994), para finalmente levantar uma hipótese de que a resistência baseada na reapropriação cultural pode estar conectada com o conceito de entrelugar de Bhabha (1998).

PALAVRAS-CHAVE: *moda; gênero; reapropriação.*

ABSTRACT: This paper aims to analyze, theoretically, the relationship of gender with fashion. Hence, it starts from the Foucauldian concept of disciplinary power, going through Certeau's theory of reappropriation and resistance (1994), and finally raising the hypothesis that resistance based on cultural reappropriation may be connected to Bhabha's

concept of in-between (1998).

KEYWORDS: fashion; gender; reappropriation.

1 | INTRODUÇÃO

No decorrer da história, o gênero vem sendo associado ao sexo biológico. Assim, de acordo com esse conceito, existem normas e padrões comportamentais a serem seguidos. Na cultura patriarcal vigente, existe uma subdivisão limitada entre masculino/feminino e homem/mulher, visto que cada um possui regras para seu modo de comportamento social característico, excluindo, então, a possibilidade de não binariedade, ou fluidez. A moda é um dos fatores principais para a identificação e afirmação do indivíduo com seu gênero, tendo em vista que por meio dela é dada a devida significância ao corpo vestido, alegando seu papel dentro de um grupo.

Este trabalho se fundamenta nos estudos que afirmam o gênero, não como fator biológico determinado, e sim como uma construção social. Dessa forma, aponta para necessidade da quebra do padrão binário de gênero, levando em consideração indivíduos que não se identificam com os gêneros vigentes impostos pela teoria do sexo biológico, ou seja, que possuem um gênero fluido. Diante disso,

a presente pesquisa tem por objetivo estudar o gênero fluido na moda, ou melhor, o entrelugar em que ele se encontra. Para isso, faz uso, principalmente, das teorias de Foucault (2004), Certeau (1994) e Bhabha (1998).

A reflexão desenvolvida visa possibilitar uma discussão preliminar sobre as inúmeras interfaces que permeiam a temática aqui estudada. Assim, para alcançar seu objetivo teórico o artigo esboça a relação entre moda e gênero e desenvolvem-se as concepções de (i) gênero como construção cultural; (ii) moda e gênero: a relação com o poder disciplinador e com a insubmissão do sujeito; e finalmente (iii) o entrelugar como local de conflito, negociações, reapropriações e subversões.

2 | MODA E GÊNERO: ALGUMAS REFLEXÕES

A moda é um fenômeno que apresenta possibilidades de diferenciação ou unidade, assumindo caráter distintivo quando relacionada a papéis sociais e de representação quando apresentada como símbolo. Assim, pode-se afirmar que ela é um elemento crucial na representação social e afirmação do gênero.

Já o gênero é uma instituição simbólica, erroneamente associado a normas biológicas. Levando em conta a premissa do gênero como construção social, e não como um atributo fisiológico, alguns objetos são necessários para sua significação e legitimação no meio social, incluindo o vestuário.

Diante desse contexto, este estudo buscará estabelecer relações e dialogar com as teorias existentes da influência da moda sobre o gênero, sendo a moda – tanto no sentido de mudanças quanto no de sistemas – o elemento de representação dos gêneros em questão. Assim, inicialmente o texto abordará o conceito de gênero e, logo em seguida, estabelecerá a devida relação da moda e indumentária com o gênero.

2.1 Gênero: Uma Construção Cultural

No decorrer da história, o gênero vem sendo associado ao sexo biológico. Assim, de acordo com as teorias sobre o sexo biológico de cada indivíduo, existem normas e padrões comportamentais a serem seguidos por cada um. Na cultura patriarcal vigente, existe uma subdivisão limitada entre o homem e a mulher, visto que cada um possui regras para seu modo de comportamento social característico, excluindo, então, a possibilidade de não binariedade ou fluidez.

As teorias do patriarcado levantam breve questionamento sobre as diferenças entre homens e mulheres de vários modos, no entanto, essas mesmas teorias desconsideram as diferenças de gênero e sua relação com as demais desigualdades. As definições de gênero, de acordo com a teoria patriarcal, são estabelecidas com base nas diferenças físicas, gerando problemáticas a historiadores/as, tendo em vista que desconsideram toda a construção sociocultural, tirando toda a historicidade do gênero em si (SCOTT, 1989).

Para desmistificar o conceito de gênero como algo biológico, é necessário, antes de tudo, elucidar alguns termos usados erroneamente, ou de maneira confusa, tendo em vista que o estudo dos gêneros é algo a que nem todos têm acesso. Dessa forma, a seguir encontra-se uma breve explicação sobre as diferenças entre identidade de gênero, expressões de gênero, sexo biológico e orientação sexual.

É na identidade de gênero que se encontra a “essência” do ser humano, o que é ou com o que se identifica de fato (homem, mulher ou gênero não binário). Joan Scott (1989) sugere que o gênero parece integrar-se na terminologia científica das ciências sociais, deixando, assim, de ser um campo das ciências biológicas. Segundo as nomenclaturas usadas nos estudos de gênero, quem não se identifica com o sexo biológico com o qual nasceu é considerado *transgênero*, os demais, *cisgêneros*. Dessa forma, a identidade de gênero está relacionada à autopercepção e expressão social.

Scott (1989) afirma que as ideias construídas de masculinidade e feminilidade não são fixas, tendo em vista suas variações de acordo com o contexto em que estão inseridas. Logo, haverá um conflito entre a necessidade do sujeito de uma aparência de completude e a imprecisão da nomenclatura, a relatividade da sua significação e sua dependência em relação à repressão. “Essas interpretações tornam problemáticas as categorias ‘homem’ e ‘mulher’, sugerindo que a construção do masculino e do feminino é algo subjetivo e não uma característica inseparável” (SCOTT, 1989, p. 16).

Conforme Judith Butler (2003, p. 25), “o gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (uma concepção jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos”.

Souza e Carrieri (2010, p. 49) em seu artigo: “A analítica Queer e seu rompimento com a concepção binária de gênero”, enfatizam “não apenas que masculino e feminino são construídos por relações de poder historicamente fundamentadas, mas também que essas categorias não são naturais e nem existem a priori”. Ainda, reiteram que a naturalização do modelo binário e identitário é uma estratégia que permite a manutenção de velhas práticas de controle e poder.

Outro conceito é o de atração ou orientação sexual, e embora haja uma vasta gama de definições literárias sobre o tema, o termo se refere mais comumente às relações sexuais e afetivas dos indivíduos. “Heterossexuais, bissexuais ou homossexuais são titulações usadas para definição das diversas sexualidades, estando possivelmente determinados por aspectos interpessoais, intrapsíquicos e sociais” (CARDOSO, 2008, p. 73).

Segundo Foucault (1988, p. 100), o conceito de sexualidade conhecido historicamente surgiu como método de avaliação/separação da “normalidade” e da “anormalidade”, tendo em vista que, na visão do filósofo, a sexualidade representa um “dispositivo histórico”, ou seja, não uma realidade natural, mas sim produtos de estimulações dos corpos e dos prazeres, a fomentação aos discursos e a construção do conhecimento encadeados como estratégias de saber e poder.

Já o conceito sobre expressão de gênero cabe a como cada um age diante dos papéis sociais e regras de comportamento impostas, sendo, então, socialmente chamadas de *femininas*, *masculinas* ou *andróginas* (no caso dos termos não pejorativos). De acordo com Peres (2011), os corpos ainda atuam, afirmando posições de identidades estabelecidas pelos sexos (macho/fêmea) e pelas expressões dos gêneros (masculino/feminino), responsáveis pela normatização de expressões de gêneros.

Por fim, temos o sexo biológico, que é algo totalmente genético, hormonal e se refere aos órgãos genitais, como se o ser humano fosse qualquer outro animal, sendo, então, *fêmea*, *macho* ou *intersex* – chamado anteriormente de *hermafrodita* e considerado por muito tempo como uma anomalia genética. Conforme Swain (2011), o sexo é uma parte do corpo na qual a importância e a representação se definem pelo seu papel histórico-cultural. Complementa a autora, reafirmando o sexo biológico como fator não definitivo em relação ao gênero e ligando-o a questões de verdade e poder, que, investidos de sentidos, fazem do sexo nada mais do que uma parte do corpo humano, que adquire significado através de sua historicidade. Logo, sua representação substitui a realidade biológica.

De acordo com Simili (2012, p. 123), “diferenças biológicas entre indivíduos sempre foram contextualizadas como insígnias socioculturais para a significação de papéis sociais construídos para serem desempenhados por uns ou outros”. Destarte, pode-se definir gênero como uma imposição social e cultural, uma construção simbólica.

Para Guacira Lopes Louro (2013, p. 11), “não há naturalidade nesse terreno de estudo de gênero”, tratado inicialmente pelos processos de percepção do corpo, ou da natureza. Através da vivência dos processos socioculturais, define-se o que é, ou o que não é natural, ressignificando o contexto biológico, inserindo sentido social nos corpos e compondo identidades. A significação dos gêneros nos corpos (feminino e masculino) é afirmada com base no contexto de uma determinada cultura, carregando, portanto, suas marcas (LOURO, 2013, p. 11).

Por meio das questões teóricas trabalhadas anteriormente, e ancorando-se em uma construção sociocultural do gênero, este trabalho visa à desconstrução dos conceitos de gênero como fator biológico, ou obrigação à binariedade, arraigados na sociedade ocidental. Assim, esta pesquisa fomenta as discussões de gênero de suas diversas formas, buscando a representação do corpo como objeto que adquire significância de acordo com questões socioculturais, transparecidos mais facilmente pelo “fenômeno moda”.

2.2 Moda e Gênero: Poder Disciplinador e Insubmissão do Sujeito

O corpo humano é considerado objeto da moda; logo, o sistema de moda se torna elemento de representação, tornando possível a afirmação e a significância

do gênero no contexto social. Apropriando-se dos conceitos de representação de Chartier (1991), que afirma a negatividade da existência de prática ou estrutura que não seja produzida pelas representações, pode-se afirmar que as práticas de se vestir são atos de apropriação e de circulação das representações de moda. E é através da representação que o indivíduo legitima a sua existência, afirmando sua identidade.

Crane (2006, p. 47) considera que “as roupas da moda são usadas para fazer uma declaração de suas identidades sociais, mas suas mensagens principais referem-se as [sic] maneiras pelas quais mulheres e homens consideram seus papéis de gênero, ou a como se esperam [sic] que percebam”.

Narrando influências da moda e do vestuário e sua relação com o gênero, Gilles Lipovetsky traça uma linha do tempo em seus estudos e afirma que o modo de vestir começou a ter grande dessemelhança para homens e mulheres somente a partir do século XIV, quando o traje feminino passou a ser longo e justo e o traje masculino, curto e ajustado. O autor destaca esse acontecimento como uma “revolução do vestuário que lançou as bases do trajar moderno” (LIPOVETSKY, 2009, p. 29). Essa diferenciação significativa no traje acentuou o formato dos corpos, para que afirmassem seus atributos de masculinidade ou feminilidade. O autor define essas mudanças como uma consequência do que chama de “estética da sedução”, pois o vestuário passa a ter poder de “exibir os encantos do corpo acentuando a diferença dos sexos (LIPOVETSKY, 2009, p. 75).

O vestuário masculino passou a aderir ao uso do *gibão*, uma espécie de jaqueta curta e estreita, e calções colantes torneando as pernas. Sobre a genitália, era usado o *codpiece*, chamado em português de “porta-pênis”, que cobria e adornava o órgão genital masculino, afirmando a significação de masculinidade e evidenciando a virilidade. Esse adereço era ostentado como um instrumento de poder, reiterando a teoria de Lipovetsky (2009) da moda como elemento de sedução, escondendo ou evidenciando os atrativos sexuais e o erotismo.

A evidenciação do genital masculino como símbolo de poder pode vir a fazer sentido através de escritos do sociólogo Pierre Bourdieu (1999, p. 24), quando afirma que as diferenças visíveis entre os órgãos genitais masculino e feminino são uma construção social e que encontram sua regra nos “princípios de divisão da razão androcêntrica”. O autor ainda afirma que esses constructos baseados nas diferenças genitais condensam duas operações: “legitima uma relação de dominação, inscrevendo-a em uma natureza biológica que é, por sua vez, ela própria uma construção social naturalizada” (BOURDIEU, 1999, p. 33).

Nessa explosão de mudanças e diferenciações de gênero, a moda feminina surge com uma nova silhueta, modelada em menção ao ventre – afirmando o signo de fertilidade da mulher. Lipovetsky (2009) afirma que o busto passou a ser evidenciado pelo decote, destacando os atributos femininos, e o corpo fora alongado através de uma cauda. Pouco mais tarde, essa composição receberia o espartilho, que imperou sobre a moda feminina durante quatro séculos, com a função de afinar a cintura e

erguer o colo.

A respeito da indumentária feminina, a socióloga Diana Crane (2006) complementa, mencionando o fato de as roupas das mulheres funcionarem como ferramentas de controle social, na medida em que exemplificavam a concepção dominante e restritiva dos papéis femininos, evidenciando a submissão das mulheres aos maridos. Embora esse seja um aspecto prevaente, a autora frisa em seu estudo o século XIX como período em especial.

Lipovetsky (2009) descreve o moralismo cristão ocidental na era feudal e o modo como tratavam as frivolidades, sendo um signo do pecado e do orgulho. Entretanto, no decorrer do século XVIII, a moda se tornou mais hedonista, abandonando ordens religiosas e morais mais rigorosas de comportamento. A moda se tornou, assim, uma exigência de massa em uma sociedade que passava a priorizar os prazeres, as mudanças e o novo.

“Foi ao longo da segunda metade do século XIX que a moda, no sentido do termo, instalou-se” (LIPOVETSKY, 2009, p. 79), com a busca constante pelas mudanças e o abandono das frivolidades como signo de pecado – determinado pelo cristianismo. Os reflexos do antropocentrismo consolidaram a moda, trazendo um caráter hedonista e individual. Nesse período, inicia-se a segunda fase do fenômeno moda: a Moda dos Cem Anos.

A Moda dos Cem Anos está ligada ao nascimento da alta-costura em 1850 e tem na Europa a sua consagração, com criações de luxo e sob medida. Essa fase tem seu fim em 1950, pois na década seguinte surge a Moda Aberta, que Lipovetsky (2009, p.123) chama de “revolução democrática do *prêt-à-porter*”, uma moda que, segundo o autor, permite a expressão da personalidade do indivíduo, sendo o início de uma democratização da moda. A diversidade da Moda Aberta gera novas vertentes e tendências para o mercado da moda, saindo da premissa de uma moda vigente para o acontecimento de várias modas paralelamente.

No entanto, para Mendes e Haye (2003), o *prêt-à-porter* é um sistema totalmente padronizado pela indústria, deslegitimando o caráter democrático ao qual se refere Lipovetsky. Nessa mesma corrente de pensamento, encontra-se a filósofa Martha Nussbaum, que se opõe à ideia democrática da moda e afirma que esse sistema cria, ao invés de pessoas autônomas, escravos da moda (NUSSBAUM, 1995 apud SVENDSEN, 2010).

Entretanto, o caráter democrático da moda cunhado por Lipovetsky (2009) parece não ser de todo democrático assim, quando se entra na questão de gênero. Mesmo com o advento do *sportwear*, que, de acordo com o autor, uniu as diferenças entre os gêneros em um único traje, a questão da dicotomia de gênero está presente por meio da moda segmentada. A teoria apresentada afirma que, embora mulheres passassem a fazer uso de signos de moda masculina, as peças não surtiriam o mesmo efeito, posto que o sistema adequaria a peça para desenhar a silhueta feminina, juntando isso a cores leves e alegres, aderindo, assim, signo de feminilidade.

Quando se trata de moda masculina, é frisada a construção da imagem do homem associada à virilidade. “Adotar um símbolo de vestuário feminino seria transgredir, no parecer, o que faz a identidade viril moderna” (LIPOVESTKY, 2009, p. 155). Dessa forma, pode-se inferir que a moda da modernidade rompeu algumas diferenças de classes, mas a distinção entre o vestuário masculino e feminino ainda se encontra arraigada no fator cultural baseado na binariedade.

Percebe-se que essa diferença (binariedade) de trajes em relação ao gênero pode ser considerada como um instrumento de contenção do sujeito. Michel Foucault, por meio de uma série de estudos, produziu uma espécie de “genealogia do sujeito moderno”. O filósofo e historiador francês destaca um novo tipo de poder: o poder disciplinar. Esse poder está preocupado com a vigilância e a regulação, em primeiro lugar, de populações inteiras e, em segundo, com o indivíduo e o corpo. Desse modo, Foucault trabalha com os sistemas de poder e de contenções sociais ocidentais, referindo-se a penitenciárias, quartéis, hospitais, escolas, a família, e assim por diante, como os elementos contensores na formação ou regularização do indivíduo. Ou seja, são mecanismos de subjetivação do indivíduo. Só por esses processos, que ele se torna sujeito. O objetivo básico do poder reside em construir um ser humano dócil. “É dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 2004, p. 126).

Esse poder coercitivo se aplica na sociedade de diferentes modos, de formas múltiplas, através “de origens diferentes, de localizações esparsas, que se recordam, se repelem, ou se imitam, apoiam-se uns sobre os outros, distinguem-se segundo seu campo de aplicação, entram em convergência e esboçam aos poucos a fachada de um método geral” (FOUCAULT, 2004, p. 127).

Dessa forma, a disciplina age de diferentes maneiras, como, por exemplo, nos pequenos detalhes do dia a dia, como o simples caminhar com determinada roupa. Frente a isso, a vestimenta, também, pode ser vista como objeto de contensão do indivíduo, não para o próprio, mas sim diante do receptor, diante do olhar doutrinado e reprodutor de doutrinação da sociedade, ou seja através do “olhar esmiuçante das inspeções” (FOUCAULT, 2004, p. 121). Essa afirmativa ganha força, principalmente, quando se leva em consideração a afirmativa de Foucault, ao narrar que através do olhar se estabelecem efeitos de poder.

No que tange à modelagem dos corpos, a técnica da disciplina visa à criação de “não apenas corpos padronizados, mas também subjetividades controladas” (MISKOLCI, 2006, p. 682). Ou seja, é possível afirmar que, por meio do “olhar esmiuçante das inspeções” sobre a vestimenta, há uma reiteração da binariedade feminino/masculino e a exclusão de possibilidades de fluidez de gênero.

O traje vem reafirmando historicamente os símbolos de masculinidade ou feminilidade perante os olhares receptores; logo, a roupa atua como um contensor ou mesmo um elemento opressor, visto que a vestimenta da moda é voltada para a representação de signos binários.

Entretanto, se é verdade que por toda parte se estende esse “poder disciplinar” abordado por Foucault, “mais urgente ainda é descobrir como é que uma sociedade inteira não se reduz a ela” (CERTEAU, 1994, p. 41). Trazendo essa ideia para o nosso objeto de estudo, não se pode generalizar que todos os sujeitos são contidos pelo seu vestuário. Acredita-se que existem procedimentos populares que interagem com os mecanismos do poder disciplinar e não se conformam com ele, a não ser para alterá-lo. Ou seja, os sujeitos “se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção sócio-cultural” (CERTEAU, 1994, p. 41).

Michel de Certeau (1994) assevera que o sujeito não é passivo diante dos acontecimentos, mas sim um produtor ativo de conhecimento, que sintetiza e trabalha com as informações que recebe, produzindo algo novo. Dessa forma, o sujeito produtor ativo sintetiza as informações recebidas no seu próprio meio. Certeau, ao dialogar com teorias foucaultianas referentes a formas de contensão, fala sobre a insubmissão do sujeito – não passivo – diante da ordem vigente e conclui que um ato de renovação ou inovação pode ser considerado rebeldia, ou seja, um ato de resistência.

Assim, Certeau (1994) traz o conceito do sujeito insubmisso, o sujeito que sintetiza, que foge da ordem, que aproveita a ausência do olhar panóptico para lhe impingir golpes, isto é, que se utiliza de táticas e estratégias para resistir e reapropriar alguns conceitos da ordem disciplinadora.

Retomando essa teoria em aplicação à moda e ao gênero, pode-se supor que a resistência e a reapropriação do sujeito insubmisso poderiam se encontrar na designação do gênero fluido. Os sujeitos que o incorporam utilizam táticas para a modificação das sentenças da cultura binária patriarcal dos gêneros, subvertendo as imposições sociais vigentes do feminino e masculino.

3 | O ENTRELUGAR: LOCAL DE CONFLITO, NEGOCIAÇÕES E REAPROPRIAÇÕES

Para se construir a reflexão sobre o entrelugar do gênero fluido na moda, serão utilizadas as concepções de Homi K. Bhabha (1998) expressas em seu livro “O local da cultura”. Bhabha é um homem marcado por uma dupla inscrição cultural, indiana e britânica, podendo ser caracterizado, ao mesmo tempo, como plural e híbrido. Em suas reflexões sobre o discurso colonial, ele propõe uma lógica para além do binarismo (ou indiano, ou britânico) e para além da oposição sujeito/objeto. Dessa forma, o autor, amalgamando sua vida e obra, constrói suas reflexões a partir da constituição de sujeitos culturais híbridos. Além disso, para Bhabha (1998), falar sobre cultura significa construir uma reflexão que supere a oposição sujeito/cultura.

Marcado por múltiplas interpretações, o conceito de entrelugar, construído pelo autor, torna-se particularmente fecundo para reconfigurar os limites difusos de uma multiplicidade de vertentes culturais que circulam na contemporaneidade e ultrapassam fronteiras, como é o caso da binariedade entre masculino e feminino representados pela imagem de moda. A moda sempre esteve impregnada de representações de

gênero, impondo qual o corpo ideal e a melhor forma de se vestir para cada sexo. Entretanto, uma vez que esse corpo aparece cada vez mais fluido, observa-se uma nova representação que não se encaixa na definição binária de identidade de gênero.

Destarte, na contemporaneidade, o gênero fluido vem ganhando destaque nas inspirações de coleções de moda, bem como nos tipos de beleza que vêm se destacando no cenário da moda mundial, e torna-se cada vez mais comum, pois rompe com padrões preestabelecidos e homogêneos. Desse modo, supõe-se que o gênero fluido, esse sujeito insubmisso, conforme apropriação da teoria de Certeau (1994), está no entrelugar, na fronteira entre o binarismo da moda feminina e da moda masculina, um lugar extremamente conflituoso.

Para forçar a lógica binária a se inscrever em um outro espaço de significação, que não o entrelugar em que está inserido o gênero fluido, Bhabha (1998) apresenta a categoria de negociação. Tal conceito vem ocupar o lugar da negação da dialética hegeliana, ou seja, os elementos antagônicos ou contraditórios se articulam, não existindo mais uma superação, como propõe tal dialética. “Assim, cada negociação é um processo de tradução e transferência de sentido – cada objetivo é construído sobre o traço daquela perspectiva que ele rasura” (BHABHA, 1998, p. 53). Essa negociação de instâncias contraditórias cria espaços de luta híbridos, nos quais polaridades positivas ou negativas, ainda que relativas, não se justificam. A categoria do hibridismo vem à tona, pois

[...] o momento híbrido tem um valor transformacional de mudança que reside na rearticulação, ou tradução, de elementos que não são nem o Um (a classe trabalhadora como unidade) nem o Outro (as políticas de gênero), mas algo mais, que contesta os termos e territórios de ambos (BHABHA, 1998, p. 55).

Dessa forma, não é possível pensar em sentidos fixos, primordiais, que reflitam objetos políticos unitários e homogêneos. E é justamente o que o gênero fluido na moda representa. Ele está no entrelugar dos conflitos, do hibridismo, do heterogêneo, da negociação com o binarismo de gênero (feminino/ masculino). Esse entrelugar ocupado pelo gênero fluido na moda é um local intersticial. “O interstício vem como uma passagem, um movimento presente de transformação ou transposição, onde uma coisa não é mais ela mesma, mas não totalmente outra” (LOSSO, 2010).

Assim, o entrelugar do gênero fluido na moda é, sim, um lugar de conflitos, de negociações, reapropriações e subversões, um espaço de identidades de gênero fluidas, que derivam de construções sociais e se apresentam como múltiplas. Logo, seria possível supor que no entrelugar existem a negociação – conceito moldado por Bhabha (1998) – a resistência, no sentido de reapropriação – relatada por Certeau (1994) –, em que o sujeito produtor ativo de conhecimento se reapropria dos fragmentos da binariedade de gênero e os sintetiza, ou seja, o sujeito é um *bricoleur* (CERTEAU, 1994). Ou ainda, a subversão conceito construído por Butler (2003), em que o sujeito pode subverter a binariedade de gênero por suas práticas corporais.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da história, a moda sempre ditou padrões estéticos e de beleza baseados no padrão binário de gênero (feminino e masculino). Entretanto, na contemporaneidade, essa concepção fechada de gênero vem sendo discutida. Partindo do princípio de que o gênero não é biológico, mas sim cultural, várias pesquisas tentam derrubar a concepção desse binarismo.

Nosso objetivo foi analisar, teoricamente, a relação do gênero fluido com a moda. E para isso, o artigo se apropriou de conceitos de Foucault (2004), Certeau (1994) e Bhabha (1998). Dessa forma, partiu da concepção foucaultiana do poder disciplinar, ou seja, do princípio de que a roupa é um elemento contensor na formação ou regularização do indivíduo. Entretanto, e de acordo com as concepções teóricas de Certeau (1994), não se pode generalizar que todos os sujeitos são contidos pelo seu vestuário. Como já foi citado, acredita-se que existem procedimentos populares que interagem com os mecanismos do poder disciplinar e não se conformam com ele, a não ser para alterá-lo. Ou seja, os sujeitos “se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção sócio-cultural” (CERTEAU, 1994, p. 41).

Dessa forma, existe a reapropriação do sujeito sobre o poder disciplinador, nesse caso, da binariedade de gênero na moda, e essa resistência baseada na reapropriação cultural pode estar conectada com o conceito de entrelugar de Bhabha (1998). Um espaço entre as fronteiras da moda masculina e feminina, um interstício extremamente conflituoso, mas ao mesmo tempo híbrido e heterogêneo, um lugar de possibilidades e subversões.

Portanto, o sujeito do “entrelugar” é um novo elemento cultural que surge do embate da tradição com a contemporaneidade, capaz de resistir, negociar e se reapropriar de significados com a finalidade de viver dignamente com suas diferenças.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Le Neutre**: cours au Collège de France (1977-1978). Paris: Seuil, 2002.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARDOSO, Fernando Luiz. O conceito de orientação sexual na encruzilhada entre sexo, gênero e motricidade. **Interamerican Journal of Psychology**, Porto Alegre, v. 42, n. 1, p. 69-79, abr. 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
CHARTIER, Roger. **A história cultural**. Algés: Difel, 2002.

_____. O mundo como representação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 5, n. 11, p. 173-191, jan./abr. 1991.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. Tradução de Cristiane Coimbra. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2006.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 125-136, 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/search/titles?searchPage=2>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: A vontade de saber. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edição Graal, 1988.

_____. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2010.

KELLER, Daniel Gevehr. **Masculinidade hiato**: cultura, gênero e moda. 2006. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais, Feevale, Novo Hamburgo, RS, 2006.

KILLERMAN, Samuel. **The social justice advocate's handbook**: a guide to gender. Austin, TX: Impetus Books, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOSSO, Rhiago. O sujeito do entre-lugar na literatura portuguesa: um diálogo entre Bhabha e Lobo Antunes. In: COLÓQUIO EM PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS – UNESP, 2, 2010, São Paulo. **Caderno de resumos...** São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.assis.unesp.br/Home/SitesInternos/ColoquiodeLetras/cadernoderesumos.pdf>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de La. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Revista de Estudos Feministas**, v. 3, n. 3, p. 681-693, 2006.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Doroteia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. Barueri: Estação da Letras e Cores, 2008. p. 37-73.

PERES, Wilian Siqueira. Travestis: corpos nômades, sexualidades múltiplas e direitos políticos. In: SOUZA, Luiz Antônio Francisco de; SABATINE, Thiago Teixeira; MAGALHÃES, Boris Ribeiro de (Org.). **Michel Foucault**: sexualidade, corpo e direito. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p. 69-104.

PITOMBO, Renata Cidreira. A moda como expressão cultural e pessoal. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 226-244, dez. 2010. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/IARA_vol3_n3_Completa_2010.pdf#page=230>. Acesso em: 20 jan. 2016.

RECH, Sandra. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: Ed. da Udesc, 2002.

SCOTT, Joan. **Gênero**: uma categoria útil para análise histórica. Tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Disponível em: <https://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero-Joan%20Scott.pdf>. Acesso: 15 jan. 2016.

SIMILI, Ivana Guilherme. Políticas de gênero na segunda guerra mundial: as roupas e a moda feminina. **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 121-142, jul./dez. 2012.

SOUZA, Eloisio Moulin de; CARRIERI, alexandre de Pádua. A analítica Queer e seu rompimento com a concepção binária de gênero. **Rev. adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 3, p.46-70, maio/jun. 2010.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**: a moda no século dezanove. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

SWAIN, Tania Navarro. Para além do sexo, por uma estética da liberação. In: ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Munis de; VEIGANETO, Alfredo; SOUZA FILHO, Alípio de. **Cartografias de Foucault**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2011. p. 394.

MODA NÃO-BINÁRIA: DA DISCUSSÃO PARA A EXECUÇÃO

Barbara Evelyn Brito da Silva,

Universidade Federal do Amazonas,

Manaus – Amazonas

Helder Alexandre Amorim Pereira,

Universidade Federal do Amazonas,

Manaus - Amazonas

RESUMO: O binarismo de gênero vem sendo bastante abordado na sociedade e dentro de fashion design, evidenciando a necessidade da quebra desse paradigma social. O design é um dos setores que mais fomenta a divisão binária através de seus produtos, principalmente na moda. Portanto, o objetivo deste artigo é definir as mudanças no processo de criação dos vestuários atuais, sem as barreiras geradas pela vinculação do uso por gênero, de uma forma que o usuário utilize o que ele se identifica e não o que lhe é socialmente imposto.

PALAVRAS CHAVE: design; gênero; moda.

NON-BINARY FASHION: FROM DISCUSSION TO IMPLEMENTATION

ABSTRACT: Gender binarism has been widely approached in society and within fashion design, evidencing the need to break this social paradigm. Design is one of the sectors that most encourages binary division through its products, especially in fashion. Therefore, the objective of this article is to define the changes in the

process of creation of the current garments, disregarding without the barriers generated by the linkage of the use by gender, in a way that the user uses what is identified and not what is socially imposed.

KEYWORDS: design; gender; fashion.

INTRODUÇÃO

O não-binário, dentro do conceito de gênero, é aquilo ou quem não se classifica como masculino/feminino (DIAS, 2016). No início da história da moda os detalhes que determinavam o que homens e mulheres vestiam eram tênues e pontuais. Porém, com o passar dos séculos e o crescimento da segregação entre masculinidade e feminilidade em diversos âmbitos, o vestuário passou a ser também uma forma de identificação de gênero do usuário que o está vestindo, passando a seguir um estereótipo que cerceia a liberdade de expressão.

Mesmo havendo o compartilhamento de algumas peças entre os dois gêneros que passaram a ter uma pseudo-ambiguidade assimilada pela sociedade, as diferentes atividades inerentes a moda, evidenciam uma forma de expressão de personalidade, que vem muito além da proteção da superfície do corpo, mas que se reflete na classe social, na

profissão, na religião, na atitude, e principalmente no gênero (CRANE, 2006). Com o passar dos tempos a importância agregada à identificação e associação da peça ao universo masculino ou feminino, fomenta a divisão binária de gênero dentro do vestuário até os dias atuais.

Muito tem-se questionado sobre a necessidade de haver uma moda não-binária na última década (SANCHEZ, 2016), mas as tentativas até o momento são definidas por coleções que têm contribuído de forma incipiente, uma vez que as sessões das lojas e dos grandes magazines ratificam esse posicionamento de divisão por gênero devido a forma de exposição dos produtos.

É necessário que haja ações para que a percepção relacionada a essa questão seja modificada e se torne condizente com as mudanças sociais que vem ocorrendo, a exemplo dos novos tipos de famílias que estão sendo formadas e principalmente, sendo reconhecidas como tal diante da lei, alavancando outros direitos sociais de gênero.

O processo de reconfiguração deve ser profundo e abrangente, iniciando pelos processos de pesquisa de tendência e do vestuário, até a questões mercadológicas, envolvendo profissionais de áreas diversas.

Partindo deste ponto, o objetivo deste artigo é analisar o que tem sido feito de modo equivocado na atual produção de vestuários sem gênero, através de pesquisas com usuários e observações críticas em relação ao produto. E então gerar uma série de passos, baseados nessa coleta de dados, que devem ser considerados na criação de roupas sem gênero.

GÊNERO DE MERCADO

Historicamente o conceito de gênero aceito pela sociedade há séculos é ligado diretamente ao sexo físico do indivíduo, o órgão sexual propriamente dito. No entanto, a abordagem sobre gênero é bem mais complexa do que parece: diz respeito sobre quem somos, sendo regulado pela necessidade social de categorizar indivíduos e suas atividades (LOUREIRO e VIEIRA, 2016).

Na última década houveram muitos questionamentos e discussões sobre a necessidade dessa mudança em vários âmbitos da vida em sociedade, para que dessa forma todos se adaptem à nova realidade do conceito de gênero, já que uma parcela da sociedade não possui gênero e sexo iguais e outra parcela que se considera não-binária.

Nos últimos 2 anos diversas lojas de departamento resolveram aderir ao movimento que surgiu nas passarelas, lançando coleções de roupas sem gênero. Porém essas roupas e acessórios não apresentavam características que revelassem de uso estritamente de um gênero. Nesses casos o que se percebeu foi a aplicação de paletas de cores neutras em formas compostas por linhas retas, em peças como saias e vestidos usadas por homens, enfim se caracterizava por um excesso de cuidado e

ausência de personalidade na criação, se assemelhando ao período pós-guerra.



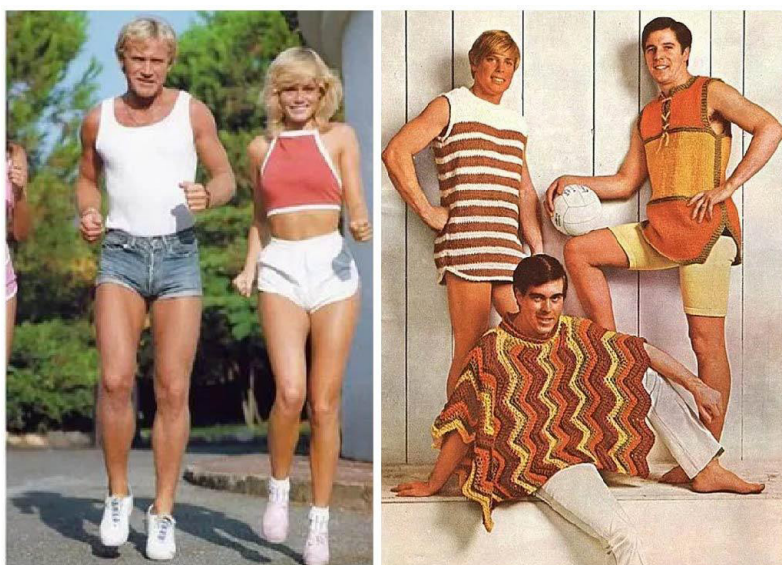
Figura 1 - Coleção sem gênero da loja Zara

Fonte: <http://www.pinknews.co.uk>, 2016

Com peças básicas e já de uso comum aos dois gêneros há décadas, as lojas de departamento, como se fosse um modismo, fizeram uso do marketing em torno dessa séria discussão, para se apresentarem como desbravadores.

O que se revela até os dias atuais, é que a mulher pode usar roupas consideradas mais masculinas mas o homem não pode usar peças do vestuário feminino. Aos homens atualmente não é permitido o uso de shorts curtos e apertados; relógios e outros acessórios com detalhes considerados mais chamativos.

Entretanto, é importante ressaltar que nos anos 70 homens usavam shorts curtos, vestidos, roupas apertadas, calças boca de sino e saint tropez além do sapato cavalo de aço. De acordo com Bernardes (2016), a sociedade regrediu em relação à década de 70, no que tange ao comportamento de gênero. A moda é muito mais que uma representação de gênero, ela é uma expressão de opiniões e personalidades, ambos os conceitos que não combinam com amarras e padrões pré-estabelecidos.



COMPORTAMENTO CONVENCIONAL

Existem convenções na sociedade em torno do que seja normal e aceitável no comportamento de gênero e sexualidade, de forma que as pessoas costumam associar esses dois aspectos. Toda vez que um indivíduo deixa de seguir esse padrão comportamental esperado pela sociedade, sua sexualidade e orientação de gênero são questionadas.

Os conceitos de gênero e sexualidade vem tendo uma nova leitura, sendo percebida como algo do indivíduo e não como predisposição estereótipo oriundo da sociedade. Principalmente o público jovem busca o reflexo desses novos ideais naquilo que está a sua volta e por isso, busca se sentir representado através do produto que ele quer usar assumindo seu direito como indivíduo, ao mesmo tempo em que se sentem representados e expõem sua personalidade através daquilo que vestem, ainda buscam a aprovação social das pessoas com as quais convivem, e compartilham dos mesmos códigos comuns (MASSAROTTO, 2007), o que faz com que esse indivíduo tenha que enfrentar questionamentos psicológicos entre o que ele quer e a preferência comportamental esperada pela sociedade.

Nas lojas de departamento os produtos são setorizados em masculino e feminino, mesmo peças de uso comum aos dois gêneros são dispostas desta maneira. Quando alguém do sexo masculino resolve comprar algo na sessão feminina, já está intrínseco que a peça é para o uso de terceiros e não do então comprador.

Toda essa tensão é a experiência que envolve o usuário que, para exercer o seu direito individual, desobedece os estereótipos de gênero impostos pelo mercado. Esse constrangimento antes mesmo de adquirir uma simples peça de roupa, calçado ou acessório, afeta psicologicamente o indivíduo que só queria fazer uso daquilo com o que se identificou. Sem falar que para o público transsexual, que já sofre com a aceitação de seu próprio corpo, ser submetido a tanto constrangimento pode acarretar transtornos ainda maiores (LANZ, 2014).

Foi realizada uma pesquisa, através de formulário online, com uma amostra de 55 jovens brasileiros com faixa etária que vai de 17 a 30 anos, que buscou levantar informações sobre as experiências desses indivíduos relacionadas à compra e uso de peças de vestuário de ambos os gêneros. 38,2% dos entrevistados afirmaram já ter sofrido algum tipo de constrangimento público por estar utilizando roupas de um gênero diferente do seu sexo. Em outro momento foi questionado se existe alguma ocasião em que eles não possam ou devam utilizar essas peças em público e a maioria respondeu ocasiões como: ocasiões formais, eventos de família e ambiente de trabalho. Isso se dá principalmente pelo preconceito que envolve os paradigmas das sociedade em relação a gênero e sexualidade.

VALORIZAÇÃO DE GÊNERO

Apesar de muito discutidos, os conceitos de orientação sexual e identidade de gênero ainda são comumente interpretados de maneira equivocada. Segundo Jesus (2012), gênero se refere aos modos de se identificar e ser identificado como homem ou como mulher. Orientação sexual se refere à atração afetivossexual por alguém de algum/ns gênero/s. Uma dimensão não depende da outra, não há uma norma de orientação sexual em função do gênero das pessoas, assim, nem todo homem e mulher é “naturalmente” heterossexual, e/ou cisgênero.

Apesar de serem grupos ainda muito perseguidos por grupos conservadores e homofóbicos, as pessoas LGBTs (lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais) possuem grande participação em diversas áreas da economia, abaixo algumas personalidades que se definem como LGBTs:



Figura 03 – Celebridades LGBTs

Fonte: elaborado pela autora, 2017.

O pensamento de que homens não podem usar roupas de mulheres vem da

valorização do papel do homem na sociedade, Moreno (1999) diz que o androcentrismo se caracteriza por considerar o ser humano do sexo masculino como o centro do universo, com um nível de importância e superioridade acima dos demais, como o único observador válido de tudo que ocorre em nosso mundo, como o único capaz de fazer leis, de impor a justiça. Segundo esse pensamento o homem merece mais respeito e admiração pelos seus feitos do que as mulheres, e por conta disso as características atribuídas historicamente às mulheres - tais como: delicadeza, fofura, vulnerabilidade e fragilidade - expressas nas roupas femininas são motivo de vergonha para homens que as possuem. Ainda hoje em dia é comum encontrar crianças atribuindo características como fraqueza e incapacidade como sendo algo “de mulherzinha”. Muitos direitos já foram conquistados pelo movimento feminista, mas ainda há muito para reaver.

Partindo do preconceito de gênero temos a discriminação de indivíduos por conta da sua orientação sexual. O homossexual é caracterizado como um homem afeminado, mesmo que nem todos os homossexuais possuam tal característica, e por conta disso é considerado menos masculino que os homens heterossexuais. Sendo assim, o ato de um homem vestir roupas e/ou acessórios femininos é automaticamente relacionado a um comportamento homossexual e por isso é discriminado. Em 2016, 343 pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transsexuais foram vítimas fatais da homofobia (GGB, 2016), e infelizmente um dos fatores de identificação que os homofóbicos utilizam é o modo como a pessoa possa estar se vestindo, como fator determinante para sua sexualidade.

A sociedade é intolerante com aquilo que é diferente do que ela acredita ser certo, mas esses paradigmas precisam ser quebrados, o valor do homem e da mulher na sociedade devem ser os mesmos em todos os âmbitos, e enquanto um homem se sentir envergonhado ou diminuído perante a sociedade somente pela ideia de fazer uso de peças de vestuário consideradas femininas, e assim como Iggy Pop diz não se sentir envergonhado por se vestir “como uma mulher” porque não acha vergonhoso ser uma mulher, é que evidencia o fato de homens ainda não se vestem com roupas “femininas” pela desvalorização que a sociedade ainda tem em relação a mulher.

COMPORTAMENTO NO MOMENTO DA CRIAÇÃO

A criação de um produto de moda começa desde a sua idealização e todo o processo de criação abrangendo a série de métodos seguidos para a execução do projeto é chamado de metodologia de desenvolvimento de coleção de moda.

Autor	Características da metodologia
Treptow (2007)	<p>- A coleção deve contemplar os seguintes aspectos: identidade da marca, perfil do consumidor, tema de coleção, propostas de cores e materiais, para assim criar produtos que possam ser absorvidos pelo público alvo. Deve-se ter uma preocupação também com a funcionalidade e os benefícios que estes produtos vão oferecer aos usuários, mesmos que estes atributos possam ser intangíveis.</p> <p>- É formada por sete fases: planejamento, cronograma da coleção, parâmetro de coleção, dimensão da coleção, pesquisa de tendências, desenvolvimento e fase de realização. Na primeira etapa são discutidos número de peças da coleção, mix de produto, o cronograma de tempo de execução da coleção, tempo de comercialização, capital de giro e o potencial de faturamento da coleção. Na etapa dois, são definidas as datas e as tarefas. O mix de produtos e o mix de moda são definidos na terceira etapa, onde é elaborada uma tabela de parâmetro da coleção. O tamanho da coleção e o estoque são abordados na quarta etapa. Na quinta fase são pesquisa das tendências, monta-se o briefing da coleção e define-se o tema. Cartela de cores, tecidos e aviamentos são decididos na sexta fase. E finalmente, na sétima fase esboços, desenhos técnicos e modelagens, peças pilotos, reunião de aprovação, mostruário e lançamento e divulgação.</p>

<p>Sorger e Udale (2007)</p>	<p>- O estilista deve ter muito claro a quem serão dirigidas as suas peças ao criar uma coleção. Pois todo designer de moda pode trabalhar em diferentes níveis dentro da indústria da moda, a escolha depende dos estudos realizados, das suas habilidades, interesses pessoais e também do valor que se quer cobrar pelos produtos. Os detalhes na roupa são fatores decisivos quando se trata de persuadir alguém a fazer uma compra, além disso, o uso destes detalhes pode dar uma identidade à coleção, uma espécie de assinatura.</p> <p>- Separam seu método em três macros etapas: pesquisa, desenvolvimento e lançamento. A pesquisa de tendências, que está inserida na primeira macro etapa. A segunda engloba: desenhos e esboços, tecidos, cartela de cores, aviamentos, modelagem e peças piloto. E por fim a mostra da coleção e a venda, fazem parte da macro etapa de lançamento da coleção.</p>
<p>Jones (2005)</p>	<p>- Propõe um método em seis grandes etapas: briefing, desenvolvimento, custeio, gerenciamento do tempo, inspiração e apresentação. Os objetivos do projeto são tratados logo na primeira etapa, público e mercado alvo, análise de alternativa do problema e as análises de valor para peças estão inseridas na segunda etapa. A terceira etapa trabalha com os prazos de entrega, a quarta etapa inclui inspiração e criação das peças, e por fim a última etapa finaliza o projeto com croquis, storyboards e as peças prontas.</p>

Quadro 01. Comparativo entre metodologias de moda

Fonte: Elaborada pela autora a partir de HORN, MEYER E RIBEIRO (2013).

Ao analisar cada uma das principais metodologias de moda é possível notar que nenhuma delas apresenta em seu processo metodológico a determinação de gênero do público alvo como pré-requisito para a criação de produtos de moda para este determinado público. Afim de descobrir então em que momento no processo de criação dessas peças, a divisão binária, foi realizado um teste presencial com 11 alunos de um curso de graduação em design generalista, que acabaram de cursar a disciplina

de *fashion design*.

Onde a seguinte situação hipotética foi fornecida para a criação de 1 (um) look completo:

- Elaborar um look completo casual;
- Para clima brasileiro primavera/verão;
- O público tem entre 18 e 30 anos e pode ser brasileiro ou não;
- Utilizar o conceito de: capitais brasileiras.

Na primeira etapa do teste foi fornecida apenas a situação acima, e na segunda etapa foi acrescentado que o look a ser desenvolvido deveria ser sem gênero. Somando assim 2 (dois) looks no total. Todos os looks resultantes do teste encontram-se em anexo.

No teste realizado apenas uma participante repetiu o look desenvolvido nas duas situações elaboradas, não sendo alterado mesmo após ter sido acrescentada a informação de que o segundo look não teria atribuição de gênero.



Figura 04 – Croquis da pesquisa presencial
Fonte: participante anônimo da pesquisa presencial, 2017.

Sete participantes criaram peças com características mais retas, largas e próximas ao que é atribuído ao gênero masculino. Três participantes criaram looks com formas e detalhes mais comumente atribuídos ao gênero feminino em ambas as situações estabelecidas.

Durante a realização do teste, poucas dúvidas foram levantadas entre os participantes, as poucas explicitadas foram em relação ao gênero do público, tanto na primeira quanto na segunda etapa.

Foi observado que os participantes não precisam da informação sobre o gênero do público para desenvolver o look, mas quando o fator “sem gênero” foi acrescentado na situação hipotética, 63% dos participantes atribuíram cortes mais retos e peças

mais largas e compridas ao look.

Em um outro momento, foi aplicado um formulário online onde fotos de determinadas peças de vestuário atribuídas ao gênero feminino (figura 5) foram apresentadas juntamente das seguintes perguntas: “O que você mudaria nas peças de vestuário na imagem abaixo para que possam ser utilizadas por homens?” e “O que você mudaria na peça de vestuário na imagem abaixo para que se torne sem gênero?”, e apesar de também terem sido questionados sobre o que caracteriza uma roupa não-binária e respondido corretamente, nas respostas em relação às adaptações das peças das imagens, ainda houveram respostas como “Retirada da estampa, alteração na modelagem do short”; “Transformaria a camisa numa camiseta manga curta, com o colarinho em detalhe V ou U. Calça um pouco mais longa na altura do joelho (ou pouco mais acima) sem detalhes de bolsos e adornos.” e “Deixaria os cortes mais retos”.



Figura 05 – Imagem utilizada em formulário online.

Fonte: <<http://www.lojasrenner.com.br/p/blusa-tomara-que-caia-floral-538058917>>, 2016. Acessado em 18.11.17.

A partir dos dados levantados nas pesquisas com os profissionais ou estudantes que criam produtos de moda, nota-se que a escolha de um dos gêneros logo no início do processo de criação é feita por estes de forma quase que automática. As metodologias existentes não mencionam as questões relacionadas ao gênero em seus métodos, para que o profissional se atente a essas questões é necessário utilizar uma metodologia que trate da divisão de gênero dentro de seus métodos.

COMO FAZER O NÃO BINÁRIO

Não é necessário ser transexual ou ser de gênero não-binário para querer usar roupas destinadas a um gênero que não seja o seu. Os gostos e as preferências de

uma pessoa não são determinados pelo seu gênero e/ou sexo.

Muitas vezes as cores e as formas em um projeto são determinadas pelo gênero do público-alvo, é comum encontrar tabelas de requisitos e parâmetros que associam cores pastéis e formas delicadas ao público feminino por exemplo. Quando na verdade o que deveria ser levado em consideração seriam os gostos e as preferências de todos os possíveis usuários independente de gênero ou qualquer outra convenção da sociedade.

Dos participantes da pesquisa referida acima, 83,6% afirmaram ter problemas em encontrar peças com o dimensionamento adequado para o seu corpo na sessão do gênero oposto ao seu sexo. Homens e mulheres possuem medidas antropométricas divergentes desde o nascimento e essas diferenças se tornam ainda mais evidentes com o crescimento do indivíduo (IIDA, 2012). Medidas antropométricas de ambos os gêneros são levadas em consideração em tantos outros produtos, mas não é o que vemos no vestuário no geral, e só adaptando o produto para todos os possíveis usuários é que se consegue a inclusão.



Figura 6 - Método de levantamento de dados para criação de roupas sem gênero baseado na pesquisa realizada.

Fonte: Elaborada pela autora, com base na pesquisa realizada, 2017.

EXPERIÊNCIA COM O USUÁRIO

Foi realizado um experimento social com 6 indivíduos de idades entre 19 e 22 anos, onde foi montado o cenário ideal onde as peças de vestuário - de diversos tamanhos e estilos - e acessórios estavam dispostas todas em uma mesa, sem

nenhuma espécie de distinção por atribuição de gênero (Figura 7). Foi dito aos participantes que montassem livremente o look que gostariam de usar de acordo com suas preferências.



Figura 07 - Momento inicial da aplicação do experimento

Fonte: Barbara Brito, 2017.

Em diversos momentos foi possível notar o desconforto que alguns dos indivíduos apresentaram em relação à dificuldade de encontrar peças com dimensões apropriadas para o seu corpo (Figura 8), pelos motivos mencionados no capítulo “O não-binário”. Após escolherem as roupas e acessórios que gostariam de usar, foi realizado um ensaio fotográfico a fim de observar o comportamento dos indivíduos. Notou-se, no início do experimento, que todos pareciam ainda um tanto quanto introspectivos, mas no decorrer da escolha das peças, já tinha-se um ambiente mais descontraído. Durante o ensaio fotográfico, foram feitas fotos em grupo e também individuais, em diversos ambientes.



Figura 08 – Usuário tendo dificuldade relacionada a dimensão da roupa.

Fonte: Elvis Esteban, 2017.

O clima descontraído dos participantes era visível e o fato de estarem juntos em todos os momentos parecia lhes dar mais confiança ao transitar nos locais públicos.

Entre os locais em que foi realizado o experimento estão a Av. Brasil, no bairro da Compensa, em Manaus, e o Mini shopping da Compensa, localizado na mesma avenida. Nestes locais os participantes estiveram em meio ao público externo, que reagiu de modo mais positivo que negativo, mas sempre atribuindo essa aceitação ao fato do grupo estar sendo fotografado, confirmando que por muitas vezes a sociedade aceita aquilo que é diferente quando distancia da sua realidade e transforma em uma atividade menos cotidiana como a de um ensaio fotográfico ao ar livre por exemplo.



Figura 09 – Todos os participantes do experimento.

Fonte: Elvis Esteban, 2017.

A partir do experimento foi gerado um vídeo, que pode ser acessado em: https://youtu.be/_2tbjd6TCCg

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se com este estudo, que há tentativas de introduzir o conceito da moda sem gênero no mercado consumidor, porém, tem sido feito de maneira que não altera a realidade que vivemos há tantos séculos, em que o homem não pode usar roupas consideradas femininas.

Para mudar realmente essa realidade não é preciso criar uma coleção sem gênero e colocá-la em uma sessão diferente da masculina e feminina, mas sim deixar de dividir as sessões por gênero e criar peças que sirvam em todos os públicos. Classificando as peças por estilo e ocasião a serem utilizadas, não dividindo seres humanos por gênero, sexo ou faixa etária, pois nenhuma destas classificações podem definir a preferência de uma pessoa e muito menos estabelecer o que lhe é conveniente vestir. É exatamente o que já se tem, só que disponível para todos que quiserem fazer uso.

O objetivo deste artigo foi mostrar que a necessidade da moda sem gênero no momento não é algo tão complicado ou ousado assim, integrar e adaptar é o caminho para a moda de todos, utilizar um método que se volte à criação dessas peças para ambos os usuários, dessa forma atendendo às expectativas, necessidades e gostos do público independente de gênero e/ou sexo.

Sem a intenção de fechar a questão, muito pelo contrário, foi levantada a questão da atual execução da moda não-binária e espera-se que muito ainda seja discutido e produzido nesta área para que a moda possa evoluir a sociedade, como já fez tantas vezes.

REFERÊNCIAS

BERNARDES, Tainá. **Sobre a moda sem gênero e os anos 70**. 2016. Disponível em: <<https://formadaaos22.wordpress.com/2016/09/14/sobre-a-moda-sem-genero-e-os-anos-70/>>. Acesso em: 30 jun 2017.

CRANE, Diane. **Moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. (Trad. Cristiana Coimbra). 2a Ed., São Paulo, 2006. Editora Senac São Paulo.

DIAS, Leonora e GRUNVALD, Vitor. **A não binariedade em questão**. 2016. Disponível em: <<http://flsh.com.br/a-nao-binariedade-em-questao/>>. Acesso em: 19 ago 2018.

GGB, Grupo Gay da Bahia. **Relatório 2016: assassinatos de LGBT no Brasil**. Salvador, 2016.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HORN, Bibiana; MEYER, Guilherme e RIBEIRO, Vinicius. **Reflexões sobre o uso de metodologias de projeto de produto no desenvolvimento de coleção de moda**. Santa Catarina. Revista Modapalavra v. 6 n.12, 2016

IIDA, Itiro. **Ergonomia: Projeto e Produção**. 2ª ed revista e ampliada. São Paulo: Blucher, 2012.
JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**.
Brasília, 2012.

LANZ, Letícia. **O corpo da roupa: a pessoa transgênera entre a transgressão e a conformidade com as normas de gênero**. Curitiba, 2014.

LOUREIRO, Gabriela e VIEIRA, Helena. **Tudo o que você sabe sobre gênero está errado**. 2016.
Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/05/tudo-o-que-voce-sabe-sobre-genero-esta-errado.html>>. Acesso em: 30 jun 2017

MASSAROTTO, Ludmilla Prado. **Consumo e comunicação de moda: a construção dos estilos de vida na cultura contemporânea**. Belo Horizonte: 3º Colóquio de Moda, 2007.

MERCADO de vestuário no Brasil. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://saopaulopretaporter.com.br/noticias/ler/mercado-de-vestuario-no-brasil-movimenta-aproximadamente-200-bilhoes-ao-ano/>>. Acesso em: 29 jun 2017

MORENO, M. **Como se ensina a ser menina: o sexismo na escola**. São Paulo: Moderna, 1999.

OLIVEIRA, Mírian e FREITAS, Henrique. **Focus group, pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento**. São Paulo: RAUSP, v. 33, no. 3, Jul-Set. 1998.

PEREIRA, H. A. A. **O design de mobiliário para valorização dos resíduos de madeiras amazônicas**. Manaus, 2017.

SANCHEZ, Gabriel e SCHMITT, Juliana. **Moda sem gênero: conceituação e contextualização das tendências não binárias**. João Pessoa: 12º Colóquio de Moda, 2016.

A IMPORTÂNCIA DA MODELAGEM NA UNIFICAÇÃO DE GÊNEROS

Fabiana Caldeira Tridapalli

Univali – Universidade do Vale do Itajaí
Camboriú – Santa Catarina

Glória Lopes da Silva

Univali – Universidade do Vale do Itajaí
Passo Fundo – Rio Grande do Sul

RESUMO: O presente artigo se propõe a descrever e analisar a importância do movimento moda sem gênero, assim como, da modelagem na construção de novos paradigmas no mundo da moda, neste caso, a unificação de gêneros, abordando conceitos necessários ao processo da concepção do vestuário, tais como antropometria, ergonomia, modelagem plana *emoulage*, através da metodologia de pesquisa bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE: Modelagem; Unificação; Gêneros.

ABSTRACT: This article aims to describe and analyze the importance of the genderless fashion movement, as well as the modeling at the construction of new paradigms in the fashion world, in this case, the unification of genres, addressing necessary concepts to the garment design process, such as anthropometry, ergonomics, flat modeling and *moulage*, through bibliographic research methodology.

KEYWORDS: Modeling; Unification; Gender.

1 | INTRODUÇÃO

Propõe-se um estudo de caráter informativo sobre o fortalecimento do conceito moda sem gênero no momento, seu surgimento no passado, a influência das artes, música e celebridades no processo, citar-se-á as principais marcas internacionais e nacionais que estão aderindo à tendência, e se algumas delas estão realmente cumprindo a idéia do movimento, ou apenas acompanhando o novo nicho de mercado, a fim de não ficar de fora deste.

Abordar-se-á os desafios envolvidos nas questões de fabricação das peças, através de três questionamentos: como, quem e quando. Bem como um aprendizado dos conceitos de modelagem plana, antropometria, ergonomia e *moulage*, na tentativa de se unificar os gêneros de uma forma não somente estética, mas pensando também em princípios básicos como conforto e a praticidade.

A metodologia de pesquisa definida foi pesquisa bibliográfica. Analisar-se-á também as principais dificuldades do mercado, quanto à aceitação dos consumidores e o receio das marcas em ter sua imagem alterada, o que gera uma insegurança de onde esses fatores levarão

a moda num futuro próximo.

2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde seu nascimento, a moda passou por várias fases, diversas mudanças foram vistas e ainda há de se ver inúmeras quando se trata do mundo *fashion*, no momento presente um assunto a destacar no ramo, é a moda sem gênero. É uma tendência cada vez mais em voga no meio, tendência esta que se vê mais presente desde os desfiles do ano de 2015, primordialmente nas passarelas destinadas a um público mais seletivo, que constantemente busca referências internacionais.

As marcas estão cada vez mais atentando ao fato de que roupa não tem sexo. O principal intuito dessa maneira de entender, ver ou vestir a moda, é quebrar amarras sociais, que impõe quais formas, estruturas, modelagens e cores são femininas ou masculinas. A moda sem gênero possui diversas nomenclaturas, sendo conhecida também como moda unissex, *genderless*, *plurissex*, *gender-bender*, *agender* ou androginia.

Andrógino: associação de características femininas e masculinas, hermafrodita. James Lovelace, historiador de moda, concluiu que a figura ideal da moda era a mulher andrógina, que lembrava um homem nos anos 20, 60 e 70, com calças estruturadas, casacos, gravatas e golas *Button down*. O homem dos anos 70 e 80 também foi andrógino, com adaptações de estilos femininos, incluindo os cabelos longos, maquiagens, roupas drapeadas e maior variedade de cores. Nas linhas *jeanswear* e *sportwear* equivale ao conceito de *unissex*. (CATAGUASES, 2002, p. 03)

Apesar de parecer ser um novo nicho de mercado no ramo da moda, na verdade a moda sem gênero pôde ser observada em diferentes e significativas épocas do mundo contemporâneo, pois desde a década de 20, a estilista Coco Chanel já se atreveu a elaborar roupas para mulheres baseadas em peças masculinas. Assim, a moda passou a tomar um rumo diferenciado do então conhecido, e têm caminhado inevitavelmente aos poucos é fato, para um universo sem gênero, e a probabilidade é que seja assimilada pelos consumidores das novas gerações.

Se a moda vem rompendo limites culturais e sociais há muito tempo pré-estabelecidos, ela deve muito ao mundo das artes, da música e das celebridades, pois existem vários exemplos de ícones dessas áreas que foram precursores ao se aventurar pela indumentária sem gênero, pode-se citar: Marlene Dietrich, Mick Jagger, David Bowie, Diane Keaton entre outros.

Um exemplo atual de celebridade a trazer mais foco para o assunto é, o filho de Will Smith, Jaden Smith, que já há muito circula tranquilamente entre as regras de gênero, Jaden surgiu ao lado de quatro modelos na campanha de moda feminina da marca *Louis Vuitton*, vestindo peças desfiladas nas passarelas por mulheres. Ele ainda postou as fotos em uma rede social afirmando: “eu não visto roupas de mulher, eu visto roupas”. Ele é um garoto heterossexual, e por usar saia não o deixa de ser.

Atualmente, o vestuário de moda é considerado a expressão de valores individuais e sociais predominantes em período de tempo determinado. É visto como forma de expressão da personalidade, extensão visível e tangível da identidade e dos sentimentos individuais. É forma de comunicação não verbalizada, estabelecida por meio das impressões causadas pela aparência pessoal de cada um. (MIRANDA, 2008, p. 60)

Vale ressaltar que modelagens, formas e cores, principalmente no que se refere às modelagens, tidas como femininas ou masculinas surgiram porque corpos de homens e mulheres obviamente não são iguais, porém a proposta da maioria das marcas são peças que agradem pela beleza ou conforto, e não pelo sexo, sem que haja uma ditadura, pois a idéia é de que a moda é para todos.

Sem dúvida essa distinção de corpos torna a modelagem o maior desafio no âmbito da moda sem gênero, sobretudo com produtos de tecido plano. Segundo Patrícia Sant'Anna, fundadora e diretora de pesquisa da Tendere, em entrevista ao site SEBRAE, atribuir um bom caimento no corpo masculino e feminino ao mesmo tempo exige um profissional de modelagem que goste de um desafio.

Principais vantagens desse nicho de mercado: maior alcance de clientes, já que não há distinção de sexo; criação de um e-commerce focado no ramo, a fim de atender aos consumidores; melhor aproveitamento da matéria-prima, pois a mesma pode ser utilizada para concepção dos mais variados estilos; diferenciação em mercado no qual as marcas estão em constante processo de alteração devido à temporalidade da moda; padronização da modelagem, uma vez que sendo destinada a ambos os sexos, não haverá significativas alterações no modelo; otimização de espaço físico, pois a loja não necessitará de divisões físicas; redução de custos no negócio; diminuição do estoque, não havendo necessidade de quantidades substanciais de roupas diferentes para os variados consumidores.

Em geral, quando mulheres entram na sessão masculina a busca é por conforto, pois as peças produzidas para os homens são maiores, já no caso dos homens, estes buscam muitas vezes exatamente o contrário, pois em sua grande maioria, procuram pela calça *skinny*, mais apertada e sem necessidade de ajuste na costura. No setor infantil, algumas marcas estão seguindo o conceito de roupas sem gênero, a fim de que as crianças não cresçam com um padrão pré-estabelecido, podendo ser livres para escolher o que lhes aprouver. Assim, trabalham estampas e cores variadas para ambos os sexos. Algumas lojas de grife lançaram coleções sem marcação de gênero, enquanto outras excluíram as seções masculinas e femininas, separando as peças apenas por idade.

A vida é muito curta para se vestir tristemente: enquanto os signos da morte desaparecem no espaço público, o vestuário dos dois sexos se põe em dia com a felicidade de massa própria à sociedade de consumo. O processo de disjunção, constitutivo da moda de cem anos, foi substituído por um processo de redução da diferença dos sexos no vestir que se lê, por um lado, na inclusão, ainda que parcial, do vestuário masculino na lógica eufórica da moda, e, por outro, na adoção cada vez mais ampla, pelas mulheres, desde os anos 60, de trajes de tipo masculino (calça, jeans, blusão, smoking, gravata, botas). A divisão enfática e imperativa no

parecer dos sexos se esfuma; a igualdade das condições prossegue sua obra, pondo fim ao monopólio feminino da moda e “masculinizando” parcialmente o guarda-roupa feminino. (LIPOVETSKY, 1989, p. 129)

De modo geral, as marcas ainda crêem na importância da separação de peças masculinas e femininas, embora, a nova geração de consumidores, cada vez se importe menos com isso. Para o cliente, a premissa é se eu gosto, eu compro e eu uso, sem preocupações voltadas ao gênero da peça. Quando as marcas pensarem e entenderem esse raciocínio talvez surja apenas lojas sem divisão de gênero, como afirma Nuta Vasconcellos, que trabalha como jornalista de moda e blogueira no Girls WithStyle.

O primeiro desfile da Gucci assinado por Alessandro Michele, na última temporada masculina internacional, trouxe um novo ânimo para o assunto *genderless*, primeiramente pela mudança radical em relação ao trabalho anterior realizado por Frida Gianini na marca, mas basicamente pela iniciativa de vestir homens e mulheres com o mesmo tipo de vestimenta – na maioria das vezes, era quase impossível definir quem era menino e quem era menina na passarela. Após a iniciativa de Michele, vieram Rick Owens, Alexandre Herchcovitch, Dudu Bertholini (já adepto ao *ungendered*) e outros estilistas que focaram em um estilo livre de regras.

Esse movimento ou novo conceito vem tentar romper com os estereótipos sob a forma tradicional de gêneros como todos a conhecemos, ou seja, resumidamente falando, saia para homens e ternos para mulheres, assim, as linhas que definiam masculino e feminino vão desaparecendo. Mas há quem diga que a discussão atual é bem maior e vai muito mais além, como a analista cultural Carolina Althaller. Segundo a mesma, essa neutralização de gêneros na moda se deu cerca de cinco anos atrás, por intermédio de um modelo chamado AndrejPejic (hoje Andreja), este começou a desfilas coleções femininas de *ready-to-wear* Alta-Costura de Jean Paul Gaultier, uma precursora a apostar na sua imagem. Seu visual era andrógino, o que propiciava ser tanto uma menina, quanto um menino. Após isso, desfilou para marcas nacionais como Ausländer, abrindo as portas para outros modelos transgêneros como a brasileira Lea T.

O varejo de moda necessita de um prazo maior do que as passarelas para que as mudanças comportamentais sejam inseridas no mercado de consumo. Lojas internacionais importantes como a americana Barneys e a inglesa Selfridges têm ajudado no desenvolvimento rumo à transformação do método que a moda será consumida em breve. O primeiro passo foi o catálogo de verão da Barneys, trazendo 17 modelos transgêneros, contando a história pessoal de cada um deles no site. A outra marca, surgiu com o projeto inédito *Agender*, propondo uma nova experiência de compras, inexistindo a divisão tradicional das peças em seções masculinas e femininas.

Entretanto, um número significativo de marcas vem se equivocando no que “acreditam” entender por moda *agender*, e, assim, lançando coleções e linhas bem

inexpressivas no mercado apenas para não perder a oportunidade de estar presente junto ao “acontecimento fashion” do momento. A *fastfashion* espanhola Zara e a C&A aderiram ao movimento, sendo a primeira marca com a linha *genderless* e, a segunda com a campanha Tudo Lindo e Misturado, a Zara acabou optando por uma cartela de cores pálida, praticamente cinza e verde musgo, calças parecendo pijamas, moletoms largos no mesmo estilo, já a C&A, a primeira vista se esforçou mais, cartela de cores variada, alegre, há um homem que parece estar usando um vestido floral, porém, se analisarmos bem a coleção, as mulheres estão com roupas típicas femininas e homens também, com exceção do rapaz com o vestido. O que denota, uma clara vontade das marcas de fazer a idéia acontecer, contudo, há um medo real da diminuição das vendas, uma insegurança quanto à imagem das mesmas diante de seus consumidores, da aceitação de um modo geral.

No cenário internacional referente ao segmento *agender*, é preciso destacar estas marcas como sendo as mais influentes, JW Anderson, JNBY, American Apparel, RadHourani, Yohji Yamamoto, Nicopanda e GarethPugh, a moda brasileira também possui exemplos de grande valia, além dos citados acima neste estudo, como Alexandre Herchcovith, através de seus homens de saia e mulheres de atitude nas passarelas e DuduBertholini, é possível acrescentar Walério Araújo, inclusive por suas posturas pessoais e Fernando Cozendey.

O M/Trends definiu 14 peças como sendo indispensáveis para a moda plurissex, são elas: vestido, sandália, botas, saia, blusa cropped, jeans larguinho, jeans sequinho, camiseta de banda, boné, turbante, macacão, jaqueta, camisa e maiô.

O papel da modelagem na indústria do vestuário é fundamental, afinal é por meio de sua perfeita execução, somado aos conceitos de design e *branding* que o sucesso dos produtos está associado. Para um melhor entendimento de como funciona o mecanismo que envolve todo o processo de modelagem do vestuário é necessário compreender seus fundamentos e sua aplicabilidade.

Segundo (TREPTOW, 2003, p. 154) “a modelagem está para o design de moda, assim como a engenharia está para a arquitetura”, ou seja, a modelagem nada mais é que o processo que transforma projetos em duas dimensões (croquis e desenhos técnicos), em produtos em três dimensões (a roupa). É ela que estuda a antropometria, baseada em estudos feitos da mensuração do corpo humano, levando em consideração fatores climáticos e culturais, sexo e idade, bem como qualquer fator que venha a interferir no modo de como indivíduos agem por determinado período. Apesar de todos os fatores que diferem os corpos femininos e masculinos, a estatura é algo relevante já que (ROSA, 2008, p. 29) diz que ‘o sexo masculino geralmente excede a estatura do feminino da mesma origem étnica.

Para (SABRÁ, 2009, p. 53 e 54), particularidades como grandes privações (guerras ou secas, por exemplo) e avanços tecnológicos, são fatores que ao longo do tempo provocam mudanças dos hábitos e mudanças de biotipos, conclui ainda que a renovação nos dados antropométricos numa média de dez anos auxiliaria a indústria

têxtil na confecção de produtos com maior precisão às necessidades dos usuários.

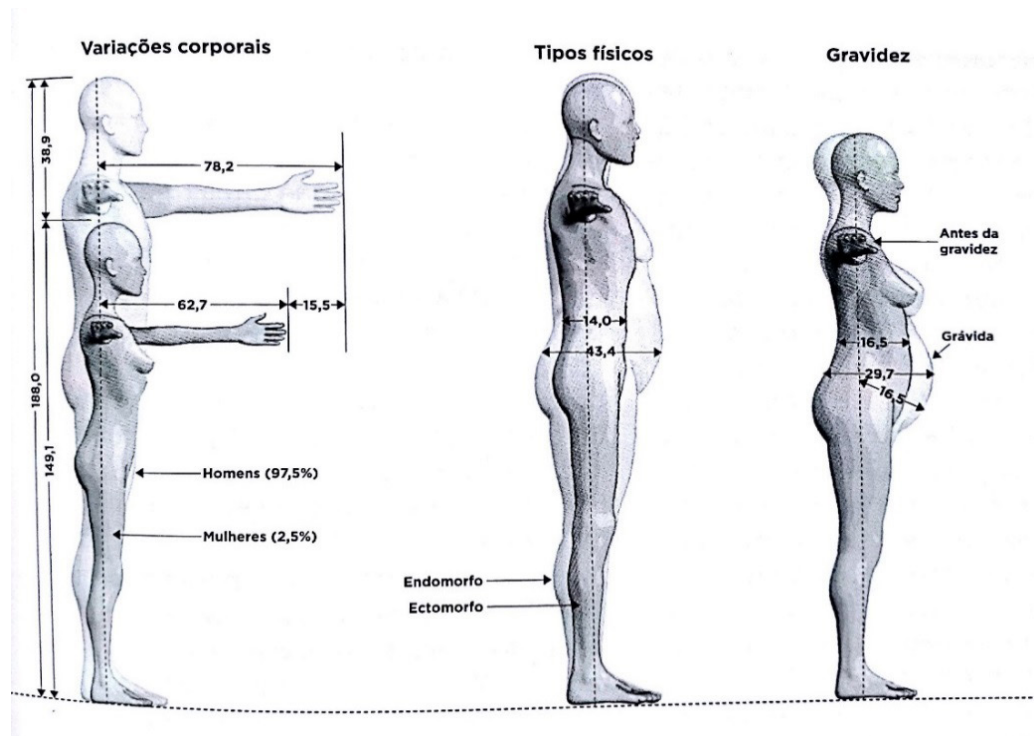


Figura 1: Variações do corpo humano (SABRÁ) 2009.

Porém para que isso aconteça e esses dados sejam realmente confiáveis, são necessárias pesquisas que registrem com rigor todas essas mudanças físicas ao longo do tempo. No Brasil o órgão responsável por padronizações é a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) que segundo (ALDRICH, 2014, p. 14) padronizou os tamanhos do vestuário em 1995. Essas normas não são obrigatórias, entretanto, apesar de estarem defasadas, servem de base para que as marcas se adequem ao seu público e se orientem quanto à graduação de tamanhos, por exemplo.

Todo esse estudo sobre antropometria gera muita discussão, (TREPTOW, 2003, p. 155) diz que em 2003 a ABRAVEST (Associação Brasileira do Vestuário), estudava uma possível padronização nacional de medidas, um trabalho muito delicado já que devido a sua grande extensão territorial e sua rica miscigenação cada região brasileira possui características específicas de biotipos, esse estudo levaria em média dois anos e custaria US\$ 2 milhões, porém até hoje não se tem registro dessa padronização.

Além desse processo direcionado a construção da modelagem plana, a mais utilizada pela indústria têxtil devido a sua agilidade e auxílio na redução de desperdício de matéria prima, há outro método, a *moulage*, que requer mais tempo e dedicação, pois sua construção é toda baseada em moldar o próprio corpo e/ou manequim com tecidos e papéis que depois serão planejados para então serem cortados e costurados na matéria prima final. Essa técnica geralmente é utilizada por marcas de alta costura e *prêt-à-porter* de luxo que tem por objetivo a produção exclusiva de modelos ou com tiragens reduzidas, agregando muito mais valor ao custo final do produto.

A técnica de Moulage trabalha diretamente em uma forma tridimensional. Design

e molde são feitos simultaneamente, da seguinte maneira: o tecido (por vezes cortados em moldes provisórios) é disposto em determinadas formas sobre um busto ou o corpo humano para criar o esboço de um design ou apenas uma primeira idéia. (DUBURG E RIXT, 2012, p.9)

Outro ponto importante e que deve ser observado quando se fala em modelagem é a ergonomia, responsável pela adequação de produtos e serviços às necessidades dos usuários finais e dos profissionais que os executam, levando em consideração funcionalidade, conforto, segurança, saúde e estética.

Em agosto de 2000, a IEA - Associação Internacional de Ergonomia adotou a definição oficial apresentada a seguir. A Ergonomia (ou Fatores Humanos) é uma disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem estar humano e o desempenho global do sistema. (ABERGO, 2000)

Seguindo esta linha de pensamento, Silveira, citado por (SABRÁ, 2009, P. 42) apresenta três questionamentos que podem auxiliar o processo de fabricação do vestuário, são eles: como? quem? e quando?

- “Como” está diretamente relacionado à forma de como a roupa será fabricada, tipos de tecidos e modelagem.
- “Quem”, refere-se ao usuário final e suas necessidades, no caso de uniformes essas questões devem ser bem estudadas já que a funcionalidade da vestimenta está diretamente relacionada ao sucesso da execução de determinadas tarefas. Aqui quando falamos em uniformes esportivos, a roupa exerce papel fundamental e essencial podendo interferir na derrota (quando mal executada) e na vitória (quando bem executada). Segundo Mayra Siqueira, colunista do Uol Esportes, maiôs feitos em poliuretano foram proibidos após o Mundial de Roma-2009, alegando que o material adicionava velocidade, flutuação e resistência extra aos atletas que o utilizavam.
- “Quando” no vestuário seria o tempo de adaptação de um novo uniforme, analisando os pontos fortes e fracos para que assim o mesmo possa ser readaptado, caso haja necessidade, evitando a perda de produtividade.

A partir disso, pode-se concluir que a modelagem é uma técnica que visa à concretização final de um produto, e os conceitos mencionados como antropometria e ergonomia são pilares imprescindíveis para sua perfeita execução. Além do papel estético e emocional ao qual uma peça de vestuário está relacionada, ela deve agregar valores intangíveis como conforto e funcionalidade, ou seja, o papel da modelagem é importantíssimo e requer muito estudo e fundamentação.

Sendo então a modelagem fundamental ao desenvolvimento de produtos do vestuário, as marcas que produzem para mais de um público são obrigadas a dividirem seu leque de produtos em gêneros distintos como feminino, masculino, e/ou infantil, e ainda, quando há diferentes linhas em uma mesma coleção é aconselhável que haja também uma subdivisão quanto aos tipos de roupas, roupa de praia, roupa casual, roupa de festa, roupa íntima, enfim, essa separação facilita o trabalho do modelista ajudando-o a elaborar tabelas de medidas específicas a cada gênero e segmento.

Para (SORGER & UDALE, 2009, p. 116), a roupa masculina é mais conservadora que a roupa feminina e, por isso está sujeita a mudanças menores, contrário ao mercado feminino que é altamente competitivo por ser mais criativo e *glamouroso*. Essas definições, um tanto quanto engessadas, relatam a realidade do mercado atual, porém novos conceitos surgem a cada momento, afinal, moda é fluida e está sempre em busca de novas vertentes para saciar um mercado intenso, cheio de energia e pronto para quebrar paradigmas.

Assim, surgiu à idéia de unificação de gêneros, um conceito que visa primordialmente quebrar preconceitos e proporcionar liberdade de escolha. A definição de unificar, segundo dicionário (AURÉLIO, 1993, p.555) é ‘reunir em um todo ou em um só corpo; unir’ e gênero (AURÉLIO, 1993, p. 271) são ‘o conjunto de espécies que apresentam certo número de caracteres comuns. Propriedade que têm certas classes de palavras de se flexionar para indicar o sexo’.

Essa dinâmica coincidia com uma tendência que começava a atrair a atenção geral: as mulheres agora ocupavam vagas antes reservadas apenas aos homens. A calça feminina seria disseminada nas décadas de 1910 e 1920, mas a sua total popularização só aconteceria depois de 1960. Amélia Bloomer, Poiret, Bakst e o movimento feminista incentivaram o uso de calças pelas mulheres, bem como a prática dos esportes, principalmente do ciclismo. (AVELAR, 2011, p. 125)

Assim, como o mundo e as pessoas querem evoluir sem se prender a amarras e pré-conceitos sociais, culturais e afins, de um lado o mundo diz a estas pessoas que podem ser livres e usarem o que lhes aprouver, e em outro lado vêem-se as portas sendo fechadas para os mesmos, como o caso do estudante barrado por guardas e impedido de entrar na Universidade Federal de Lavras, o estudante de química foi abordado até mesmo por policiais militares, que achavam que o fato do mesmo estar vestindo saia, tratava-se de um trote, o reitor foi procurado, e disse que a pessoa em questão estava fora dos padrões considerados “razoáveis” e por isso, a Universidade agiu daquela forma, e que as pessoas que desejam se vestir de maneira diferente de seus gêneros devem se cadastrar a fim de não serem barradas, o que não deixa de ser uma forma de discriminação. O que levou outros estudantes a fazerem um “saião” em solidariedade ao estudante, alegando que a Universidade agiu com ato de censura.

Na linha do que aconteceu com o estudante em Minas Gerais, percebe-se, o mesmo tipo de reação exacerbada e opressora que permeou o episódio acima, uma cantora evangélica também do estado de Minas Gerais, chamou a atenção nas redes sociais após pedir boicote à marca C&A, pela coleção *genderless* citada neste artigo, segundo ela, “estão provocando para ver até onde a sociedade aceita passivamente a imposição da ideologia de gênero”. A mesma ainda usou diversas hashtags, onde afirmava que na família, casal se define por apenas um homem e uma mulher, citava heterossexualidade, cristianismo, monogamia e afins. A revolta da cantora se deu com o lançamento do segundo vídeo da marca, onde casais se beijam e trocam de roupas.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda é efêmera, está sempre buscando novos desafios, ela é um negócio global, que movimentada a economia significativamente, está diretamente relacionada ao emocional, ao desejo de expressão. É por meio da roupa que expressamos nossa personalidade, ela é a vitrine de nossos sentimentos. Tão importante quanto expor nossos anseios é saber que ao longo do tempo a moda também conta sua história e ajuda a romper barreiras, e é nessa construção de novos paradigmas que todos os fatores devem ser minuciosamente estudados e debatidos.

Neste artigo, foram levantados fatores técnicos que afetam diretamente a concretização do desejo de unificar os gêneros, buscando uma única referência corporal, porém após analisar os dados levantados quanto aos conceitos de antropometria e ergonomia acredita-se que, devido as grandes diferenças fisiológicas a melhor forma de adequação não seja uma peça que vista o corpo feminino e o masculino, que inevitavelmente possuem formas distintas, e sim o fato de não ser necessário discriminar quais peças são femininas e quais são masculinas, poder fazer um vestido com as mesmas cores e design porém utilizando modelagens específicas a cada fisiologia humana. Pode-se dizer que hoje a unificação de gêneros é um dos temas mais atuais e que está sendo discutido em diversos meios, afinal afeta diretamente o convívio na sociedade, atingindo diretamente credos religiosos que baseiam suas crenças em pensamentos retrógrados e preconceituosos. O que se deseja não é influenciar orientações sexuais e sim permitir que a escolha da roupa não seja o principal causador de preconceito. Unir conceito, técnica e informação, é a receita ideal para que a sociedade se abra para novos ideais e, aceite que o tipo de roupa que se usa não seja uma imposição e sim uma escolha. Se o conceito gender-bender vai permanecer ou não, só o tempo poderá responder, entretanto, fica o recado ao mundo de que a expansão do movimento vai além de idade, gênero, nacionalidade, classe social, raça, grau de instrução ou qualquer outra norma que seja igual aos moldes atuais do que se idealiza como adequado, se os padrões já não cabem mais que se façam outros, a fim de promover inclusão e diversidade, ou seja, felicidade e liberdade a todos de viverem e serem como quiserem.

4 | REFERÊNCIAS

ALDRICH, Winifred. **Modelagem Plana para Moda Feminina**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

AVELAR, Suzana. **Moda, Globalização e Novas Tecnologias**. 2ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Rio de Janeiro: Senac Rio. 2011.

CATAGUASES, Companhia Industrial. **Dicionário da Moda: guia de referências de termos do mercado têxtil e moda**. Cataguases: Empresa Instituto Francisca de Souza Peixoto, 2002.

DUBURG, Annette; TOL, Rixt Van Der. **Moulage: Arte e Técnica no Design de Moda**. Tradução: Bruna Pacheco. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1989.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de Moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

ROSA, Stefania. **Alfaiataria: modelagem plana masculina**. Brasília: SENAC-DF, 2008.

SABRÁ, Flávio. **Modelagem: tecnologia em produção de vestuário**. 1ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SILVEIRA, Dierci. **Programa de Ergonomia nas Organizações: reflexões e estratégia para implementação**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Capes/FAPERJ, 2004.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny; tradução Joana Figueiredo, Diana Aflalo. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. 3ª ed. Brusque: do autor, 2005.

ABERGO. O que é ergonomia? Disponível em: <http://www.abergo.org.br/internas.php?pg=o_que_e_ergonomia>, Acesso em 14 mai. 2016.

ABRIL. Genderless: 14 Peças de Vestuário que Garotas e Garotos podem Usar. Disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/moda/m-trends/pecas-de-roupa-realmente-sem-genero> Acesso em: 08 mai. 2016.

BRASILPOT. As Marcas não estão entendendo o que é fazer Roupas sem Gênero. Disponível em: http://www.brasilpost.com.br/nadia-schmidt/as-marcas-nao-estao-enten_b_9474376.html, Acesso em 11 mai. 2016.

DIÁRIO DO BESOURO. Está na hora de Entender e (Aceitar) a Moda sem Gênero. In: Insectashoes. Disponível em: <http://www.insectashoes.com/blog/esta-na-hora-de-entender-e-aceitar-a-moda-sem-genero>, Acesso em 11 mai. 2016.

EXAME. Cantora Evangélica pede Boicote à Coleção sem Gênero da C&A. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/cantora-evangelica-pede-boicote-a-colecao-sem-genero-da-c-a>>, Acesso em: 20 mai. 2016.

FFW. Gender-Bender. A Moda reacende Debate sobre a questão de Gêneros. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/comportamento/gender-bender-a-moda-reacende-debate-sobre-a-questao-de-generos/> Acesso em 10 mai. 2016.

GLOBO. Estudantes fazem saiaço após estudante ser impedido de entrar na UFLA em MG. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2016/05/estudantes-fazem-saiaco-apos-aluno-ser-impedido-de-entrar-na-ufla-em-mg.html>>, Acesso em 29 abr. 2016.

O CARA FASHION. Discretamente C & A Aposta em Moda sem Gênero em nova Campanha. Disponível em: <http://www.ocarafashion.com/2016/03/15/ca-aposta-em-moda-sem-genero/> Acesso em: 12 mai. 2016.

SEBRAE. Moda sem Gênero Conquista Mercado em todo o Mundo. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/moda-sem-genero-conquista-mercado-em-todo-o-mundo/>, Acesso em 12 mai. 2016.

SIQUEIRA, Mayra. 2015. O Marketing no Maiô que nadava sozinho. Disponível em: <<http://swimchannel.blogosfera.uol.com.br/2015/06/17/4126/>>, Acesso em 21 mai. 2016.

A MODA QUE ESTÁ NA MODA: COLEÇÃO “DIVERSOS CAMPOS”

Lisete Arnizaut de Vargas

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Graduação em Dança

Porto Alegre - RS

Vargas UFRGLisete.vargas@ufrgs.br - Grupo de Estudos em Arte

KEYWORDS: Fashion; Subjectivity; Sustainability.

PONTO DE PARTIDA

Este trabalho apresenta o processo de criação e desenvolvimento da coleção de moda “Diversos Campos”, inspirada na região do Pampa, na indumentária do gaúcho e conectada com temáticas contemporâneas. É conceitual e de vanguarda, enquanto uma proposta de vestir uma filosofia de vida, não se tratando de uma coleção para venda em grande escala, mas artesanal, acima de tudo inspiradora a novos modos de viver e vestir com qualidade e autonomia. Acreditamos que a relevância deste trabalho reside no respeito à natureza, às pessoas, e a todos os estágios da produção de moda.

Para chegar a esta criação pesquisamos e transitamos por diversos campos da história, da arte, do corpo, do sujeito, da moda e do comportamento, convivendo com diferentes sensibilidades. Isso nos levou, enquanto pesquisadora, a buscar investigações híbridas e conexões com as temáticas contemporâneas como sustentabilidade, e subjetividade que vamos usar como fio condutor deste trabalho.

Sustentabilidade aqui usada no sentido de sustentar, manter, defender, proteger e

RESUMO: Este trabalho versa sobre a criação e o desenvolvimento da Coleção de Moda “Diversos Campos” que priorizou em sua confecção diversos conceitos que atravessam a contemporaneidade como agênero, atemporalidade, assazonalidade, processos artesanais, moda vegana e sobretudo, a subjetividade e a sustentabilidade. Amarrar estes temas e apresentar um resultado coerente foi o desafio que apresentaremos como resultado desta pesquisa.

PALAVRAS CHAVE: Moda; Subjetividade; Sustentabilidade.

ABSTRACT: This work deals on the creation and development of Fashion Collection “Various Fields” that gave priority in its making several concepts that cross the contemporary as neutral gender, timelessness, assazonalidade, vegan fashion, craft processes, and above all, subjectivity and sustainability . Tying these issues and present a coherent work was the challenge.

conservar o planeta e seus recursos naturais e subjetividade relativa ao sujeito Individual, pessoal, particular.

ATRAVESSANDO CAMPOS

Iniciamos nossa pesquisa pelas constatações de Lipovetsky (2015, apud Machado, 2015, p. 05), apontando que “a proliferação de tendências anula a possibilidade do domínio de uma tendência única. A multiplicação no infinito das tendências é uma boa notícia, pois significa uma democratização do gosto”. Cada um faz o que quer e a moda nunca foi tão particular e subjetiva.

A subjetividade, a particularidade do sujeito, o respeito às diferenças e a aceitação do diverso foi a base de nosso trabalho. Queremos uma coleção que esteja sintonizada com os diferentes corpos e com as diferentes personalidades que os habitam. Não há mais um paradigma de corpo ou de roupa para estas pessoas. Elas estão ligadas na produção de sentido que sua aparência pode causar, revelando seus valores e ideias.

Esta subjetividade está formada partir de muitos fatores e aqui consideramos também a questão de gênero, entendendo que Identidade de Gênero ou Gênero é a experiência subjetiva de uma pessoa a respeito de si mesma e das relações dessa pessoa com os outros gêneros de seu espaço social. É como alguém sente sua própria essência do “ser” e se apresenta no mundo como o resumo das vivências e entendimentos de si. Não depende dos genitais e da aparência física, também não se limita simplesmente a mulher e homem, pois há inúmeros gêneros não binários e também não é uma obrigatoriedade, pois pessoas podem não ter gênero.

Queremos propor uma roupa que possa ser usada por indivíduos adultos independente de sexo, seguindo a macrotendência *gender-neutral*. Uma moda agênero caracterizada por um design que possa ser usado indiferente de sexo.

Ralston (2015) nos afirma que hoje em moda só se fala em *gender-neutral* conceito que defende que o guarda-roupa dele e dela pode e deve ser compartilhado. Para esta autora estamos em constante mutação, não podemos excluir nossa sexualidade desse processo ou fingir que ela permanecerá a mesma durante toda a nossa vida. A famosa pergunta “é menino ou menina?” nunca esteve tão fora de moda.

Outro ponto que consideramos foi a valorização dos sujeitos, sua identidade e o reconhecimento das diversidades. Vemos na atualidade corpos construídos ou desconstruídos em busca de uma satisfação pessoal e de uma comunicabilidade com a sociedade. Corpos se “apresentam” como meios de comunicação de suas ideias e sentimentos, denunciam grupos, ideologias ou filosofias de vida.

Estas escolhas dos sujeitos contemporâneos na formação de sua imagem, sejam elas agressivas ou sutis, corroboram para o que chamamos de mudança de paradigma, ou como tratam alguns autores, da morte anunciada de uma era de moda. Um tempo de escolhas em sintonia com as ideologias e os modos de vida, onde cada sujeito constitui sua imagem de acordo com seus valores e que esta multiplicidade de

aparências e modas se lançam no mundo.

Nada mais é estático, imutável ou padrão. Novas formas e modos apresentam-se, disputando espaços e inaugurando seus lugares. Nossa aparência diz quem somos, nossas escolhas e o que queremos passar através de nossa imagem. A assimilação destes modos e destas mudanças nem sempre é cômoda por parte da sociedade, muitas vezes passa por longos processos de admiração, indignação, assimilação, aceitação ou recusa do novo e do diferente. Temos consciência que nossa coleção mexe com camadas acomodadas e passa por estes processos.

Nossa coleção baseia-se nas singularidades, no respeito às pessoas e suas escolhas. Em nosso entendimento moda é modo, é o vestir, o apresentar-se ao mundo na escolha de cada um. Podemos ter diferentes caras e modos de aparecer e estes estão diretamente ligados a quem somos, ao grupo que pertencemos e ao *locus* que habitamos.

Também podemos usar este invólucro roupa para parecer, representar ou integrar diferentes categorias. Cidreira (2014) vê a moda como uma maneira de se vestir, um modo individual de fazer, uma maneira de ser, um modo de viver; todo e qualquer ato de vestir, modo de composição e aparência e enquanto tal, como vetor expressivo.

Reconhecemos os diferentes sujeitos, os diferentes corpos e os diversos modos de comunicação destes corpos com o mundo. Partimos da ideia que “um corpo nunca existe em si mesmo, nem quando está nu. Corpo é sempre um estado provisório da coleção de informações que o constitui como corpo”. (KATZ, 2008, p. 69). De acordo com Benjamin (1968 apud KATZ, 2008, p. 69) “Quando o corpo muda, tudo já foi transformado”. E este é o *starter* da nossa coleção. Vestir corpos que já estão transformados ou estão em transformação e querem agora refletir esta metamorfose na sua aparência externa.

O colapso que vive nosso planeta em todas as áreas, a crise de uma sociedade em constante mudança, a valorização da subjetividade na coletividade, a busca pela igualdade de direitos e deveres, a queda de paradigmas, a flexibilidade das fronteiras (ou a quase inexistência delas), o viver pelo melhor é o que emerge na sociedade atual. “Toda e qualquer mudança na aparência é uma mudança da manifestação do corpo vestido, que se edifica em dois planos de pressuposição recíproca entre o plano da expressão e o plano do conteúdo.” (OLIVEIRA, 2008, p. 94).

Como segunda pele do indivíduo a roupa forma parte da cultura e é um testemunho da maneira de ser e de pensar de uma sociedade. É a manifestação externa de uma necessidade de mudar [...] A roupa é uma forma reconhecida, como um elemento fundamental de dar e fazer sentido ao mundo. Mais do que constituir um invólucro corporal contra as condições climáticas ela identifica, classifica, categoriza, situa os homens dentro ou fora de grupos. (BEIRÃO FILHO & MACIEL, 2014, p. 147 e 148).

Velhos modelos já não satisfazem. Uma nova concepção de vida e relações está refletindo esta mudança por meio de novas escolhas, ações e aparições que podem ser individuais, em pequenos grupos, ou em comunidades e “tribos” como

refere Maffessoli (1996). A roupa não veste um suporte vazio, o corpo. Carregado de sentido na sua malha de orientações este corpo interage com as direções, formas, cores, cinetismo e materialidade da roupa, atuando de variados modos nas suas configurações, tomadas de posições e de movimentações (OLIVEIRA, 2008).

Nos palcos de exposição do sujeito, integram a cena não somente os modelos prescritos de corpo, mas também os prescritos para a indumentária, e os tipos de articulação que o sujeito realiza no processamento do corpo vestido, vão talhar a construção de sua aparência na qual intervém a sua concepção de mundo, de vida, seus anseios e seus valores. (OLIVEIRA, 2008, p. 94).

As representações de masculino e feminino estão cada vez mais abertas. Já não temos limites entre as possibilidades. A livre expressão da sexualidade desenha uma nova forma de vestir. Estar de acordo com o se que gosta, com o que se pensa e com o se quer é o luxo deste tempo. Corpos grandes, pequenos, *sexys* ou nem tanto, fortes, preparados, esqueléticos, adornados, tatuados, de todas as cores e etnias estão em sua moda, em seu estilo.

Segundo Lilian Pacce há tempo que as **mulheres** recorrem às **roupas masculinas** pra compor seus **looks** e agora com o **gender light** em alta e o **agênero** marcando presença nas **passarelas usam mais ainda**. Para Aurea Calcavecchia, **Lino Villaventura** é **agênero** antes mesmo deste termo ser tão falado como é hoje. Suas modelagens são mais guiadas pelo comportamento dos tecidos depois das nervuras criadas num trabalho muito delicado de ateliê, do que pensadas propriamente pra um tipo de corpo ou outro. E no fim tudo conversa de forma orgânica, natural. “Quando eu fazia roupa de homem pra homem e de mulher pra mulher ficava tudo meio disparatado”, diz Lino enquanto aprova o ensaio de luz do **desfile**”.

Então ele põe homens e mulheres na passarela sem categorizar nada, com seus tecidos estampados que depois são nervurados com linha e agulha criando desenhos – e que neste **outono-inverno 2016** ainda ganham janelas de **renda richelieu**. Ele usa e abusa da dublagem de tafetá com tule de seda todo **bordado**, rebordado, com aplicações de **couro de cobra** entre um desenho e outro e outras formas feitas com soutache aplicado. (CALCAVECCHIA in PACCE, 2015).

O vestir-se é uma atividade significativa, pois portar uma vestimenta é um ato de significação. Como ponto de diferenciação e subjetivação da roupa pelo usuário podemos recorrer aos estudos de Hollander que aponta para o adorno individual e afirma:

Com a nova liberdade de escolha pessoal desacorrentadas dos códigos sociais estritos, a psique individual pode lustrar-se privadamente para sua satisfação com algum detalhe, usando o vocabulário visual moderno do vestuário que vem sendo acumulado por gerações. (HOLLANDER, 2003, p. 231).

Entendemos também a moda como atividade artística porque gera símbolos, não se contentando em apenas transformar tecidos em roupas, mas criando objetos portadores de significados, sendo uma indústria cultural e criativa. (GODART, 2010). Os acessórios e adornos também diferenciam e revelam a personalidade de quem habita a roupa. Contudo não podemos nos afastar da moda como uma necessidade

humana de vestir e como atividade econômica que produz objetos.

O corpo quer e busca demonstrar esta nova forma de pensar. Optamos por escolhas que tenham identificação com os valores que cultivamos. Queremos sair deste tempo de produção e consumo massivos e voltar-nos para a essência. A máxima deste tempo que vivemos já não são os “4Ps” do marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção. Passou a ser os “3Rs” da sustentabilidade: Reduzir, Reciclar e Reutilizar.

O estar bem com o entorno é tudo. “De cada ponto situado na superfície da existência [...] pode-se enviar uma sonda às profundezas da alma. Todos os acontecimentos banais exteriores, são finalmente ligados por fios diretores às opções finais que incidem sobre o sentido e estilo de vida”. (SIMMEL apud MAFESSOLI, 1996, p. 159).

A proposta de criação de qualquer traje enquanto um discurso é construída pela percepção do meio circundante que consegue imprimir nesta criação as qualidades ou problemáticas de seu tempo, a forma de integrar tal sujeito no universo de valores até então estabelecidos. Por isso o corpo enquanto suporte das roupas e articulador de significações necessita revestir-se com as representações significativas de sua cultura, de forma a interagir e representá-la em seus anseios, concepções, angústias e projeções. (CASTILHO & VICENTINI, 2008, p. 134).

Morace (2013) nos afirma que as mudanças de paradigma na sociedade nos fazem pensar sobre a dialética do valor entre a economia e a psicologia, entre o sucesso material e a felicidade, sobre a dialética que transforma os comportamentos de consumo. Em meio a esta crise surgem os conceitos de respeito, amizade e fraternidade, as novas tendências de consumo propõem a progressiva mudança de uma percepção singular e biográfica da experiência de consumo a uma emoção coletiva e a um fazer compartilhado. O mundo das mercadorias e dos produtos deverá cada vez mais se confrontar com um novo protagonista do mercado que será o consumidor autor.

Acompanhamos as mudanças que estão ocorrendo na sociedade e mais precisamente na tomada de consciência das pessoas em relação à vida e à preservação do planeta em busca da sustentabilidade socioambiental, “faz-se necessária uma mudança no sistema de valores dos indivíduos, de acordo com as regras e padrões da ética humana e ambiental, de forma que ocorram mudanças culturais, econômicas e políticas em toda a sociedade.” (SCHULTE & COSTA, 2014, p. 176).

A roupa no contexto atual está ligada ao sistema da moda. A cada estação são lançadas tendências para criar novos produtos para o vestuário com modelagens, cores e tecidos diferentes. Há um grande apelo na mídia para que o consumidor se mantenha na “moda”, substituindo as roupas que ainda estão em bom estado por peças novas, desenvolvidas de acordo com as tendências. Este modelo de produção, recepção e distribuição que favorece o consumismo e o descarte, modelo no qual não há preocupação com os impactos sócio ambientais, se tornou insustentável. (LEE, 2009, p. 23).

Por isso entendemos que ao criar uma roupa atemporal, que perdure por várias temporadas, que não seja uma moda datada e possa ser usada por muito tempo

poderemos estar contribuindo com o consumo consciente. Uma roupa que possa acompanhar-nos por várias temporadas por possuir um corte particular, confeccionada com bom acabamento em um tecido de boa qualidade, certamente terá uma vida longa em nosso guarda-roupa.

Já não nos sentimos bem dentro de uma roupa que mais do que dinheiro nos custa o desgaste dos recursos naturais e as péssimas condições dos trabalhadores que a confeccionaram. Não cabemos dentro de uma armadura de amargura. Pensar no nosso bem-estar é pensar no bem-estar de todos os participantes desta cadeia.

Da produção da matéria prima até o pós uso, os produtos do vestuário de moda, sejam peças mais baratas ou de luxo, causam inúmeros impactos socioambientais: contaminação da terra, água e ar com os efluentes químicos gerados, uso de matéria prima não renovável, trabalho escravo em alguns países, entre outros problemas. (SCHULTE & COSTA, 2014, p. 178).

Segundo Fletcher & Grose (2011), a consciência do consumidor impele a indústria da moda a mudar para algo menos poluente, mais eficaz e mais respeitoso, mudando a escala e velocidade de sua produção. O uso de materiais naturais, provenientes de fontes renováveis, o não uso de produtos de origem animal, promovendo uma moda vegana, processados com respeito ao meio ambiente, o respeito às condições de trabalho de todos envolvidos na cadeia, o uso de energia limpa, a redução de resíduos, reciclagem e o desperdício mínimo são valores que os consumidores querem adquirir junto com o produto de moda.

La materialista sociedad industrial, disciplinada, violenta y obsesionada por la producción, se desdibuja con la incorporación del humor, la ética, el compromiso, la diversión, la magia y el juego. Características que ayudarán a humanizar una sociedad veloz, eficiente, informatizada, virtual, digital". (SAULQUIN, 2010, p. 264).

Apresentamos nossa coleção “Diversos Campos” tentando agregar valores éticos e estéticos à roupa que desenhamos. Então pensamos que

“cuando decimos que la moda, como sinónimo de imposición social, será reemplazada después de su muerte, por múltiples modas, estamos afirmando que se desdibuja el ritual de las autoritarias representaciones colectivas y se recupera la ceremonia íntima, original y primaria en la creación de la propia imagen”. (SAULQUIN, 2010, p. 262).

Contestamos o excesso de produção, na maioria das vezes de produtos de baixa qualidade, o consumo desenfreado, os desejos contemporâneos insaciáveis, a rapidez dos ciclos, a degradação do meio ambiente na produção de matéria-prima e assimilação dos resíduos, as difíceis condições de trabalho, a pirataria de marcas, o descarte de produtos e conseqüentemente a excessiva produção de lixo e poluição, levando a cadeia da moda a um ponto que consideramos esgotado.

Nossa proposta é um *desing* que traduza uma nova consciência e sensibilidade frente aos novos modos e modas de uma sociedade acelerada, conectada e inconstante, colaborando com a sustentabilidade, utilizando materiais e mão de obra com responsabilidade.

CAMINHOS PERCORRIDOS

Nossas raízes estão ligadas à região do Pampa e sempre nos fascinou por sua beleza e fortes tradições. Os campos do extremo sul do Brasil nos motivaram a usar esta beleza como inspiração para a coleção. Também o gosto de minha bisavó pela moda, em especial os acessórios e chapéus, a fizeram inaugurar a primeira chapelaria de Uruguaiana. A “Chapelaria Del Priore”, casa elegante no centro da cidade que iria atender a aristocracia rural da região nos longínquos tempos da década de 1910.

O retorno à essência reportou-nos ao verde, à terra e ao vestir de nossos primitivos habitantes para compor nossa proposta.

“O novo já pertence, existe sempre antes no passado. Trata-se apenas de saber vê-lo. Olhar ao passado, reconhecendo nele o novo, ou seja o presente que acontece no passado, automaticamente transforma aquele passado, em articulação viva e sensível do tempo. (VERSASE in CASTILHO & VICENTINI, 2008, p. 129).

A diminuição do desgaste dos recursos naturais do planeta e o respeito às pessoas e às singularidades foram nosso foco para o desenvolvimento da coleção. No processo de confecção da coleção buscamos trabalhar artesanalmente de forma sustentável, vegana, despendendo pouca energia, com o máximo de valorização da mão de obra, tecidos e com meta de gerar descarte mínimo de resíduos.

A inspiração para a criação da coleção parte da indumentária do “*gaucho*” habitante genuíno do sul das Américas, particularmente da região do Pampa que engloba a Argentina, Uruguai e Brasil e sua cultura. Os *gauchos* usam roupas de origem indígena como ponchos, lenços, xales, palas e xiripás, e de origem europeia como a camisa, chapéu, guaiaca e botas. Ao longo do tempo esta indumentária foi evoluindo. Ainda usam a bombacha de origem turca, além de acessórios como o tirador desenvolvido a partir das necessidades da lida no campo.

Vemos que no estado do Rio Grande do Sul a valorização da cultura *gaucha* e o uso destes símbolos, nos quais incluímos a roupa e seu código de vestir, é bastante recorrente, reverberando e inspirando designers de todo o mundo, traduzindo-se em uma veste cosmopolita.

Pesquisar sua adaptação e sua resignificação em nossa coleção, sem perder sua essência, valorizando sua simplicidade e suas raízes, trazendo para um uso contemporâneo foi o caminho. Mais do que isso, buscamos criar roupas para um público que quer externar um modo de vida.

Desenhamos uma moda atemporal para que suas peças possam permanecer em uso por mais tempo e não precisem ser substituídas a cada estação, contribuindo com o consumo consciente. Criamos um *design* para que dure por muitas temporadas e que transite no tempo sem necessariamente pertencer ao passado, futuro ou presente.

Para atender nossa proposta chegamos ao uso de tecido composto por fibras naturais renováveis. Escolhemos a sarja de algodão, considerada como tecido de meia-estação para ser usado em qualquer época do ano, quando as mudanças climáticas

já descaracterizam as tradicionais estações de frio ou calor, trazendo o conceito de assazonalidade, que esta roupa não esteja restrita a uma determinada estação do ano, podendo ser usada a qualquer momento frente às repentinas mudanças climáticas, através da sobreposição de peças para adequação à temperatura.

Propomos uma coleção agênero para uso de pessoas adultas. Acreditamos que a delimitação de público se mostra segregadora e já iria contra a filosofia da coleção. Não queremos fechar a questão indicando quem será nosso usuário, apenas queremos apresentar um produto que agregue valores e revele um estilo e uma filosofia de vida.

O atendimento às necessidades ergonômicas é garantido pela modelagem ampla que possibilita o conforto e a mobilidade do usuário, dispensando o uso de aviamentos metálicos ou de origem animal. Sendo a sarja um tecido plano, sem elasticidade, foi adequado à nossa coleção pela proposta de corte quase reto e adaptado e graduado aos diferentes corpos por meio de amarrações com o próprio tecido transado, evitando pences, ajustes e demais recortes.

Escolhemos as cores verde, marrom, cru e preto, inspiradas nos campos do Pampa e nas nuances das pastagens. As cores são básicas e não sugerem lavagens seguidas, produzindo mínimo impacto ao meio ambiente. São sóbrias e combináveis entre si, abrindo espaço para o uso de acessórios que personalizam e distinguem as escolhas do usuário.

Usamos como referência as vestes dos indígenas como as túnicas, xiripás, abrigos e as saias das índias ajustadas por amarrações. Vestidos retos baseados nas túnicas da mesma origem e outros elementos como o tirador e a *bombacha gaucha*. Esta mescla de influências que originaram o traje atual do *gaucho* são a base das peças que propomos.



Figura 01: Evolução do traje gaúcho - Elaborado pela autora

Compomos um mix de produtos entre palas, ponchos, jaquetas, túnicas, tops, saias, xiripás, calças, bombachas, coletes, abrigos e vestidos. Peças simétricas e assimétricas e mix de moda diversificado entre básico e vanguarda. Pelo caráter atemporal da estação não criamos peças consideradas *fashion*. Além disso aceita acessórios diversos que customizam e personalizam a roupa.

Seriam peças clássicas na sua essência, mas o deslocamento de sua natureza ao modo contemporâneo de releitura dos clássicos, sua adequação aos diferentes corpos e estilos, certamente fará com que esta coleção torne-se atual e diversa.



Figura 02: Quadro de croquis - Elaborado pela autora

Optamos por uma produção artesanal que acima de tudo queremos que seja inspiradora. Que as pessoas ao vê-la possam dizer: isto eu também faço! Por que esta é a proposta. Trazer as pessoas ao convívio da casa, dos afazeres manuais, das reuniões domésticas e sociais em torno de coisas que possam proporcionar um agradável tempo juntas.

PONTO DE CHEGADA

Ao finalizar este trabalho concluímos que ao criar uma coleção de moda, vários desafios se apresentaram e foram transpostos com muita criatividade, otimismo e acima de tudo, fundamentação. Pensamos na cultura *gaucha* como inspiração e ponto de partida para toda a criação, e deslocar estas tradições tão fortes das nossas raízes para uma releitura contemporânea exigiu muito cuidado e adequação.

Tivemos como foco e diferencial da coleção a preocupação com o esgotamento dos recursos naturais do planeta e os diferentes modos das pessoas de “apresentarem-se” frente a um mundo em constantes mudanças. Atravessar os comportamentos e as tendências atuais em nossa proposta foi a meta, tecendo o trabalho com conceitos como subjetividade e sustentabilidade sem perder a essência da terra.

Buscamos modelos de desenvolvimento de coleção na bibliografia atual, porém para melhor adequação tivemos que inaugurar novos percursos metodológicos que fossem indicados à proposta. Trabalhamos com o conceito de moda agênero, sazonal,

atemporal, vegana e com meta de gerar o mínimo de resíduos na confecção. Assim conseguimos, planejar, agir e atingir os objetivos propostos como apresentamos aqui.

Pensamos que é uma coleção bastante vanguardista enquanto proposta aberta em sua essência, que propõe roupa para um estilo de vida e que seu diferencial está na sensibilização das pessoas em relação à preservação do planeta e ao respeito mútuo. Nosso público será aquele que tem consciência dos problemas globais e que acredita que através de suas pequenas ações pode contribuir para um mundo melhor.



Figura 03 - Alguns resultados - Quadro elaborado pela autora

REFERÊNCIAS

BEIRÃO FILHO, José Alfredo & MACIEL, Dulce Maria de Holanda. **A roupa no museu; a roupa como objeto de estudo**, p147-150 in SANT'ANNA, Mara Rubia & RECH, Sandra Regina (orgs). 4º ENPModa: **Relações entre mercado e ensino no campo da moda**. Florianópolis: Editora UDESC, 2014.

CASTILHO, Kathia & VICENTINI, Claudia. **O corte, a costura, o processo e o projeto de moda no re-design do corpo**, p. 126-135 in OLIVEIRA, Ana Claudia & CASTILHO, Kathia (orgs). **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2006.

_____. **Individualismo contemporâneo: moda e personalização**, p. 65-73 in SANT'ANNA, Mara Rubia & RECH, Sandra Regina (orgs). 4º ENPModa: **Relações entre mercado e ensino no campo da moda**. Florianópolis: Editora UDESC, 2014.

DICIONÁRIO PRIBERAM DA LÍNGUA PORTUGUESA. <https://www.priberam.pt/dlpo/sazonal>. Consultado em 11-11-2015.

ERNER, Guillaume. **Sociologia das tendências**. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2015.

FLETCHER, Kate & GROSE, Linda. **Moda e sustentabilidade: design para Mudança**. São Pulo, Editora SENAC, 2011.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: SENAC, 2010.

- HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- KATZ, Helena. **Por uma teoria crítica do corpo**. In OLIVEIRA, Ana Claudia & CASTILHO, Kathia (orgs). **Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo**, pag. 69-74. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- LEE, M. Eco Chic: **guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo, Larrousse do Brasil, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LUBART, Tedd. **Psicologia da Criatividade**. São Paulo: Artmed, 2007.
- MAFFESSOLI, Michel. **No fundo das aparências**. (Trad). Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis, Rio de Janeiro. Editora Vozes. 1996.
- MARTINS, Marcelo M. e CASTILHO, Kathia. **Discursos da Moda: Semiótica, Design e Corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- MORACE, Francesco (org). **Consumo autoral**. São Paulo: Estação das Letras, 2012.
_____. **O Que é futuro?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.
- OLIVEIRA, Ana Claudia & CASTILHO, Kathia (orgs). **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- OLIVEIRA, Ana Claudia. Visualidade processual da aparência, p. 93-104, in OLIVEIRA, Ana Claudia & CASTILHO, Kathia (orgs). **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- PACCE, Lilian; Moda agênero in [http://www.lilianpacce.com.br/moda/modarua/a-vez-deles-o-que-os-homens-roubariam-do-guarda-roupa-feminino/Lino Villaventura outono-inverno 2016](http://www.lilianpacce.com.br/moda/modarua/a-vez-deles-o-que-os-homens-roubariam-do-guarda-roupa-feminino/Lino_Villaventura_outono-inverno_2016). Acesso em 11/11/2015.
- RALSTON, Ana Carolina. **Limitar gênero em feminino é passado na moda e nas artes**. Disponível em [Vogue.globo.com](http://vogue.globo.com). Acesso em 27/10/2015.
- SAULQUIN, Susana. **La muerte de la moda: el día después**. Buenos Aires: Editora Paidós, 2010.
- SHULTE, Neide Kohler & COSTA, Maria Izabel. **Tecnologia, luxo/lixo e sustentabilidade**. p. 176-179, in SANT'ANNA, Mara Rubia & RECH, Sandra Regina (orgs). 4º ENPModa: **Relações entre mercado e ensino no campo da moda**. Florianópolis: Editora UDESC, 2014.
- Evolução do traje gaúcho in Google. Imagem. (2015). Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=cat%C3%A1strofes+naturais&es_

MODA PROPRIETÁRIA: UMA ANALOGIA ENTRE SISTEMAS DE COMPUTADOR E O SISTEMA DA MODA

Yasmin Alexandre Có

Universidade de São Paulo (USP), mestranda no Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda
São Paulo – SP

Cláudia Regina Garcia Vicentini

Universidade de São Paulo (USP), docente no Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda
São Paulo – SP

RESUMO: Este artigo visa apresentar uma analogia entre *software* proprietário e o sistema da moda, com o objetivo de discutir questões relativas à autonomia do indivíduo. O estudo se baseia principalmente no conceito do movimento político *software* livre e na definição de Yuniya Kawamura para sistema da moda, na qual um sistema institucionalizado visa converter roupa (material) em moda (simbólico).

PALAVRAS-CHAVE: Moda; autonomia; política.

ABSTRACT: This paper presents an analogy between proprietary software and the fashion system, in order to discuss the individual autonomy. The study is based primarily on free software political movement and on Yuniya Kawamura's definition of fashion system, in which an institutionalized system converts clothes (material) into fashion (symbolic).

KEYWORDS: Fashion; autonomy; politics.

1 | INTRODUÇÃO

Yuniya Kawamura define sistema da moda como um sistema institucionalizado que visa converter roupa (produção material) em moda (produção simbólica). Este sistema é mantido por indivíduos que compartilham da mesma crença na moda, participando juntos na produção e perpetuação da ideologia e cultura de moda dominantes.

Ao considerar tal definição, presume-se, que a participação dos indivíduos na construção dessa produção simbólica estaria submetida a regras estabelecidas que parecem limitá-los a posição passiva de espectadores, ainda que a moda possa demonstrar relevância e interferir em diferentes graus na vida das pessoas.

Neste sentido, ao discutir questões relativas à autonomia do indivíduo, não apenas no processo de aquisição e uso de um produto, mas, também, no processo de autoria e adaptação, pretende-se problematizar até que ponto a moda institucionalizada possibilita a liberdade individual ou coletiva.

Diante disto, na presente investigação de natureza qualitativa e exploratória, toma-se de empréstimo do campo da informática o conceito de *software* livre, com o objetivo de apresentar

uma analogia entre moda e *software* proprietário. As características descritas neste estudo buscam fundamentar o argumento de que o sistema da moda é também um sistema proprietário.

Ao invés de iniciar este artigo falando sobre moda, o que seria mais tradicional, optou-se por um caminho inverso. A temática dos *softwares* é abordada primeiro, seguida pela concepção de moda em que se baseia este estudo para, então, serem traçadas relações entre *software* proprietário e os mecanismos que regem o sistema da moda.

2 | O QUE É UM SOFTWARE?

Computadores são compostos por duas partes, sendo elas *hardware* e *software*. O *hardware* corresponde a parte física, enquanto o *software* equivale a parte lógica que transmite os comandos para que a máquina como um todo funcione. Os sistemas operacionais, programas e aplicativos em geral, são *softwares*, e é nesta parcela lógica que toda a programação é realizada e onde a computação dos códigos programados se dá.

2.1 Diferença Fundamental Entre *Software* Proprietário e *Software* Livre

Podemos dividir os *softwares* em duas categorias distintas: os proprietários e os livres. A diferença básica entre eles é que os primeiros, que são normalmente posse de grandes companhias, mantêm os códigos de programação em sigilo enquanto os segundos permitem que o usuário tenha acesso livre ao seu código-fonte. Além disso, para que um *software* seja considerado livre é necessário que contemple quatro liberdades essenciais, das quais falaremos mais adiante, que implicam na licença de uso *copyleft* (esquerda autoral), em contraposição a *copyright* (direito autoral).

Código-fonte é uma espécie de “receita”, uma sequência de instruções escrita por um ser humano em linguagem de programação, tal como Java ou PHP, em caracteres alfanuméricos a serem traduzidos pelo computador na forma binária de zeros e uns. “Todo programa de computador é criado por intermédio do código-fonte, um sistema de algoritmos que é o âmago do *software*” (BIANCHI; RODRIGO, 2008). O acesso ao código-fonte possibilita que o usuário deixe de ser apenas espectador para tornar-se um “usuário programador” que pode realizar alterações no *software* de acordo com sua necessidade de uso.

Uma vez que “A alteração, melhoria, adaptação de um programa só é possível se o código-fonte estiver disponível para acesso do usuário” (BIANCHI; RODRIGO, 2008) as consequências evidentes de um código-fonte aberto são o compartilhamento de conhecimento e um maior desenvolvimento do programa, promovidos por uma rede de programadores que surge em torno do *software*. Esses programadores que são também usuários, localizam falhas e realizam melhorias, além disso, partes do código

podem ser copiadas e utilizadas para construir novos sistemas.

Uma demonstração da mentalidade colaborativa dessa rede é a forma como a comunicação entre os usuários programadores se dá por meio do próprio código. Nele são incluídos comentários (palavras ou frases que são intercaladas no código-fonte sem afetar sua operação) com o objetivo de documentá-lo e explicá-lo a quem o acessar depois. Portanto, qualquer pessoa que ler o código encontrará não apenas a “receita” por meio da qual o *software* foi construído, mas também algumas informações adicionais incluídas por outros usuários.

Com o *software* proprietário ocorre o oposto, o código-fonte não é acessível ao usuário. Assim, além de não saber como um sistema funciona e exatamente que tipo de informações chegam ou saem de sua máquina, ou o que está sendo processado nela, o usuário também não tem autonomia para adaptar o programa a sua necessidade, copiá-lo, distribuí-lo, estudá-lo profundamente ou meramente compreender seu funcionamento.

Para Richard Stallman, fundador do movimento *software* livre, do projeto GNU, e da *Free Software Foundation*, o programa proprietário dá a outra entidade o poder sobre seus usuários: “[...] Quando os usuários não controlam o programa, o programa controla os usuários. O desenvolvedor controla o programa e, por meio dele, controla os usuários” (STALLMAN, 2015). Ele afirma que “Esse programa não livre é “proprietário” e, portanto, um instrumento de poder injusto” (STALLMAN, 2015).

Cada programa não-livre, cada programa proprietário é um problema social. Se proíbe o compartilhamento ataca a sociedade. Se permite o compartilhamento, mas não oferece o código-fonte, quer dizer que seu desenvolvedor segue impondo seu poder aos usuários. Também é injusto. Também não deve existir. Então não é uma contribuição. É um golpe. Uma maneira de ganhar poder (STALLMAN, 2008).

2.2 Movimento Político *Software* Livre e As Quatro Liberdades Essenciais

Em 1984, Stallman começou a desenvolver o GNU (acrônimo para a expressão “GNU não é Unix”) para ser um *software* livre substituto ao UNIX, que teve seu código fechado em 1983. Ele conta que em 1992 o sistema ainda não havia sido concluído devido a falta de um componente essencial, o kernel, uma parte central do sistema que é responsável pela configuração e gerenciamento dos dispositivos. Este componente havia sido criado por Linus Torvalds e da união do kernel Linux com o sistema GNU, criou-se um sistema operacional livre completo, o GNU-Linux (STALLMAN, 2012).

Stallman define o *software* livre como sendo composto por quatro liberdades essenciais, sendo elas: (0) liberdade de usar (executar) o programa como quiser; (1) ter acesso ao código-fonte e alterá-lo (estudar o código-fonte do programa e alterá-lo de acordo com a necessidade); (2) copiar (copia exata) e distribuir o programa quando quiser; (3) fazer e distribuir cópias das versões alteradas do programa. “Com essas liberdades, os usuários, tanto individualmente quanto coletivamente, controlam

o programa e o que ele faz por eles” (STALLMAN, 2015).

Para evitar que estas liberdades essenciais pudessem ser ameaçadas, Stallman criou a licença de “esquerda autoral” (*copyleft*), trata-se de uma técnica legal para publicar um programa como *software* livre e defender seu estado livre para todos os usuários. Segundo ele, para ser uma licença livre, a licença deve outorgar as quatro liberdades adequadamente: “Eu buscava uma maneira de assegurar que todas as cópias fossem livres quando chegassem aos usuários, ou seja, uma maneira de evitar que um intermediário retire a liberdade” (STALLMAN, 2008).

A licença de esquerda autoral diz que se pode fazer cópias e distribuí-las, mas somente com a mesma licença, sem adicionar nada e somente oferecendo o código-fonte. Trata-se de uma técnica legal, uma maneira de usar a lei de direito autoral a favor da liberdade. É um método que várias licenças praticam. A primeira é a Licença Pública Geral de GNU ou GPL de GNU (STALLMAN, 2008).

Portanto *software* livre não diz respeito à gratuidade, mas literalmente a liberdade. Na cultura do *software* livre o usuário não é apenas espectador, mas sim sujeito autônomo que contribui até mesmo na construção do sistema. O que evidencia o compartilhamento do conhecimento e o senso de comunidade como sendo características primárias do movimento: “Vendedores de *Software* querem dividir os usuários e conquistá-los, fazendo com que cada usuário concorde em não compartilhar com os outros. Eu me recuso a quebrar a solidariedade com os outros usuários deste modo” (STALLMAN, 1985).

Por “software livre” devemos entender aquele software que respeita a liberdade e senso de comunidade dos usuários. Grosso modo, isso significa que **os usuários possuem a liberdade de executar, copiar, distribuir, estudar, mudar e melhorar o software** (sci). Assim sendo, “software livre” é uma questão de liberdade, não de preço. Para entender o conceito, pense em “liberdade de expressão”, não em “cerveja grátis” (A definição de *software* livre do GNU.org).

Neste sentido, *software* livre pode ser entendido como um movimento um movimento político, como explica Stallman:

O movimento de software livre é um movimento político para a liberdade dos usuários de programas. Um programa livre pertence ao conhecimento humano. Um programa proprietário não. É conhecimento secreto, roubado da humanidade (STALLMAN, 2008).

2.3 A Questão das Patentes

Segundo Sanches: “Em 1710, a noção de copyright era muito diferente da que temos hoje; ele se restringia a dizer quem tinha o direito de fazer cópias de um determinado livro” (SANCHES, 2007, p.76). O autor explica que inicialmente esta lei visava regulamentar o uso de uma determinada tecnologia, que no caso eram as prensas utilizadas na reprodução de livros, porém com : “[...] o enrijecimento das leis de propriedade intelectual, houve uma mudança de foco e os detentores de *copyright* passaram a atacar as tecnologias em si e não a maneira como são utilizadas”

(SANCHES, 2007, p.91).

No Brasil, existe a Lei de direito autoral que protege obras literárias, artísticas ou científicas, e também uma lei específica para programas de computador, sendo que: “O regime de proteção à propriedade intelectual de programa de computador é o conferido às obras literárias pela legislação de direitos autorais” (LEI N° 9.609, Art. 2º). Para Stallman, no campo do desenvolvimento de softwares o impedimento das patentes pode ser contornado buscando provar que uma patente não é válida ou procurando construir o programa de uma maneira diferente: “Porém [...] uma patente pode forçar que todo software livre careça de alguma característica que os usuários desejam” (STALLMAN, 2005 apud SANCHES, 2007, p.87).

A Lei de direito autoral não se aplica a produtos de moda e apesar de haver uma outra Lei, a de propriedade industrial, que concede patentes de invenção e de modelos de utilidade. De acordo com o Art.10: “Não se considera invenção nem modelo de utilidade: [...] qualquer criação estética” (LEI N° 9.279, Art. 10).

3 | DEFINIÇÕES PARA SISTEMA DA MODA RELEVANTES AO ESTUDO

Ao utilizar revistas de moda como corpus para uma análise semântica, Barthes (2009/1967), define o sistema da moda como sendo composto por vestuário real, vestuário imagem e vestuário escrito, ou seja, a roupa em si, a fotografia ou ilustração de moda e o texto descritivo daquele vestuário apresentado na imagem. Sendo que o objeto de seu estudo era especificamente a roupa descrita pela imprensa de moda, que: “Veicula imagens, estereótipos, uma enorme riqueza de elementos, não reais [...] mas de tipo utópico” (BARTHES, 1982, p. 81).

Embora focada, sua investigação ilumina questões relativas à produção do sentido indumentário, que podem ser levadas em conta de forma mais abrangente ao pensarmos a moda como um sistema institucionalizado e a revista como um dos vários subsistemas que o compõe (como veremos mais adiante na definição de Yuniya Kawamura). “Na verdade, esse tipo de vestuário obedece inteiramente às normas da descrição de Moda: o objetivo não é tanto explicar o vestuário quanto convencer de que ele está na Moda” (BARTHES, 2009/1967, p.25).

[...] o texto representa de alguma maneira a fala autoritária daquele que sabe tudo o que está por trás da aparência confusa ou incompleta das formas visíveis; constitui portanto, uma técnica de abertura do invisível, na qual quase se poderia encontrar, numa forma secularizada, o halo sagrado dos textos divinatórios; tanto que o conhecimento de Moda não é gratuito: comporta uma condenação para aqueles que se mantêm excluídos dele: a marca desonrosa do *démodé* ou *fora-de-moda* (BARTHES, 2009, p.36). (Original publicado em 1967)

Kawamura, é quem define sistema da moda como um sistema institucionalizado, no qual indivíduos a ele relacionados compartilham a mesma crença, participando juntos na produção e perpetuação tanto da ideologia quanto da cultura da moda, que

são, ambas sustentadas pela contínua produção de moda (KAWAMURA, 2005). Nesta concepção, compreende-se produção de moda por processo de converter roupa em moda, uma vez que: “Roupa é produção material enquanto moda é produção simbólica [...] a moda precisa ser institucionalmente construída e culturalmente difundida¹” (KAWAMURA, 2004, p.1, tradução nossa), para que seu valor simbólico possa se manifestar por meio das roupas.

Tal processo difere da produção de vestuário, uma vez que as roupas não necessariamente se convertem em moda. É a instituição como um todo, composta por várias organizações inter-relacionadas, que faz e determina o que é moda: “O sistema consiste em vários subsistemas compostos por uma rede de designers, fabricantes, atacadistas, profissionais de relações públicas, jornalistas e agências de publicidade²” (KAWAMURA, 2005, p.45, tradução nossa) que precisam ser reconhecidos e legitimados pelos demais atores envolvidos nas atividades de cooperação.

Um dos propósitos do desfile de moda é mostrar novos estilos para jornalistas, editores e compradores, mas **a consequência não intencional é que o local onde essa mobilização acontece confirma que é dali que a moda emerge, o que contribui para adicionar valor a roupa e transformá-la em moda, apesar disso acontecer somente na mente das pessoas. Desta forma a cultura de moda continua e é sustentada.** Por sua vez, isto atrai designers para a cidade que todos acreditam ser a capital da moda, e a moda sobrevive e a cidade permanece influente³ (KAWAMURA, 2005, p. 41, grifo nosso).

Neste sentido, cabe lembrar a observação de Bourdieu:

Para jogar o jogo, é necessário acreditar-se na ideologia da criação [...] **O que faz o valor, o que faz a magia da assinatura, é a colusão de todos os agentes do sistema de produção de bens sagrados. Colusão perfeitamente inconsciente decerto. Os círculos de consagração são tanto mais poderosos quanto mais longos são, mais complexos e mais escondidos, até mesmo aos próprios olhos dos que neles participam e deles beneficiam** (BOURDIEU, 2003, p.214, grifo nosso). (Original publicado em 1984).

Embora não utilize o termo sistema da moda, Bergamo (2007) depreendeu de seu estudo etnográfico, no qual observou as dinâmicas de funcionamento de alguns dos vários subsistemas do campo, informações que vão de encontro a definição dada por Yuniya Kawamura. Para Bergamo, o campo da moda é mantido por um tipo peculiar de racionalidade que atribui valores aos indivíduos que participam em uma trama de status hierarquizada, na qual o estilista, acredita-se, ocupa a posição central. “Há um direito de pertença em jogo [...] uma racionalidade específica que origina as

1 Texto original: “*Clothing is material production while fashion is symbolic production [...] fashion must be institutionally constructed and culturally diffused*”.

2 Texto original: “*The system consists of a number of subsystems comprised of a network of designers, manufacturers, wholesalers, public relations officers, journalists and advertising agencies*”.

3 Texto original: “*One of the purposes of fashion shows is to show new styles to journalists, editors and buyers. But the unintended consequence of those events is that the site of mobilization confirms that that is where fashion emerges from. That contributes to adding value to clothing and transforming it into fashion although this happens only in people’s minds. In this way, fashion culture continues and is sustained. In turn, it attracts designers to the city which everyone believes is the fashion capital, and fashion survives and the city remains influential*”.

ações, regulamenta as atribuições específicas dos indivíduos e define suas formas de expressão, apreciação e criação” (BERGAMO, 2007, p.70-71). Havendo então a necessidade de conquista de um direito de pertença, os atores ligados ao campo agem de acordo com determinadas regras para que possam ser legitimados. “Tratam-se, além do mais de indivíduos que crêem ocupar uma posição central” (BERGAMO, 2007, p.71).

O espaço da criação é aparentemente ocupado, além dos estilistas, apenas por produtores de moda, cabeleireiros, maquiadores, iluminadores, manequins, diretores de cena etc. Ou seja, aqueles ligados diretamente ao grande evento, ao desfile de moda. É claro que todos esses profissionais ali estão para "colaborar" com aquele que todos crêem ser o "centro do acontecimento": o estilista. Outros profissionais estão presentes, como jornalistas e fotógrafos, mas com evidente intenção de registrar a "notícia" (BERGAMO, 2007, p.69).

4 | MODA PROPRIETÁRIA

São muitas as relações possíveis para se fazer uma analogia entre os sistemas de computador e o sistema da moda. Se, como vimos, roupa é produção material enquanto moda é produção simbólica e o sistema da moda visa converter roupa em moda, podemos inferir que este sistema seria como um software (a parte lógica que transmite os comandos para que a máquina opere). O sistema da moda seria então a parte lógica responsável por transmitir os “comandos” para que a roupa se torne moda.

Tais comandos que se localizam em código-fonte fechado são propriedade de grandes empresas sobre as quais se constrói e reafirma a crença de uma qualidade superior, assim como ocorre com grandes empresas de tecnologia que produzem *softwares* proprietários. Em ambas as situações, o usuário (da roupa em moda assim como de sistemas de computador) ocupa a posição de espectador. Este indivíduo não participa na produção da moda ou do *software* que utiliza, ele não participa na construção daquilo que opera naquele item material (que no caso da moda é intermediador de sentido) de que se utilizam, nem tampouco possuem permissão para copiar, alterar, distribuir ou mesmo estudar esse “produto” com o qual interagem diariamente.

Se observarmos as quatro liberdades essenciais de Stallman veremos que não existe um equivalente a elas no sistema de moda dominante, a liberdade zero poderia ser a “liberdade de usar a roupa ou a moda como quiser”. Considerando que existem normas indumentárias a serem respeitadas, podemos dizer que uma pessoa não tem autonomia para utilizar, seja a roupa ou a moda, verdadeiramente como quiser, há limites de uso das roupas assim como da moda. Sendo que tais limites se aplicam tanto a aquele que adquire um produto quanto a aquele que o produz, visto que o “autor” do produto precisa ser legitimado pelo campo e como bem observa Bergamo: “Há regras a serem seguidas para a atividade criativa” (2007, p.77). Ou seja, existem regras não apenas para se utilizar um produto de moda da maneira “correta”, mas também para se produzir a moda correta.

Para recorrermos a um exemplo de analogia semelhante, Otto von Busch,

pesquisador e designer hacktivista⁴ desenvolveu uma coleção de camisetas impressas com um contrato de licença anexo, a ser assinado pelo cliente no momento da compra. Sua crítica ilustra bem a relação de sujeição de que falamos. Ao fazer uma sátira Busch propõe uma discussão sobre a questão da propriedade e da autonomia na moda:

3. Direitos de Propriedade de Estilo. A roupa é propriedade de estilo de >self_passage< Incorporações e seus fornecedores dentro do Sistema da moda. A estrutura, corte e padrão do vestuário são segredos comerciais valiosos e ferramentas de configuração de tendência confidenciais de >self_passage< Incorporações. O vestuário é protegido por direitos autorais [...] você concorda em não modificá-lo, adaptá-lo ou traduzi-lo. Você também concorda em não fazer engenharia reversa, descompilar, desmontar ou tentar descobrir de outra forma o padrão do vestuário [...] Qualquer recomendação de tendências fornecida por >self_passage< ou obtida por você do Sistema de Moda, conforme permitido neste documento, só pode ser usado por você para o propósito descrito aqui e não pode ser divulgado a terceiros ou usado para criar qualquer peça de vestuário que seja substancialmente similar a esta roupa⁵ (Trecho do Contrato de Licença de Usuário Final, tradução nossa).

O trecho acima é válido também para fazermos uma relação com a liberdade um (ter acesso ao código-fonte e alterá-lo). Nesta analogia os códigos da moda seriam os meios para fazer com que uma roupa seja considerada de melhor qualidade, com valor agregado, com valor de moda, etc. São muitos os meios para se manter o código fechado, dentre eles estão: exclusividade de materiais, domínio de tecnologia, habilidades e conhecimentos técnicos, ferramentas, entre outros. Neste sentido, evidencia-se uma espécie de embargo que faz com que apenas determinadas marcas, ao lado dos atores que as fortalecem, detenham os materiais e os meios para definir o que é moda, mantendo seu monopólio por meio da crença, constantemente reafirmada, em sua superioridade.

Há ainda o código-fonte da roupa em si, que também pode ser considerado fechado se uma roupa não é elaborada para favorecer ao usuário a compreensão de como ela foi construída para que, caso deseje, venha a intervir, modificar, adaptar ou até mesmo consertar aquilo que veste, ou ainda, quando conhecimentos básicos para

4 O termo hacktivismismo (do inglês hacktivism) foi cunhado pelo crítico cultural Jason Logan Sack em 1995, ao escrever sobre a artista multimídia Shu Lea Cheang para a revista Infonation. Sack utilizou a palavra hacktivismismo para expressar a junção entre ativismo e a mentalidade hacker. Hacktivismismo é um modo específico de engajamento baseado na mentalidade e atitude hacker, que de acordo com McKenzie Wark, autor de “A hacker manifesto” e Eric Raymond, autor de “A catedral e o bazar” e do dicionário hacker “The Jargon File”, pode ser aplicada à qualquer área de conhecimento.

5 Texto original: Style Property Rights. The Garment is the Style property of and are owned by >self_passage< Incorporated and its suppliers within the Fashion System. The structure, cut and pattern of the Garment are the valuable trade secrets and confidential trend setting tools of >self_passage< Incorporated. The Garment is protected by copyright [...] you agree not to modify, adapt or translate the Garment. You also agree not to reverse engineer, decompile, disassemble or otherwise attempt to discover the pattern of the Garment [...] Any dressing or trend setting advice supplied by >self_passage< or obtained by you from the Fashion System, as permitted hereunder, may only be used by you for the purpose described herein and may not be disclosed to any third party or used to create any garment which is substantially similar to the expression of the Garment.

a construção de uma roupa, como modelagem e costura são protegidos por indivíduos especializados para evitar que pessoas comuns tenham acesso a eles.

Quanto a questão da cópia, que se relaciona às liberdades dois (fazer e distribuir cópias exatas) e três (fazer e distribuir cópias de versões alteradas), é um dos assuntos mais polêmicos quando se trata de moda. Não são raros os casos em que marcas que ocupam as mais diversas posições dentro da hierarquia do campo acusam ou são acusadas de plágio, neste artigo vamos nos abster de mencioná-las. Entretanto, um dos procedimentos que faz parte da criação de moda é a pesquisa de tendências e uma das formas pelas quais se descobrem tendências é por meio de profissionais especializados, conhecidos como caçadores de tendências. Esses profissionais filtram das ruas e também das mídias sociais, usos, experimentos e inovações em termos de estilo, que partem de pessoas comuns, para levá-los ao mercado. Essa contradição nos leva a questionar porque a cópia na moda, assim como ocorre com o software livre, é estigmatizada como sendo de qualidade inferior se tudo em moda parte, mais ou menos, da cópia. Além disso, no campo da moda a cópia pode ser considerada vergonhosa para aquele que copia, assim como, para quem a utiliza. Por isso arriscamos dizer que o sistema da moda, intencionalmente ou não, se apropria do desenvolvimento coletivo mas fecha seus códigos excluindo este coletivo.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi o de apresentar uma analogia entre moda e *software* proprietário, descrevendo características que buscassem fundamentar o argumento de que o sistema da moda é também um sistema proprietário. Desta relação inusitada entre softwares e moda, foi possível depreender semelhanças com as quais espera-se contribuir para a discussão relativa a autonomia dos indivíduos.

Tomando como ponto de partida as quatro liberdades essenciais do software livre (sendo elas: liberdade de usar o programa como quiser; ter acesso ao código-fonte e alterá-lo; copiar e distribuir o programa quando quiser; fazer e distribuir cópias das versões alteradas do programa) e as características do sistema da moda descritas por Yuniya Kawamura, complementadas pelas concepções de outros autores. Concluiu-se que tais liberdades não têm um equivalente na moda dominante, sendo que esta demonstra ser muito semelhante ao *software* proprietário, no qual o usuário não tem autonomia para utilizar o programa como quiser, não tem acesso ao código-fonte e não pode fazer e distribuir cópias exatas ou alteradas.

Conforme buscamos demonstrar no decorrer deste artigo, o sistema da moda, que denominamos por “moda proprietária”, equivale ao software proprietário e se diferencia do *software* livre. Enquanto moda e softwares proprietários são ambos sustentados pela crença em sua qualidade e superioridade, o software livre sofre um tipo de embargo. Além disso, moda e softwares proprietários mantêm seus códigos-

fonte fechados, protegidos pelas grandes empresas que os detêm, enquanto o software livre se baseia em uma política do código aberto. Desta forma, na moda e software proprietários o usuário é espectador. Em contrapartida no *software* livre ele é um usuário programador, livre para exercer controle individual e coletivo sobre o programa que utiliza.

Com a analogia apresentada neste estudo não pretendemos afirmar que a moda proprietária é a única realidade possível. Trata-se do oposto, acreditamos que neste contexto há pessoas que, sejam elas especialistas ou não, atuam em posição contrária ao código fechado do campo e com isso alteram a lógica protecionista para uma mais colaborativa, a exemplo do que vemos na filosofia do movimento *software* livre.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2009. 476 p. Tradução: Ivone Castilho Benedetti.

BARTHES, Roland. **O Grão da voz: entrevistas 1962-1980**. Lisboa: Edições 70, 1982. 365 p.

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 226 p.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003. 288 p. Tradução de: Miguel Serras Pereira.

BUSCH, Otto von. **FASHION-able: Hactivism and engaged fashion design**. 2008. 271 f. Tese (Doutorado) - School of Design and Crafts, Faculty of Fine, Applied and Performing Arts, University of Gothenburg, Gotemburgo (Suécia), 2008.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 288 p. Tradução de Raquel Ramalheite.

KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: an introduction to fashion studies**. Nova York: Berg, 2005. 124 p.

KAWAMURA, Yuniya. **The Japanese revolution in Paris fashion**. New York: Berg, 2004. 198 p.

RAYMOND, Eric S. **The cathedral and the bazaar: musings on Linux and open source by an accidental revolutionary**. O'Reilly Media, 1999. 241 p.

SANCHEZ, Wilken D. **O movimento de software livre e a produção colaborativa do conhecimento**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)–Faculdade de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

WARK, Mckenzie. **A hacker manifesto**. United States of America: Harvard University Press, 2004. 208 p.

FREE software foundation. Disponível em: <<https://www.fsf.org/>>. Acesso em: 30 jul. 2018

GARMENT Licence (End User Licence Agreement) project. Disponível em: <http://www.selfpassage.info/download_w/garment%20licence-A4.pdf>. Acesso em 30 jul. 2018

LEI de direitos autorais. Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm>. Acesso em: 30 jul. 2018

LEI de propriedade industrial. Brasília, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 30 jul. 2018

LEI de propriedade intelectual de programa de computador. Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9609.htm>. Acesso em: 30 jul. 2018

LICENÇA pública geral GNU. 2007. Disponível em <<https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.html>>. Acesso em: 30 jul. 2018

O que é o software livre?. 2018. Disponível em: <<https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.html>>. Acesso em 30 jul. 2018

PALESTRA movimento software livre. Unb Brasília, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tZhqlpNNK-g>>. Acesso em: 30 Jul. 2018

SOURCE code definition. In: The linux information project. 2004. Disponível em:<http://www.linfo.org/source_code.html>. Acesso em: 30 jul.2018

STALLMAN, Richard. O manifesto GNU. 1985. Disponível em: <<https://www.gnu.org/gnu/manifesto.html>>. Acesso em 30 jul. 2018

STALLMAN, Richard. Software livre é ainda mais importante agora. 2015. Disponível em: <<https://www.gnu.org/philosophy/free-software-even-more-important.html>>. Acesso em: 30 jul. 2018

THE jargon file. Disponível em: <<http://catb.org/jargon/html/>>. Acesso em: 30 jul. 2018

INPROPRIETÁRIO: o mundo do software livre. Direção: Bianchi, Daniel; Rodrigo, Jota. (32 min). São Paulo, 2008.

STALLMAN, Richard. In: InProprietário: o mundo do software livre. Direção: Bianchi, Daniel; Rodrigo, Jota. (32 min). São Paulo, 2008.

PRÁTICAS COMUNICACIONAIS NO VAREJO DE MODA: APROPRIAR PARA ESTABELECEER IDENTIDADE

Natalia Colombo

Universidade Tuiuti do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens
Curitiba - Paraná

RESUMO: O presente capítulo aborda as práticas comunicacionais presentes nas redes de varejo de moda que, aparentemente, se *inspiram* em referências de estilo conceitual apresentadas pelas marcas de luxo em semanas de moda para desenvolver coleções comerciais. Esse processo de *inspiração* é analisado de acordo com a perspectiva de apropriação (Roger Chartier), segundo o qual haveria um processo de adaptação inerente, gerando assim um novo produto. Sugerimos como hipótese a interpretação de que nesse mecanismo de apropriação compreende-se um movimento de adesão de novas tendências propostas como intuito de estabelecer identidade através do uso de roupas, a fim de instituir pertencimento com grupos representados por determinada vestimenta. Para isso, utilizamos como referencial teórico, conceitos de cultura material (Daniel Miller) com foco na importância do consumo e das materialidades para compreender as dimensões da vida social; as relações de estratégia e tática (Michel de Certeau) existentes na idealização da moda e adaptação para a apropriação das condutas do

que é *fashion*; a concepção ocidental da moda (Gilles Lipovetsky) para compreender o modelo estruturado na metade do século XIX que constituiu o modelo em vigor; e a concepção de identidade na pós-modernidade (Stuart Hall), em uma análise de como as transformações promovidas no final do século XX abalaram a perspectiva de identidade unificada fazendo prosperar a noção de multiplicidade identitária.

PALAVRAS-CHAVE: Práticas comunicacionais; varejo de moda; identidade.

ABSTRACT: This chapter discusses the communication practices present in fashion retail chains that seemingly draw on conceptual style references presented by luxury brands in fashion weeks to develop commercial collections. This process of inspiration is analyzed according to the perspective of appropriation (Roger Chartier), according to which there would be an inherent adaptation process, thus generating a new product. We suggest as hypothesis the interpretation that in this mechanism of appropriation it is understood a movement of adherence of new tendencies proposed with the intention of establishing identity through the use of clothes, in order to institute membership with groups represented by certain clothes. For this, we use as theoretical reference, concepts of material culture (Daniel Miller) focusing on the importance of consumption and materialities to

understand the dimensions of social life; the strategic and tactical relations (Michel de Certeau) existing in the idealization of fashion and adaptation to the appropriation of the conduct of what is fashion; the Western conception of fashion (Gilles Lipovetsky) to understand the model structured in the mid-nineteenth century which was the model in force; and the conception of identity in postmodernity (Stuart Hall), in an analysis of how the transformations promoted at the end of the twentieth century shook the perspective of unified identity by making the notion of identity multiplicity flourish.

KEYWORDS: Communication practices; fashion retail; identity.

1 | INTRODUÇÃO

Este capítulo delinea as perspectivas adotadas no desenvolvimento da dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre ao Programa de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (2017).

2 | CORPO DO TEXTO

Os discursos sobre o consumo, frequentemente, adotam uma perspectiva condenatória para alguma parcela de materialidades consumidas que venha a ser “feita além do que é considerado necessário de acordo com algum padrão moral de necessidade” (MILLER, 2007, p. 36). Nos dedicamos a conceber uma reflexão que complexifica a perspectiva do senso comum (e mesmo do segmento acadêmico), adotando a noção de que o consumo e a materialidade são importantes para o estabelecimento de identidade através do pertencimento e, conseqüentemente, para a estruturação das relações sociais. Para isso, selecionamos o caso da moda, mais especificamente o mecanismo de apropriação de tendências, como campo de observação de práticas para a reflexão. Podemos conceder ao “termo ‘tendência’ a ideia de movimento e de mudança [...]” (SANTOS, 2017, p.24). De acordo com Magnus Lindkvist,

a palavra tendência foi por muito tempo utilizada para descrever o fluxo [...]. Quando as estatísticas ganharam popularidade no século XIX, o sentido de ‘tendência’ foi ampliado para incluir definições de movimentos demográficos e observações das massas (LINDKVIST, 2010, p.5 *apud* SANTOS, 2017, p.24).

O conceito que passou a incluir movimentos demográficos e a observação das massas é importante na medida em que o adotaremos para compreender as dinâmicas observadas no sistema da moda para definir quais são as cores, estampas, tecidos e estéticas compreendidas como ‘em voga’ em um determinado período.

Entenderemos que o sistema da moda

consiste em todas as pessoas e organizações envolvidas na criação de significados simbólicos e sua transferência para os produtos culturais. [...] Mesmo as práticas comerciais estão sujeitas ao processo da moda: evoluem e mudam dependendo das técnicas de administração para a qualidade total ou o controle de estoque *just-in-time* (SOLOMON, 2002, p.402 *apud* SANTOS, 2017, p.27).

Sendo assim, adotaremos a perspectiva em que a criação de significados observada nos objetos analisados contribui para a compreensão do que é moda e para o estabelecimento de identidade através do consumo. Esta prática é importante na medida em que é possível observar um movimento de adesão de novas tendências propostas, com o intuito de estabelecer identidade por meio do uso de roupas (especificamente aqueles considerados como ‘em voga’ em uma determinada temporada) a fim de instituir pertencimento com grupos representados por determinada vestimenta – porque, provavelmente, um grupo que use, por exemplo, a tendência *girlie* não será o mesmo a usar a tendência *swag* – ao menos não na mesma temporada.

Essa prática não é um fenômeno novo (promovido no século XXI); em períodos anteriores, relacionar-se através da vestimenta já era muito comum: o pertencimento a determinado grupo podia ser observado através de um código visível na superfície e relacionado a leis suntuárias de uso.

O uso suntuário pode ser entendido como lei de regulação de uso ou consumo, e nos interessa porque ao analisarmos contextos históricos do vestuário encontraremos indícios de uma relação traçada sob o que se *devia* usar, e não com o que se *queria* usar, de acordo com a posição ocupada na sociedade. Por exemplo, uma prática comum no império Romano (entre 27 a.C e 476 d.C) era o uso da cor púrpura – considerava-se um símbolo de poder público e tinha seu uso vetado para cidadãos comuns.

Esse método de diferenciação moldou o desenvolvimento da moda que viria a seguir, e especialmente a partir da metade do século XIV (momento em que o uso da vestimenta relacionado ao gênero passou a ser mais fortemente observado) pudemos instituir cada vez mais maneiras de nos diferenciarmos através da roupa e, na esfera social, a apontar cada vez mais sinais de quem cada um é.

A partir da metade do século XIX, “a moda já revela seus traços sociais e estéticos mais característicos, mas para grupos muito restritos que monopolizam o poder de iniciativa e de criação” (LIPOVETSKY, 1989, p. 25). Também nesse mesmo período, a alta-costura foi instituída com o propósito de manter o aspecto pessoal do vestuário, uma perspectiva de exclusividade que a moda, enquanto sistema, frequentemente rompe, na medida em que coloca em circulação a estética que teve sua criação relacionada à diferenciação social.

Do século XX em diante, a evolução no sistema industrial da moda promoveu uma revolução na maneira como compreenderíamos o fenômeno – a figura do estilista ganhou força e passou a concentrar as capacidades criativas sob um sujeito prestigiado como criador. Grandes nomes foram fixados naquele século: Gabrielle Chanel, Christian Dior, Hubert de Givenchy, Louis Vuitton, Gianni Versace, Guccio Gucci, Yves Saint-Laurent, Domenico Dolce e Stefano Gabbana são alguns exemplos do conceito que se cunhou nesse período, e que viria a ser considerado ‘moda de alta-costura’ também pelas gerações futuras (ao menos até as duas primeiras décadas do século XXI). Não por acaso o nome das marcas referencia diretamente seus criadores.

No entanto, a alta-costura não é para todos e o método de reproduzir o que era definido

como ‘moda’ pelas grandes grifes era uma prática relativamente comum na tentativa de criar alguma semelhança com as estéticas em voga; assim como o processo de adaptação dessa reprodução/cópia (que inevitavelmente resultaria em um novo produto). A ausência de alguma matéria prima poderia ser substituída e o método de produção reorganizado – isso poderia acontecer mesmo no âmbito doméstico. O fato é que, na moda, a motivação de copiar determinada coisa sempre foi simbólica – entendia-se que a Europa tinha muito a oferecer em questão de estilo, bom gosto e elegância e que seria prudente reproduzi-lo caso se desejasse ‘estar na moda’.

O modelo da reprodução/cópia buscava o máximo de fidelidade e perdurou até 1980 (em pequena ou larga escala, indiferente), até que a fluidez das informações gerou um volume grande demais para ser reproduzido; por isso, a partir de 1990 o sistema parece ter percebido que haveria a necessidade de adaptar à realidade local cada desenvolvimento. Ainda que uma espécie de ‘espelho’, a partir do qual se deriva a cópia continue a apontar para o modelo europeu, a moda passou a conceber a necessidade de respeitar a demanda local, fazendo “uma leitura diferente da realidade e do mercado, um modo de responder a mudanças estruturais dos consumidores e do seu modo de consumir” (CIETTA, 2017, p.17).

Nesse cenário (1990) desenvolveu-se o modelo do *fast-fashion* que pode ser compreendido como um sistema de desenvolvimento e comercialização de produtos de vestuário que atua com interesse nas tendências apontadas pelo sistema industrial da moda adaptando-as ao consumidor local (CIETTA, 2017). Esse mecanismo foi capaz de acelerar o consumo, mas diferente do que se costuma deduzir, sem padronizar a oferta com foco exclusivo no giro dos produtos no ponto de venda, menos ainda um mecanismo de consumo que banalizaria o valor cultural de um produto (CIETTA, 2017). O modelo mostrou-se eficiente

porque soube responder àquelas mudanças [dos consumidores e da maneira de consumir] de modo inteligente, misturando experiências de consumo diferentes: o conteúdo **moda dos produtos de luxo com os preços acessíveis dos produtos básicos** (CIETTA, 2017, p. 17, [grifo nosso]).

Na práxis esse modelo determinou o método de apropriação que as marcas populares fazem das estéticas apresentadas pelas marcas de luxo – o método que coloca nas araras das redes de varejo popular o que, através dos significados criados pelas grifes de luxo, é compreendido como ‘moda’ em um determinado período. O êxito no método foi possível porque o modelo inovou a maneira de pensar moda na medida em que centralizou o consumidor no processo, colocou o comportamento como principal fator no desenvolvimento e deu foco aos aspectos socioculturais no momento da compra e do consumo, mas também no momento criativo e produtivo (CIETTA, 2017).

O sistema de moda atua com um modelo de desenvolvimento estabelecido a partir das principais semanas de moda, o ciclo *Big Four*, composto por Paris, Nova York, Milão e Londres, exibidos em janeiro e julho de cada ano. A importância destes

eventos para o sistema pode ser desvinculada da capacidade de consumo local; o público asiático é apontado como o grande expoente de consumo dos produtos de luxo (no passado recente, o mercado na Ásia registrou um crescimento de 10% no consumo de produtos de luxo enquanto o restante do mercado mundial registrou apenas 4%, em 2008) (FOLGATO, 2010). No entanto, a relação que travamos com a Europa, tanto para os aspectos de tradição como de produção cultural (vale pensar nos grandes autores literários e pintores clássicos), e com os Estados Unidos para os aspectos relacionados à inovação e liberdade de consumo mantém uma relação simbólica para o que consideramos relevante, não apenas na perspectiva da moda.

Mesmo com apresentações datadas, a distribuição desses produtos adaptados pelas redes de varejo se baseia em uma lógica estritamente comercial porque a relação do consumidor com a loja (física ou on-line) é estabelecida através da novidade e manter o fluxo de produtos (e consequentemente de clientes) exige que a distribuição seja marcada por pequenas coleções dentro de cada temporada (LEMES, 2018). A exemplo desse método de distribuição, marcas de *luxo* (e ao contrário do que se determinou para a dissertação apresentada, o termo *luxo* utilizado em itálico refere-se à perspectiva estabelecida no senso comum de que produtos comercializados por altos valores constituam o mercado de luxo), como é o caso da Burberry, passaram a exibir novos produtos fora do circuito de semanas de moda com o intuito de manter o interesse pela marca ao longo do ano todo. “Um calendário dividido por temporadas e gêneros não faz mais sentido para o consumidor final [...] [que procura] coleções disponíveis imediatamente”, de acordo com o diretor criativo da marca, Christopher Bailey (LEVY, 2016).

As propostas conceituais apresentadas pelas principais marcas do cenário passam a circular entre as plataformas de pesquisa, revistas e portais de notícias de moda a fim de serem compreendidas como tendência para, então, serem adaptadas, apropriadas e comercializadas pelas marcas mais populares (especialmente redes de varejo de produtos massivos, representantes do *fast-fashion*, por excelência).

A complexidade observada a partir da cópia no método de desenvolvimento nomeado *fast-fashion* possibilitou análises e reflexões a partir do estabelecimento de identidade e pertencimento no caso de artigos de moda *inspirados* nos conceitos de estilistas consagrados e, dessa maneira, constituímos o objeto de pesquisa. Apontamos como hipótese o mecanismo que, através da cópia, adere às tendências de cada temporada com o intuito de promover, de maneira amplificada, o estabelecimento de identidade e a relação de pertencimento com os pares que compreendem o uso de determinado artigo de moda. Assim, nos propomos a compreender em que medida as práticas comunicacionais do sistema de moda influenciam redes de varejo popular que se dedicam a observar marcas de luxo para desenvolver adaptações para o seu próprio público.

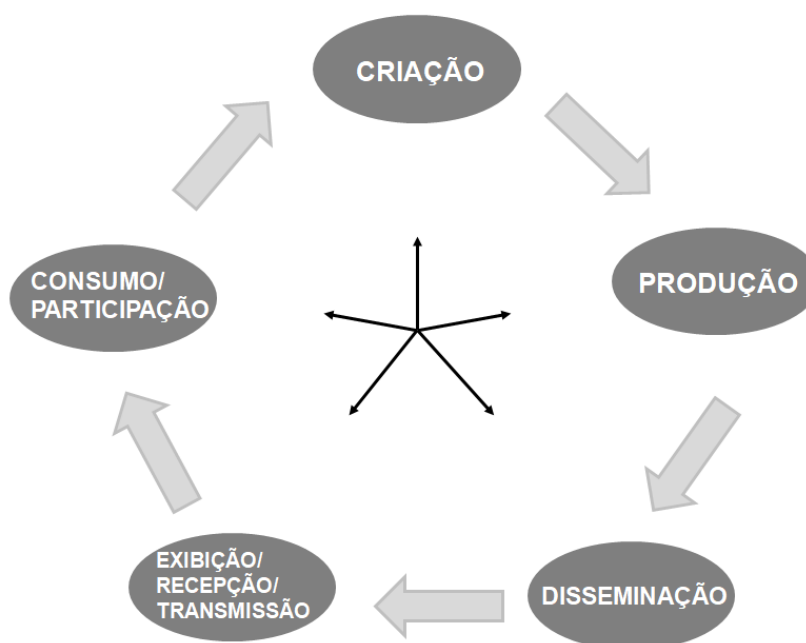
O sistema de moda está balizado em análises constantes do comportamento ao redor do mundo, e as possibilidades de reconhecimento em determinada ‘referência’ parece ser o que, de fato, move todo o sistema – resistindo a qualquer concepção de

que os consumidores de moda sejam meros adoradores de produtos com os quais não se relacionam.

É importante compreender que o modelo, através do método de macro e microtendência, prioriza o comportamento do consumidor (em uma análise de caráter global) como aspecto primário para designar quais serão as tendências de desenvolvimento em cada nova temporada – posteriormente é que as formas (que com frequência são releituras da estética de algum período histórico anterior) serão definidas como *trend*. Dessa maneira, as redes se comprometem a movimentar as tendências de maneira programada, oferecendo roupas similares à estética apresentada nas passarelas em períodos que variam de 15 a 40 dias. Assim, o consumidor sempre encontrará novidades e um motivo para frequentar regularmente a loja.

O ciclo produtivo de bens culturais identifica cinco etapas para seus produtos: criação, que é o processo de criação autoral; a produção, identificado como o processo de realização dos produtos culturais ou infraestrutura e processos para sua elaboração; a disseminação, que consiste na transmissão dos produtos empreendidos com a lógica industrial e de massa aos consumidores e intermediários; a exibição/recepção/transmissão, referente ao local de consumo; e consumo/participação, que são as atividades de participantes no consumo desses bens (UNESCO, 2009 *apud* CIETTA, 2017, p. 139).

Ainda que a proposta de produção de bens culturais elaborada pela Unesco tenha se referido à produção de valor imaterial (considerando um produto sem o caráter de finitude), sugerimos ser possível aplicar o ciclo para as práticas observadas no sistema da moda em uma perspectiva material. A característica que mais o aproxima da lógica da moda é a capacidade de ser iniciado a partir de qualquer ponto e manter seu fluxo, de acordo com a Figura 1, a seguir.



O início do ciclo apresentado na Figura 1 independe de um ponto específico no caso da moda, uma vez que a concepção está relacionada ao potencial de apropriação intrínseco no sistema. Para entender a afirmação vale observar que o mercado trabalha com os conceitos de macro e microtendência: macrotendências “são grandes mudanças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas que se formam lentamente e, uma vez estabelecidas, nos influenciam por algum tempo” (KOTLER; KELLER, 2006, p. 76 *apud* SANTOS, 2017, p. 30); já as microtendências “costumam durar de um a cinco anos e ditam que roupa vestimos, que tipo de engenhocas eletrônicas usamos e que tipo de expressões do momento permeiam nossa linguagem” (LINDKVIST, 2010, p. 5 *apud* SANTOS, 2017, p. 33). De maneira sintetizada, as macrotendências apontam “tendências mais amplas e nem sempre evidentes, mas que, em linhas gerais, podem definir o amanhã da sociedade” (SANTOS, 2017, p. 30), e, as microtendências, “um comportamento emergente [...] [que designa] uma manifestação local ou territorial [...]” (SANTOS, 2017, p. 33).

Em perspectiva da práxis cotidiana, basta entender que, ao menos para o sistema da moda, macro são as tendências comportamentais observadas em uma dimensão social ampla, e micro as especificidades desse comportamento – que geralmente é a ‘forma’ a ser apropriada no sistema. Por exemplo, na temporada de Inverno 2017 o que se viu foi uma série de estéticas resgatadas de 1990, no entanto a ‘pegada 90’s’ apontada pelo sistema já apresentava relevância desde o ano de 2014. Isso significa dizer que o fundamento para o reconhecimento de um novo comportamento pode ser notado em qualquer uma das etapas do ciclo de um produto cultural – porque “uma macrotendência pode ser manifestada por meio de diversas microtendências (comportamentos específicos ou manifestações isoladas) simultaneamente” (SANTOS, 2017, p. 35). Essa simultaneidade apontada por Janiene Santos é uma das características associadas à construção identitária na pós-modernidade (HALL, 1999); ou seja, as perspectivas de estética, tendência e, portanto, identidade, não são apresentadas de maneira linear e sim de maneira cadenciada na concepção do que compreendemos como moda. A noção de multiplicidade permeia os parâmetros de desenvolvimento e consumo porque o sujeito estabelece identidade através dos sistemas culturais que o rodeia de maneira contínua, formando e transformando as formas pelas quais é representado (HALL, 1987 *apud* HALL, 1999).

Ao longo da dissertação, produção na qual se baseia esse texto, nos dedicamos, no primeiro capítulo, a refletir sobre as linhas de concepção ocidentais do sistema de moda conforme o vivenciamos atualmente, na segunda década do século XXI; do surgimento da roupa civil e de caráter nacional (roupas que, de maneira mais recente, admitem um aspecto caricato para designar determinado povo) à sua transição para

um vestuário de caráter internacional sob a influência cultural europeia (Lipovetsky). Dessa maneira, buscamos estabelecer alguma linearidade em um sistema que, especialmente em um caráter mais recente, deixou de seguir uma concepção relacionada aos aspectos de classe para estabelecer uma relação com os aspectos identitários.

No segundo capítulo, tratamos dos argumentos propostos por Daniel Miller sobre a cultura material e a contribuição que as análises das materialidades podem fornecer na compreensão de padrões sociais, assim como o caráter circular no circuito da produção e do consumo. O capítulo está dividido em três subseções, com o intuito de torná-lo mais esclarecedor. A primeira subseção trata dos aspectos rituais e devocionais encontrados na análise sobre o ato de comprar, argumentando que há uma conexão profunda com as relações sociais e que existam valores criados pelas próprias mercadorias que contribuem para a humanidade de seus compradores. Assim, o ato de comprar pode ser encarado como um propósito de criar e manter relacionamentos “com os sujeitos que querem essas coisas” (MILLER, 2002, p. 162). Este aspecto, aparentemente, fornece embasamento para o argumento de que as relações estabelecidas através do consumo das materialidades colaboram com o estado de pertencimento daqueles que as consomem. A segunda subseção se dedica a traçar linhas conceituais sobre o consumo *per se*; sempre reconhecendo a complexidade do tema e a heterogeneidade dos atores envolvidos, com o propósito de contribuir para o entendimento de uma prática que “classifica e organiza o mundo a nossa volta”, adotando a perspectiva de que consumir colabora no sentido de construção de identidade por meio de materialidades. Significa dizer que “quando estendemos o significado de consumo a inúmeras esferas onde antes ele não se encontrava presente estamos utilizando-o para classificar dimensões da vida social” (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 24). A terceira subseção promove uma análise do sistema de moda em paralelo aos conceitos de estratégia e tática, conforme formulados por Michel de Certeau. Essa análise é importante porque adotaremos a perspectiva em que a estratégia estará relacionada especificamente ao topo do sistema industrial da moda: a etapa de criação de conceitos (geralmente desenvolvida por grifes de luxo) que podem ser associados como tendências pelas camadas do varejo mais popular. Entenderemos que a alta-costura é a detentora do posto mais alto nessa escala quando nos referimos ao sistema da moda, por nos parecer que, dentro das lógicas desse mercado, não exista nenhum segmento que se sobreponha ao nicho ocupado pela alta-costura. Esse momento precede a tática: etapa em que os conceitos serão adaptados para a apropriação (ou a cópia mencionada), atingindo uma escala maior de usuários por alcançarem preços mais baixos no mercado. Parece ser possível inferir que cada tática observada na apropriação de uma tendência de moda carrega consigo a intenção de alcançar a estratégia – ou o sujeito de poder imediato para cada um dos níveis de apropriação.

O terceiro capítulo elabora uma perspectiva de identidade a partir dos

conceitos de Stuart Hall sob a ótica da pós-modernidade. O que essa perspectiva estabelece é a noção de multiplicidade identitária, assumindo que, mesmo de maneira contraditória, nossas identificações estão em contínuo deslocamento. Isso quer dizer que nossos sistemas de significação e representação cultural são constantemente multiplicados, porque as transformações nas sociedades modernas, do final do século XX, fragmentaram as “paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade”, romperam com as concepções do passado que “forneciam localizações sólidas como ‘indivíduos sociais’” e alteraram nossas ‘identidades pessoais’, abalando a ideia de “nós próprios como sujeitos integrados” (HALL, 1999, p. 9). Assim, assumimos a perspectiva de identidades múltiplas “com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente” (HALL, 1999, p. 13). Dessa maneira, ponderar sobre a temporalidade na identificação faz sentido ao considerarmos o caso da moda (e do consumo em linhas gerais) porque o ciclo se difunde a partir da necessidade de significar algo (ainda que breve e temporariamente): usar uma tendência parece indicar, no mínimo, que o sujeito compreende o que é moda naquele período e o sentido associado ao seu uso. Abrimos uma subseção para tratar das manifestações de identidade na moda – uma expressão predominantemente traçada sob um paradoxo social: a necessidade do novo é seguida de perto pela necessidade de pertencer e relacionar-se com os sujeitos que compreendem, da mesma maneira, os significados de um uso em particular. Como fenômeno social a moda promove uma classificação passível de ser percebida em um discurso mudo e superficial (no sentido de estar aparente e não de ser insignificante), além de efêmero e transitório. A tática de apropriação da tendência teria como alvo último alcançar a proposta da alta-costura apresentada para um público de classe mais abastada e, se “as modas da classe superior se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar” (SIMMEL, 2008, p. 24), o ciclo não apresenta perspectiva de acabar. O que realmente importa para a moda é ‘variá-la’,

se você não quer afundar, deve continuar surfando, ou seja, continuar mudando, com tanta frequência quanto possível, o guarda-roupa, a mobília, o papel de parede, a aparência e os hábitos – em suma, você (BAUMAN, 2013, p. 25-26).

O caráter da moda aprecia cada nuance identitária, colocando à disposição novidades apresentadas constantemente para atender a qualquer nova demanda social. Constituem-se, então, práticas e processos de comunicação no sentido de tentar promover tais mudanças, englobando estratégias e táticas.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente à dificuldade de apresentar, tão brevemente, o resultado de uma investigação desenvolvida ao longo de dois anos propomos, através deste capítulo, despertar o interesse de leitura na íntegra. Apontar as considerações apuradas ao longo da pesquisa é complexo por não apresentarmos, aqui, sua totalidade.

No entanto, consideramos importante apontar que, mesmo sabendo que o 'novo' seria o imperativo nas práticas de moda, com frequência encontramos rastros da apropriação de estéticas vigentes em outros séculos para enunciar-se como novidade. Dessa maneira, passamos a elaborar um método de análise que, no mais das vezes, teve início a partir de um levantamento histórico, com o intuito (de certa forma, vão) de encontrar o 'cerne' de cada uma das estéticas apresentadas. Fato é que, o comportamento cíclico da moda eleva ao status de referência e novidade a apresentação de estéticas que são, de maneira recorrente, reapropriadas e readaptadas – o ineditismo celebrado a cada nova temporada parece não existir. Mesmo as marcas de alta-costura apontadas como 'topo' no sistema criam, constantemente (e paradoxalmente), táticas para apropriar-se da gola vitoriana, do New Look dos anos 1950, da cor rosa da aristocracia francesa etc e enunciar-se como novidade.

Poderíamos apontar que, com uma frequência cada vez maior, essa perspectiva há de ficar mais explícita, porque na medida em que a aceleração através da globalização faz com que as tendências sejam apropriadas, adaptadas e difundidas de maneira mais rápida há indícios de que a apropriação, adaptação e difusão aconteçam quase que imediatamente (considerando que o 'presente' esteja relacionado à temporada de moda).

Consideramos que o processo de apropriação não deve ser confundido com a cópia desmedida, embora algumas marcas trabalhem a partir desse método com frequência. Assimilados às perspectivas de Roger Chartier, compreendemos que o processo de apropriação prevê uma adaptação inerente à atividade. Esse movimento nos parece bastante alinhado com as expectativas culturais locais fazendo com que os produtos expressem seus significados naquele lugar e momento – a esse movimento Chartier concebeu o entendimento de caráter 'popular'. Na medida em que a motivação desta pesquisa era, efetivamente, compreender o movimento popular em favor de apropriar-se das estéticas do luxo, relacionarmos a noção de Chartier colaborou com uma série de conduções que fizemos ao longo do texto. Admitir a adaptação é o primeiro passo se quisermos compreender as práticas observadas no sistema de moda.

O sistema *fast-fashion* oferece, em lojas do mundo inteiro, roupas muito parecidas e compreender porque, mesmo em locais com culturas razoavelmente diferentes; formas, cores e comprimentos muito similares 'faziam sentido' nos direcionou para as concepções de comportamento de consumo estudadas, em escala global, pelos *bureaus* de tendência de mercado de moda. A perspectiva de um comportamento globalizado, que através de influências diversas, derrubou as fronteiras geográficas para constituir um 'léxico global' de moda, de certa forma, explica a necessidade de que análises de comportamento ocorram nas principais capitais do mundo para gerar relatórios que orientarão o desenvolvimento e, por consequência, o mercado. Dessa maneira, ao contrário de qualquer perspectiva que anuncie uma submissão por parte dos consumidores aos padrões apresentados, a noção de que são os próprios

consumidores que submetem suas influências ao sistema parece fazer sentido. Não é o consumidor que fala o 'léxico' da moda, mas dialeticamente, a moda também falaria o 'léxico' do consumidor. Por esse motivo, consideramos que a possibilidade de estabelecimento de identidade através do consumo seja plausível e observável. A rigor, uma identidade estabelecida a partir dos significados que as materialidades comunicam.

Acreditamos, ainda, que a prática de desvincular coleções das estações do ano pode indicar que a comunicação globalizada, as narrativas comerciais multiplicadas em um procedimento transmídia (que engloba revista, televisão, *website*, *fanpages* e perfis em redes sociais digitais) e a interação com o público em rede (que diariamente provêm rastros comportamentais) forneçam com maior frequência conteúdo para ambos os lados: o consumidor sabe mais da marca e o contrário também é verdadeiro. Apontamos uma leitura em que o método de desatrelar as coleções de um período específico e mantê-las em constante fluxo de inserção em loja seja uma resposta à contínua formação e transformação identitária do consumidor e a necessidade de estabelecer identidade através do consumo e dessa maneira, promover o pertencimento.

Encerramos assumindo a possibilidade (e mesmo a necessidade) de revalidar nossos apontamentos com relativa frequência por compreendermos a moda como um fenômeno em contínuo fluxo e deslocamento.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **A cultura no mundo líquido moderno**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAMPBELL, C.; BARBOSA, L. **Cultura, Consumo e Identidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARTIER, R. **Formas e sentido. Cultura escrita: entre distinção e apropriação**. 1. ed. Campinas: Mercado de Letras, 2003.

CIETTA, E. **A economia da Moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais que uma boa coleção**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

FOLGATO, M. PAÍSES DO ORIENTE MÉDIO, DA ÁSIA E O BRASIL CONSOMEM MAIS PRODUTOS DE LUXO. VEJA SP. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/oriente-medio-asia-brasil-consumo-luxo/>>. Acesso em: 29 dez. 2017.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

LEMES, Ivy. **Entrevista concedida a Natalia Colombo**. Curitiba, 29 jan. 2018.

LEVY, N. BURBERRY É A PRIMEIRA GRANDE MARCA A DEIXAR DE FAZER DESFILES SEPARADOS POR ESTAÇÕES. VEJA QUEM MAIS ADERIU À IDEIA!. ELLE BRASIL. Disponível em: <<https://elle.abril.com.br/moda/burberry-e-a-primeira-grande-marca-a-deixar-de-fazer-desfiles->

separados-por-estacoes-veja-quem-mais-aderiu-a-ideia/>. Acesso em: 29 dez. 2017.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MILLER, D. **Consumo como cultura material**. Tradução de: Nicole Reis. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n.28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MILLER, D. **Teoria das Compras: o que orienta as escolhas dos consumidores**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2002.

SANTOS, J. **Sobre tendências e o espírito do tempo**. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

SIMMEL, G. **Filosofia da moda e outros escritos**. 1. ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

REFLEXÕES DE SIGNOS DA MODA NO AMBIENTE ESCOLAR

Laise Ziger

Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ), Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Educação
Chapecó – Santa Catarina

Edivaldo José Bortoleto

Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ), Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Educação
Chapecó – Santa Catarina

Fábio Daniel Vieira

Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ), Chapecó – Santa Catarina

Everton Gabriel Bortoletti

Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS),
Pró-Reitoria de Extensão e Cultura
Chapecó – Santa Catarina

RESUMO: A moda em suas bases epistemológicas nos permite assimilar fatos históricos, sociais e culturais, da mesma maneira que proporciona concebê-la como elemento importante na vivência escolar e conseqüentemente na construção dos sujeitos. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo compreender de que forma a moda é percebida no ambiente escolar, estabelecendo possíveis caracterizações de inclusão, identificação e exclusão. Para tal, faz-se necessário entender como se dá a comunicação nesses locais, em

suas diversas formas, através da observação e interpretação diversos signos dispostos nesse espaço. Portanto, como percurso metodológico adotou-se para a coleta de dados, entrevistas semiestruturadas e observação realizadas no município de Chapecó - SC, em uma escola pública e em uma escola privada, com registro por meio de um diário de campo. Os dados obtidos foram tratados e interpretados através da Semiótica Peirceana. Como resultados parciais deste estudo, percebeu-se que a moda pode se materializar como um importante meio de comunicação dentro do ambiente escolar, pois ela é uma forma efetiva desses estudantes expressarem-se e reconhecerem-se como parte de um ambiente, contexto ou grupo, seja através do uniforme oferecido pela instituição, ou pelo próprio fardamento criado pelos estudantes. Para além disso, percebeu-se que a maioria dos estudantes acaba se adaptando às limitações impostas pela escola.

PALAVRAS-CHAVE: Moda; ambiente escolar; Semiótica.

ABSTRACT: Fashion in its epistemological bases allows us to assimilate historical, social and cultural facts, in the same way that it can be conceived as an important element in the school experience and consequently in the construction of subjects. Thus, the present study

aims to understand how fashion is perceived in the school environment, establishing possible characterizations of inclusion, identification and exclusion. To do this, it is necessary to understand how communication occurs in these places, in its various forms, through observation and interpretation of various signs arranged in this space. Therefore, as a methodological course, data collection, semi-structured interviews and observation were carried out in the municipality of Chapecó - SC, in a public school and in a private school, with registration by means of a field diary. The obtained data were treated and interpreted through the Peirceana Semiotics. As partial results of this study, it was realized that fashion can materialize as an important means of communication within the school environment, since it is an effective way for these students to express themselves and to recognize themselves as part of an environment, context or group, either through the uniform offered by the institution, or by the students' own uniforms. In addition, it has been realized that most students end up adapting to the limitations imposed by the school.

KEYWORDS: Fashion; school environment; Semiotic.

1 | INTRODUÇÃO

O ambiente escolar é um importante espaço no desenvolvimento e construção do indivíduo, onde os jovens/adolescentes estão procurando definir uma identidade, integrar-se em determinados grupos, e tudo se dá através das interações sociais lá vivenciadas. Essas interações ocorrem através do comportamento e da identificação de cada sujeito, visto que, cada ser é portador de inúmeros signos que facilitam a relação entre eles. O corpo comunica, a vestimenta, o adorno, o modo de falar, agir, são todas linguagens em que a moda proporciona a existência dessa comunicação para que existam esses signos. Nesse contexto o filósofo Godart (2010, p.17) afirma que “[...] a moda é uma indústria em que a elaboração do significado é central, se tratando dos estilos ou das identidades dos indivíduos e grupos”. Para assimilar esse processo de significação, optou-se pela utilização da Semiótica Peirceana, que analisa essas relações, os grupos dentro do ambiente escolar através da moda. Além disso, esse estudo possibilita perceber de forma mais efetiva esses jovens que estão edificando não apenas o sua base intelectual, mas experienciando um convívio social, que tem reflexos significativos na construção do sujeito, cujos rumos podem ser influenciados por fatores presentes na moda.

Assim sendo, com o intuito de alcançar o objetivo proposto, bem como, contribuir com os campos da moda, educação e semiótica, este estudo inicialmente nutriu-se e dialogou com referências de ambas as áreas, partindo das temáticas relacionadas a Moda e seu caráter sígnico, bem como, uma pequena introdução à Semiótica Peirceana. No terceiro item alguns pontos do ambiente escolar serão destacados e no quarto item serão abordados os aspectos metodológicos dessa pesquisa que encontra-se ainda em andamento. Por fim alguns resultados desse estudo foram contextualizados.

2 | O CARÁTER SÍGNICO DA MODA E A SEMIÓTICA PEIRCEANA

A Moda faz parte de uma área cheia de simbolismos e signos, Godart (2010, p.14) corrobora com essa visão expondo que além de ser uma atividade econômica, por produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos. Para a área da Moda, a criação de significações é de extrema importância, tanto se tratando dos estilos quanto das identidades dos sujeitos e grupos aos quais pertencem.

Na visão de Svendsen (2010, p.70) os “[...] símbolos são centrais para toda conformação de identidade, quer se trate de um crucifixo, um *piercing* ou um traje nacional. Esses símbolos têm de significar e ajudar a dizer alguma coisa sobre a pessoa que os usa”, e a Moda se insere nesse contexto, pois ela busca criar objetos que abarquem um significado.

Além disso, “[...] como os demais discursos sociais, a moda concretiza desejos e necessidades de uma época, circunscrevendo os sujeitos num determinado espaço de significação” (CASTILHO E MARTINS, 2005, p.28). Neste sentido, a moda expressa essas significações e evidencia a identidade do indivíduo. Assim, para compreender esses signos presentes na moda, podemos dentre as várias semióticas existentes, buscar a de Charles Sanders Peirce, por utilizar não apenas a linguagem verbal, mas também a linguagem não verbal.

Com tal característica, a semiótica é uma lógica de leitura da realidade, apresentada por Santaella (1983) como uma teoria científica, que criou conceitos e dispositivos de indagação que nos permitem descrever, analisar e interpretar linguagens, na qual, a corrente teórica desenvolvida por Peirce tem uma concepção triádica do signo e através dela é possível interpretar qualquer coisa ou situação, inclusive na Moda, visto que ela é um sistema de signos e tem uma função enquanto linguagem na cultura.

3 | ASPECTOS INERENTES AO AMBIENTE ESCOLARES

A escola é um espaço de relações onde “[...] os jovens têm no espaço/tempo escolar, para além da sala de aula, um momento importante: trata-se do Ambiente de construção das relações sociais com múltiplas mediações e interesses” (COSTA E PIRES, 2007, p.63). Dentro do contexto escolar podemos trazer um elemento que é objeto de muitos debates, o uniforme escolar.

Com relação a isso, Marcon (2010) explana que no decorrer da história a utilização do uniforme serviu para identificar, controlar e padronizar os alunos das instituições que o utilizam. Em contraste disso Ribeiro e Silva (2012, p.579) ressaltam que a uniformização “[...] transformou-se num elemento fundamental para construção de um sistema educativo baseado na igualdade de oportunidade para todos, ainda que muitas vezes essa igualdade seja mais prática que efetiva”.

A história dessa vestimenta perpassa por várias épocas, sendo objeto de debates e diferentes posições, como exemplo a padronização ocasionada pelo uso da

vestimenta, a qual pode ser considerada, neste ambiente de extrema relevância, pois contribui para a estruturação de um sistema que prioriza uma educação para todos de maneira igualitária. Por outro lado, pode ser visto de jeito não tão positivo, pelo fato de engessar a forma como os sujeitos se expressam por meio da vestimenta, limitando suas escolhas e o impedindo de ter uma maior liberdade no processo de construção da sua identidade.

4 | PROCESSOS METODOLÓGICOS

Este estudo está sendo desenvolvido por meio de entrevistas semiestruturadas e da observação, com o uso de um diário de campo, que na perspectiva de Oliveira (2014) se caracteriza como um dispositivo de registro das temporalidades cotidianas vivenciadas na pesquisa. Assim sendo, a coleta desses dados ocorre no município de Chapecó - SC, em uma escola pública (onde o uso do uniforme é opcional) e em uma escola privada (onde o uso do uniforme é obrigatório), ambas situadas na região urbana da cidade.

As soluções desse estudo passaram pela pesquisa bibliográfica, para compreensão teórica. A partir disso, os dados começaram a ser coletados através de pesquisa de campo, realizada por meio da observação, e diário de campo. A adoção do diário de campo se deu pela possibilidade de realizar uma leitura de como ocorre a comunicação entre os estudantes no ambiente escolar, através da interpretação dos signos da moda presentes nos locais (comportamento, vestimentas, acessórios e afins), analisando suas identidades, seus grupos e as interações entre eles.

A amostragem para a realização das entrevistas era de seis entrevistas por escola, sendo três do gênero masculino e outras três do gênero feminino, totalizando doze entrevistados. A definição desta amostragem foi baseada no estudo da Semiótica de Peirce que traz ideia de tríades, conforme foi explanado anteriormente.

A utilização dessa técnica de coleta de dados se dá com o objetivo de identificar a utilização de uniformes ou o não uso do mesmo, conhecendo os diferentes grupos que pertencem aquele ambiente e verificar possíveis relações de inclusão ou exclusão.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve início com a pesquisa bibliográfica, em que as principais áreas do conhecimento que tangenciam a presente pesquisa, quais sejam: Moda, Educação e Semiótica permitem a formação de uma tríade como sugere a Semiótica peirceana. A partir do conhecimento dessas áreas construiu-se o embasamento necessário para o desenvolvimento da pesquisa de campo que se encontra ainda em execução.

Com a visualização dos mais diversos signos, relatados em diário de campo, foi possível perceber as diferentes formas de comunicação entre os alunos em geral e

nos grupos aos quais estão inseridos. Observou-se que a maioria dos estudantes acaba se adaptando às limitações impostas pela escola, isso é indicado pelo fato de que nos espaços onde o uniforme é opcional, os estudantes se diferenciam, expondo suas personalidades com uma maior liberdade, contudo, os estudantes da escola privada, por mais que possuam a obrigatoriedade de vestir o uniforme, conseguem manifestar sua personalidade através de outros elementos, ou seja, a maioria se sente bem ou nem percebe que estão se moldando a partir do que é permitido.

Assim, foi possível constatar que a moda pode se materializar como um meio de comunicação dentro do ambiente escolar, pois ela é uma forma efetiva desses estudantes se reconhecerem como parte de um ambiente, contexto ou grupo, seja através do uniforme oferecido pela instituição, ou pelo próprio fardamento criado pelos estudantes. Para além disso, a moda é também um fator essencial para que haja de fato a expressão das identidades individuais, para que possam se diferenciar e fazer parte de um grupo tendo a sensação de pertencimento.

Até o presente momento, a partir dos dados coletados pode-se presumir que a moda é mediadora de relações dentro do espaço escolar, tendo um papel fundamental quanto sua comunicabilidade entre os indivíduos. Os elementos que a compõem têm uma função relevante quanto à identificação desses alunos no ambiente. Assim como afirma Godart (2010, p. 24) “a moda, portanto, nutre-se desses sinais identitários, pois é a partir deles que se desenvolvem seus fenômenos fundamentais de imitação e diferenciação”. Dessa forma, entende-se que é através desses elementos que nascem novos grupos, diminuindo os casos de possível exclusão.

REFERÊNCIAS

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo Machado. **Discurso da Moda: Semiótica, Design e Corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005;

COSTA, Antonio Galdino da; PIRES, Giovani de Lorenzi. MODA/INDUMENTÁRIA EM CULTURAS JUVENIS: SÍMBOLOS DE COMUNICAÇÃO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES CORPORAIS PROVISÓRIAS EM JOVENS DO ENSINO MÉDIO. **Conexões**, Campinas, SP, v. 5, n. 1, nov. 2007. ISSN 1983-9030. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8637979>>. Acesso em: 11 jan. 2019.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MARCON, Monica, D'Andréa. **Aspectos históricos do uso dos uniformes escolares**: reflexões no campo da educação e da moda (1940-2000). Caxias do Sul: UCS, 2010 (Dissertação de mestrado).

OLIVEIRA, R. C. M. ;. (Entre)linhas de uma pesquisa: o Diário de Campo como dispositivo de (in) formação na/da abordagem (Auto)biográfica. *in* **Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos**, vol.2, nº4, 2014. Disponível em:<<http://www.revistas.uneb.br/index.php/educajovenseadultos/article/viewFile/1059/730>>. Acesso em: 10 jan. 2019

RIBEIRO, Ivanir; SILVA, Vera Lucia Gaspar da. Das materialidades da escola: o uniforme escolar. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.38, n.03, p.575-588, jul./set. 2012; Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v38n3/03.pdf>> Acesso em: 11 jan. 2019

SANTAELLA, Lúcia. **O QUE É SEMIÓTICA?**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983;

SVENDSEN, Lars. **MODA: UMA FILOSOFIA**, 1970/ tradução Maia Luiza X. de A. Borges. – Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

O PROCESSO CRIATIVO DOS TRAJES DE CENA DA INSTAURAÇÃO CÊNICA “NO ME KAHLO”

Surama Sulamita Rodrigues de Lemos

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Natal – RN

Nara Graça Salles

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Natal – RN

RESUMO: Esse artigo visa descrever e refletir sobre as diversas possibilidades de criação de trajes para a cena, através do processo criativo desenvolvido pela coligação Cruor Arte Contemporânea pautado em artistas como Frida Kahlo e Pedro Almodóvar, com foco principal na criação dos figurinos da instauração cênica “No Me Kahlo” com referências teóricas como Fausto Viana, Agda Carvalho, Fayga Ostrower.

PALAVRAS-CHAVE: traje de cena; processo de criação; cruor arte contemporânea.

ABSTRACT: This article aims to describe and reflect on the various possibilities of creating costumes for the scene, through the creative process developed by the Cruor Contemporary Art coalition based on artists such as Frida Kahlo and Pedro Almodóvar, with a main focus on creating costumes for the scenic installation “No Me Kahlo” with theoretical references such as Fausto Viana, Agda Carvalho, Fayga Ostrower.

KEYWORDS: dinner dress; creation process; cruor contemporary art.

1 | INTRODUÇÃO

O Cruor Arte Contemporânea é um grupo que aborda as várias linguagens artísticas como artes cênicas, artes visuais, cinema e música nas criações de instaurações cênicas sendo o grupo de prática da cena do Núcleo Transdisciplinar de Pesquisa em Artes Cênicas e Espetaculares – NACE. As principais referências norteadoras da coligação, são a vida e obra da artista plástica mexicana Frida Kahlo, a filmografia do cineasta espanhol Pedro Almodóvar e o embasamento teórico-prático pautado em Antonin Artaud, que, “[...] como muitos – Stanislavski, Appia, Craig e depois Brecht, por exemplo –, buscava integrar o figurino à ação. O figurino não podia ser uma peça alheia, externa à encenação” (VIANA, 2010, p. 178), compreendendo assim a elaboração de figurino como forma de ampliação das possibilidades de atuação dos artistas.

Esse processo criativo ocorre no decorrer dos laboratórios de criação, onde são elaboradas personas em vez de personagens, entendendo aqui a palavra persona na acepção de Jung, significando uma das máscaras usadas ao longo do dia no exercício da vida. Esse termo provém do teatro grego, pois cada ator utilizava uma máscara para construir o seu personagem. A palavra personagem, por sua vez, surgiu da palavra persona. A persona é um dos papéis que

interpretarmos para sermos vistos e reconhecidos pelos outros. Jung percebeu que nós agimos de maneira diferente em cada ambiente social, em que precisamos ser aceitos para pertencer a esse grupo específico; assim, temos de nos adaptar, dependendo da circunstância. Ou seja, isola-se uma persona que se apresenta para viver aquela ação de forma sensorial e somática em relação às proposições encontradas no desenrolar da ação e de forma relacional. Assim, é possível perceber também que a persona pode ser uma expressão social do indivíduo, e assim ter o corpo como uma identidade.

O Cruor trabalha em suas ações cênicas através desse viés, assim sendo, durante a elaboração de uma persona através do performer ou instaurador cênico, a caracterização do figurino é um complemento para um bom desempenho de quem o utiliza, que irá vestir literalmente a “personagem”, ou evidenciar sua persona, já que através desses meios pode ser proporcionada a visualização estética, criando uma harmonia entre o físico e o visual. É sobre parte da caracterização de personas, isto é, sobre o figurino, que consiste a natureza deste trabalho, cujo objetivo é apresentar a diversidade das formas vestíveis e suas relações na construção de trajes de cena, focada no processo criativo especialmente na produção artística “No Me Kahlo”.

O grupo trabalha em sua essência com o processo colaborativo como um dos caminhos metodológicos, ou seja, todos os membros da coligação têm total autonomia para criar, propor, contribuir, contagiando todos os membros a construírem e criarem juntos, assim

Tal dinâmica, se fôssemos defini-la sucintamente, constitui-se numa metodologia de criação em que todos os integrantes, a partir de suas funções artísticas específicas, têm igual espaço propositivo, trabalhando sem hierarquias – ou com hierarquias móveis, a depender do momento do processo – e produzindo uma obra cuja autoria é compartilhada por todos (ARAÚJO, 2012, p. 127).

Nesse sentido, cada um dos integrantes da coligação colabora e propõe suas ideias e estas vão sendo discutidas e transformadas colaborativamente; é uma dinâmica de troca, de compartilhamento, de permitir afetar e se deixar ser afetado.

Enfim, o presente artigo aponta essas relações da diversidade nas formas de se criar um figurino, com os movimentos e as expressões corporais e a movimentação cênica do corpo atuante, na elaboração da persona e da cena como instrumentos de auxílio para a construção dos trajes.

2 | PROCESSO DE CRIAÇÃO

O presente artigo descreve as configurações do processo de criação dos trajes de cena do Cruor Arte Contemporânea, citando como exemplo a produção cênica “No Me Kahlo” que consiste numa instauração cênica sonora onde os corpos dos instauradores festejam o momento presente e efêmero. Partindo da apropriação de cenas do filme “Volver” de Pedro Almodóvar, os atuantes constroem personas interativas e coloridas, tais quais as personagens “almodovianas”. As músicas têm

como referência o universo latino: trilhas dos filmes de Almodóvar, músicas pessoais dos atores, músicas que remetem às cores e a vida de Frida Kahlo, fazendo com que o ato seja uma comemoração a vida, ao divertimento e ao prazer.

Essas produções são denominadas de instauração cênica pelo grupo e abordam as formas vestíveis diversificadas, encontrando o corpo como um trajeto através do vestir, pois ‘o vestir determina as fronteiras de uma subjetividade de onde ecoam indagações existenciais e artísticas’ (CARVALHO, 2015, p. 103), isto é

O corpo descreve o percurso a partir de encontros e tramas elaboradas nas espacialidades. “Vestir” o corpo abriga memórias, sensações e articulações que se expandem nos contextos com a experiência. A qualidade estética dos elementos que compõem este “vestir” pode acolher, abrigar, facilitar e até dificultar a condição de ocupação e vivência espacial e corpórea. [...] As variedades mátericas oferecem com a estruturação: conforto ou desconforto; durabilidade ou efemeridade; maciez ou dureza. Cada um desses aspectos apresenta um universo de sensações e comportamentos, que podem direcionar com a experiência, o questionamento do vestir (CARVALHO, 2015, p. 105).

O figurino é a “pele que habito”, como sugere o título de um dos filmes do consagrado cineasta espanhol Pedro Almodóvar, que, como já mencionado anteriormente, está entre os principais referenciais adotados no processo de criação estética do Cruor. Porém, para que haja essa habitação, se faz necessário desenvolver um processo criativo, e este trabalho se dedica justamente a contextualizar o processo de criação dos trajes de cena das produções desenvolvidas pelo Cruor, pois, “Ao produzir uma roupa, o indivíduo a idealiza a fim de moldá-la sobre o corpo, tal qual uma segunda pele. A roupa não apenas o envolve, mas a ele se incorpora” (LEITE; GUERRA, 2002, p. 50).

Para que algo seja criado, o responsável pela criação precisa que a sua criatividade seja estimulada, e isso pode ocorrer de diversas maneiras, vai depender do processo de cada criador, no caso do Cruor, mais precisamente do processo de criação do figurino, que é ao mesmo tempo fundamentado teoricamente e intuitivamente. Durante os encontros e os laboratórios de criação é perceptível essa ação da intuição, porém a mesma só floresce se for nutrida. Nesse caso, especificamente, ela é nutrida pelas referências teóricas e estéticas pesquisadas pelo grupo, a partir também das trocas com os demais integrantes, das orientações da coordenadora, bem como das experiências pessoais e memórias afetivas e corporais de cada um, seres sensíveis e abertos aos estímulos, aos impulsos artísticos. Sendo assim,

Como processos intuitivos, os processos de criação interligam-se intimamente com nosso ser sensível. Mesmo no âmbito conceitual ou intelectual, a criação se articula principalmente através da sensibilidade (OSTROWER, 1977, p. 10).

O potencial de sensibilidade é algo inerente ao artista, ser sensível por natureza; ‘sentir implica a possibilidade de construir sentido, isto é, de validar o corpo como lugar de aprendizagem e descoberta’ (SALTZMAN, 2015, p. 89). Ou seja, também porque a própria arte contribui para o desenvolvimento da sensibilidade que, conseqüentemente, recai sobre o processo criativo do grupo em questão. Mesmo

que o Cruor se divida em núcleos com suas especificidades, o processo criativo é desenvolvido em conjunto; pois o grupo acredita na ideia de um processo de criação que só é possível de ser desenvolvido com a contribuição e sensibilidade de cada um. Logo, o processo de criação realizado pelo Cruor é intuitivo, é coletivo, é múltiplo, é mútuo, é troca, compartilhamento, memória, é pessoal e profissional, é individual, mas também grupal, é horizontal. É emocional e intelectual. É externo e interno. É de rua e também de palco. É real, mas também é imaginário. É despido, mas também é vestido. É híbrido, contemporâneo.

Esse tipo de processo é muito enriquecedor, porque são muitas cabeças pensantes trabalhando juntas com o foco num resultado positivo, mas também tem o lado negativo, pois nem sempre todos vão estar alinhados com as mesmas propostas, surgem ideias contrárias, pensamentos que não encaixam e pode acontecer de nem sempre, absolutamente, todas as ideias serem atendidas, é para isso que os núcleos existem. No caso específico do núcleo de figurino, este tem a responsabilidade de mapear todas as sugestões apresentadas pelo coletivo e analisar e filtrar quais são as mais compatíveis com o processo; e, no caso de não serem compatíveis, pensar em alternativas de como encaixá-las.

Por se tratar de uma construção coletiva, além das referências norteadoras preestabelecidas, cada indivíduo presente na coligação traz suas referências de vida, porém, cada ser vivencia coisas diferentes. Logo, tem-se contribuições diversificadas dentro do processo criativo, pois os indivíduos que pertencem ao grupo são impulsionados por suas potencialidades, as quais são geradas a partir do próprio cotidiano de cada um; estimulados de maneiras diversas, construindo relações distintas com o outro e com o ambiente em que vivem; e tudo ao nosso redor pode afetar e influenciar a criar, isto é, o universo particular de cada um.

A partir dessa perspectiva, percebe-se que a subjetividade é um elemento primordial no processo do criar. Assim, cada indivíduo externaliza o seu universo particular, que é composto por possibilidades culturais existentes na vida dessa pessoa, a cultura de um determinado lugar, sobretudo a que é vivenciada pelo próprio indivíduo, transparece na criação. Logo, há uma integração entre o pessoal, o cotidiano, com o profissional, com as referências pesquisadas dentro do trabalho, como compreende Ostrower (1977, p. 17): ‘Nessa integração que se dá de potencialidades individuais com possibilidades culturais, a criatividade não seria então senão a própria sensibilidade. O criativo do homem se daria ao nível do sensível’.

O coletivo entende que o teatro, a dança, a performance, enfim, as artes cênicas, entende essa sensibilidade aflorada como uma necessidade não só de expressão corporal, mas também como práticas artísticas que podem chegar a ultrapassar o físico e transcender o espiritual, no sagrado, como ocorre em certas cerimônias religiosas de determinadas tribos, envolvendo esse contato com a energia transformada e explorada numa pré-expressividade no corpo do instaurador e conseqüentemente no traje vestido por ele, logo, mas do que uma vestimenta, o figurino se torna um

instrumento ritualístico. Enfim,

Nesse sentido, o aspecto ritual da indumentária é caracterizado por sua conotação cênica que vai além da função de vestir apenas como proteção, ornamento ou cobertura. O traje se liberta do real e do decorativo na intenção de uma referência estético-simbólica (PEREIRA, 2012, p. 230).

Então, a partir dessa referência mítica, iniciou-se um processo de criação da instauração cênica “No Me Kahlo” com título inspirado no idioma espanhol presente nas culturas das referências adotadas. Esse trabalho cênico é inspirado na estética do filme “Volver” de Almodóvar, onde a expressão corporal, vocal, instrumental, faz conexão direta com os rituais sagrados ligados a dualidade de lidar com a morte: o luto através da cultura espanhola representado pelo cineasta e a celebração presente na cultura mexicana representada pela referência da Frida Kahlo, cujo sobrenome intitula a instauração cênica fazendo associação ao sentimento de não se calar diante das adversidades da vida.

O início da instauração se dá inspirado na cena do filme em que há um enterro onde ocorre a presença das carpideiras¹. Para essa ocasião há um traje específico que é a roupa preta, pois o preto simboliza o luto em muitas culturas. Sendo assim a cena inicial da instauração ocorre com a entrada dos instauradores em cardume, muito próximos um do outro ecoando sonoridades inspiradas nas sonoridades entoadas pelas carpideiras no filme, além de células coreográficas minimalistas ora causando interação entre os atuentes ora movimentos independentes. O traje desenvolvido para esse momento inicial também se configura em vestimentas pretas junto com a maquiagem de mesmo tom para criar a atmosfera dramática, além do uso de adereços como leques que são acessórios muito comuns tanto na cultura espanhola quanto na mexicana, onde a roupa preta esconde outra parte do figurino que vem por baixo como mostra a imagem a seguir:



Figura 1: cena inicial da instauração cênica “No Me Kahlo” em 2014.

Fonte: Fotografia de Pedro Bardini. 2014.

¹ Carpideiras são mulheres que fazem presença em velórios/funerais, entoando cânticos religiosos e orações para o defunto, sempre vestidas com trajes pretos representando o luto.

O processo de criação da cena se configura essencialmente na subjetividade de cada instaurador que traz suas memórias afetivas, suas vivências pessoais, suas emoções e sentimentos para elaborar sua persona, e não é diferente com a construção do traje. Nesse caso cada instaurador foi orientado a trazer vestes pretas que carreguem algum significado, alguma simbologia, alguma energia que possa ser utilizada para agregar ao processo criativo e com isso estimular os atuantes em cena.

No segundo momento surge a cena da troca de personas, se antes o foco estava no luto e no drama espanhol “almodoviano”, agora as personas trocam de atmosfera e entram na alegria da celebração colorida mexicana, representando essa reviravolta que continua sendo ritualística, porém com energias diferentes que reverberam no público. Como a cena muda, conseqüentemente o figurino também sofre alterações e as vestes pretas são retiradas em cena mesmo, como ilustra a fotografia abaixo:



Figura 2: cena da instauração cênica “No Me Kahlo” em 2014.

Fonte: Fotografias de Pedro Bardini. 2014.

O decorrer da cena é realizado a partir da troca de atmosfera feita através de partituras coreográficas, onde os instauradores retiram o traje preto e aos poucos vão revelando a outra parte do figurino ultracolorido que estava por baixo, fazendo um contraste de cores inspirado na direção de arte dos filmes “almodovianos” e ao contrário do traje anterior, acaba modificando totalmente a energia da cena e até mesmo o espaço.

Nesse momento se destaca, principalmente, a utilização da meia-calça colorida e do salto alto. Porém, aqui a meia-calça é utilizada de duas maneiras: a maneira normal, vestindo as pernas, e uma maneira não muito usual no cotidiano, como blusa; em vez de vestir as pernas, veste os braços e faz um corte para passar pela cabeça e se vestir como uma blusa de mangas compridas, com cortes também nas pontas para adequar-se aos dedos das mãos, formando um conjunto de calça e *crooped*, que é uma espécie de blusa curta. Entretanto, de cores variadas, com o mesmo objetivo da utilização das cores nos filmes de Almodóvar.

Algo constante nos trabalhos do Cruor é a abordagem de questões relacionadas

Ao final da instauração o público é convidado a entrar na cena e dançar e celebrar à vida junto com os instauradores, ao som alto que compõe a trilha sonora permitindo que falem, cantem, expressem sonoridades pois como o próprio título diz não é para se calar: “No Me Kahlo”

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trata-se de uma instauração cênica cuja configuração estética ultrapassa, isto é, vai além do objeto tecido, pano, roupa, despadronizando elementos vestíveis, abrangendo a estética do figurino, transformando elementos do cotidiano com outras formas de usar que não a forma comum, resultando na concepção dos trajes de cena, pois ‘O figurino do teatro não é meramente uma roupa, e sim um instrumento ritual, indispensável para a realização cênica do ator’ (VIANA, 2010, p. 178).

Refletindo sobre essas diversas possibilidades de criação de trajes para a cena, pode-se concluir que o processo criativo do Cruor é muito subjetivo, onde um traje inspira outro, complementa outro e assim segue-se instigando a experimentação de outras materialidades que não necessariamente o tecido padrão. Enfim, é imprescindível que o profissional que trabalha nessa área de criação desenvolva habilidades diversas, para agregar novas possibilidades aos objetos vestíveis através dessas relações de materialidades para com o corpo do instaurador.

O processo de criação do grupo revela uma ligação direta entre dramaturgia e criação dos trajes de cena, podendo até a própria dramaturgia partir do figurino. Isto é, dentro de um processo de criação, as ideias podem surgir de diversos pontos, e em alguns desses processos o ponto inicial para a criação de uma instauração cênica pode ser o próprio traje de cena como no caso de “No Me Kahlo” que teve sua dramaturgia quase que totalmente pensada a partir dos trajes desenvolvidos.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Antônio. **O processo colaborativo no Teatro da Vertigem**. 2012. Disponível em: <<http://revistasalapreta.com.br/index.php/salapreta/article/viewFile/174/172>>. Acesso em: 29 de jan. 2017.
- CARVALHO, Agda. Corpo/Vestir: uma experiência. In: PIRES, Beatriz Ferreira; VICENTINI, Cláudia Garcia; AVELAR, Suzana (Org.). **Moda Vestimenta Corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- KAHLO, Frida. **O diário de Frida Kahlo: um autorretrato íntimo**. Tradução de Mário Pontes. 3. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2008.
- RAMME, Noéli. Instauração: um conceito na filosofia de Goodman. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais**, EBA/UFRJ n. 15, 2007.
- SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo: G. Gili, 2014.

SALLES, Nara. Integrando ensino, pesquisa e extensão: instaurações cênicas urbanas como processos de criação da encenação “Carmin”. In: OLIVEIRA, Urânia Auxiliadora Santos Maia de; FIGUEIREDO, Valéria Maria Chaves de; OLIVEIRA, Felipe Henrique Monteiro et al (Org.). **Processos de criação em teatro e dança**: construindo uma rede de saberes e múltiplos olhares. Goiânia: FUNAPE; UFG/CIAR, 2013.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. A moda no contexto da sustentabilidade. In: **Revista Moda Palavra**, n. 11, p. 194-211, jul.-dez. 2013.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Revista Educação e Pesquisa**, São Paulo, USP, n. 3, set./dez. 2005.

VIANA, Fausto; MUNIZ, Rosane. Nudez em cena: normal, provocativa... escatológica? **DOBRAS, Revista**. São Paulo: Estação das Letras, v. 3, n. 6, jun. 2009. p. 32-35.

VIANA, Fausto. **O Figurino Teatral e as Renovações do Século XX**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

_____. Os trajes de Marina Abramovic: a performer... e o flerte com a moda. In: VIANA, Fausto; MUNIZ Rosane (Org.). **Diário de pesquisadores: traje de cena**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

A TEMPESTADE (1990): TRAJES PARA UM ENSAIO MINIMALISTA

Sérgio Ricardo Lessa Ortiz

Universidade de São Paulo (ECA-USP)

São Paulo – SP

RESUMO: Este artigo aborda questões sobre a concepção dos cenários e dos trajes de cena do espetáculo *A Tempestade* (1990), de William Shakespeare, sob direção de Peter Brook. Reflete brevemente também sobre os princípios que nortearam a concepção do espetáculo teatral o que consequentemente influenciou nos seus desenhos.

PALAVRAS-CHAVE: Trajes de cena, Peter Brook, *A Tempestade*, William Shakespeare.

THE TEMPEST (1990): COSTUMES FOR A MINIMALIST REHEARSAL

ABSTRACT: This article brings up questions about the designing process of the set and costumes of William Shakespeare's *The Tempest* (1990), directed by Peter Brook. It also briefly reflects on the principles that guided the conception of the theatrical spectacle which consequently influences the design of the set and costumes of the spectacle.

KEYWORDS: Scene costumes, Peter Brook, *The Tempest*, William Shakespeare.

1 | INTRODUÇÃO – AS ORIGENS DO TRABALHO E O TEMA

Em 1990, depois de realizar um de seus maiores trabalhos - *Mahabharata*, Peter Brook inicia um processo diferente. Já haviam realizado no palco do Teatro Bouffes du Nord, uma temporada de músicas e peças sul-africanas, em comemoração ao bicentenário da Revolução Francesa e ao ano dedicado à celebração dos Direitos Humanos. Então, Brook esclarece em **A portas abertas**, que:

Senti então a necessidade, tanto para o grupo de atores como para mim, de tomar um rumo totalmente novo e deixar para trás todas aquelas imagens do passado que haviam se tornado uma parte tão forte de nossas vidas. Eu andava interessado nas estranhas e nebulosas relações entre o cérebro e a mente, e após ler um livro do médico Oliver Sacks chamado *O homem que confundiu sua esposa com um chapéu*, vislumbrei a possibilidade de dramatizar esse mistério por meio dos padrões comportamentais de certos casos neurológicos. Nosso grupo ficou muito interessado no novo campo de trabalho que se abria. (BROOK, 2005, p.87.)

Esclarece que apesar do grande interesse que tinham nessa pesquisa sobre a mente humana, precisavam de tempo para

aprofundarem os estudos sobre os comportamentos neurológicos e desenvolver as pesquisas necessárias ao novo espetáculo. Além disso, tinham a responsabilidade prática em manter a companhia teatral em atividade, bem como, o espaço do Théâtre des Bouffes du Nord funcionando. Assim, iniciam a busca por um texto que se encaixasse com o processo do grupo internacional de atores. Queria um texto que fosse capaz de oferecer, ao mesmo tempo, uma mensagem bastante valiosa ao público, que tivesse uma relação direta com as necessidades e realidades do período, e, sobretudo, que inspirasse seus atores.

Como não poderia deixar de ser, suas reflexões o conduziram diretamente ao autor com o qual Brook tem bastante intimidade - William Shakespeare. O autor inglês continuava a ser “um modelo insuperável, e sua obra é sempre relevante e sempre contemporânea.” Decide por realizar uma nova investida no texto *A Tempestade* em uma versão minimalista do clássico que foi traduzido para o francês com o título - *La Tempête* - por Jean-Claude Carrière, dramaturgo e colaborador do grupo. Tratava-se de um espetáculo com o qual Brook já tinha uma certa intimidade. Seu primeiro contato foi em 1957, quando dirigiu uma versão com John Gielgud no papel de Próspero no Shakespeare Memorial Theater em Stratford-upon-Avon.

Em 1968 teve um novo contato com o texto, em caráter experimental, ao escolher algumas cenas como matéria-prima para o desenvolvimento das improvisações e pesquisas, durante a realização da primeira oficina com atores internacionais em Paris, o que levou alguns anos mais tarde à formação do Centro Internacional de Pesquisa Teatral, com artistas oriundos de diferentes culturas. Porém, devido aos acontecimentos de maio de 1968 em Paris, Brook e sua família, que *a priori* haviam cogitado de se estabelecerem na época na França, decidem retornar para Inglaterra.

Ao regressarem, decidem se reunir na Round House de Londres para dar continuidade ao trabalho iniciado com o grupo em Paris, colocando em cena um novo espetáculo experimental com fragmentos de *A Tempestade*. Para surpresa dos espectadores, nessa montagem não haviam cadeiras no espaço teatral. Como pode-se observar na imagem abaixo, em seu lugar foram colocados tamboretos de madeira espalhados pelo espaço, de modo que tanto os atores como os espectadores poderiam mudar rapidamente de posição quando o andaime móvel se dirigisse em sua direção. Brook indica em **Fios do Tempo**, que essa montagem realizou espanto nos espectadores.

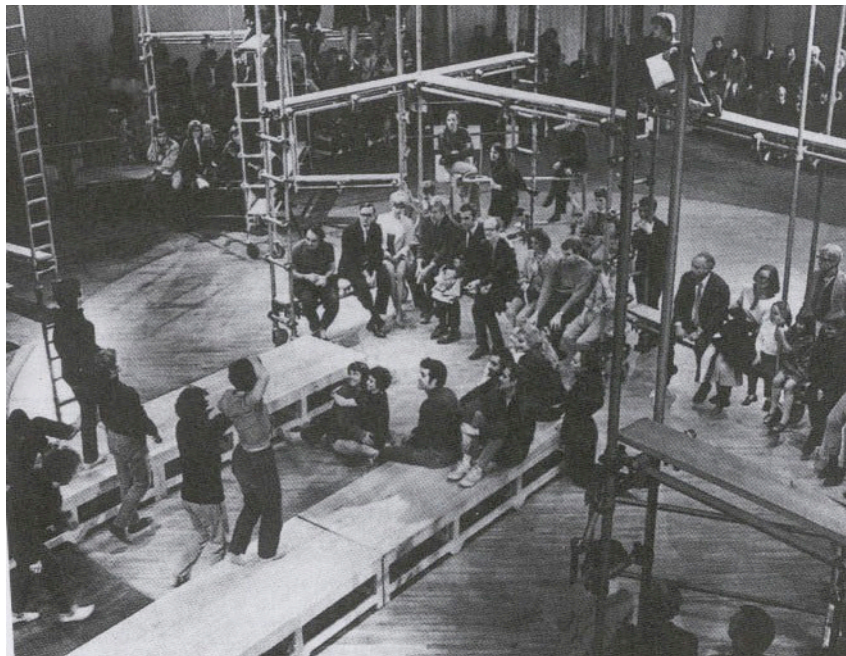


Fig. 01 – *A Tempestade* (1968) direção de Peter Brook no Round House em Londres.

Fonte: TOOD, 2003, p.36

De volta ao processo de seleção do texto a ser trabalhado após a grande produção do poema hindu, Brook relata que curiosamente não havia pensado no texto de Shakespeare para trabalhar com seu grupo de atores, até que um amigo inglês indicou *A Tempestade* como solução para aquele momento que se encontravam. Logo, as vantagens da opção ficaram evidentes para o diretor, pois, de acordo com suas convicções, uma peça de Shakespeare somente poderia ser montada quando se tivesse a certeza de contar com os atores certos. Brook percebeu que um dos atores africanos do grupo – Sotigui Kouyaté, poderia trazer uma nova leitura diferente e mais autêntica para o protagonista, Próspero. Assim como os demais membros do grupo também poderiam incrementar o jogo teatral com o frescor de suas próprias culturas e tradições.

Desse modo, pede então que Jean-Claude Carrière prepare a tradução em francês, e logo inicia as discussões dos cenários e figurinos com Chloé Obolensky, a artista responsável pelos elementos visuais do grupo. Essa montagem representou um novo momento na produção de Brook. Tratava-se de um espetáculo curto, simples e sem adornos, ou seja, totalmente diferente da grande produção anterior que foi *Mahabharata*. Todavia, por mais diferentes que estas obras fossem, o estilo da produção de Brook estava presente em ambos os trabalhos: uma estética simples e clara, que contava com um elenco com atores de diferentes nacionalidades. O diretor não se contentou somente em encenar um espetáculo; ele procura uma qualidade de interpretação que permita revelar o que chama de “o mundo invisível sob o texto”; um mundo que não é facilmente compreensível e reproduzido em termos teatrais.

2 | CRIAÇÃO DO ESPETÁCULO

De acordo com Brook, em um primeiro momento os ensaios foram planejados para durarem três meses e meio. Mas logo em seguida, percebeu que seriam necessários mais dois meses para concluir o processo e estreiar a peça. Buscava-se tocar o invisível e a direção estava interessada em fazê-lo através de uma imagem. Buscava fugir da convenção de se fazer uma leitura moderna do texto, pois de acordo com suas convicções, desse modo, os espectadores não conseguiriam penetrar profundamente nas questões do texto. Ao mesmo tempo, pretendiam libertar-se do clichê de utilizar as imagens remotas do passado de deuses e reis, comumente utilizada nas produções dessa comédia shakespeariana.

Nos primeiros dez dias de preparação todos os atores trouxeram seus textos, mas sequer o tocaram. Primeiro fizeram exercícios para os corpos e posteriormente para as vozes. Os exercícios corporais tinham o objetivo de desenvolver reações rápidas, para transformá-los em uma equipe sensível e vibrante. Porém, além dos corpos, os pensamentos e sentimentos deveriam ser entrosados com exercícios de voz e improvisações tanto cômicas como dramáticas para fazer com que realmente se apropriassem do universo proposto no texto. Após alguns dias se exercitando, foram introduzidas as palavras, seguidas de sequências de palavras e finalmente frases inteiras no exercício teatral, de modo a fazer com que os atores adquirissem uma proximidade com a linguagem do autor.

Para Brook, *A Tempestade* não é uma peça sobre o colonialismo, ou que Caliban represente a natureza perversa do homem - duas leituras bastante comuns ao texto na época. Segundo ele, nada é pesado ou sério no texto, pois Shakespeare escreveu o espetáculo como uma fábula, encantadora, leve, fácil e rápida. Ao escutá-la cuidadosamente, pode-se observar uma grande profundidade, a ser percebida através de uma linguagem fácil aplicada aos jogos teatrais.

Durante muitos anos, seguindo a tradição inglesa esse espetáculo tem sido concebido com muitas trocas de cenários, trajes bonitos e máscaras. Contudo, a montagem de Brook não poderia ser colocada sobre o ponto de vista histórico. Não deveria haver realismo. E para ele a ilha, de fato, não existe. Qualquer tentativa de localizá-lo nestes moldes seria infrutífera. Conforme indicou em entrevista a Margarete Croyden, ao renegar estas convenções, e conceber o espetáculo de forma muito leve, o jogo cênico ganhou em qualidade. Desse modo, sua abordagem explorou bastante a imaginação do público, mas com absoluta seriedade.

Conforme dito anteriormente, já era a quarta experiência de Brook com o texto, e nesta ocasião, ele escolheu uma das formas mais simples para a representação: o espaço vazio. O palco estava desprovido de elementos, exceto por uma grande rocha e uma caixa de areia retangular. O navio condenado era simulado pelos atores, vestidos com trajes escuros, que manipulavam uma variedade de varas de bambu, que eram acompanhados de gritos e música tocada por dois músicos sentados ao lado do palco.

O primeiro choque para o público foi Ariel, pois, de acordo com Croyden, esperavam a jovem garota frágil com um tutu delicado ou calças brancas, e se depararam com um africano (Bakary Sangaré), que carregava um navio de brinquedo com velas vermelhas na cabeça, para dizer a Próspero – também encenado por um alto ator africano (Sotigui Kouyaté), que ele havia criado a tempestade.

Logo, Caliban aparece saindo de uma caixa de papel. Outro choque: tratava-se de um pequeno ator branco (David Bennent) de baixa estatura com grandes olhos azuis e vestido com um saco de tecido bruto. Em cena, embora, ele cuspsisse, gritasse, mordesse, e subisse em cordas; parecia mais um selvagem patético, quase desamparado do que propriamente um monstro. Miranda segue a linha proposta por Shakespeare em seu texto, e é encenada por uma jovem atriz indiana (Shantala Malhar-Shivalingappa), de catorze anos de idade, que foi treinada como dançarina pela mãe desde cedo. O mesmo ocorre com o personagem Ferdinando (Ken Higelin) que aparenta somente um pouco mais dessa idade.

Nessa versão tudo era criado a partir da sugestão e da fantasia: borboletas eram balançadas em varas conduzidas por fadas, nas roupas dos dois marinheiros bêbados (Bruce Myers e Alain Maratrat) foram colocadas asas. Os sons da floresta eram evocados pela música tocada em cena. O vestido de noiva de Miranda era constituído por um véu feito por gazes, as fadas brincavam com areia, aros e cordas que serviam para irritar a tripulação perdida. Os personagens saltavam e brincavam na caixa de areia colocada no centro do espaço de representação e também subiam pelas laterais do teatro.

As cenas cômicas eram parte da ação dramática e não somente quadros pontuais. Brook agregou um frescor e uma qualidade juvenil a esta encenação, que induziu nos espectadores uma nova forma de se relacionar com o texto. Seu objetivo, definitivamente não foi abordar as questões psicológicas mais sombrias, nem trajes luxuosos e os efeitos teatrais espetaculares geralmente associados com as demais montagens. Não era somente uma síntese do minimalismo, mas tinha a clara intenção de assemelhar-se ao universo da imaginação infantil.

De acordo com Margarete Croyden,

As fadas dominam a realidade com jogos divertidos, charadas inteligentes e magia sobrenatural para criar uma ilha de fantasia, um habitat natural ou, se preferir uma paisagem de ilusão. A ação, com suas cenas cômicas habilmente atuadas com inúmeros fragmentos inventivos - típicos do humor de Brook, era tão repentino, jovial e extravagante que, as duas horas e meia ininterruptas passaram como um sonho repentino e estimulante. (CROYDEN, 2003, p. 233).

3 | PROCESSO DE CRIAÇÃO DO ESPAÇO CÊNICO E DOS TRAJES DE CENA DE A TEMPESTADE

Durante a pesquisa sobre o processo de criação desta versão de *A Tempestade*,

ficou evidente que a cenografia e da definição do espaço de representação no espetáculo foram as grandes preocupações de Brook e seus colaboradores. É evidente que neste momento, houve novamente um intenso processo de simplificação na concepção espacial no processo de criação do diretor. Encontrou-se muito pouco material sobre a criação dos trajes de cena. Porém, torna-se claro, que na concepção dos trajes, essa condição ainda não tinha atingido todas as possibilidades minimalistas investigadas pelo diretor. Mas, certamente contribuíram nessa direção a partir desse momento.

Brook relata que quando releu a peça sentiu que as experiências espetaculares que havia produzido em seu primeiro contato com o texto não deveriam ser a solução para esta nova montagem. Intelectualmente intui que a peça não deveria ter bases realistas, e que a ilha era simplesmente uma imagem simbólica – ou seja, não deveria ser representada de forma literal. Ao terminar a sua leitura, ele faz no verso do texto o esboço de um jardim zen, “como o de Quioto, onde uma ilha é sugerida por uma rocha e a água por pedrinhas secas.” (BROOK, 2005, p.90).

Porém, ao fazer uma reunião com a cenógrafa e figurinista Chloé Obolensky, só apontaram desvantagens nessa solução inicial, e descartaram a primeira intuição do diretor. Durante os ensaios no Bouffes du Nord, a figurinista preparou uma série de elementos cênicos que permitiam que os atores experimentassem algumas possibilidades, tais como: cordas penduradas no urdimento, escadas, pranchas, cubos de madeira, caixas de embalagem, tapetes, montes de terra de diversas cores, pás e enxadas, que serviam de base para que os atores pudessem experimentar em suas cenas improvisadas, e decidissem o que deveria permanecer na encenação.

De acordo com Brook foram realizadas várias experimentações, “no instante em que as ideias surgiam, tudo era muito estimulante, mas nada convincente sob um olhar mais frio no dia seguinte, e acabava sendo invariavelmente descartado sem dó nem piedade.” (BROOK, 2005, p.94) Àquela altura nada parecia estar adequado aos propósitos do grupo. As imagens produzidas apresentavam algum inconveniente, ou eram muito convencionais, ou intelectuais demais. Assim, todos os acessórios propostos acabaram descartados. Contudo, Brook ressalta que neste processo de experimentação, nada se perdia completamente. Algum vestígio aparecia inesperadamente em outra cena mais adiante. Como exemplo revela que se não:

(...) tivéssemos gastado tanto tempo experimentando com o barquinho na cena inicial, Ariel nunca teria tido a ideia de interpretar sua primeira cena com Próspero equilibrando um barco de vela vermelha sobre a cabeça; aí sim o acessório era genuinamente útil um elemento necessário para dar maior vivacidade às suas ações. (BROOK, 2005, p.95).



Fig. 02 – Figurino de *A Tempestade* (1990) cena de Sotigui Kouyaté e Bakary Sangaré como Ariel e Próspero na ilha de areia.

Fonte: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9064676d/f76.item>

O diretor ressalta que Shakespeare, ao escrever *A Tempestade* como uma fábula, queria evitar momentos de maior dramaticidade, mantendo um tom de leveza à obra toda, assim como um contador de histórias do Oriente faz em sua atividade. De modo a atingir tal objetivo, foram necessárias diversas improvisações e invenções até descobrirem os modos diferentes de evocar a ilha com recursos bastante simples. Já nas primeiras semanas de ensaio, tanto Brook quanto Chloé estavam convencidos de que precisavam de um espaço vazio para permitir fluir a imaginação da plateia. Haviam rejeitado diversos acessórios, tais como pisos de madeira ou tapetes. Até que em um fim de semana, a cenógrafa levou ao ensaio uma quantidade significativa de terra vermelha.

Nesse momento, o barco era realizado com a movimentação de algumas varetas de bambu na horizontal, que posteriormente foram postas na vertical, para evocar com clareza a floresta. Os espíritos precisavam somente de alguns elementos, tais como: folhas de palmeira, punhados de grama ou ramos de arbustos para fazer truques com a imaginação. Em um dado momento ficam apavorados ao perceber que haviam sido conduzidos à armadilha de adaptar a peça ao cenário, tentando justificar a cenas com uma sucessão de imagens realistas.

A reversão dessa condição foi possível devido a um processo que havia se tornado prática regular em seus métodos de ensaio. Depois de um período de aproximadamente dois terços do programado para os ensaios, quando os atores já haviam se apropriado do texto, e entendido a história; e o espetáculo já começara a tomar forma em termos de marcações, objetos de cena, cenário e trajes de cena; o grupo encenava o espetáculo para crianças em uma escola. Nessa experiência iam ao local desprovidos de todos os elementos, e deveriam improvisar uma versão da peça com os materiais e as possibilidades existentes na sala. O objetivo era fazer com que os atores se tornassem exímios contadores de histórias encontrando meios imediatos

de captar a imaginação de seus observadores.

Nessa experiência com *A Tempestade*, ao apresentarem a cena sobre o tapete num espaço mínimo, conforme relata Brook, “a peça ganhou vida na mesma hora.” Logo após chegaram à conclusão, aparentemente óbvia, que esta peça deveria ser despojada de qualquer proposta decorativa que limitasse a imaginação.

Para surpresa dos atores, quando voltaram ao teatro havia sido proposto uma redução na área de interpretação, o que além de conferir uma maior concentração da ação, libertou-os de um certo naturalismo, e fez com que os objetos manipulados voltassem a fazer sentido na encenação. Começaram experimentando com a colocação de um tapete persa no centro dessa área. Todavia, identificaram que o excesso de desenhos, tolhia a imaginação da plateia, uma vez que o tapete era repleto de elementos figurativos. A seguir decidem usar um tapete sem desenhos, mas prontamente percebem que esse signo remeteria a elementos que eram irrelevantes à encenação proposta.

Então, Chloé emoldura a área de representação coberta de terra vermelha com varas de bambu. Removeu o tapete, e cobriu essa área com areia branca, mas deixou o bambu permanecer conformando um retângulo perfeito. Deste modo, continuavam com a proposta do tapete, mas um tapete de areia. Ao verem os atores ensaiando nesse espaço, perceberam que o problema central do espaço de representação estava resolvido. Contudo, a cenógrafa optou por colocar duas rochas no retângulo de areia, que posteriormente foram reduzidas a uma, para conferir pontos de referência ao espetáculo.

Para a alegria de Brook, alguns críticos comparam essa solução com um *playing field*, outros com *playground*- termos que correspondem exatamente ao que pretendiam desde o início: “um lugar para o jogo cênico ou, em outras palavras, um lugar em que o teatro não pretendesse ser nada mais que teatro”. (BROOK, 2005, p.101) Também houve quem comparou a proposta cenográfica do espaço de representação com um jardim zen, o que remetia diretamente à ideia inicial do diretor.

Para completar a intervenção no espaço teatral, as paredes do Bouffes du Nord foram transformadas para esta produção. O fundo do palco foi pintado de branco – e continuou a revelar as texturas da antiga parede deteriorada através dos tempos; e as paredes das laterais foram pintadas de verde. Estas duas cores extremamente importantes para essa produção, conforme veremos adiante.

O contraste de cores foi um elemento bastante utilizado na composição deste espetáculo. Ora era evidente nos tons da terra e areia do palco (respectivamente vermelho e branco), ora estava presente na seleção de cores utilizadas nos trajes dos personagens.



Fig. 03 – Figurino de *A Tempestade* (1990) concebido por Chloé Obolensky túnicas brancas simbolizam os habitantes da ilha em contraste direto com os náufragos

Fonte: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9064676d/f76.item>

Enquanto os habitantes da ilha estavam vestidos com túnicas bastante leves, flutuantes e brancas ou de cor clara, (Ariel, por exemplo, não veste propriamente o branco, mas uma túnica de cor crua); os náufragos usavam casacos sóbrios, retos e escuros, muitos deles com desenhos claramente inspirados em desenhos da época Elisabetana. Certamente, a seleção das cores para estes personagens não é aleatória. De acordo com as teorias de Kandinsky, a cor branca seria sinal de resistência. É uma cor cheia de possibilidades, que pode significar a pureza, a alegria e a esperança, mas para as culturas orientais está ligada ao símbolo da transformação e do luto. Enquanto que o preto, em **Do espiritual na arte**, seria sinal de ausência de resistência, ou seja, representa a extinção de algo e o nascimento de um mundo novo, tal como acontece no decorrer do texto com o processo de transformação das personagens dos náufragos.



Fig. 04 – À esquerda retrato de homem do século XVI da época Elisabetana provável inspiração de formas para os trajés dos náufragos de *A Tempestade* (1990)

Fonte: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9064676d/f76.item>

Outra cor que foi utilizada nos trajés dos personagens é o verde, que foi atribuído aos personagens trapaceiros Trinculo e Estéfano os marinheiros bêbados,

que forneciam um alívio cômico ao espetáculo. Para Kandinsky o verde é a cor mais calma de todas. Representa a passividade saudável repleta de satisfação, momento de vitalidade e exuberância. Já nas culturas orientais ela é símbolo de fertilidade, sorte e riqueza, ou seja, atributos que Brook também gostaria de transmitir como mensagem de seu espetáculo. Este foi o modo com que Brook traduziu a mensagem do texto, fazendo com que seus espectadores através da imaginação, pudessem se reportar ao que o grupo pretendia e transmitir a mensagem idealizada por Shakespeare.



Fig. 05 – Figurino de *A Tempestade* (1990), cena de Ariel com os marinheiros bêbados – utilização das cores contrastantes – preto, branco e verdes

Fonte: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9064676d/f76.item>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica evidente, a partir do que foi exposto, que esta montagem de *A Tempestade*, apesar de não ser tão divulgada e difundida dentre os espetáculos de Brook, teve um papel bastante relevante em relação ao processo de síntese artística do autor. Vale ressaltar, sobremaneira, que nesse contexto a criação cenográfica foi fundamental no processo de criação dos trajes de cena, uma vez que ao simplificar os elementos cênicos e ao utilizar o tapete de areia como espaço de representação teatral, todas as escolhas de material e os desenhos dos trajes de cena ficaram ainda mais evidenciados.

Pode-se observar também que nos trajes deste espetáculo, assim como em algumas outras peças do diretor, existe uma intenção de não imprimir referência temporal. E, neste caso, fica ainda mais evidente a dualidade entre esta intenção, pois de um lado as personagens do mundo alegórico de Shakespeare recebem vestimentas simples, sem referência temporal e com cores neutras; em contraste com as personagens humanas que conservaram algumas características histórico-culturais com cores marcantes e que conduzem o espectador a um período específico. Contudo, essas dualidades nos trajes acabam se tornando referências para que o

espectador perceba a diferença entre os universos expostos pelo autor.

REFERÊNCIAS

BROOK, Peter. **Fios do tempo: memórias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. **A porta aberta: reflexões sobre a interpretação e o teatro**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

CROYDEN, Margaret. **Conversations with Peter Brook: 1970-2000**. London: Faber and Faber, 2003.

HUNT, Albert. **Peter Brook: directors in perspective**. Cambridge: University Press, 1995.

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte e na pintura em particular**. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

KUSTOW, Michael. **Peter Brook: a Biography**. New York: St. Martin's Press, 2005.

REITZ, Bernhard. **Making the invisible visible: Peter Brook's production of *The Tempest***. Paris: RADAC - Université de Mayence, 2016. p150-166.

TODD, Andrew & LECAT, Jean-Guy. **The open circle: Peter Brook's Theatre Environments**. New York: Faber and Faber Inc., 2003.

DESIGN DO FIGURINO DO GRUPO TAO DRUMS

Amy Nagasawa Maitland

UNESP Bauru, Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação
Bauru - São Paulo

RESUMO: A presente pesquisa tem por objetivo analisar as tendências da moda contemporânea japonesa aplicadas no figurino do grupo Drum TAO de taiko (tambores japoneses). A proposta é a de colocar em cena o processo criativo por trás do figurino do grupo, ressaltando o diálogo entre o tradicional e moderno no cenário da moda japonesa.

PALAVRAS-CHAVE: Figurino, Japão, Taiko.

ABSTRACT: The present research's objective is to analyze the tendencies of contemporary Japanese fashion applied to the costumes used by Japanese taiko group, Drum TAO. The proposal is to reveal the creative process behind these costumes, exposing the dialogue between traditional and modern in the Japanese fashion scene.

KEYWORDS: Costume, Japan, Taiko.

1 | INTRODUÇÃO

O Japão é um país cuja fusão do tradicional com o moderno é um traço marcante

em vários setores, principalmente na arte. Essa característica é evidente no mundo da moda, em que materiais, desenhos e traços dialogam com vestes tradicionais japoneses como os kimonos, hakamas e hapis. Estes vestuários tradicionais são usados em várias ocasiões como cerimônias, teatros, festivais e também na arte do taiko (tambores japoneses). Esse diálogo tradicional/moderno na moda é com o que muitos designers japoneses têm trabalhado, provendo às peças caráter autoral e excêntrico no mundo da moda.

2 | MODA CONTEMPORÂNEA JAPONESA

“Quando se fala na moda japonesa e em seus usos e costumes, confirma-se que eles diferem do mundo inteiro. Também o vestuário japonês distingue o Japão de todos os outros países do mundo, como pode se confirmar por sua história. Segundo a mídia e o mundo fashion, os grandes centros divulgadores da moda são Paris, Milão, Londres e Nova York, mas o centro criativo é Tóquio.” (ANA CAMARGO, 2012, p.42)

A citação da autora Ana Paula Camargo resume a excentricidade da moda japonesa se comparada a aos outros centros de moda do mundo. No Japão o tradicional se mistura com a tecnologia, criando um visual único

no país. Esse fenômeno de fusão acaba estimulando a criatividade no processo de criação de peças que exprimem uma identidade japonesa.

Devido a tais fatores, e também por influências ocidentais, constatadas a partir do século XIX, a moda no Japão é muito diversificada. De um lado há o vestuário mais “rigoroso” e padronizado, representado por figuras como os “salarymen” e uniformes escolares. Do outro lado há o street fashion, onde jovens expõem vestuários coloridos, personalizados que refletem identidade e criatividade. Verificam-se também a presença de vestes tradicionais utilizadas ainda por boa parte da população.

Muitos sintetizam a moda japonesa em duas categorias: o wafuku (roupas tipicamente japoneses) e yofuku (roupas de estilo ocidental), designações que surgiram no século XIX.

No entanto, em análise mais específica acerca do design da moda japonesa contemporânea, percebem-se lacunas quanto a essa categorização. Os designers de moda atuais conseguem ‘fundir’ Oriente com Ocidente, englobando conceitos, materiais e processos a fim de criar algo novo e único. Na contemporaneidade, não mais se trata de divisão de moda em “wafuku” e “yofuku”.

A moda no Japão começou a mudar principalmente no século XIX, durante o período Meiji (1868-1912), momento em que o processo de ocidentalização se intensificou no país. O Japão nesse período recebeu várias influências ocidentais em todas as áreas, inclusive na moda. Houve um processo de adoção, apropriação e restyling das peças ocidentais, dando a estas um caráter ‘mais japonês’.

A partir dos anos 70, ao invés de apenas absorver as tendências do exterior, inicia-se um processo de exibir e exportar a moda japonesa. Foi a época em que designers japoneses realmente começam a formar identidade. Designers como Issey Miyake, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto expõem suas peças em grandes centros de moda (como Paris). As peças apresentam conceitos modernos que conseguem se fundir com peças tradicionais da cultura japonesa.

3 | TAIKO

O termo “taiko” significa tambor, em japonês. É um instrumento de percussão feito de couro de animais e madeira. No Japão, o termo refere-se a qualquer tipo de tambor, sendo utilizado para denominar demais tambores japoneses, conhecidos também por wadaiko.

O Taiko surgiu há 2000 anos e era utilizado para fins de comunicação,

demarcação de áreas específicas, motivação dos samurais em batalha e também como acompanhamento teatral e em cerimônias religiosas. No entanto, foi somente após a Segunda Guerra Mundial que o Taiko se expandiu. A partir de

então, passou a ser redefinido como algo mais criativo, o que contribuiu para a sua disseminação e abriu portas para uma maior expressividade.

Atualmente, o Taiko é visto como uma arte que se desenvolveu de tal modo que há um envolvimento da música com coreografia e com o figurino. O objetivo é o de estabelecer conexão entre instrumento e tocador, de modo a comover o público que o assiste. A arte do Taiko envolve não somente a ação de tocar os tambores, mas também disciplina, energia, expressão, ritmo e técnica.

Em um grupo de Taiko, há uma diversidade de instrumentos e indivíduos, cada um com sua particularidade. A harmonia entre os tocadores, instrumentos e o espaço em que se encontram é de fundamental importância no Taiko. Não é apenas o som que causa impacto e sim, a harmonia/combinção de todo o visual, estética e uso do espaço. Cada instrumento exige postura e movimento diferenciado. O desafio dos vestuários usados no Taiko é garantir esse movimento e conforto, para que o tocador consiga tocar e se movimentar de maneira fluída.

4 | ROUPAS TRADICIONAIS

As roupas tradicionalmente usadas no Taiko são o hapi, tabi, kimata, momohiki, muneata, e hakama. A maior parte possui origem nas classes trabalhadoras.

O Hapi é uma roupa que é mais curta e simples que o kimono, mas tem as mangas compridas e é usado com calça. Usados originalmente pela classe trabalhadora, hoje o uso se estende à cerimônias e festivais. Trata-se de uma vestimenta feita geralmente com algodão e, por ser largo, leve e ajustável, permite bastante movimento, ideal para tocar taiko. O muneata é uma blusa que fica por baixo que também é ajustável. Também possui origem na classe trabalhadora.

O hakama é usado mais por homens e consiste em um tipo de calça larga que vai até os pés. Os homens, quando usam hakama, podem ou não usar uma peça de cima. É uma vestimenta que surgiu com os samurais que usavam-o para proteger suas pernas (o material usado era bem resistente e grosso) em lutas e impedir que o oponente visse os movimentos de seus pés.

Momohiki é uma calça utilizada inicialmente por fazendeiros, envolvida e amarrada na cintura. É bem larga e permite bastante movimento.

O jikatabi é um espécie de sapato, de origem dos fazendeiros. Possui formato específico com uma divisão para o dedão do pé e é abotoada na parte de trás. Como esse tipo de tabi é usado por trabalhadores de construção, possuem solas de borracha e é feito de material mais pesado.

O kimono é uma das vestimentas japonesas mais conhecidas internacionalmente e foi usado muito até a era Meiji, na qual a ocidentalização do país trouxe roupas, vestidos e saias usados na Europa e nos Estados Unidos.

Trata-se de uma peça com características que determinam o seu uso. A cor, estampa, tamanho da manga, comprimento da roupa, o obi (peça que é amarrada na cintura) são específicos para cada sexo, idade, estado civil e posição social do usuário. Hoje, essas características são ‘menos rígidas’, porém o uso ainda é muito importante.

O corte do kimono é reto, simples amplo, permitindo que seja ajustado no corpo de quem a usa. A simplicidade do corte permite que o usuário explore dobras e técnicas de amarração diferentes. De certa forma, o kimono engloba a ideia de “one size fits all”.

A combinação de cores e estampas no kimono é de fundamental importância. Muitas vezes, a cor da roupa segue as estações. Por exemplo, durante a primavera usam-se cores mais vibrantes com estampas florais enquanto no outono, há uma predominância de cores mais quentes.

O Obi é a peça que amarra o kimono na região do tronco e é de fundamental importância na composição. As mulheres utilizam um obi mais elaborado, com várias texturas e cores diferentes, enquanto a dos homens é mais simples. O obi é uma peça que dá para explorar muito quanto à composição. As cores, texturas e estampas utilizadas no obi devem dialogar com o kimono, para alcançar uma harmonia visual.

5 | JUNKO KOSHINO E ELABORAÇÃO DO FIGURINO DE TAO

Drum TAO é um grupo profissional de Taiko com fama internacional. O grupo foi criado em 1993, na prefeitura de Aichi e hoje realiza turnês internacionais. Busca fundir melodias e instrumentos tradicionais com um figurino moderno, criando um visual único. A partir de 2012, TAO tem colaborado com o designer de moda Junko Koshino para unir moda, entretenimento e tradicionalismo.

Junko Koshino nasceu em 1939 na cidade de Osaka. Formou-se no curso de Design na Bunka Fashion College e desde então se apresenta como designer de moda. Nos início dos anos 80 deixou o Japão para ir à Paris onde estabeleceu sua própria empresa. Realiza criações desde o Paris Fashion Week até para teatros da Broadway. A título de exemplo: a produção de Amon Minamoto de Pacific Overtures, pelo qual recebeu uma nomeação do Tony Award. Também confeccionou figurino para operas como Madame Butterfly. Em 2012 se uniu com o grupo TAO para o desenvolvimento de figurinos.

Percebe-se influência do Futurismo. Igualmente, a presença de elementos da estética japonesa como o Fukinsei, que significa “sem equilíbrio” e é uma característica que difere da tendência ocidental, apela pela simetria e propõe um fresh new look nos designs. Outro elemento que é usado muito nas suas criações é taikyoku.

Segundo Rachel Kaufman no artigo “Opposites Attract: Junko Koshino” (2009), a filosofia da designer pode ser resumida na palavra taikyoku, que em

japonês significa “extremo opostos”.

A mistura de estampas, formas, cores e materiais completamente diferentes, cria um visual excêntrico que demonstra criatividade e ousadia em explorar novas frentes.

O diálogo entre o grupo TAO e a designer resultam em inovações do figurino tradicional do taiko, mesclando traços futurísticos com tradição histórica da moda japonesa. Esse feito é visível na produção TAO Drum heart, de 2016. Direcionado por Amon Minamoto (diretor de musicais, operas, teatros e que realizou a produção Pacific Overtures que foi nomeado em quatro categorias para os Tony Awards), a produção possui enredo e figurino singulares.

Os homens em TAO Drum heart utilizam hakamas, cuja forma continua se assemelha ao tradicional. Com material diferente, sugere um ar mais moderno ao figurino. Além disso, possui adereços metálicos nos braços, algo inusitado no mundo do Taiko. Esses adereços lembram as armaduras de samurai usados no Japão feudal, em específico o kote, peças que protegiam os braços dos samurais. O kote constitui uma das inspirações da designer Junko para construir esse figurino que, no Taiko era usado em batalhas então a “armadura” dos tocadores do TAO, embora modernizada, conversa com o passado histórico do país.



Figura 1: Figurino masculino TAO

Fonte: <http://www.nocturnalhall.com>, 2017



Figura 2: Partes da armadura de Samurai

Fonte: <http://espiritodesamurai.blogspot.com.br>, 2017

O grupo TAO Drum Heart apresenta figurinos ousados para integrantes femininas. Alguns possuem traços de peças das armaduras de samurai: kusazuri ou haidate. O primeiro é um tipo de saia feito por lâminas metálicas presos a um cinto de couro e servia como proteção para o quadril e coxas. O haidate é um protetor de coxas, na qual a parte inferior era coberta com lâminas de metal ou couro. Junko se inspira nessas peças históricas e cria um figurino que dialoga com o futurismo devido à assimetria, o material e a estamparia do tecido. A estamparia geométrica/linear lembra a vista noturna dos grandes centros japoneses. A assimetria presente neste figurino reflete um princípio da estética japonesa: o fukinsei, descrito anteriormente. O contraste das cores preto e branco engloba o taikyoku.

Outro figurino feminino que possui um diálogo moderno/tradicional é a do kimono. As integrantes, em músicas solos, utilizam um kimono branco sem mangas. É diferente do tradicional por ser monocromática e por não possuir mangas inteiras. Há apenas uma espécie de munhequeira que completam a ideia das mangas. Além disso, o obi tem um ar muito mais futurístico devido ao material que é feito e devido à sua forma, que parece tubos. O interessante desse figurino é que ainda lembra o kimono mesmo com o uso tão diferente de materiais.



Figura 3: Figurino feminino TAO

Fonte: <https://www.statetheatrenj.org/event/tao-drum-heart,2017>



Figura 4: Figurino kimono feminino TAO

Fonte: <http://www.drum-tao.de/main/deutsch/member.html,2017>

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

É evidente a unicidade que a moda japonesa apresenta ao fundir tradicional ao moderno, de modo coerente, resultando na criação de peças únicas e excêntricas que acabam exprimindo a identidade japonesa. A cultura japonesa é extremamente rica e, ao englobar elementos da sua arte e estética no campo da moda, demonstra que as possibilidades de criação são infinitas.

No caso do figurino do Taiko, a experimentação com materiais e formas novas e modernas que a Junko Koshino faz é impressionante pois ela consegue manter uma ligação ao passado histórico do país, ao mesmo tempo garantindo movimento e flexibilidade dos tocadores, fator fundamental para o desempenho destes.

O grupo TAO, junto com a designer Junko Koshino, consegue reunir arte, música, moda e elementos da estética/história japonesa num espetáculo que tem alcançado muitos expectadores, surpreendendo-os e espalhando uma nova visão da cultura japonesa.

REFERÊNCIAS

Blog Artinihonto. **Historia de la armadura japonesa.** Disponível em: <<https://www.artenihonto.com/historia/yoroi-la-armadura-samurai/>>. Acesso em: 30 jun.2017.

Blog Japonista. **Moda no Japão: do tradicional ao moderno.** Disponível em: <<http://japonista.com.br/moda-no-japao-do-tradicional-ao-moderno/>> Acesso em: 2 jul. 2017.

CAMARGO, Ana Paula de Souza. **JAPÃO: a peculiaridade de sua cultura, arte e moda.** Disponível em: <http://www.ufjf.br/posmoda/files/2013/05/monografia-revisadaAPSC.pdf> Acesso em: 25 jun. 2017.

CHANG, Eddy. **Wadaiko from East to West: Contemporary Japanese Drumming in the World Today.** Disponível em: [Wadaiko_from_East_to_West_An_Overview_of_Contemporary_Japanese_Drumming_in_the_World_Today](#). Acesso em: 21 jun. 2017.

DE MENTE, Boyé. **Elements of Japanese design :key terms for understanding & using Japan's classic wabi-sabi-shibui concepts.** Vermont: Tuttle, 2006.

HALL, Jenny. **Re-Fashioning Kimono: How to Make 'Traditional' Clothes for Postmodern Japan.** Disponível em: <http://newvoices.org.au/newvoices/media/JPF-NewVoices-Vol-7-Re-Fashioning-Kimono-Jenny.pdf> Acesso em 26 jun. 2017.

KAUFMAN, Rachel. **Opposites attract: Junko Koshino.** Disponível em: <https://www.washingtontopost.com/express/wp/2008/02/08/opposites_attract_junko_koshino/?utm_term=.64ea946ef2ff>. Acesso em: 30 jun.

2017MONDEN, Masafumi. **Japanese Fashion Cultures: Dress and gender in contemporary Japan.** Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/280083510_Japanese_Fashion_Cultures_Dress_and_Gender_in_Contemporary_Japan Acesso em: 30 jun. 2017.

Site oficial do DRUM TAO: <http://www.drum-tao.com/main/whoweare?lang=en>

A HISTÓRIA DO FIGURINO NO CINEMA PORTUGUÊS: JASMIM DE MATOS

Nívea Faria Souza

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de pós-graduação em Artes
Faculdade Helio Alonso, Faculdade de Cinema
Rio de Janeiro – Rio de Janeiro

INTRODUÇÃO

Ainda hoje existe uma grande lacuna nas investigações sobre figurino cinematográfico em geral, no entanto, em Portugal, verifica-se uma completa inexistência de pesquisas sobre o tema e pouquíssima bibliografia que trate do assunto. As bibliotecas e livrarias portuguesas até possuem livros que abordam os diretores, criadores e realizadores, no entanto pouco ou quase nada se fala sobre quem materializa tais obras, sobre a equipe técnica e criativa, e principalmente sobre quem veste os atores: o figurinista. Segundo Paulo Cunha, investigador do cinema português, “durante décadas, a história do cinema português não foi feita por historiadores ou acadêmicos das ciências sociais e humanas, mas por curiosos, entusiastas e autores que estavam comprometidos com o próprio objeto.” (CUNHA, 2016, p. 36). Para Cunha, as escritas sobre cinema português tinham como finalidade mais a promoção do cinema junto ao público e à crítica ao invés de apresentarem comprometimento em se contar a história como estudo e registro.

Hoje, após vasta pesquisa, pode-se afirmar que a bibliografia sobre figurino em Portugal restringe-se a um único livro sobre o tema e um catálogo. O livro, de Vera Castro, intitulado “O papel da segunda pele”, possui

RESUMO: O figurino, campo de pouco estudo e valorização, é em Portugal função e matéria quase esquecida no cinema. Jasmim de Matos, multi-artista de história singular, é o artista de maior visibilidade, considerado a grande referência na área, o português de Angola se destacou como cenógrafo, figurinista, ator e artista plástico. Se tornando a referência mais marcante na história do cinema português.

PALAVRAS-CHAVE: Figurino; Cinema Português; Jasmim de Matos.

ABSTRACT: The Costume, a field of small study and the valorization, is in Portugal a subject almost forgotten. Jasmim de Matos, multi-artist of singular history, is the artist of greater visibility, considered the major reference in the area, the Portuguese of Angola, stood out as a set designer, costume designer, actor and painter. Becoming a more remarkable reference in the history of Portuguese cinema.

KEYWORDS: Costume; Portuguese Cinema; Jasmim de Matos.

algumas considerações e reflexões com enfoque no teatro, ópera e na dança. O livro consiste em entrevistas com profissionais e é datado de 2010. Tal obra tem por objetivo suprir a brecha que existe no que se refere às investigações sobre figurino em Portugal. Contudo, há que se destacar a inexistência de uma organização das ideias em ordem cronológica, bem como a ausência de considerações sobre o figurino cinematográfico. Apesar de o livro em questão possuir um enorme valor para a pesquisa do figurino, há que se reconhecer que o mesmo não é suficiente para suprir as omissões de mais de um século de história. Além do livro de Vera Castro, foi encontrado um catálogo de exposição, o qual foi produzido pela Cinemateca Portuguesa por ocasião da realização de uma exposição sobre a obra daquele que viria ser o maior expoente do figurino e da cenografia em Portugal, Jasmim de Matos. No catálogo constam uma lista de obras, muitas dedicatórias de amigos saudosos, além de um registro de uma homenagem pós morte.

A falta de estudos na área fez com que fosse necessário, para a realização desse trabalho, recorrer à história oral do figurino, pois “a história oral preocupa-se, fundamentalmente, em criar diversas possibilidades de manifestação para aqueles que são excluídos da história oficial, tanto a ‘tradicional’ quanto a contemporânea.” (GUEDES-PINTO, 2002. p.95) As entrevistas possibilitam ao entrevistado uma reformulação de sua identidade, além do sujeito perceber-se agente ativo da história cinematográfica.

Em 2017, realizei mais de 15 entrevistas, todas com as principais profissionais do cinema português, aquelas que aparecem no genérico das obras, como são chamados os créditos que contêm os nomes da equipe em Portugal.

Primeiramente os profissionais ficaram reticentes com a proposta das entrevistas, depois foram aceitando e, inclusive, colocando-se à disposição para realizar novos contatos, como uma consequência do reconhecimento da necessidade de falar a respeito de algo que nunca foi dito, sobre o fazer delas: o figurino. Assim, no feminino mesmo, pois 100% das profissionais hoje são mulheres. Questões comuns surgiram como a nomenclatura mais apropriada, já que a cada nova obra o registro de quem pensa os trajes aparecem de uma maneira diferente, uns consideram figurino, outros guarda-roupa, há ainda registros sobre costume, ou mesmo nem há registros daquele que pensou nos trajes daquela obra, mas esse assunto ficará para um futuro trabalho. Em todas as entrevistas, absolutamente todas, um único nome foi comum, o de Jasmim de Matos como importante nome para o posicionamento da profissão. Jasmim foi o único nome reconhecido por todas as entrevistadas como referência na área da materialização cênica, cenário e figurino.

BREVE HISTÓRIA – JASMIM

Jasmim de Matos nasceu em 23 de novembro de 1942, na Vila Robert Williams, onde passou sua infância. Assim, trata-se de um português de Angola por ter nascido

antes de 15 de Janeiro de 1975, quando se deu a independência da colônia.

A pequena Vila Robert Williams tem hoje 3.680 km², e em torno de 373 mil habitantes, sendo que somente em 1970 foi alçada à categoria de cidade, quando passou a se denominar Caála, província do Huambo.

Foi nesse pequeno pedaço da África que Jasmim morou até 1958, quando se transferiu para Lisboa. Aos 16 anos ele foi para a capital completar o ensino no liceu do Colégio Moderno, instituição de valores humanistas e exclusiva para rapazes e que o abrigou até 1961, quando sua veia artística falou mais alto e Jasmim ingressou na Cooperativa Gravura, na grande Lisboa. Fundada em 1956, a Gravura – Sociedade Cooperativa de Gravadores Portugueses dedica-se ao ensino das modalidades artísticas numa altura em que nem sequer as Escolas de Belas Artes de Lisboa e do Porto se dedicavam a essas modalidades. Foi como aluno da Cooperativa que realizou sua primeira exposição, aos 19 anos, na Junta de turismo da Costa do Sol. Já em 1962 iniciou sua carreira profissional como pintor, representado no Salão de Arte Moderna da Sociedade Nacional de Belas Artes, em exposição coletiva apresenta sua obra por dois anos consecutivos, 1962 e 1963.

Mim, como era chamado pelos amigos, foi um jovem muito inquieto, cheio de sonhos e de muita personalidade. No final dos anos 1950 e início dos 1960, Jasmim cultivava cabelos compridos e barbas, o que não era prática comum em tempos de fascismo e guerra em África, sua aparência suscitava a ira de alguns indivíduos mais fascistas. Segundo relatos de amigos próximos, não eram apenas palavras que usavam para julgá-lo, Jasmim também fora vítima de ataques, inclusive a pedras. Sempre muito atento às modernidades e principalmente às artes, passava horas a falar de pintura e sobre o futuro, questões típicas de jovens artistas em um período de Estado Novo português, também chamado Salazarismo, em referência a António de Oliveira Salazar, o seu fundador e líder, uma figura preponderante no governo da Ditadura Militar. Nesse período, o maior temor de Jasmim era ser convocado a apresentar-se à Guerra, e que o jovem mais temia acontecera. Apesar de muito tentar evitar, foi chamado “as sortes”.

O serviço obrigatório militar em Portugal teve início no começo do século XX e durou assim por cerca de um século, e o ato de ser chamado para a inspeção e alistamento era conhecido como “ir às sortes”, uma vez que aos rapazes poderia ser “boa sorte” se ficasse livre, “má sorte” se fosse recrutado.

O jovem foi convocado a servir as forças armadas portuguesas e apresentar-se frente às forças organizadas pelos movimentos de libertação das antigas províncias ultramarinas, também chamada de Guerra em África entre 1961 e 1974. Descontente com sua “sorte”, Jasmim iniciou o processo de dispensa e o único meio para isso seria uma solicitação de emigração para estudos. Seu objetivo era partir à Inglaterra. No mesmo ano, em 1964, conseguiu aprovação de seu requerimento e logo partiu à Paris para, em sequência ir à Londres. Segundo relatos de amigos, Mim teve mais dificuldade na polícia de imigração inglesa, pois ainda que tivesse o objetivo de estudar,

não tinha como comprovar os recursos financeiros necessários para permanecer em território inglês, os quais, em verdade, sequer os possuía. Após longo interrogatório só conseguiu permissão de estadia por uma semana, prazo que lhe foi concedido para conseguir algum trabalho e, então, obter autorização legal para sua permanência.

De acordo com relatos de pessoas que conviveram com Jasmim, ele fez vários pequenos trabalhos na Inglaterra, trabalhando, inclusive, como garçom em um bar, assim, logo conseguiu se regularizar. Entre 1965 e 1967, conciliou o trabalho com os estudos e ingressou no curso de pintura da Slade School. A Slade School é uma Escola de Belas Artes que tem como mote aproximar a prática da teoria de forma experimental, além de abordar a arte contemporânea e os estudos da história da arte, orientados à pesquisa e a criação. A Slade, como também é conhecida, pertence ao departamento da Faculdade de Artes e Humanidades da *University College London* (UCL), e possui grande reconhecimento por sua contribuição no campo da arte ainda hoje.

Jasmim permaneceu em Londres até 1974. Durante esse período, além de se dedicar a pintura e suas exposições, ele se aproximou de outras artes, tais como o cinema e o teatro. Iniciou seu contato com o cinema como figurante no filme *Blow up*, em 1966 de Michelangelo Antonioni. O filme, uma produção ítalo-britânica, foi o primeiro em língua inglesa do realizador italiano e consiste na adaptação de um conto de Julio Cortázar, *Las Babas del Diablo*, o qual conta a história de um fotógrafo de moda inglês que decide fotografar um casal misterioso em um parque, entretanto, quando revela os negativos, percebe que foi testemunha de um assassinato. Depois Jasmim fez também figuração em uma série televisiva da BBC, *Blue Peter*, em 1967, um programa de televisão infantil britânico, o programa infantil mais antigo do mundo, ainda em exibição nos dias de hoje.

Apesar de ter sido o início de seu envolvimento com o cinema, a figuração permaneceu como parte do universo de Jasmim, pois mesmo com carreira artística consolidada, continuou a fazer suas pequenas participações, ainda que em filmes nos quais assinasse como diretor artístico, cenógrafo ou figurinista. Passou 14 anos em seu exílio, só regressou à Lisboa em 1975, após a Revolução dos Cravos, movimento que derrubou o regime salazarista e estabeleceu liberdades democráticas em Portugal, em 25 de abril de 1974.

ARTISTA E AMIGO

Por mais que se tente separar o artista de sua vida pessoal seria impossível fazê-lo quando se trata de Jasmim. Primeiro que absolutamente todas as pessoas que o citaram durante as entrevistas, falaram com afeição de Jasmim. Além de mencionarem sua personalidade marcante e discreta, todas destacaram que era um homem de muitos amigos e de muita generosidade. Permaneceu toda a vida como artista, ora no teatro, ora no cinema, sem, contudo, abandonar a pintura. Pode-se dizer que não era homem de

muitas ambições, assim seus quadros serviam para presentear, uma vez que adorava ver suas obras nas paredes das casas dos amigos.

Jasmim também gostava da relação pessoal, do contato com as equipes de trabalho, generoso, gostava da experiência e de se reinventar, só assim era capaz de trabalhar com realizadores, diretores tão diferentes em personalidades e características artísticas, Luis Miguel Cintra, Filipe La Féria, Fernando Heitor, Manoel de Oliveira, João Botelho. Artista plural, foi capaz de materializar estéticas muito diferentes entre elas.

Muito dedicado e criativo realizava praticamente tudo nas artes, a despeito de sempre receber o auxílio de sua mãe que o ajudava com as costuras, de quem era muito próximo, era ele mesmo quem bordava, pintava e selecionava com cuidados seus tecidos, sendo inclusive lembrada por lojistas mais antigos da Baixa, conhecida região de comércio em Lisboa.

Entre 1975 e 1994 Jasmim de Matos participou na concepção de mais de 29 espetáculos de teatro, desempenhando 12 diferentes funções, entre cenografia e figurino em sua maioria. No audiovisual foram mais de 25 obras, em diferentes funções, seja como ator, figurinista, cenógrafo ou assinando a direção artística, foi um artista presente.

Jasmim chegou ao cinema português pelas mãos do José Fonseca e Costa, um dos grandes realizadores do cinema do país, em *Demónios de Alcácer-kibir*, em 1975, no qual assinou cenografia e figurinos. Jasmim e o realizador eram conterrâneos, ambos nascidos na antiga Vila Robert Williams em Angola. José Fonseca o apresentou a grandes amigos como a atriz Paula Guedes e Fernando Heitor, ator e realizador, os quais falam com muito entusiasmo e saudosismo a respeito de seu amigo, Mim.

Fernando Lopes relata sua experiência ao trabalhar com o amigo, em entrevista registrada para o catálogo da cinemateca, dizia que não era necessário dar muitos indícios e estender muito a conversa sobre um trabalho, em “Crónica dos bons malandros” de 1982, Jasmim foi responsável por tudo, cores, décors, figurinos e adereços, a única pista dada segundo Fernando Lopes foi que a obra deveria ter um ar de banda desenhada. Segundo relatos, não foi preciso dizer mais nada, e, nas palavras do próprio realizador, a estética proporcionada por Jasmim é o que há de melhor no filme. Jasmim era muito objetivo, apaixonado por arte e cinéfilo assumido possuía muitas referências criativas, associava atmosferas com maestria, desenvolvia estéticas com uma sensibilidade precisa, com ou sem recurso, fabricava aparências, segundo alguns, fazia mágica com trapos.

Jasmim exalava arte, não sabia separar a vida de sua obra, por isso fizera muitos amigos entre artistas, atores, realizadores, cantores, os quais logo tornavam-se seus admiradores.

Durante o período em que esteve em Londres aproximou-se de Caetano Veloso, de que se tornou amigo muito próximo. Caetano ficou exilado por três anos em Londres, entre 1969-1971, em decorrência da Ditadura Militar que acometeu o Brasil, período em que se tornaram muito amigos. Entre os anos de 1980 e 1990, Jasmim visitou o Brasil algumas vezes, inclusive, em 1991, esteve na Bahia. Jasmim conheceu grandes

nomes da arte brasileira do período, como Glauber Rocha, podendo-se dizer que compartilhavam de ideias e ideais parecidos.

Durante seus últimos anos morou em Portugal em um edifício simples, de esquina, em uma das estreitas ruas do bairro Príncipe Real, em Lisboa. Sua casa, que estava sempre cheia de muitos amigos, era também seu ateliê, local onde gostava de celebrar junto aos seus.

O Jasmim recusava-se pura e simplesmente a ver o lado medíocre das pessoas e a perder tempo a analisar os seus defeitos. Era demasiado grande para isso. (...) não me lembro de o ouvir dizer mal de alguém ou de qualquer coisa. O Jasmim preferia simplesmente concentrar-se naquilo que as pessoas e a vida tinham de bom para lhe oferecer. (GUILHERME *apud* Cinemateca Portuguesa, 1996, p. 19)

Dessa maneira era descrito pelos amigos e por quem o conhecia, como Carla Figueiredo, figurinista e *stylist* portuguesa, que o conheceu em seu primeiro trabalho, ainda como estagiária, o qual, lamentavelmente, viria a ser o último trabalho em vida de Jasmim, a peça “Maldita Cocaína”, no Teatro Politeama. Em entrevista, ela relatou a generosidade com que Jasmim trabalhava, destacando que ele além de não ser de conflitos, apresentava uma postura muito prática, permanecendo sempre muito mais próximo à equipe técnica, não gostava de “rodeios” ou de “puxa saquismos” existente, era direto e muito querido.

Maria Gonzaga, um outro grande nome do figurino em Portugal, foi muito enfática sobre Jasmim: “éramos muito amigos e ele era uma força da natureza, era um artista incrível”. Maria Gonzaga diz que aprendeu muito com Jasmim, foi ele quem também a ensinou na profissão, na década de 1970. Jasmim, afirma Gonzaga,

pintava e costurava. Pois tinha uma mãe que era costureira e que fazia coisas lindíssimas também e era como se fosse nada. Ele não, estás a perceber, tudo nele passava assim com aquela sabedoria, era como se fosse tudo tão natural e tão normal que não sei como.(...) e eu dizia “agora que não és capaz” e ele dizia “claro que tu és capaz, tu me ensinastes a fazer não sei o que, não sei o que” sempre a pôr-se mais abaixo do que eu, que eu era fantástica, ele tinha um jeito muito especial de por as pessoas, de dar às pessoas segurança e das pessoas acharem que eram capazes de fazer, estás a perceber? (entrevista concedida à autora em 2017)

Maria Gonzaga trabalhou com Jasmim de Matos em “Amor de Perdição”, de 1978, filme de Manoel de Oliveira, o maior realizador e mais conhecido do cinema português.

FALECIMENTO E HOMENAGEM

Jasmim de Matos Branquinho de Carvalho faleceu tragicamente em um acidente de carro em 5 de junho de 1994, no período estava finalizando o espetáculo “Maldita Cocaína” de Filipe La Féria, que foi seu grande parceiro e amigo em vida. No ano seguinte ao falecimento de Jasmim, em 1995, La Féria escreveu e produziu uma peça chamada “*Jasmim ou o Sonho de Cinema*”, seu primeiro musical infantil. A peça serviu de base

para uma série de 11 episódios transmitidos pela SIC - Sociedade Independente de Comunicação. A história era inspirada na vida do pintor, cenógrafo e figurinista Jasmim de Matos, uma homenagem póstuma, que foi transmitida entre 1996 e 1999 pela televisão portuguesa, sendo uma das séries mais apreciadas pelas crianças e jovens segundo a imprensa. Não se trata da vida de Jasmim, mas sim uma homenagem carregada de fantasia, a série conta a história de um menino que vive na África com a mãe e consegue surrupiar uma máquina de projetar de um caçador. Com um jeito de retrospectiva pelos cem anos do cinema, La Féria juntou em um palco 18 crianças juntamente com um elenco composto de 6 adultos, sendo que as gravações foram feitas no Teatro Politeama, no estúdio Valentim de Carvalho e os exteriores na Azambuja.

Com muitas cores e lúdico, na abertura vinha uma descrição poética sobre o menino Jasmim: “Jasmim era um menino com olhos de arco-íris, a cor branca do destino pintara o negro da íris, cada pessoa guarda um segredo, é preciso saber apenas olhar, olha, Jasmim, não tenhas medo, para olhar é preciso amar” (trecho da música do seriado, Jasmim ou sonho de cinema na SIC).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi de maneira suave, amigável e pródiga que se tornou um ícone como artista e figurinista em Portugal. Tanto por sua competência profissional quanto pelo cuidado nas relações pessoais que, sempre cercado de amigos, Mim tornou-se um dos mais reconhecidos profissionais da área. Jasmim foi o primeiro figurinista a receber homenagem na Cinemateca Portuguesa, ainda que após sua morte. Nunca a instituição havia homenageado artistas do cinema que compõem a técnica, profissionais do som, cenógrafo ou figurinistas, sendo importante destacar que Jasmim foi o primeiro a romper com uma barreira ainda hoje muito rígida na história das artes em Portugal.

O figurino é campo de estudos praticamente esquecido na cinematografia portuguesa que muito valoriza o papel do diretor, como se o “grande” realizador, como é chamado os diretores na terra de Camões, fossem os responsáveis por definitivamente tudo de uma obra. Com esse trabalho pretendo iniciar uma escrita sobre a história do figurino Português.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Vera. **O Papel da Segunda Pele**. Lisboa: Edição Babel, 2010.

CINEMATECA PORTUGUESA. **Jasmim no Cinema Português – uma homenagem**. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 1996.

CUNHA, Paulo. **Para uma história das histórias do cinema português**. Portugal: Aniki vol. 3, n.º 1: 36-45, 2016.

GUEDES-PINTO, Ana Lúcia. **Rememorando trajetórias – a leitura como prática constitutiva de sua**

identidade e formação profissionais. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.

CINEPT – Cinema Português. Covilhã, 2012-2018. Disponível em: <<http://www.cinept.ubi.pt/pt/pessoa/2143707017/Jasmim+de+Matos>>. Acesso em: 20 de junho de 2016.

GUARDÃO, Maria João. **Silvestre Varandas: “Costumam dizer que sou doutorado em trapologia”**. Diário de Notícias. Portugal, 2015. Disponível em: <<https://www.dn.pt/portugal/interior/silvestre-varandas-costumam-dizer-que-sou-doutorado-em-trapologia--4547292.html>>. Acesso em: 20 de junho de 2018.

REPOSITÓRIO do centro de Estudos de Teatro em Portugal, Universidade de Lisboa. Lisboa, 2000 - 2018 Disponível em: <<http://ww3.fl.ul.pt/CETbase/reports/client/Report.htm?ObjType=Pessoa&ObjId=3679>>. Acesso em: 20 de junho de 2016.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação. **Jasmim ou o Sonho do Cinema**. Lisboa, 1996-1999. Disponível em: <<http://sic.sapo.pt/beta-arquivo-sic/2012-07-04-Jasmim-ou-o-Sonho-do-Cinema--1996-1999->>>. Acesso em 25 de julho de 2018.

FIGURINOS DE VICTOR MOREIRA PARA OS PERSONAGENS DEMÔNIOS DA “PAIXÃO DE CRISTO”

Andréa Cavalcante de Almeida Queiroz

Universidade Federal de Alagoas – UFAL, Instituto de Ciências Humanas Comunicação e Arte - ICHCA Maceió - Alagoas

RESUMO: Este artigo explanará a trajetória e os processos criativos do figurinista Victor Moreira no espetáculo Paixão de Cristo, de Nova Jerusalém (PE), precisamente dos personagens Demônios. É uma sinopse da dissertação de Mestrado A Indumentária do Espetáculo Cênico da Paixão de Cristo, em Nova Jerusalém (PE): transformação dos figurinos de Herodes e Pilatos, e transfiguração dos Demônios – de 1954 a 2004.

PALAVRAS-CHAVE: Figurino, Teatro, Processos.

ABSTRACT: This article wants to explain the history and the creative process of the costume designer Victor Moreira for the play of “Passion of Christ”, mainly the Demons characters. It’s a synopsis of the Master’s dissertation “A Indumentária do Espetáculo Cênico da Paixão de Cristo, em Nova Jerusalém (PE): transformação dos figurinos de Herodes e Pilatos, e transfiguração dos Demônios – de 1954 a 2004.”.

KEYWORDS: Costume, Theater, Processes.

INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe a investigação e a análise dos processos de criação, de produção e caracterização das personagens Demônios, do espetáculo Paixão de Cristo, realizado anualmente em Nova Jerusalém – PE, criados pelo estampador têxtil, estilista, cenógrafo, aderecista e figurinista, Victor Moreira, de 1954 a 2004.

Suas composições de criação passam das pranchetas para as oficinas, das oficinas para os palcos, e se ancoram em pesquisas que abordam religiosidade, cultura, história da arte e moda, como aponta Ecléa Bosi:

Há um momento em que o homem maduro deixa de ser um membro ativo da sociedade, deixa de ser um propulsor da vida presente do seu grupo: a de lembrar. A de ser a memória da família, do grupo, da instituição, da sociedade. (1997, p.63).

Dessa maneira, a história, vivida anteriormente por quem conta, vai sendo revivida, e através desse registro oral perpetua-se a valorização da história, das memórias das famílias, dos grupos e das sociedades.

Na esteira dessas reflexões, convém apontar Victor Moreira, pela importância do conjunto de sua obra para o teatro pernambucano, tornando-o uma referência, ao

longo de mais de 60 anos dedicados ao teatro, como figurinista. Desse modo, este trabalho talvez venha servir de referência a profissionais, acadêmicos e interessados no campo das artes cênicas.

Victor Moreira, odontólogo por formação e artista por vocação é filho de Leovigildo Martins Moreira e Maria Eugênia Fernandes Moreira. Quando criança adorava brincar nas ladeiras da cidade de Olinda, onde nasceu. Desenhar no terreiro de areia batida na sua casa era uma das suas brincadeiras favoritas, sendo esta brincadeira interrompida cedo por causa de problemas asmáticos. Para que não parasse de desenhar, o pai do artista comprou-lhe lápis e papel, para que ele não parasse de desenhar. Ainda criança brincava com os primos de fazer teatro usando como cenários e figurinos os lençóis e as colchas de casa.

Muitas curiosidades influenciaram Victor Moreira na infância, destaque quando ele passou a frequentar o cinema de propriedade de seu avô e da amizade com o funcionário Sr. Bajado¹ desenhador de cartazes dos filmes. Ele permitia Victor observar a elaboração e a execução dos painéis que seriam expostos na frente do cinema. Ir à casa da costureira com a mãe é outro fato que o marcou, já que aproveitava para olhar as revistas de moda. Encantava-se com as procissões e com as riquezas dos adornos usados pela igreja e pelos fiéis nas suas janelas, para ver a procissão passar.

Mudou-se para Recife, foi alfabetizado em casa, a seguir é matriculado no Colégio Marista. Na casa dos avós, Victor Moreira era estimulado para continuar desenhando.

Mesmo com aptidão clara para as artes, formou-se cirurgião dentista precocemente aos 20 anos de idade. Na faculdade, foi monitor da disciplina de desenho, graças a sua habilidade. Durante esse período, abateu-se uma grande enchente sobre Recife, motivo que levou ele e os outros estudantes a ajudarem na reconstrução do Hospital Psiquiátrico da Tamarineira angariando fundos; Victor Moreira sugeriu que fizessem um desfile de moda. Naquela época, na capital pernambucana, existiam muitas fábricas têxteis, dentre elas a Othon Bezerra de Melo S. A., onde os alunos foram em busca de patrocínio. Quando entraram na sala do diretor Roberto Bezerra de Melo, Victor começou a desenhar com muita rapidez, o que impressionou o Sr. Roberto, convencendo-o a doar todos os tecidos para o desfile. Este contato no futuro rendeu-lhe um emprego na área de estamperia, onde trabalhou por mais de 30 anos.

Antes de trabalhar no Grupo Othon, no ano de 1952, Victor trabalhou como escriturário da Secretaria de Fazenda de Recife onde conheceu e trabalhou com Luís Mendonça. Nesta época deu-se seu ingresso no mundo das artes, com trabalhos em vários espetáculos teatrais dos quais se destaca a primeira montagem do Auto da Compadecida de Ariano Suassuna, peça premiada no Rio de Janeiro.

Formou-se em 1954, indo trabalhar no Instituto de Aposentadoria de Pensões dos Comerciantes, tendo sido posteriormente convidado para trabalhar no Grupo Othon,

1 BAJADO – 1912-1996 – Euclides Francisco Amâncio, artista plástico pernambucano, reconhecido nacionalmente e internacionalmente. Citado na canção Bicho Maluco Beleza, de Alceu Valença. Disponível em: <http://artepopularbrasil.blogspot.com.br/2013/01/normal-0-21-false-false-false.html>

atuando representante da marca nos Salões de Pret-a-Porter nos grandes centros de moda, cobrindo desfiles do Grupo Othon, e também colaborando com vários jornais moda do Brasil.

Com a morte da sua mãe em 1965, Victor muda-se para São Paulo, vai trabalhar na Companhia Nacional de Estamparia de Tecidos. Em 1969 volta a trabalhar no Grupo Othon Bezerra de Melo. Conhece Edméa Mendes costureira e proprietária de uma loja na cidade de Fortaleza, passou a colaborar durante alguns anos com o trabalho dela via Correio. Em 1977 Victor Moreira foi morar em Fortaleza, tornou-se sócio de Edméa até o ano de 1982. Volta a morar em São Paulo, depois em Recife, onde está até hoje criando para Nova Jerusalém.

SURGIMENTO DA PAIXÃO DE CRISTO – ARTE E PAIXÃO

Foi no ano é 1950 que Epaminondas Cordeiro de Mendonça, pessoa importante do agreste pernambucano, leu numa revista de variedades da época (Fon Fon) que dizia: “uma pequena cidade da Baviera alemã, Oberammergau, estava vivendo uma tradição secular: a realização do espetáculo da Paixão de Cristo, em agradecimento a Deus por ter livrado aquele lugar da peste negra, este espetáculo acontece até hoje a cada 10 anos, atraindo muitas pessoas ao lugarejo gerando renda ao lugar, principalmente para as hospedarias que ficavam cheias por mais ou menos três meses.”.

Epaminondas de Mendonça era bastante religioso e proprietário do Hotel Familiar, decidiu fazer o mesmo espetáculo na vila, com o propósito de divertir a comunidade e ajudar o fluxo do hotel. E foi com ajuda de amigos, vizinhos e da família, que em 1951 realizaram a primeira montagem do que viria a ser o espetáculo atual. Segundo REIS: “... misto de auto teatral e de manifestação para-religiosa, foi a semente do hoje internacionalmente famoso espetáculo da Paixão de Cristo da Nova Jerusalém”. (p.15). E assim, começou A Paixão de Cristo de Nova Jerusalém – PE.

Victor Moreira conheceu Luís de Mendonça no trabalho, surgindo uma amizade. Em 1953, Luís Mendonça convida Victor para ir ver o espetáculo do “Drama do Calvário”, ele não só assistiu como participou atuando em um papel pequeno. Juntaram-se ao grupo de Epaminondas de Mendonça pessoas do movimento teatral do Recife, graças às articulações de Luís na capital pernambucana. Victor Moreira fica tão encantado pelo espetáculo, que já no mesmo ano ele começa a criar e desenhar novos figurinos e cenários para o ano seguinte. Essas novas concepções artísticas que Victor Moreira deu aos figurinos e cenários do espetáculo agregaram mais verdade e visibilidade, resultando em mais divulgação para o espetáculo nos anos seguintes.

Uma nova repaginação na montagem de Fazenda Nova acontece no ano de 1961, quando o grupo resolve adotar novo texto, escrito por José Pimentel, intitulado “Jesus Mártir do Calvário”, com novos cenários e figurinos assinados por Victor Moreira.

No ano seguinte, 1962, após o encerramento do espetáculo, o então genro de

Epaminondas Mendonça, Plínio Pacheco, casado com Diva, grande amiga e parceira (em relação aos figurinos) de Victor, comunica ao público o encerramento oficial do espetáculo para os próximos anos, devido à total falta de infraestrutura da vila para receber a quantidade cada vez maior de espectadores. O espetáculo era totalmente aberto ao público sem ajuda do governo, gerou muitas dívidas aos produtores, sem um retorno para cobrir as despesas da manutenção básica do espetáculo; surgiram indagações acerca do que poderia ser feito para que os 11 anos de trabalho não fossem desperdiçados, e como fariam para cobrar ingressos em um espetáculo de rua. Então, Plínio convoca os principais atores e seus fundadores para a triste notícia, disse-lhes: "... que só voltariam a ser realizadas com a construção de um teatro, de grandes proporções, no qual fosse possível oferecer condições artísticas e humanas para a realização do evento." (Reis, Carlos, p.65).

E o sonho foi lançado para que todos compartilhassem, e assim foi criada a Sociedade Teatral de Fazenda Nova (STFN). Plínio deixa seu emprego no jornal, ficando apenas com a Aeronáutica, passava a semana em Recife e os fins de semana em Fazenda Nova, para dar andamento ao seu sonho de construir a "Nova Jerusalém". Plínio e Victor Moreira estudaram muito arquitetura, construção, arte e história, Victor Moreira fez os primeiros esboços de Nova Jerusalém.

Ao mesmo tempo Plínio procurava o terreno para a construção da cidade-teatro, ao encontrá-lo se apropria dos esboços e vai a Universidade do Recife (atualmente UFPE), pedir ajuda no curso de arquitetura na construção do projeto de acordo com suas ideias e de Victor e as normas cabíveis. Uma vez o projeto pronto, o próximo passo era arrecadar fundos para sua execução; a verba foi conseguida com o então ministro Paschoal Carlos Magno junto ao Conselho Nacional de Cultura. Plínio então vende sua casa no Recife e vai com a família morar em Fazenda Nova. Começa a usar parte de seu salário para a construção da cidade-teatro, porém, com o pouco dinheiro que dispunha não podia acelerar as obras.

Aos poucos a paisagem árida ia sendo tomada pela construção da cidade-teatro. Em agosto de 1966, é inaugurado o Grupo Escolar Nova Jerusalém, este durante as apresentações do espetáculo é transformado no cenário do "Palácio dos Asmoneus".

No ano de 1967, Nilo de Souza Coelho, governador de Pernambuco, faz uma visita às obras da cidade-teatro e confessa sua paixão pelo espetáculo, e fala da sua vontade de no próximo ano o espetáculo retornar. O governo se empenhou no que diz respeito a toda infraestrutura: luz elétrica e estradas asfaltadas. Plínio escreve um novo texto, "Jesus", e mesmo a distância, Victor Moreira continua suas pesquisas em São Paulo, contribuindo também na escrita do texto via Correios. Na Semana Santa de 1968, o espetáculo retorna, com público de 2.200 pessoas somando todos os dias.

Em 1970, o espetáculo é encenado com carro de som e trilha sonora específica para Paixão de Cristo. O trabalho deste ano foi um sucesso, nos três dias 8.000 pessoas compareceram.

O crescimento do público traz novas exigências ao espetáculo, e dentre elas,

estão: a dublagem das falas, sendo esta utilizada até a atualidade, novos patrocinadores, inaugurou-se auditórios, salão de jogos, sala de imprensa, sala de recepção de autoridades, atores e atrizes conhecidos nacionalmente foram e são trazidos para atuarem no espetáculo, figurinos novos, equipamentos de última geração de som e luz digitais e novos cenários.

O “sonho de pedra”, título homônimo de uma das tantas cartas que Plínio Pacheco enviou a Victor Moreira foi realizado. O casal idealizador deste sonho partiu Plínio em 2002 e Diva em 2012, deixando um legado imensurável. No entanto, Victor Moreira continua atuando nas mudanças do espetáculo, com sua arte e criatividade até os dias atuais.

A PAIXÃO DE CRISTO VESTE-SE À CARÁTER

Quando Victor Moreira aceitou participar do espetáculo “O Drama do Calvário”, não imaginou que isso implicaria um trabalho de toda vida. No começo, era só um trabalho árduo e despretensioso, mas feito com ‘paixão’, por todos os envolvidos. A empolgação do artista deixou-o eufórico e envolvido em pesquisas, aflorando cada vez mais sua criatividade. O artista queria provocar uma *catarse*² com seus cenários, adereços e figurinos, atingindo, assim, o objetivo do sentido do espetáculo.

A indumentária incorpora uma linguagem própria por meio de alguns elementos que são levados à cena, podendo deixar claro para os espectadores que a roupa da personagem se compõe em um “todo” da semiótica teatral, participando da escritura e leitura cênica, comunicando-se com a plateia.

O pesquisador Fausto Viana, em sua obra *O Figurino Teatral e as renovações do século XX*, comenta sobre as ideias de Gordon Craig a respeito do fazer teatral. Para o estudioso:

[...] o espetáculo é feito do todo da encenação – nada funciona de forma independente: as diferentes partes do espetáculo devem interagir entre si, levando ao espectador uma obra de arte completa, coesa, capaz de atingir os objetivos da representação. (VIANA, 2010, p. 27).

A maioria dos grandes encenadores trabalha com o todo do espetáculo e com Victor Moreira não poderia ser diferente: “... em meus processos de criação desenvolvo figurinos preocupando-me não somente com a indumentária, mas também com todo o resto que envolve o espetáculo, como: iluminação, cenografia, sonoplastia, maquiagem, adereços, objetos cênicos, etc. Esses, por sua vez, organizam mecanismos de comunicação visual, emocional e auditiva³”. Assim, nós nos alinhamos ao discurso de Roubine acerca de figurino, em que ele afirma:

2 *Catarse* o efeito moral e purificador da tragédia clássica, conceituado por Aristóteles, cujas situações dramáticas, de extrema intensidade e violência, trazem à tona os sentimentos de terror e piedade dos espectadores, proporcionando-lhes o alívio, ou purgação, desses sentimentos. (FERREIRA, 1999).

3 Entrevista concedida por Victor Moreira, em sua residência no Recife, em 30 de maio de 2013.

[...] deve ser considerado como uma variante particular do objeto cênico. Pois se ele tem uma função específica, a de contribuir para a elaboração da personagem pelo ator, constitui também um conjunto de formas e cores que intervêm no espaço do espetáculo, e devem portanto integrar-se nele. (1998, p.147).

No tocante à confecção dos figurinos, Victor Moreira nem sempre dispunha de apoio financeiro para sua elaboração, mas isso não era empecilho para ele. Verbas parcas levaram Victor Moreira a fazer uso de uma prática bem contemporânea, a da reutilização⁴. Em Nova Jerusalém, essa prática ocorre desde seus primórdios até os dias de hoje. Como Victor relata:

[...] lençóis, cortinas, penas de galinhas do almoço eram usadas para compor o visual, puxadores de gaveta viravam detalhes das armaduras dos centuriões, embalagens de queijo e bolacha viravam coroas adornados por pegadores de papel. Usávamos tudo que estava à mão, o importante é que ficasse bonito e parecido com a realidade. (MOREIRA, 2013).

E assim, o artista criou todos os figurinos do espetáculo. Segundo Diva Pacheco, ele chegava “[...] um mês antes do espetáculo. Mudou todo o guarda-roupa e o cenário” (PACHECO, 2013, p.51); porém, apenas os figurinos dos personagens Demônios serão analisados neste artigo.

No nosso objeto de estudo, chamamos a atenção, em especial, para a personagem ‘Demônios’ que, alegoricamente, se sobressai em performances individuais. Seu figurino, criado, desenhado e produzido por Victor Moreira, é concebido de tal forma que a imagem dele, em movimento, faz interação com o cenário integrando-se à representação, produzindo muitos efeitos e provocando vários tipos de emoções. O local também revela um cenário ambulante exatamente por conter essa grandiosidade, esse exagero e tantos outros efeitos sensoriais e visuais.

Tendo essas reflexões em mente, o espetáculo, pode nos remeter à carnavalesação apontada por Bakhtin (1987), no que se refere ao descomunal, à quebra de paradigmas, à contemporaneidade, ao insurgimento do novo, criando efeitos na plateia, pelo viés da ‘identificação’ do que está ali representado, com o inconsciente coletivo, histórico, social e culturalmente construído desde a época da instalação e ascensão da Igreja Católica Apostólica Romana entre nós: o pavor aos Demônios, o medo dos Demônios, a ojeriza e o asco a essa imagem... Todos os sentimentos que residem no espírito do povo parecem que vêm à tona quando essa figura surge em cena garantindo que é seu figurino que emoldura o seu personagem, criando até mesmo um estereótipo.

Segundo o artista, as fontes de inspiração para criar o Demônio brotaram do imaginário popular, com chifres, cauda e asas. Contudo, para um estudioso esse estereótipo era pouco, levando-o a se aprofundar buscando embasamentos na Bíblia. Essa era a imagem do Demônio que era apresentada na época: Os chifres representavam símbolos de poder, como pode ser observado na Bíblia, no livro do Apocalipse, capítulo 17:12, “E os dez chifres que vistes são dez reis, que ainda não

⁴ Reutilização – tornar a utilizar, dar novo uso a. (Ferreira, 1999).

receberam o reino, mas receberam o poder como reis por uma hora, juntamente com a besta”.

A figura do Rei supracitado representa pessoas poderosas, que tinham um reino para governar, com seus súditos e servos. O Demônio tinha que ter cauda, uma vez que ela representava os falsos profetas, como está descrito na Bíblia no livro de Isaías, capítulo 9:15, “O ancião e o varão de respeito é a cabeça, e o profeta que ensina a falsidade é a cauda”. Ele também tinha asas e essas são uma referência ao anjo, que, segundo a Bíblia, foi expulso do céu, porque queria ser melhor do que Deus:

[...] Assim diz o SENHOR Deus: Tu és o sinete da perfeição, cheio de sabedoria e formosura. Estavas no Éden, jardim de Deus; de todas as pedras preciosas te cobrias: o sárdio, o topázio, o diamante, o berilo, o ônix, o jaspe, a safira, o carbúnculo e a esmeralda; de ouro se fizeram os engastes e os ornamentos; no dia em que foste criado, foram eles preparados. Tu eras querubim da guarda ungido, e te estabeleci; permanecias no monte santo de Deus, no brilho das pedras andavas. Perfeito eras nos teus caminhos, desde o dia em que foste criado até que se achou iniquidade em ti. Na multiplicação do teu comércio, se encheu o teu interior de violência, e pecaste; pelo que te lançarei profanado fora do monte de Deus, e te farei perecer, ó querubim da guarda, em meio ao brilho das pedras. (EZEQUIEL, cap. 28:12-16, p.891).

O uso das cores vermelha e preta é justificada através de passagens bíblicas: o vermelho é o sangue, o pecado, o sacrifício, “Vinde então, e argui-me, diz o Senhor: ainda que os vossos pecados sejam como a escarlata, eles se tornarão brancos como a neve; ainda que sejam vermelhos como o carmesim, se tornarão como a branca lã”. (ISAÍAS, capítulo 1:18, p.727). A cor preta também remete à fome e à morte, “Nossa pele se enegreceu como um forno, por causa do ardor da fome”. (LAMENTAÇÕES, capítulo 5:10, p.857).

Esse é o Demônio simbolicamente justificado pelas “Sagradas Escrituras”, Victor Moreira dá-lhe o nome de “diabo primitivo”, de visualização simplória, sendo esse talvez o melhor compreendido pelo público de Fazenda Nova, em sua maioria, era composto por fazendeiros e lavradores da região.



Figura 1 e 2 – 1º croqui para o figurino da personagem Demônio, Victor Moreira chama-o

No ano de 1962, Victor criou novo figurino para o Demônio, para ele este figurino transmitia mais leveza visual do que o “Demônio Primitivo”, quase blasé. Ele era composto de uma roupa de malha preta, que cobria todo corpo do ator, tinha como sobreposição um saioote vermelho e uma capa preta forrada de vermelho. O chapéu tinha dois chifres engastados no alto – e uma prótese no alto da cabeça, por dentro do chapéu para, aumentando o tamanho do ator; uma pequena saia era pregada na base do chapéu, cobrindo o pescoço do ator e ele carregava um tridente.

A esse figurino Victor denominou o “Príncipe do Mal”, nome criado de inspirações bíblicas. No livro de Mateus 12:24, os fariseus fazem referência ao príncipe dos Demônios: “É somente por Belzebu, o príncipe dos demônios, que ele expulsa demônios”.

Quando Victor afirma que seguiu algumas inspirações bíblicas - para criar o figurino do “Príncipe do Mal”, na verdade ele deixou-se levar pela opinião da população religiosa de Fazenda Nova, principalmente por Diva Pacheco, que era católica. Fica a dúvida se realmente existem relatos bíblicos que mostrem o Demônio com chifres, tridente e rabo, estereótipo criado por pessoas ligadas à igreja, com a finalidade de assustar os fieis, em meados da Idade Média, e estas pessoas tiveram como inspirações os deuses das mitologias. Por essa razão, o “Príncipe do Mal”, a meu ver, buscou inspiração nas crendices populares oriundas das convenções e dos dogmas criados pelos mandatários do catolicismo na Idade Média. Dessa forma, esse figurino está relacionado à religiosidade criada pelos fiéis divulgadores do catolicismo ao longo dos anos, posteriormente sendo incorporadas pelos frequentadores das igrejas.



Figura 3 e 4 – Croqui para o figurino (1961) e o ator trajando o figurino do Demônio (1962), pela autora, 2014.

Para a estreia do espetáculo, em 1968, Victor e Plínio, começaram a pensar

os figurinos no ano de 1967, de acordo com relatos de Victor: “Plínio encontrava-se circunspecto em relação aos figurinos dos Demônios. Como colocar o Demônio em cena? Ele não é um corpo físico, mas sim uma coisa que não existe”. Roubine asseverava sobre estudos prévios do espetáculo: “As opções do encenador, suas escolhas estéticas e técnicas pressupõem que ele o tenha-se interrogado sobre aquilo que pretende mostrar, e sobre a maneira pela qual ele deseja que o espetáculo seja apreendido”. (1998, p. 119).

Plínio e o figurinista tiveram a ideia de fazer o que Victor denominou de “Demônio mimético”, ou seja, seria a força do mal que sairia das entranhas da natureza. Mimetismo era o mote de que Victor precisava para criar seus Demônios. Victor explica: “Depois de muitas pesquisas eu cheguei a essa conclusão”. Ele começou a fazer os primeiros estudos e esboços para os Demônios, e no próprio desenho, já fez algumas anotações, como: volume, mobilidade, pinturas na barra, relevo em pedras, de modo a anular a anatomia humana.

Quando entrevistei Victor Moreira, perguntei a ele a respeito da criação dos figurinos dos Demônios e ele ressaltou:

Os Demônios, para mim, sempre foram marcas muito fortes no contexto geral do espetáculo, porque no início, os Demônios da tentação de Cristo (sic) eles tinham uma força vinda das entranhas da terra ou das pedras. Como nós temos muitas pedras naqueles cenários, então eu bolei um mimetismo dos Demônios com as pedras, onde as roupas são pintadas nas cores das pedras, e antes que a tinta secasse, usei mica para dar brilho e textura de pedra. Acho eu que é isso que a plateia quer ver na cena. Ali é cena aberta, o ambiente não tem nada, é pedra, o tempo e a plateia. Como esconder aqueles Demônios de forma que eles dessem a ilusão de que foram descolados das pedras? Então eu desestruturei o físico, tirei a cabeça, escondi as mãos e os pés, a versão toda é movimento volumoso e coreografia, criando um balé com as pedras, executando movimentos assombrosos e fantasiosos, dando fluidez ao voo do Demônio para o infinito, fazendo com que a roupa deixe de ser pedra e, ao mesmo tempo, volte a sê-la, é a minha maior tentação.

No sermão da Montanha, o figurino dos Demônios apresenta uma textura mimética, quando o Demônio fica junto das pedras, pode ser confundido com as próprias pedras do cenário. A textura foi obtida com tintas látex, sobre o brim, criando-se efeito degradê, do cinza ao preto, com salpicados de mica: assim era o efeito petrificado nos figurinos dos Demônios, evidenciados com o efeito da iluminação e da lua cheia.

O resultado do que foi idealizado nos croquis e o que foi confeccionado pela equipe de costura foi satisfatório na ocasião. No entanto, a leveza existente nos croquis não foi encontrada nos figurinos, e esse fato incomodou-o. Os figurinos passavam a sensação de que eram pesados, amadores e fantasmagóricos. Não era o ideal para Victor, pois ele queria que sua ideia fosse aproveitada da melhor maneira possível, ou seja, com mais leveza. Outros fatores motivaram o desagrado do figurinista foram: brilho excessivo no figurino, atrapalhando a iluminação; as pernas, o pescoço e os sapatos do ator não poderiam ter aparecido.



Figuras 5 e 6 – Croquis da máscara e do figurino (1967) e Figura 7 - Atores trajando os figurinos (1968), pela autora, 2014.

Victor sentiu falta de algo mais em seus figurinos em cena, talvez algo que pudesse enriquecer mais a cena. Essa sua inquietação pode se aliar aos argumentos de Roubine quando ele ressalta:

Bastava que eles fossem, dentro de certa convenção, representativos ou evocativos de um tipo catalogado – imperador romano, nobre espanhol, camponês de Molière ou burguês de Balzac – ao qual o personagem pudesse ser grosso modo assimilado, para que todo o mundo ficasse satisfeito. (1998, p.146).

As mudanças se fizeram mais necessárias – a ideia era a mesma, o mimetismo. Mas era preciso buscar novas estéticas visuais e principalmente, novos materiais para a confecção dos figurinos.

Para o figurinista, uma das funções dos figurinos é comunicar-se com a plateia. O fato dos Demônios poderem tomar as formas que quiserem nos remete à transfiguração, por intermédio da mimese, quando os Demônios tomam as formas das pedras ou quando eles saíam da terra, podendo tomar qualquer forma: de anjo de luz (Coríntios 11:14), de serpente tentando Eva (Gênesis 3:4,5), de leão (Pedro 5:8), etc. Essas ideias de transfigurações do Demônio, se metamorfoseando era para enganar os cristãos, a Jesus e porque não a própria plateia.

Victor descreveu para o jornalista Jamildo Melo suas ideias: “Imaginamos uma figura alada, que não tinha cara, não tinha nada”. (2005, p. 151). Eles não tinham aparência com nada existente, exceto pedras. É o que se pode observar nas figuras abaixo:



Figuras 8 e 9 – Macacão do figurino, e ator vestindo a capa e máscara, pela autora, 2014.

Essas reflexões, a respeito de Victor com o raciocínio expressado por ele e seus figurinos dos Demônios, ele salienta sobre o Demônio do Horto:

Coloquei a roupa com cores terrosas, ele vem com cinza, bebe, mas, na terra tem musgo, então tem sequências de verdes na roupa; lá embaixo da terra tem metais, logo, tem sequências de cores metálicas na roupa. Ao sair da terra o Demônio é abortado para tentar Cristo. Ele sai da terra por um mini elevador, criado por Tibi (Otavio Castanho), a figura é enorme, ela cresce muito. Depois, na marcação, ele volta para a terra, no mesmo elevador, sendo sugado pela terra.

Nós humanos estamos à mercê das tentações do mundo, e isso para mim é o Demônio; logo, ele pode sair de qualquer lugar, da pedra, do chão e da cabeça da gente. Portanto, ali Jesus foi tentado, era o homem pedindo clemência a seu Pai: “Pai afasta de mim este cálice”. É uma agonia imensa, Ele pediu socorro ao Pai eterno, é uma coisa de uma grandiosidade faraônica, a gente não tem nem noção, quando eu comecei a pensar que eu iria resolver o problema do figurino: desestruturei o ser humano, não tinha cabeça, não tinha cara, não tinha nada, só a roupa, com volumes de coisas. Assim, deixando de lado a ideia de poder em cima de Cristo.

As imagens abaixo são do Cenário do Horto, a primeira figura é de um cômodo simples que fica por atrás do cenário, onde o ator que interpreta o Demônio entra, sobe no mini elevador, e sai na parte de cima por um “buraco”, entrando em cena como se brotasse da terra. A segunda figura mostra o “buraco”, que fica coberto com borracha da cor da terra, integrando-se à paisagem do cenário; e a terceira imagem é a abertura do fosso do mini elevador.



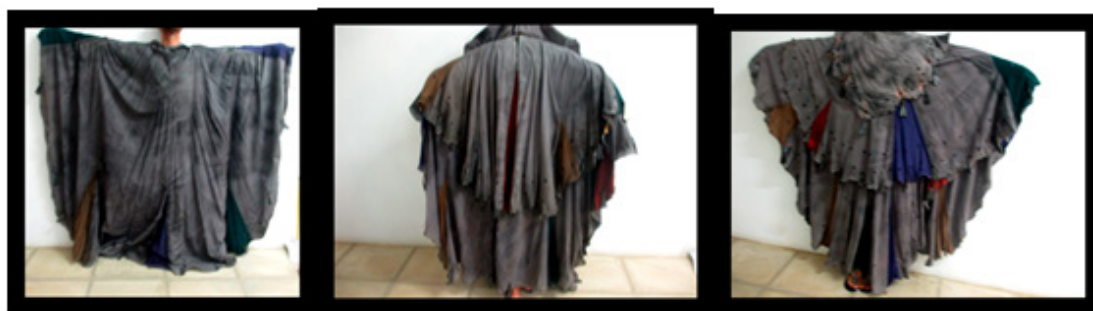
Figura 11, 12 e 13 – Cômado que esconde o mine elevador, cenário da tentação e local por onde o Demônio “brota” da terra, pela autora, 2014.

O figurino do Demônio do Horto é composto por cinco peças tinturadas em tons de cinza: primeiro um caftan grande, todo enesgado em cores diferentes; fechado nas extremidades laterais, escondendo as mãos e os braços do ator; a segunda é um caftan que vai até a altura dos joelhos, também enesgado e bordado com pedrarias, remetendo aos minerais existentes na terra; a terceira peça é uma pelerine, também bordada com pedrarias, uma calça comprida fechada nos pés e, por último, uma máscara, com aproximadamente setenta centímetros de altura, para dar a ilusão de grandiosidade, com adornos que remetem a figuras de serpentes. Essa máscara causou grande preocupação no artista, pois o ator que interpretaria o Demônio - não queria usar a máscara. Ele dizia que: “[...] ao cobrir a cabeça do intérprete, acabava tolhendo o ator [...] Victor pediu a outro ator que amarrasse a máscara em sua cabeça, plantasse bananeira, para confirmar que a máscara não atrapalharia a cena. Como a máscara não caiu, então eu ganhei a peleja. O problema é que os atores querem aparecer, mas Demônio não tem rosto.” (MELO, 2005, p. 151).

Para se usar esse figurino, são necessários muitos ensaios para adquirir habilidade com os passos, como se fosse um balé com passos cuidadosamente contados, pensados e ensaiados, para que não haja erros e acidentes. Figuras abaixo dos croquis e figurinos vestidos na sequência:



Figuras 13 e 14 – Croquis da máscara e do figurino do Demônio, pela autora, 2014.



Figuras 17, 18 e 19 – Caftan longa, caftan longa e curta e pelerine, todas as peças do figurino do Demônio, pela autora, 2014.

Victor afirmou que estes Demônios foram criados há mais de uma década. O resultado satisfatório justifica porque estes figurinos são usados até hoje. Estes figurinos representam obras de arte que assumem seu signo estético, reorganizando elementos de forma criativa e inovadora. As cores vibrantes e brilhantes, as formas simétricas contrastam com assimétricas, bufos e volumes significativos, que chamam atenção para elementos que reforçam as ideias simbólicas de Victor para a cena. Assim, os figurinos podem ser arte que sintetizam a imagem de uma personagem, buscando o propósito da forma que só existe no mundo físico da materialidade, onde a semântica⁵ justifica a comunicação da obra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao visitar o figurinista, durante nossa entrevista, ele abriu seu baú de memórias, antes guardadas e vista por poucos. Um arsenal que nem mesmo ele se lembrava da sua existência: documentos, croquis, fotografias, recortes de jornais e revistas e

⁵ Semântica – O estudo da relação de significação nos signos e da representação do sentido dos enunciados. (FERREIRA, 1999, p. 1832).

uma infinidade de memórias, que o acalentam e alimentam, estas observações nos leva às declarações de Ostrower sobre criatividade: “Os caminhos podem cristalizar-se e as vivências podem integrar-se em formas de comunicação, em ordenações concluídas, mas a criatividade como potência se refaz sempre. A produtividade do homem, em vez de se esgotar, liberando-se amplia-se.” (2013, p. 27). O fato de Victor, na maturidade de seus oitenta anos, ainda encontrar-se em plena atividade criativa e relatar-me todo o seu legado criado para Nova Jerusalém, me enriquecendo com detalhes que somente ele poderia me contar, revelando fatos curiosos sobre o teatro pernambucano. Remete-me à crítica de Ecléa Bosi: “[...] feliz o pesquisador que se pode amparar em testemunhos vivos e reconstruir comportamentos e sensibilidades de uma época!” (2003, p. 16).

A determinação e a “paixão” de Victor pelas artes levou-o a galgar, um dos projetos mais audaciosos da história do figurino brasileiro. Pode-se dizer que a arte de Victor Moreira é distinguida principalmente pela forma atual como ele a desenvolve, uma obra repleta de contemporaneidade e criatividade, sem perder a essência histórica. Victor priorizava antes de qualquer desenho a proposta da direção e o conforto dos atores para a livre interpretação.

No caso específico da Paixão de Cristo, a característica experimental da confecção de seus figurinos e cenários engajava ainda mais o grupo na execução das ideias desse visionário. Mesmo sendo um estilista voltado para classe alta, o amor a arte não o impediu de executar trabalhos para os teatros pernambucanos onde a falta de verba era pauta diária.

Deixou com pesar a montagem da Paixão de Cristo em 2004, Victor tem seu trabalho reconhecido pelos colegas que o acompanhou nesses 50 anos de dedicação ao projeto de Nova Jerusalém, junto com Plínio Pacheco, em 2010 ele retorna ao espetáculo, onde atua até hoje. No texto intitulado “Jesus”, Plínio deixa uma dedicatória para o amigo que presenteou o Brasil e o mundo com umas das mais inacreditáveis obras já vistas em espetáculos dessa magnitude, reconhecendo nele uma das pedras fundamentais que ajudou a sustentar todo o resto do “Sonho de Pedra”: “A Victor, lembrando que a realização deste texto foi resultado da sua insistência e ter acreditado que seria possível. Com toda a minha amizade, Plínio Pacheco – Nova Jerusalém – Julho 1967/1968”.

Victor Moreira, homem de muitos predicados, é inegável que seu talento nato o colocou no caminho das artes, ainda que outras necessidades tenham sido colocadas como prioridade ao longo da sua vida, era para arte que ele vivia e foi para ela que ele voltou e se redescobriu profissionalmente, criando seu trabalho mais reconhecido e memorável, que se perpetuou desde 1954 até os dias de hoje: O figurino da Paixão de Cristo de Nova Jerusalém.

REFERÊNCIAS

- ANAWALT, Patrice Rief. **A história mundial da roupa**. [tradução Anthony Cleaver e Julie Malzoni]. – São Paulo: Editora Senac, 2011.
- BAKHTINE, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais / Mikhail Bakhtin**; tradução de Yara Frateschi Vieira – São Paulo: Hucitec, 2013.
- BARTHES, Roland. **Conferência realizada para Les Amis du Théâtre Populaire - 8 de maio de 1954, em Paris, e no dia 11 de fevereiro de 1955, em Amiens**. Revista Cadernos de Teatro, nº 31, jul./ago./set. 1965, edição já esgotada.
- BÍBLIA SAGRADA contendo O VELHO E O NOVO TESTAMENTO**. Tradução para português por João Ferreira de Almeida. Sociedade Bíblica do Brasil. Brasília: 1969.
- BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembrança de velhos**. São Paulo: T. A. Editor, 1997.
- DUARTE, Rodrigo e FIGUEREDO, Virgínia (Org.) **Mímeses e expressão**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.
- Köhler, Carl. **História do vestuário**. 2ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LEVENTON, Melissa (org.). **História Ilustrada do Vestuário: Um estudo da indumentária, do Egito antigo ao final do século XIX**. São Paulo: Publifolha, 2009.
- MACHADO, Regina Coeli Vieira. **Bajado**. 2009. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar>>. Acesso em: 22 mai. 2013.
- MELO, Jamildo. **A Paixão de Plínio**. Recife: Bagaço, 2005.
- MUNIZ, Rosane. **Vestindo os Nus: O figurino em cena**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2004.
- NERY, Marie Louise. **A Evolução da Indumentária: subsídios para criação de figurino**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2007.
- NETO, Antônio Lopes. **Victor Moreira: O Percurso de um Criador**. ouvirOUver. Uberlândia, v.3, p. 171-182, 2007.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 28ª ed. – Petrópolis, Vozes, 2013.
- PAVIS, Patrice. **Dicionário de Teatro**. Tradução de J. Guinsburg e Maria Lúcia Pereira. 1ª edição. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- REIS, Carlos. **Meio Século de Paixão**. Recife: Comunigraf, 2002.
- ROCHA, Rosane Muniz. **A trajetória de Gianni Ratto na indumentária. 2008**. Dissertação (Mestrado em Teoria e Prática do Teatro) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27156/tde-13052009-161645/>>. Acesso em: 2013-12-18.
- ROUBINE, Jean Jacques. **A Linguagem da Encenação Teatral, 1880-1980**; tradução e apresentação Yan Michalski. 2ª ed. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- _____. **Introdução às grandes teorias do teatro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- VIANA, Fausto. **O Figurino Teatral e as Renovações do Século XX**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

VIANA, Fausto e MUNIZ, Rosane (orgs). **Diário de Pesquisadores: Traje de Cena**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

PACHECO, P. [Carta] 19 jun. 1966, Nova Jerusalém [para] MOREIRA, V., São Paulo. 4f. Troca de informações sobre a construção da cidade-teatro Nova Jerusalém e os figurinos do espetáculo.

PACHECO, P. [Carta] 16 fev. 1967, Nova Jerusalém [para] MOREIRA, V., São Paulo. 3f. Troca de informações sobre a construção da cidade-teatro Nova Jerusalém e os figurinos do espetáculo.

Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Satan%C3%A1s>> Acesso em 21 de janeiro de 2014.

Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tridente>> Acesso em 21 de janeiro de 2014.

Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Asmoneus>> Acesso em 21 de janeiro de 2014.

Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mitologia_grega> Acesso em 18 de junho de 2014.

Entrevista concedida por Victor Moreira, em sua residência no Recife, em 30 de maio de 2013

MADemoiselle Nouvelle Vague: O Empoderamento Feminino por meio do Figurino

Morena Panciarelli

Mestranda em Comunicação, Arte e Cultura pela
Universidade do Minho Braga, Portugal

RESUMO: A Nouvelle Vague foi um movimento cinematográfico iniciado durante a metade do século XX, na França, que tinha como finalidade o desenvolvimento de um cinema menos comercial e mais autoral, em paralelo ao declínio Hollywoodiano, posterior a Segunda Guerra Mundial. Esta onda artística apresentou uma nova concepção feminina: uma mulher moderna e independente em um período rigidamente patriarcal, mas com muitas transformações econômicas, sociais, políticas e culturais. O objetivo deste artigo é destacar o figurino usado pela personagem Patrícia (Jean Seberg) em *Acosado*, de Jean-Luc Godard, um dos filmes mais relevantes desta inquietação cultural. A metodologia utilizada para compreender a importância, influência e a transfiguração que as roupas conseguiram proporcionar e comunicar naquele meio social (e que acabam refletindo nos guarda-roupas femininos até os dias de hoje) é de caráter qualitativo, com pesquisa exploratória bibliográfica e observação empírica no decurso de comparações dos figurinos do filme com a indumentária pós-moderna.

PALAVRAS-CHAVE: Nouvelle Vague. Figurino. Feminismo.

ABSTRACT: The New Wave was a cinematographic movement began during the middle of the twentieth century in France, whose purpose was the development of a less commercial and more authorial cinema, parallel to the Hollywood decline after World War II. This artistic wave presented a new feminine conception: a modern and independent woman in a rigidly patriarchal period, but with many economic, social, political and cultural transformations. The purpose of this article is to highlight the costumes used by the character Patricia (Jean Seberg) in Jean-Luc Godard's "Acosado", one of the most relevant films of this cultural unrest. The methodology used to understand the importance, influence, and transfiguration that clothes have been able to provide and communicate in that social environment (and which end up being reflected in women's wardrobes to this day) is qualitative, with exploratory bibliographical research and empirical observation in the course of comparisons of the costumes of the film with the postmodern dress.

KEYWORDS: Nouvelle Vague. Costume. Feminism

1 | INTRODUÇÃO

A presente análise dedica-se ao movimento cinematográfico que surgiu na França entre as décadas de 1950 e 1960 ficando conhecido como *Nouvelle Vague*, ou a Nova Onda, em português, e que modificou o curso da história do cinema mundial. Os cineastas mais relevantes e consagrados desta geração foram Jean-Luc Godard, François Truffaut, Alain Resnais, Claude Chabrol, Eric Rohmer e Agnès Varda, sendo o primeiro responsável por *Acoissado* (*À bout de souffle* – 1960). Ele ainda é, cerca de cinquenta anos após 1960, um diretor de referência do cinema contemporâneo. Este filme será discutido ao longo deste artigo por trazer uma heroína livre, com a quebra da narrativa patriarcal que ocorria no cinema da época e da submissão feminina na sociedade vigente. O figurino, pensado como auxiliar de narrativa, induz a compreensão do espectador quanto a localização temporal, valores e transgressões da personagem.

2 | NOUVELLE VAGUE

Inspirados pelo neorealismo italiano e *film noir*, a *Nouvelle Vague* foi um fenômeno cinematográfico, crítico e estético, iniciado na metade do século passado com o intuito de promover novas experimentações dramáticas. “Um movimento que galvanizou e recuperou o cinema mundial de uma certa apatia, e o fez com o apoio de espectadores engajados na novidade que o movimento representou” (MASCARELLO, 2006, p. 222). Entre 1945 e 1954, diversas manifestações políticas, econômicas e culturais foram fomentadas pela disseminação do anticomunismo na sociedade ocidental durante o pós-guerra (VALIM, 2006, p. 197). Com a censura e a caça aos comunistas, dissolveu-se a Hollywood liberal de visão crítica da nação americana, tornando-se um panorama desconectado de seu tempo. Os anos de ouro dos estúdios Hollywoodianos haviam ficado para trás. A partir de 1947, críticos franceses começaram a apresentar uma complexa relação entre tradição e ruptura, desgastada com o cinema clássico, por causa da típica moralidade tradicionalista apresentada nos filmes. André Bazin, idealizador da revista *Cahiers du Cinéma*, foi um dos precursores mais influentes na análise, dentro dos cineclubes franceses (onde ele apostava ser como uma escola), afirmando as potencialidades do cinema como meio de educação da população. Ele afirmava o cinema como forma democrática e contemporânea de formação das massas.

(...) Godard e Truffaut eram adolescentes descobrindo nas cavernas e nas estreitas escadas das salas de cinema parisienses um tipo da militância apaixonada pelo cinema. A essa militância, a essa educação sentimental, convencionou-se chamar cinefilia. Nesse ambiente, parte da mitologia do cinema, transita o carismático crítico de cinema André Bazin, responsável por um agitado cineclubes e por uma série de artigos que são capítulos decisivos da teoria cinematográfica. Ler a fase crítica da *Nouvelle Vague* (de 1947 a 1959) é tão importante quanto ver os filmes (de 1959 a 1968). (MASCARELLO, 2006, p. 226).

Ainda em Mascarello (2006), existem evidências em seu livro sobre Bazin ter adotado intelectualmente Truffaut, e conseqüentemente, toda geração de jovens cineastas, conduzindo-os a despertar críticas e posteriormente a livre criação de seus filmes. “O que faz a originalidade dessa cinefilia é o discurso crítico que a acompanha” aponta o historiador francês Antoine de Baecque (1991, p. 35). Bazin era aberto ao diálogo com a velha guarda comunista e com a vanguarda estética do cinema dos jovens da geração crítica de Godard e Truffaut. Nouvelle Vague, um movimento que, apesar de sua vocação intelectual, não vinha sendo apoiado por instituições culturais ou acadêmicas (MASCARELLO, 2006, p. 231).

Esta fase de críticas estimulava a idealização de um cinema realista, jovial, que alcançasse as ruas e saísse de dentro dos estúdios, permitindo liberdade interpretativa aos espectadores e um olhar pessoal do diretor. Nasce assim o “cinema de autor”. Este termo recria uma reflexão em torno do processo de produção fílmica: para os diretores o filme se assemelha com quem o produz, indicando uma expressão pessoal, assim como uma obra de arte. „Trata-se, aqui, de uma exceção célebre, provavelmente o texto crítico a empreender a mais vigorosa ruptura na história de uma arte” (BAECQUE, 2010, p.161). Neste contexto, a frase “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça” se faz concreta.

A passagem da crítica à produção cinematográfica não foi brusca. “A Nouvelle Vague, como tal, só adquiriu seu estatuto midiático no curso da temporada cinematográfica 1958-59” (MARIE, 1997, p.173).

Influenciados por Alfred Hitchcock, os cineastas invadiram as telas do cinema francês, com autenticidade de estilo, surpreendendo a todos. O Festival de Cannes de 1959 foi tomado pelos, antes críticos de cinema no Cahiers du Cinéma e, agora, cineastas premiados pelas novas técnicas dos olhares aplicadas pelos diretores e filmagens que saíram dos estúdios ganhando as ruas parisienses.

“O argumento de Truffaut contra as adaptações consistia em afirmar que os diretores do cinema de qualidade se tornavam meros funcionários dos roteiristas, vítimas da ditadura da dramaturgia, verificando aí uma atitude protocolar e subserviente diante do potencial do estilo. Para a geração da Nouvelle Vague, é a mise-en-scène a grande expressão, o espaço da autenticidade, o espaço dos autores”. (MASCARELLO, 2006, p. 236).

Foi aberto o caminho para os longas-metragens. Naquele ano, Truffaut lançou em Cannes seu primeiro longa e se consagrou como revelação do festival. Durante o evento, Godard conseguiu um produtor para fazer seu primeiro filme. As produções viriam com um baixíssimo custo de gravação.

3 | ACOSSADO - 1960

O primeiro longa-metragem de Jean-Luc Godard foi rodado ainda em 1959, com estreia em 1960. O filme tem como personagem principal Michel Poiccard, interpretado

por Jean-Paul Belmondo, um homem que rouba um carro em Marselha e, na fuga para Paris, acaba assassinando um policial e sendo procurado por investigadores. Na capital da França ele reencontra Patrícia Franchini, interpretada por Jean Seberg, uma estudante norteamericana que anseia se tornar jornalista. Apaixonado por ela, ele tenta convencê-la a fugir para a Itália, enquanto foge dos policiais que o perseguem. Patrícia o trai denunciando-o às autoridades e Michel morre numa fuga por uma rua repleta de pessoas em Paris.

Acossado recebeu os prêmios de melhor diretor e melhor filme nos festivais de cinema europeus. O cineasta recebeu críticas muito positivas da academia oposicionista à Hollywood, as quais afirmavam ter originalidade e autenticidade em suas obras, características que eram essências para os modernistas da época. Por meio das câmeras o olhar de Godard colaborava com desenvolvimento dos personagens: *jump-cuts* (um corte que quebra a continuidade do tempo pulando de uma parte da ação para outra que é obviamente separada da primeira por um intervalo de tempo, criado por Jean-Luc Godard), *close-up*, a câmera na mão e os movimentos rápidos, a fragmentação, contribuem para todo o contexto ágil do filme.

O diferencial deste filme é a encenação arrojada, desde as filmagens e o roteiro até a direção dos atores. “O filme é inteiramente editado de maneira fragmentada, ressaltando os cortes, tornando-os sensíveis ao espectador” (MASCARELO, 2006. p. 242). O longametrage tem uma perspectiva de reportagem, com uma fotografia seca, garantindo folego à narrativa nas ruas parisienses.

Carro-chefe da revolução estética da Nouvelle Vague, Acossado é a possibilidade de resistência poética e política a uma americanização e um consumismo crescente na Paris de 1959 (MASCARELO, 2006. p. 244).

4 | REPRESENTAÇÃO DO FEMININO

Este filme trouxe uma revolução nas concepções de protagonistas heroicos para os espectadores da época. Michel Poiccard é um bandido procurado pela polícia e Patrícia Franchisi se expressa como uma jovem liberal, com cabelos curtos e adepta de minissaias (o boom das minissaias viria apenas quatro anos mais tarde com a disputa pela autoria de André Courreges com Mary Quant). É o poder da beleza esperta, suave e quase infantil de Jean Seberg. Segundo Robert Stam, grande teórico do cinema atual:

“O masculino é instituído em sujeito ativo da narrativa e o feminino em objeto passivo de um olhar espectral definido como masculino. O homem é condutor do veículo narrativo, sendo a mulher seu passageiro. O prazer visual no cinema reproduzia assim uma estrutura em que o masculino olhava e o feminino era olhado, uma estrutura binária que espelhava as relações assimétricas de poder operantes no mundo social real. Às espectadoras femininas não era reservada outra escolha senão a de identificar-se ou com o protagonista masculino ativo, ou com a antagonista feminina passiva e vitimizada” (STAM, 2003, p.196-197).

Portanto, existe esta construção em busca da libertação do feminino com personalidade, sem explorar a sexualidade ou a maternidade. Assim, como Catherine de Jules et Jim de Truffaut, Patrícia se mostra uma mulher independente, livre em busca de sua trajetória profissional como jornalista e sem preocupações com regras sociais. Uma imagem renovada do personagem feminino no cinema, ressaltando sua emancipação sexual. Patrícia é uma mulher dessa geração e Godard constata, à época da declaração de Truffaut, que o cinema francês estava “uma guerra atrasado” do restante do mundo (GODARD, 1969, p. 51).

5 | FIGURINO AUXILIANDO A NARRATIVA

A virada das décadas de 1950 e 60 representou o momento em que os jovens de todo o mundo ganharam voz real dentro da sociedade. E o filme de Godard representou, principalmente nos aspectos técnicos, a chegada dessa juventude ao cinema. O figurino de *Acosado* não tem um figurinista oficial e a utilização de acervos pessoais é recorrente. A primeira cena em que Michel encontra Patrícia, ela está vendendo jornais *The Herald Tribune* – New York, vestindo como uniforme uma camiseta do jornal e calça cigarette preta.



Figura 01 – Cena do filme *Acosado*.

Fonte: <https://pinterest.com>

Org: A autora.

Com a emancipação trazida pelo fim da Segunda Guerra Mundial, as mulheres cada vez mais influenciadas pelo cinema, agora usavam, além das saias rodadas,

calças cigarrete até os tornozelos, sapatos baixos e suéter. Ao som do *rock and roll*, a nova música que surgia nos anos 1950, a juventude norte-americana buscava sua própria tendência.

Patrícia de Godard, uma estadunidense, caminha com sua calça numa Paris abarrotada de saias midi, revelando ainda alguns olhares de homens e mulheres avessos à moda, ao longo das cenas. No contexto da época – pós-Segunda Guerra Mundial e início da Guerra Fria– a mulher europeia era vista como antiquada, enquanto a norte-americana, liberal.

A antagonista de *Acessado* alimenta o papel da mulher moderna, que consome. Durante uma conversa com Michel, afirma desejar um vestido Christian Dior para realizar sua primeira entrevista como jornalista profissional em uma encenação livre, mostrando ainda uma forte influência dos anos 1950.



Figura 02 – Cena do filme *Acessado*

Fonte: <https://pinterest.com>

Org: A autora.



Figura 03 – Imagem do Pinterest.

Fonte: <https://pinterest.com>

Org: A autora.



Figura 04 – Cena do filme Acosado.

Fonte: <https://pinterest.com>

Org: A autora.



Figura 05 – Imagem do Pinterest.

Fonte: <https://pinterest.com>

Org: A autora.

Este figurino, em especial, torna-se atemporal e inspirador, tornando-se muito usual nos dias de hoje (sem grandes releituras, continua fiel ao que é visto no filme mesmo 56 anos depois).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Nouvelle Vague nasce da crítica e do enaltecimento ao cinema clássico norte americano com a cultura do pós-guerra na Europa. Dividido em duas fases: 1947 a 1959 jovens franceses se entregam a construir contestações e inovações para novos formatos de longa-metragem. Já no segundo momento, de 1959 a 1986, é dado vida às análises anteriores e verdadeiros potenciais artísticos do cotidiano conquistam os espectadores e a crítica.

Este estilo cinematográfico deixou seguidores ao redor do mundo como o Nuevo Cine latino-americano, o Cinema Novo brasileiro e português que absorveram a linguagem do estilo na criação dos filmes. Por aqui, a Nouvelle Vague mudou os rumos de produção fílmica em nosso país.

A herança da Nova Onda transcendeu o cinema. Alçou voos maiores e tornou o que estava desgastado em jovem, propôs uma igualdade de gêneros em uma época que a disparidade dos sexos era gigantesca, mostrou uma sexualidade livre para as mulheres e immortalizou um figurino simples. Muitas portas começam a ser abertas com o estabelecimento de uma cultura juvenil, com novas possibilidades de pensar o corpo em relação à indumentária como canal de comunicação, inseridas nas transformações sociais que nos rodeiam.

REFERÊNCIAS

ALMANAQUE da Folha. **Anos 50: A época da feminilidade**. In: Almanaque da Folha, 2005. São Paulo. <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>. Acesso em 16 de maio, 2015.

BAECQUE, Antoine De. **Cinefilia: a invenção do olhar**. Tradução: André Telles. São Paulo: Cosacnaify, 2010.

FALA Cultura, **O que é... Film Noir**. In: Fala Cultura, 2015. Disponível em: <<http://falacultura.com/film-noir/>>. Acesso em: 12 de maio. 2015.

GODARD, Jean-Luc. **Jean-Luc Godard por Jean-Luc Godard**. Barcelona: Barral, 1969.

MARIE, Michel. **La Nouvelle Vague, une école artistique**. Tradução: Luiz Guilherme Rangei Santos. Paris: Nathan Cinema, coll. 128. 1997.

MASCARELLI, Fernando. **História do cinema mundial**. Campinas: Papyrus Editora, 2006.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papyrus Editora, 2000.

VALIM, Alexandre Busko. **Diálogos**. Revista do Departamento de História 2006, 10, DHI/PPH/UEM, v. 10, n. 1, p. 195-220, 2006.

TRAJE DE CENA: A POESIA VISUAL DA LOUCURA COMO PERSPECTIVA CRIATIVA CÊNICA

Surama Sulamita Rodrigues de Lemos

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Natal – RN

Nara Graça Salles

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Natal – RN

RESUMO: Se trata de uma investigação-ação do processo criativo que é desenvolvido junto aos figurinos da instauração cênica “Portal” a partir da prática do upcycling, de autoria da coligação Cruor Arte Contemporânea, somado ao Hospital Psiquiátrico João Machado trazendo a estética da loucura. Mergulhado em referências femininas através da estética de Frida Kahlo e das personagens das narrativas de Pedro Almodóvar.

PALAVRAS-CHAVE: Figurino; processo criativo; upcycling; Cruor Arte Contemporânea.

ABSTRACT: This is an action research of the creative process that is developed together with the costumes of the scenic installation “Portal” from the practice of upcycling, authored by the Cruor Contemporary Art Coalition, added to the Psychiatric Hospital João Machado bringing the aesthetics of madness. Dipped in feminine references through the aesthetics of Frida Kahlo and the characters of the narratives of Pedro

Almodóvar.

KEYWORDS: Costume; creative process; upcycling; Contemporary Art Cruor.

1 | INTRODUÇÃO

Este artigo de natureza artística investigativa aborda o processo de criação vivenciado pela coligação Cruor Arte Contemporânea junto ao Hospital Psiquiátrico João Machado localizado na cidade do Natal no Estado do Rio Grande do Norte – RN, com a criação de várias instaurações cênicas que formam a encenação intitulada “(Lou)cure-se”, em consonância com os pacientes e com o psicólogo Josadaque Pires mediador dos encontros e co-criador desse projeto junto ao Cruor.

Esta escrita tem o objetivo de apresentar como se configura um processo criativo destinado à construção de trajes de cena da instauração cênica “Portal”, que tem como principal referência a loucura e sua poética, além de ser um processo atrelado ao universo feminino e suas ressonâncias.

Por se tratar de uma pesquisa de mestrado, escolho escrever na primeira pessoa devido ao fato de investigar minha própria ação enquanto figurinista e instauradora¹, sendo assim

mantenho a relação investigador-investigado como condição para o desenvolvimento desta pesquisa, enfatizando a questão da interação entre o sujeito e seu objeto de pesquisa, tendo em vista essa relação, diante desta minha ação enquanto artista-pesquisadora, se faz necessário a utilização do aporte metodológico da investigação-ação, que segundo Florentino (2012, p. 134) “é aquele indicado quando o pesquisador quer conhecer uma determinada realidade, mas, sobretudo, quer intervir, participando como co-investigador em todas as etapas do processo da pesquisa.”

A partir deste viés de imergir no meu próprio objeto de estudo e a partir também da vivência de criação colaborativa dentro da coligação Cruor Arte Contemporânea, percebo ser ideal esse aporte metodológico que é a Pesquisa-ação, entendida como um tipo de investigação-ação considerada participativa. Sendo assim, entendo que a

Pesquisa-ação é uma forma de investigação baseada em uma autorreflexão coletiva empreendida pelos participantes de um grupo social de maneira a melhorar a racionalidade e a justiça de suas próprias práticas sociais e educacionais, como também o seu entendimento dessas práticas e de situações onde essas práticas acontecem. (KEMMIS e MC TAGGART, 1988, apud Elia e Sampaio, 2001, p.248).

A pesquisa-ação atua como uma potencialização de autoconhecimento, tendo em vista que durante a realização dessa pesquisa me proporcionou um autoconhecimento enquanto artista, mas também enquanto pesquisadora, é uma prática reflexiva sobre a minha ação. Sendo assim, essa metodologia visa compreender e também intervir na situação, com o objetivo de transformar, de modificar. Dentro desta premissa ao usar essa metodologia eu investigo e compreendo toda a prática envolvida no Cruor, de intervir e transformar essa prática utilizando novas ferramentas como ações ligadas ao *upcycling*. Essa técnica a princípio norteia o procedimento de reutilização de algo que seria descartado como lixo e que é transformado para um novo uso. Adotar essa prática se faz necessária tanto partindo do lado sustentável como também favorecendo o lado financeiro do grupo que não dispõe de verba para investir em materialidades para a construção de figurinos.

Upcycling é o termo dentro do mundo fashion, cuja designação compreende ações que proporcionam mudanças em peças do vestuário, a partir de roupas e também de acessórios, prioritariamente em pequena escala, possibilitando o reaproveitamento da matéria que teria como destino o abandono e conseqüentemente como caminho final o lixo. Pois, é sabido que a indústria têxtil é uma das que mais contribui com a poluição do nosso planeta. Sendo assim, a prática do *upcycling* transforma positivamente esse ciclo do possuir, usar e jogar “fora”, cujo objetivo é diminuir o impacto negativo no meio ambiente, visto que não existe esse “fora” para as coisas serem despejadas, então a prática proporcionada pelo *upcycling* possibilita muitos benefícios no que diz respeito ao vestuário, pois

1 Sujeito criador e/ou atuante de uma instauração cênica

O conceito *upcycling* é outra possibilidade de aplicação da sustentabilidade na moda pela qual as peças de vestuário são reparadas ou reutilizadas, pois se baseia em peças de roupas que iriam para o descarte. Técnicas desenvolvidas por um designer como remodelar, costurar e recortar, agregam valor e possibilitam uma nova vida útil para uma peça antes vista como não reutilizável. (SCHULTE; LOPES, 2013, p. 204)

No caso desta pesquisa especificamente, se trata do profissional que além de ser designer é também figurinista, como é o caso dos membros do núcleo de figurino. Essa investigação enveredou todo o núcleo a repensar sobre as próprias ações enquanto profissionais da área e refletir e perceber que se trata de uma prática já utilizada dentro da trajetória do Cruor Arte Contemporânea e suas produções cênicas.

Partindo dessa premissa e adotando este conceito as vestimentas podem ser frequentemente modificadas visando um produto novo a cada apresentação do grupo, que já adota ações desse tipo por causa de vários fatores, entre eles e um dos principais o fator financeiro. É de conhecimento geral que a maioria de indivíduos e/ou grupos que trabalham com arte, principalmente dentro da universidade, dependendo dela, não pode contar com recursos financeiros suficientes para cada produção artística, isto é fato, vivenciado por nós estudantes, logo, uma alternativa que se mostra eficaz é a prática do *upcycling*, pois já que o grupo não dispõe de investimentos financeiros necessários, o *upcycling* potencializa as transformações dando forma a novas ideias, isto é, a novas maneiras de ver e vestir um traje de cena, que além de renovado a cada produção cênica, também contribui para a ampliação do ciclo do vestuário, evitando seu descarte, ou seja, evitando que vire lixo, isto é, criando uma parceria sustentável.

2 | PROCESSO DE CRIAÇÃO

O traje de cena inicial da instauração cênica “Portal” se configurou durante o processo criativo onde resolvi utilizar o uniforme das próprias pacientes do hospital da ala feminina, que por sinal, é a ala mais precária, mais “invisível”, a que tem odores mais desagradáveis, a mais abandonada, a que tem ratazanas enormes, a que tem mais gritos, enfim, a mais impactante, porém, apesar de todos esses fatores, não deixa de ser poética. Essa foi uma observação unânime dentro do grupo durante a vivência artística no Hospital e que conseqüentemente contribuiu para o processo de criação de uma das minhas personas que utiliza esse uniforme como traje de cena. O uniforme que já pertenceu a algumas pacientes e que por sua vez carrega energias dessas pessoas e do local, e que reverbera potencializando minha criação artística. A seguir a exemplificação do figurino vestido pela minha persona:



Figura 1: O traje de cena no corpo da figurinista e instauradora Surama Rodrigues.

Fonte: Fotografias de Caroline Macedo

Essa persona surgiu a partir da idealização da cena “Quarto” que vem logo após a cena “Chaves” de Jéssica Cerejeira, que me convidou para criarmos a cena juntas. Depois da criação da cena, durante o processo surgiu a ideia da utilização do uniforme da ala feminina como traje de cena. Além do uniforme, pensei em agregar outros elementos como ataduras nas articulações como punho e tornozelo, pois percebi que é algo recorrente entre os internos do hospital.

Esse é um tipo de traje que requer um pouco mais de cuidado, pois como o hospital é grande, eu poderia acabar sendo confundida com uma paciente interna, o que ocorreu em relação ao público que ficou intrigado, e assim vários espectadores em seus relatos disseram ficar em dúvida se eu era paciente do hospital ou não. Todavia esse traje em si já é carregado de simbologia, de significados que potencializam a ação durante a cena. Posso dizer por mim que ao vestir esse traje me senti mesmo no corpo e na alma como uma paciente do Hospital João Machado.

Nessas imagens retratadas ainda na figura 1 percebe-se algo em torno do pescoço, isso se deve ao fato de existir um outro traje de cena por baixo que será apresentado em seguida, num outro espaço e numa outra configuração. Se trata da cena “Portal”, pensada e executada por mim, com a participação de Andreza Paulino criando a sonoridade ao vivo durante a cena e a participação de uma paciente sendo meu duplo apresentado na imagem a seguir:



Figura 2: Cena “Portal” da instauração “Loucure-se”, com as instauradoras Ruthlyne e Surama Rodrigues. Uma referência a obra “As Duas Fridas”.

Fonte: Fotografia por Caroline Macedo

“Portal” é uma cena pensada sobretudo no universo das dores femininas muito presentes por sinal dentro do hospital. Essas mesmas dores vividas por outras mulheres que cruzaram meu caminho, inclusive aquelas várias que vivem dentro de mim, se conectando com o mundo das narrativas “almodovianas” que costumam abordar um olhar significativo sobre o universo feminino e suas personagens marcantes, além de apresentar temáticas fortes, pulsantes, por vezes até controversas, somado também ao universo visceral da artista plástica mexicana Frida Kahlo e sua vida e obra cheia de dores, cores e sabores, logo, essa cena especificamente da figura 2 é referência direta à obra “Las dos Fridas” de 1939.

Durante o processo de criação me deparei com uma diversidade de influências, a primeira delas é que eu teria que abordar a temática feminina, visto que sou uma mulher e passo diariamente pelo dilema da “dor e delícia” de ser uma, além do fato da ala feminina do hospital ter me perturbado bastante. Depois disso me deparei com dois casos de suicídio com mulheres próximas a mim, o que me angustiou e contribuiu para o processo de criação da minha cena, um caso desse foi com uma prima minha de 14 anos que se enforcou, por isso os detalhes das amarras com atadura construindo o traje usado por mim. O outro caso foi com uma aluna minha do curso de moda, muito estimada por mim, que estava em tratamento devido à problemas psíquicos, entretanto não suportou e cometeu suicídio tomando muitos comprimidos, isso reverberou na cor escolhida para o meu traje, já que seu nome era Clara. Por isso inicialmente decidi que a cor do traje de cena utilizado por mim teria tons claros, com nuances transparentes, até chegar no branco que é a cor predominante dos profissionais da área de saúde, sendo assim se configurou a cor que compõe todo o traje de cena que visto.

O processo de criação do traje de cena da minha persona em “Portal” começou a ser construído pela saia de tule. Aproveitei e transformei a partir da prática do upcycling, um resto de tule que tinha guardado da época em que eu fazia ballet clássico que servia de forro para criar volume e que a qualquer faxina poderia ir parar no lixo, porém isso não aconteceu devido ao fato de ser reutilizado e ganhado um novo uso como propõe o conceito de upcycling. Então durante o processo fui unindo pedaços do tule e pedaços de um tecido de organza que também estava esquecido no armário junto à figurinos antigos usados por mim, assim iniciou-se o processo de criação a partir de uma saia longa que não seria mais forro e sim uma das peças principais do traje de cena da instauração “Portal”:



Figura 3: A figurinista-instauradora Surama Rodrigues em ação no processo de criação do traje da cena “Portal”.

Fonte: Acervo pessoal

A saia de tule é dotada de fendas para favorecer a movimentação nos momentos das partituras coreográficas, então por baixo dela era usado um short de lycra na cor nude para se camuflar à pele. A ideia da modelagem da peça saia foi escolhida também pelo fato de ser uma vestimenta quase que restrita ao guarda-roupa feminino desde os primórdios da humanidade, que faz ligação total com o tema abordado em cena, todavia por ser também a peça de roupa mais utilizada pela Frida Kahlo, em sua vida que era retratada em suas pinturas, por ser também essa representação feminina visceral é uma das principais referências estéticas para essa cena especificamente, cuja influência também reverberou no top, na peça de vestimenta da parte de cima, a partir da obra “La columna rota” de 1944, da mesma artista:



Figura 4: Obra de arte de Frida Kahlo “La columna rota” de 1944.

Fonte: Site FFW

Essa obra foi a grande influência para o traje de cena, contudo, sofrendo adaptações, pois não seria viável usar a nudez com os seios de fora dentro de um ambiente como um hospital psiquiátrico. No entanto, obedecendo as tiras brancas, que em vez de serem alças, contornam o pescoço, fazendo a ponte com o enforcamento, com o sufocamento, pois quando prende o pescoço não conseguimos respirar ou falar ou gritar, enfim, perdemos força, ou seja, a faixa no pescoço dialoga com as amarras

concretas e/ou abstratas, como pode ser percebido na imagem abaixo:



Figura 5: Montagem de fotografias ilustrando a frente e as costas do top que complementa o traje da cena “Portal” no corpo da instauradora Surama Rodrigues.

Fonte: Fotografias de Caroline Macedo

O top traz faixas brancas resultantes da referência já citada, porém em sua modelagem forma-se uma espécie de cruz, o que é proposital levando em conta todo o significado que esse símbolo carrega, inclusive dentro do próprio hospital, cuja entrada tem uma capela com símbolos da religião cristã, entre eles a cruz, pois a religiosidade funciona como uma válvula de escape para a grande maioria dos pacientes ali internos. Vários entoam cânticos religiosos, ou rezas e orações, inclusive em algumas das apresentações durante a minha cena vários pacientes já interviram orando em direção à minha persona, cantando músicas de igreja, entre outras ações religiosas. É onde buscam conforto, esperança, enfim, uma fuga daquele mundo hostil em que vivem. Por isso muitos se referiam à minha persona como um anjo, figura presente na religião cristã, outros como uma noiva prestes a entrar na igreja, também fazendo menção à religião cristã, ou como outra divindade, a mulher, a mãe, a grande-mãe (como na religião da civilização cretense), a Deusa.

Além do top e da saia como peças relevantes do traje de cena, outro elemento merece destaque, que foi inserido a partir das observações feitas por mim. Durante a residência artística um interno chamado Hélio se aproximou muito de mim criando um grande afeto, sempre querendo ficar perto de mim, fazer atividades comigo, então comecei a perceber seus trejeitos, que inclusive foram inseridos à minha maneira, nas minhas partituras corporais, mas o foco principal se deu a um elemento que ele sempre usava: ataduras que enfaixavam seus tornozelos amarrando até os pés. Depois de reparar isso nele comecei a notar que outras pessoas também usavam principalmente na região do pulso, isto é, pacientes que tentaram cortar os pulsos ou algo do tipo, e mais outra vez percebi em outra paciente usando na cabeça, pois em períodos de crise ela batia com bastante força a cabeça na parede até abrir uma ferida, contudo, para que ela não continuasse com esse comportamento era necessário amarrá-la na cama, e essas amarras também eram feitas com as faixas de ataduras.

Ao meu ver a atadura, a gase, enfim, essas faixas são elementos substanciais dentro do meu processo criativo que me impulsionou para acrescentá-las ao traje de cena, cujo uso se faz em partes do corpo tais quais tornozelos e pé, e punho/pulso e um pouco da mão, na tentativa de reproduzir em cena todos esses fatos observados por mim, apresentado na imagem abaixo:



Figura 6: Fotografia da instauração cênica “Portal” com a figurinista e instauradora Surama Rodrigues.

Fonte: Fotografias de Sofia Ohanna

O curioso é que na maioria das apresentações algum espectador vinha desamarrá-las e tirá-las do meu corpo, minha interpretação desse gesto partindo deles era como se estivessem me libertando de algo que me faz mal. Durante o processo de criação tive acesso a gases que iriam para o lixo por falta de uso, então minha mãe Suzana Rodrigues, que é enfermeira disponibilizou-as para mim para que eu pudesse estabelecer um novo uso para aquele material que seria descartado, ou seja, me apropriar do conceito de *upcycling* já explicado.

Outro ponto relevante a cerca desse traje de cena é a simbiose existente entre figurino e cenário, propositalmente tanto o figurino quanto a cenografia transitam entre tons de branco e *off-white*¹ e articuladamente algumas células coreográficas durante a cena evidencia essa relação entre traje e objeto cênico, como é o caso da relação da saia com a cama, como se esse objeto fosse a extensão da saia, a barra da saia, o complemento do traje que se une e se separa durante as movimentações.

O traje de cena dentro dessa instauração está em constante *work in progress*², visto que a cada apresentação o figurino pode ir sofrendo alterações devido ao contato com o espaço, ou fatores naturais como chuva, ou intervenções que partem dos próprios espectadores, por exemplo, pacientes que se encantaram pelos pequenos detalhes de outros trajes e puxam, como fizeram com a minha saia arrancando pedaços e arranjando uma maneira de colocar como um adereço neles mesmos, como a paciente que arrancou uma tira de tule da saia do meu traje de cena e rapidamente improvisou

1 Um tom de branco não tão alvo, o branco encardido.

2 Termo em inglês que se refere à algo que está em constante construção, que não tem um fim delimitado.

um adereço como um véu envolto na cabeça dela. Essa foi a forma que ela arranjou de está presente, também atuando, se sentindo artista, através do figurino, ou pelo menos de parte dele.

Enfim, os pacientes interagem de alguma maneira que vai fazer com que aquele traje sofra alteração e que vai permanecer com a modificação, porque esse é um diferencial, é o toque dos pacientes no processo criativo, é a contribuição deles na construção do traje de cena, é a construção partindo da desconstrução. No caso do traje da cena “Portal” durante o processo criativo optei por não lavar as peças que o compõe, pois assim ele ia carregando as memórias de cada apresentação, e aquele branco alvo do início não estaria mais ali no final. Essa mesma ideia se estendeu ao restante dos trajes dessa encenação, pois um traje de cena não é feito só de elementos físicos, concretos, mas substancialmente da energia que carrega consigo, atribuída ao corpo que o veste. Para que toda essa gama de energia absorvida, de memórias não se vá cano abaixo com a água da lavagem.

O processo de criação também conta com a conexão com o projeto CineCruor, diretamente ligado ao Cruor Arte Contemporânea, funciona uma vez por semana dentro do Laboratório de Criação, Execução e Manutenção de Trajes para a Cena no Departamento de Artes - DEART e exibe filmes que dialogam com as referências estéticas e teóricas do grupo, principalmente sobre esse tema muito pertinente à essa pesquisa que é o campo da loucura. Após a exibição acontece uma discussão sobre o que foi visto. Puxando para essa pesquisa, o núcleo de figurino do grupo aproveita o gancho dos filmes e os debates gerados para dialogar e analisar os figurinos dessas produções filmicas e como eles podem influenciar no processo criativo do desenvolvimento dos trajes da encenação.

As narrativas transmitidas pelo CineCruor foram ferramentas potencializadoras da pesquisa para a encenação “Loucure-se”, inclusive no que diz respeito ao processo de criação dos figurinos, filmes como por exemplo o documentário nacional “Estamira”. Esta película traz uma narrativa onde a protagonista é diagnosticada com transtornos mentais do quadro de esquizofrenia e vive num lixão, isto é, no espaço onde são destinados materiais que são descartados, trazendo um aspecto totalmente em conexão com o processo no que diz respeito ao conceito de *upcycling*, se tornando uma grande ferramenta de pesquisa. Outro filme nacional baseado em fatos reais “Bicho de Sete Cabeças” também traz uma narrativa sobre um jovem que é internado num hospital psiquiátrico, durante o desenrolar do filme podemos observar as vestimentas que servem de inspiração, além também de emprestar sua principal trilha sonora de mesmo título, trazendo a poesia da letra da música e percebendo como essas ondas sonoras podem inspirar o processo criativo como um todo.

Esses filmes anteriormente citados fazem conexão direta com outro filme nacional e sua grande contribuição com o processo criativo da encenação que é “Nise – O coração da loucura” de 2015. Esse filme, baseado em fatos reais, retrata em sua narrativa a vida da renomada médica psiquiatra brasileira Nise da Silveira, que

se dedicou durante toda a sua vida profissional e pessoal a cuidar de pessoas com transtornos psíquicos através do poder da arte e do afeto. Uma inspiração para o Cruor Arte Contemporânea, visto que o grupo acredita nesse tipo de trabalho da cura através do contato e da prática artística em dança, teatro, música, artes visuais, entre outras linguagens artísticas.

Esses e outros filmes contribuem com o processo de criação através de abordagens de aspectos como sons, cores, figurinos, maquiagem, modelagens, materiais, cenografia, pequenos detalhes, entre outros fatores, que são levados em consideração na hora da criação do nosso próprio traje de cena e discutido entre todos de uma maneira participativa e colaborativa, afinal, é de extrema importância levar em consideração a movimentação de quem está vestindo esse figurino, de como pode favorecer tal movimentação, como pode ficar de uma maneira confortável que contribua positivamente para o desenvolvimento da cena, pois é sabido que o figurino é uma ferramenta de grande importância na construção da persona que o veste.

Como a coligação Cruor desde seu início trabalha partindo do viés do processo colaborativo, neste processo não poderia ser diferente, porém a novidade é que a colaboração não acontece apenas entre o grupo, mas se estende também à colaboração dos pacientes internos do Hospital Dr. João Machado, que estão livres para intervir com suas ideias em toda a construção da encenação, conseqüentemente na criação dos figurinos, o que torna a experiência ainda mais enriquecedora e cheia de significados, pois a partir desta relação artista-paciente consigo fazer uma ligação entre teoria e prática e assim, posso colocar em prática as referências pesquisadas aqui já mencionadas e perceber o quanto dialogam com a configuração desse produto final que é a encenação.

O núcleo de figurino é composto por mim, Jéssica Cerejeira e Nara Salles, o processo se desenvolveu junto do apoio dos demais membros do grupo para poder acontecer a execução dos trajes de cena, e além de executar, a equipe também poderia contribuir com ideias, já que o grupo trabalha pelo viés do processo colaborativo. A escolha pela técnica de *upcycling* se fez necessária por ser uma atitude sustentável e beneficiadora financeiramente falando, então nós procuramos aplicá-lo desde a escolha dos materiais até a sua finalização junto ao figurino como propõe GWILTER:

Quando for escolher os materiais, você precisará de tempo para prepará-los para o uso e talvez tenha de reunir e selecionar os itens, lavá-los e desconstruir suas partes para depois serem usadas. Tudo isso toma tempo e aumenta o preço de custo do produto acabado. Assim, o design e a criação de peças por meio do *upcycling* tomará um tempo considerável, especialmente se for feita só uma pequena quantidade de produtos. (GWILT, 2014, p.146)

Seguindo esses passos, conseguimos desenvolver uma variedade de figurinos além desses pertencentes à instauração cênica “Portal” adotando ações ligadas ao *upcycling* que é um conceito relativamente novo aqui no Brasil e mais voltado para a área do design, logo, estou experimentando como aplicar esse conceito no processo de criação de figurino e descobrindo como essa técnica pode ser útil principalmente

quando se trata de uma realização que não se tem verba para investir, então pesquisar essa técnica e apresentá-la aqui se faz importante para que se torne uma prática mais conhecida e se desenvolva cada vez mais. Enfim, se trata de uma pesquisa desafiadora que finaliza seu ciclo com esta encenação fruto da junção de várias instaurações cênicas, mas que abrange e caminha para várias outras ideias que vão se desdobrando a partir dessa.

Por fim, A partir da exploração dos conceitos de figurino, instauração e upcycling como expressões que estão dialogando com as artes cênicas, esta pesquisa teve como objetivo refletir, investigar, descrever e proporcionar novas perspectivas em torno, sobretudo, do processo de criação artístico, mas também sobre processos criativos ligados à moda, logo, essa trajetória dentro da coligação Cruor Arte Contemporânea me possibilitou novas descobertas enquanto artista, novas fontes enriquecedoras enquanto pesquisadora e novas ideias principalmente enquanto figurinista, abrindo meus horizontes para novas perspectivas de se trabalhar com arte e também com a moda e suas variadas vertentes.

Assim sendo, fica o desejo de que este trabalho perpetue em novos desdobramentos e que também possa servir de inspiração e impulsionar novas descobertas para outros profissionais da área, configurando em proposições sustentáveis e ao mesmo tempo criativas, transformando poucos recursos através de soluções criativas e versáteis se constituindo em novas materialidades.

REFERÊNCIAS

ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável**. Anais do 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011.

FLORENTINO, Adilson. **A pesquisa qualitativa em artes cênicas: romper os fios, desarmar as tramas**. In: Narciso Telles. (Org.). Pesquisa em artes cênicas. 01ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2012, v. 01, p. 05-138.

GWILT, A. **Moda sustentável: um guia prático**. São Paulo: G. Gili, 2014.

KAHLO, Frida. **O diário de Frida Kahlo: um autorretrato íntimo**. Trad. Mário Pontes. 3 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

LIMA, Michel. **Upcycling, a arte da reutilização**. Disponível em: <<http://www.zupi.com.br/upcycling-a-arte-da-reutilizacao>> Acesso em: 29 de Maio de 2017.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2008.

RAMME, Noéli. **Instauração: um conceito na filosofia de Goodman**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, EBA/UFRJ nº15, 2007.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet; ANICET, Anne; “**ESTUDO PARA CONSTRUÇÃO DE METODOLOGIA DE DESIGN DE MODA SUSTENTÁVEL**”, p. 1044-1055 . In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/designpro-ped-00598.

SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo: G. Gili, 2014.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. **A moda no contexto da sustentabilidade**. In: Revista Moda Palavra, n.11, p. 194-211, jul-dez 2013.

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica**. Revista Educação e Pesquisa. São Paulo: USP, n. 3, set/dez 2005.

SOBRE A ORGANIZADORA

Luciana da Silva Bertoso Docente no curso de Moda da UniCesumar. Possui graduação em Design de Moda, pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Especialista em produção de moda e Styling, pela Universidade Positivo. Mestre em Design, pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com foco de pesquisa em Gestão do Design nos processos de inovação e colaboração em empresas de vestuário. Pós-graduanda em Docência no Ensino Superior: Tecnologias Educacionais e Inovação, pela UniCesumar. Membro do grupo de pesquisa Design Colaborativo e Co-criação (UFPR). Possui experiência em indústrias de vestuário no desenvolvimento de produtos e gestão do design.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5627433545412681>

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-335-4



9 788572 473354