

Styling de Moda na Amazônia: uma análise cultural em cenários belenenses

Fashion Styling on Amazônia: a cultural analysis on belenenses' views

Bruno Sousa Furtado

Mestre em Têxtil e Moda pela Universidade de São Paulo (USP) - brufurtado88@gmail.com
orcid.org/0000-0002-4489-1488

Antonio Takao Kanamaru

Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP) - kanamaru@usp.br
orcid.org/0000-0003-0806-153X

Resumo

Apresenta a análise dos *stylings* desenvolvidos nas imagens de moda em cenários belenenses, entre janeiro de 2014 a agosto de 2018, publicados na rede social dos *stylists* em Belém do Pará. Os objetivos específicos foram (i) mapear os *stylists* de Belém que produziram para as mídias virtuais e físicas; (ii) analisar a produção registrada em imagem dos *stylings* no contexto de Belém do Pará e (iii) considerar como base conceitual da análise a autora Gillian Rose (c2016). O método se desenvolveu a partir de jornais localizados na hemeroteca da Fundação Cultural do Estado do Pará e redes sociais dos fotógrafos. A análise da imagem se amparou na metodologia visual de Rose (c2016). Portanto, considera-se que os *stylings* contribuíram para revisitar espaços despercebidos na cidade, por meio de outras narrativas, com cunho artístico, de design e moda.

Palavras-chave: *Styling* de moda. *Stylist*. Amazônia.

Abstract

Presents the *stylings* analysis developed in the fashion images in belenenses' views, from January 2014 to august 2018, published in the social network of *stylists* in Belém of Pará. The specific objectives were (i) to map the *stylists* from Belém that they produced for virtual and physical media; (ii) to analyse the image production of *stylings* in the context of Belém of Pará and (iii) consider as the conceptual basis of the analyses the author Gillian Rose (c2016). The method was developed from newspapers that are in the library collection of the Cultural Foundation of the State of Pará and social networks of photographers. The image analysis was based on Rose's theory of visual methodology (c2016). Therefore, it is considered that the *stylings* contributed to revisit unnoticed spaces in the city, through other narratives, with artistic, design and fashion.

Keywords: Fashion styling. *Stylist*. Amazônia.

Recebido em: 10/08/2019

Aceito em: 16/09/2019

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa se desenvolveu a partir do questionamento sobre de que forma aparecem os *stylings* nas imagens de moda em cenários belenenses. Os assuntos intrínsecos que amparam as respostas advêm das esferas teóricas de moda, imagem, fotografia, contexto social e cultural. Dessa forma, o objetivo geral foi analisar os *stylings* desenvolvidos nas imagens de moda em cenários de Belém do Pará, entre janeiro de 2014 a agosto de 2018, publicados no Instagram dos *stylists* belenenses. Os objetivos específicos foram i) mapear os *stylists* de Belém que produziram para as mídias virtuais e físicas; ii) analisar produções de *stylings* no contexto de Belém do Pará, na região amazônica brasileira e iii) considerar como base conceitual da análise a autora Gillian Rose (c2016).

Originalmente, a palavra *stylist* é advinda da língua inglesa que, segundo o *Cambridge Dictionary* (STYLIST, c2019a), refere-se à pessoa que forma ou projeta algo; ao profissional que decide o estilo de roupa, cabelo e demais acessórios e a escritores com estilo cuidadoso de posicionar as palavras. O *Oxford Dictionary* (STYLIST, c2019b) delimita a palavra para designar uma pessoa que coordena comidas e roupas de maneira atrativa para fotografias e filmes.

No sistema de moda, o *stylist* tem duas perspectivas de trabalho, a dinâmica e a estática. Respectivamente, uma é exemplificada em meios de televisão, cinema, desfiles, no guarda-roupa de um sujeito e publicidade; a outra está de forma impressa ou virtual, como fotos para campanhas publicitárias, catálogos, editoriais de moda para revistas, *outdoors* e fotografias para as redes sociais (FRANGE, 2012).

Os *stylists* de forma dinâmica e/ou estática desenvolvem conceitos, ou seja, criam o *styling*. Essa concepção é formatada por uma linguagem de códigos visuais que serão interpretados pela sociedade, sendo composta por elementos como locação, roupas, acessórios, maquiagem, penteados e modelos presentes na imagem de moda (FRANGE, 2012). Por sua vez, a imagem de moda é formada pela organização que o profissional adquire para contar uma história, linguagens que usa para amparar o reconhecimento por parte dos sujeitos, para agregar valor à roupa e acessórios na fotografia (FRANGE, 2012).

Para Mesquita (2012, p. 42, grifo do autor): “Moda é **imagem**, constrói **imagens**, confunde-se com as **imagens da mídia**, dialoga com as **imagens da arte** e se mistura com as **imagens de marketing**”. Dessa forma, percebe-se que a mesma é inerente aos processos relevantes para o profissional e na relação sujeito-produtos.

Usa-se no *styling* os seguintes termos: produção, que significa fazer escolhas de produtos a partir de uma concepção do que será abordado no editorial da edição mensal específica; edição, constitui-se pela articulação dos produtos para a criação de um visual e a ordem sequencial dos visuais a serem apresentados em um desfile; *look* é um termo em inglês que se refere ao conjunto visual de roupas e acessórios para uma determinada ocasião; editorial de moda é uma sequência de fotografias que expressa um conceito de coleção da marca ou do estilista e *lookbook* é uma publicação que apresenta os produtos de forma direta, semelhante a um catálogo (MCASSEY; BUCKLEY, 2013).

Esses termos são alguns dos que fazem parte nas legendas das imagens de moda produzidas pelos profissionais no Instagram. Essa rede social é um ambiente virtual gratuito, que oferece oportunidade de criar, conectar, comunicar, interligar o sujeito a marcas, produtos e serviços, a qual, em seus termos de uso, permite ao usuário divulgar o trabalho em perfis que podem ser abertos, na configuração de ser visitado por qualquer usuário, ou fechados que o usuário solicita permissão para seguir (INSTAGRAM, c2019). A escolha do Instagram foi pelo tempo de popularização, pois a partir do seu surgimento, em 2010, incrementa funções a cada ano e disponibiliza ferramentas para concepção da imagem. Em 2014, o Brasil ocupou o quinto lugar no número de usuários (AGUILHAR, 2014).

Nessa pesquisa, o *styling* no Brasil é localizado no território amazônico, pelo fato de ter uma diversidade cultural, ser enraizado na cultura local, nos mitos da floresta como a lara, Tambatajá, o Boto, dentre outros. Além disso, o território amazônico brasileiro é caracterizado pelo isolamento geográfico com os extensos rios Gurupi, mais ou menos 719 km, e Tocantins, que nasce em Goiás e perpassa pelo estado do Pará. Concomitante, pela economia desintegrada das demais regiões brasileiras e culturalmente, pela predominância da constituição indígena, em relação aos negros e brancos (LOUREIRO, 2001). Dessa forma, olha-se como a moda e a Amazônia se compõem imageticamente e reconhece outras identidades nacionais.

Nesse contexto, direcionou-se para Belém do Pará, que em 2019 completou 403 anos e apresenta especificidades de costumes locais e abriga um amalgamado de referências nativas com modelos advindos da Europa no início do século XX com a *belle époque*. Sobretudo, recebeu o título de cidade criativa na gastronomia pela UNESCO em 2015, pois é uma referência em sabores, texturas, percepção de cor, consegue mesclar elementos indígenas, africanos e portugueses (BELÉM, c2019).

O período dos *stylings* coletados foi realizado ao considerar a análise da produção dos *stylists* contemporâneos. Os tópicos a seguir apresentam abordagens advindas da cultura, relação da arte com os cenários da cidade, como a imagem do indivíduo se constituiu no território belenense pelo viés artístico; a coleta de dados segundo a metodologia visual difundida por Gillian Rose (c2016); e a análise dos *stylings* na ótica da relação do *look* com os espaços enquadrados na fotografia.

O estudo é relevante ao pensar sobre *styling*, imagem, Belém do Pará e região amazônica, pois a roupa e os acessórios aderem a uma ótica de valor imaterial na imagem e são ferramentas de discursos sociais, culturais e dos estilos de vida dos sujeitos locais; a leitura da imagem foi concebida primordialmente pelo vestuário e o contexto que o cerca; e enfim, por reconhecer os profissionais da região de Belém ao analisar as produções locais e dar visibilidade ao *styling* de moda para além do eixo comercial do Rio de Janeiro – São Paulo.

2 TERRITÓRIO BELENENSE

Belém do Pará está localizada ao norte do Brasil e em plena região amazônica. No território belenense, destacam-se as temperaturas do clima tropical de floresta, culinária originária dos índios que ali habitaram, o movimento da Cabanagem que aconteceu no século XIX (RIBEIRO, 2015), arquitetura e a mudança de comportamento concebida no poderio da chamada *belle époque*, datada do final do século XIX e início do século XX (MARTINS JÚNIOR, 2010), identidade da mulher que permeia da “Mulata Paraense”¹ a “Vendedora de Cheiro do Pará” (HAGE, 2012; SILVA, 2009) e como a mulher é apresentada imagetivamente por fotógrafos locais no final do século XX (MANESCHY, 2002).

Nesse contexto, compreende-se que a colonização da área amazônica foi majoritariamente realizada por portugueses e era composta por tribos indígenas. Essas estavam espalhadas ao longo das margens dos rios no território, dominavam as técnicas de lavoura, caça e pesca, tinham dialetos, costumes, pinturas e adereços próprios que identificavam o lugar de pertencimento (RIBEIRO, 2015).

¹ Compreende-se que o termo “mulata” na contemporaneidade se configura como problemático, devido a tensão entre a questão racial e etimologia da palavra. Pois, segundo o jornalista da *Veja online*, Sergio Rodrigues (2015), o português trouxe do latim *mulus*, no século XV, que significa animal híbrido. No espanhol, o termo significa um caráter mestiço do animal, ou seja, descendentes de indivíduos negros e brancos. Conjuntamente, considera-se que a palavra é desqualificada, advinda de uma época escravocrata. Dessa forma, Rodrigues (2015) questiona se o vocábulo será um eterno refém da etimologia, por causa da denotação histórica que ele absorveu. Silva (2009) disserta que a imagem do indivíduo afro-brasileiro retratado em pinturas, a partir do Modernismo, altera-se de uma visão negativa, para valorização da miscigenação étnica em processo de construção da identidade brasileira.

A Amazônia é caracterizada pelo isolamento territorial em relação ao Brasil e à própria região, com seus extensos rios e igarapés que cortam a floresta, e diferenciada por meio dos saberes do caboclo, o qual possui o conhecimento sobre o mundo mediante os mitos locais, guia-se ponderando o volume das águas dos rios, alimenta-se dos pratos típicos frutos da floresta ao redor e o tempo é direcionado perante o movimento da natureza (LOUREIRO, 2001).

Belém, antes chamada de Santa Maria de Belém do Grão Pará, foi formada inicialmente pelo índio tribal e, depois da ocupação portuguesa, pela população urbanizada, heterogênea e índios genéricos que eram comparados aos mamelucos paulistas, com características de comandarem a economia da floresta (RIBEIRO, 2015). Essa população originou a cidade que nasce às margens da baía do Guajará, em 1616, em meio ao contexto de proteção do território de invasores, catequização da população, portos para recebimento e evacuação de mercadorias. Dessa forma, as primeiras edificações da cidade foram: Forte do Presépio, Igreja da Sé, Igreja de Santo Alexandre, Igreja do Carmo, praças como Frei Caetano Brandão e Dom Pedro II, porto, comércio, residências, que compõem dois dos primeiros bairros, chamados na contemporaneidade de Cidade Velha e Campina (MARTINS JÚNIOR, 2010).

A *belle époque* foi um dos acontecimentos relevantes que influenciou a economia, cultura, política, arquitetura e costumes locais (RIBEIRO, 2015). A urbanização da cidade seguiu o modelo de Paris, com *boulevares*, praças, modernização dos transportes públicos e energia elétrica, construção de palacetes, mercado do Ver-o-Peso, Teatro da Paz e residências inspiradas no estilo *art nouveau*. Perante as mudanças se percebe que o comportamento da população foi afetado, ao almejarem ser espelho dos modos parisienses (MARTINS JÚNIOR, 2010).

Martins Júnior (2010) discorreu sobre os costumes e o consumo da elite de Belém que desfrutaram do período áureo da borracha e o enfoque foram as mulheres que desfilaram pelo comércio belenense a procura de aviamentos, tecidos e modelos vindos de Paris, frequentavam os chás, cinema, teatro, igrejas e grupos de intelectuais da cidade.

Dessa forma, na cultura paraense, no final do século XIX e começo do século XX, habitava como referência os costumes parisienses, as mulheres e homens de famílias abastadas usavam vestes com tecidos nas cores escuras. Contudo, apesar da influente tendência de Paris, tinha a Mulata Paraense (HAGE, 2012; SILVA, 2009).

Em celebração ao tricentenário de Belém, João Affonso realiza uma exposição comemorando três séculos da moda paraense em 1917. Em meio às obras, encontravam-se estereótipos do cotidiano urbano belenense, como a Mulata Paraense, oriunda da união entre índias e negras, em específico as afrodescendentes de Minas Gerais, tinham como função serem cozinheiras, costureiras, amassadeiras de açaí ou vendedoras de comidas típicas. Segundo Affonso – crítico literário, crítico de Arte, desenhista, jornalista e historiador que residiu em Belém em 1916 –, as mulatas tinham uma aparência estética harmônica, corpos robustos e abusavam nos perfumes (SILVA, 2009). Sobre o conteúdo do vestuário e afins, eram originais, usavam excessivamente colares, pulseiras, brincos, flores no cabelo e vestidos na cor branca, principalmente nas datas importantes do calendário da cidade (HAGE, 2012; SILVA, 2009).

Nas artes plásticas e literatura, em meados do século XX, a mulata, a estética africana e o olhar às expressões populares nativas se instauram no Brasil, em forma de valorização do sujeito afrodescendente, o mestiço se apresenta como característica nacional e produção cultural local. Em meio a esse contexto, em 1947, a artista plástica paraense Antonieta Santos Feio criou a tela intitulada, inicialmente, de Mulata do cheiro, exposta no XVIII Salão Oficial de Belas Artes, organizado em Belém. Posteriormente, a Prefeitura Municipal de Belém obteve a obra para integrar a pinacoteca pública. Em 1995, a tela foi tombada pelo Museu de Artes de Belém (MABE) e foi denominada de Vendedora de cheiro do Pará – Figura 1 – (SILVA, 2009).

A composição da obra de Feio (1947), na Figura 1, apresenta dois ramos de flores nos cabelos volumosos, colar, pulseira dourada, blusa com o modelo do decote da gola mais aberta, saia de modelagem *godê* floral, segura uma sacola de palha. Silva (2009, p. 103-104) incrementa ao analisar pela perspectiva da paleta de cores, postura da mulher, acessórios, padronagem da indumentária e o sincretismo religioso advindo do amalgamado de culturas:

O colorido do arranjo de flores mantém uma ambígua relação com a face sem alegria. Apesar dessa preocupação com a coloração do corpo, as cores aparecerem com mais desprendimento e leveza nas flores que estampam a saia [...]. Seu rosto nos provoca também reflexões sobre o tempo, um tempo mágico compreendido e experimentado com a diversidade naturalizada de crenças e valores, presentes na corrente dourada pendurada no pescoço, da qual pendem pingentes que simbolizam uma religiosidade sincrética. A cruz remete à fé cristã católica, de um lado, e de outro a figa como elemento de práticas e crenças de origem afro-brasileira, emblema do ato sexual, introduzindo a questão do sagrado e do profano da sexualidade, convivendo de forma naturalizada, sem inquirições ou conflito.

Figura 1 - Pintura intitulada Vendedora de Cheiro do Pará.



Fonte: Feio (1947).

Por meio de Silva (2009), percebe-se que o retrato criado por Feio (1947), permite uma experiência visual ao cenário arquitetônico comum em Belém, com construções de madeiras em fileiras. Além de, historicamente, mostrar o papel da mulher na sociedade da época, atuantes em práticas domésticas e gastronômicas, como renda da família.

Hage (2012) percebe uma associação de perfis entre a Mulata Paraense e a Vendedora de Cheiro do Pará. De tal modo, o autor reflete que este seria o estereótipo da mulher paraense, pela beleza, modo de compor as roupas, acessórios e se posicionar no espaço urbano de Belém (HAGE, 2012). Ao longo das décadas do século XX, avanço da tecnologia e aparecimento de novos artistas visuais na cidade de Belém, a imagem da mulher inserida na cultura popular belenense desdobra-se em outras formas de representação.

A fotografia foi uma das materialidades artísticas pulsantes em Belém, devido aos movimentos fotográficos, como Fotoficina, I Mostra Paraense de Fotografia, Foto Pará e FotoAtiva, acontecidos nos anos de 1980 e alguns até a contemporaneidade, serviram de fundo para o registro de pessoas, lugares, costumes e cenários encontrados na capital e ao redor do território (MANESCHY, 2002).

Luiz Braga é um dos fotógrafos frutos da geração de 1980, realiza trabalhos de destaque internacional e nacional, o qual dispõe de um olhar que parte dos elementos da cultura popular belenense repletos de apelo visual para adentrar na estética amazônica, inserido nas periferias, balneários, praias, mercados tradicionais, eventos da cidade e consegue extrair do comum uma imagem com aspectos sublimes (MANESCHY, 2002).

Segundo Maneschy (2002), os personagens de Braga vivem nos espaços urbanos e nos interiores da Amazônia, entretanto ele rompe com a noção de realidade, pois situa os elementos de forma que se embrenham na atmosfera onírica, de calvário, por meio de construções rebuscadas e o enquadramento propício. A Banhista (Figura 2) é visualizada pelo autor como uma mulher na praia, remodelada para o *status* de musa.

Figura 2 - Fotografia intitulada A Banhista.



Fonte: Braga (1996).

Dessa forma, o território belenense habita uma memória e guarda costumes advindos do movimento do período áureo da borracha. Em síntese, o *styling* do sujeito paraense possui o registro imagético perpassando pela Mulata Paraense, com a exuberância de vestuário, Vendedora do Cheiro do Pará, a qual apresenta uma amostra de edificação local, e A Banhista, advindo do final do século XIX e XX, adentra-se na contemporaneidade, com o alicerce amparado no cruzamento de negros e índios, movimentando a cultura popular da região, com expressões faciais e corporais vigorosas.

3 MÉTODO

A partir da pesquisa em jornais e revistas da hemeroteca da Fundação Cultural do Estado do Pará, frequentada no período de 24 a 28 de setembro de 2018, organizou-se o processo metodológico para a coleta de dados. Iniciou-se a coleta pelo jornal O Liberal, especificamente em um dos cadernos dominicais, o Caderno Troppo. A escolha pelo material específico aconteceu por ser um veículo que comunica moda, apresenta imagens produzidas pelos profissionais locais e produz informações voltadas para o que existe no cenário belenense.

A partir da coleta dos nomes dos profissionais – *stylists*, modelos, produtores, locações, lojas/marcas, dentre outros – que assinaram os créditos dos trabalhos publicados no Caderno Troppo, investigou-se os *sites*, blogs e Instagram/Facebook dos fotógrafos. Como decorrência, encontrou-se assinatura de distintos profissionais.

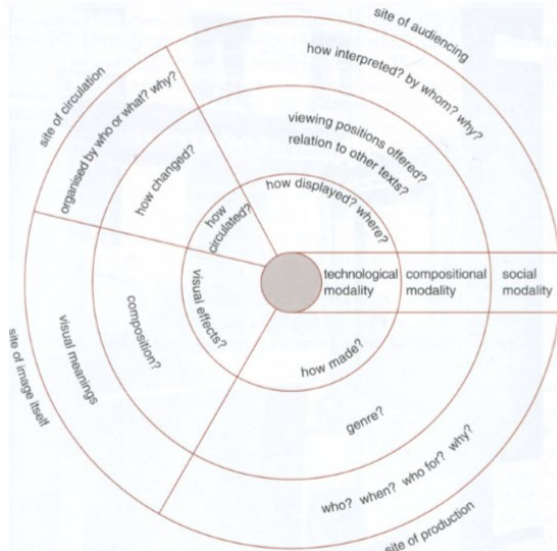
Dentre os profissionais, destacou-se os *stylists*. Esses foram selecionados mediante alguns critérios, que desconsideraram o Instagram com perfis fechados, pois limita o acesso devido a solicitação para seguir; *stylists* que na contemporaneidade exercem outra ocupação; profissionais que realizaram somente um trabalho; sujeitos que utilizam do Instagram unicamente para publicações pessoais; trabalhos de *stylists* nativos realizados exterior ao território paraense; *stylists* de outro estado e não residentes em Belém, que conceberam imagens em solo belenense.

Os *stylings* foram coletados entre 21 de agosto de 2018 a 15 de janeiro de 2019, totalizando em 697 *stylings*, ao corresponder com os critérios e o número de imagens publicadas, mapeadas segundo as demarcações que excluíram as fotos referentes à passarela de desfiles, prova de roupa para eventos realizadas em lojas, *making of* de editoriais de moda e escritórios de representação de marcas nacionais, *moodboard*, fotos nas quais se encontram ausente os nomes dos demais profissionais que conceberam a fotografia, e considerou-se fotografias que constavam na legenda o #tbt (*throwback Thursday*), referente à lembrança de trabalhos passados.

A análise das imagens foi amparada pela obra “Metodologia visual: uma introdução a pesquisa com materiais visuais” de Gillian Rose (c2016). A autora aborda sobre aspectos de efeitos sociais pela perspectiva de Hegel, por meio da imagem de forma complexa, detalhada e considera as fontes imagéticas digitais contemporâneas. Por conseguinte, desenvolve um estudo pautado nos parâmetros de análises por meio dos campos de produção, audiência, imagem e a circulação que se

refere às imagens produzidas pelos pesquisadores ou aquelas feitas pelo grupo de indivíduos pesquisados (Figura 3).

Figura 3 - Campos e modalidades para interpretar os materiais visuais.



Fonte: Gillian Rose (c2016).

De tal modo, compreende-se no campo produção, a concepção da estrutura da imagem, a equipe que fez, quando, quem, porquê e para quem foi feito; o campo imagem refere-se aos efeitos, composição e significados visuais; o campo circulação aborda sobre as mudanças, por quem foi organizada e o porquê das imagens; o campo audiência considera como e onde foi exibida, se estava relacionada com o texto, a posição de visualização, como foi interpretada, por quem e o porquê (ROSE, c2016). Nesta pesquisa, enquadram-se as imagens do Instagram dos profissionais. Dessa forma, a pesquisa se ampara no campo da própria imagem e nas modalidades do aspecto visual, composicional e social. Por meio desse campo, Gillian Rose (c2016, p. 374-375) elabora perguntas que auxiliam na investigação da imagem e *styling* de moda, como: “o que está sendo visto?”, “essa é uma das imagens de uma série?”, “quais os componentes da imagem?”, “quais são os materiais usados?”, “qual uso as cores foram feitas?”, dentre outras.

Por intermédio da metodologia visual de Rose (c2016), a pesquisa discorre sobre o *styling*, que no contexto da modalidade do aspecto visual debruçou-se sobre as especificidades, qualidades físicas, materialidade, localização geográfica, os enquadramentos e estilos de composição. Sobre a qualidade do material, analisou-se as cores utilizadas na composição da fotografia, padronagens,

modelagens, silhueta por meio do estudo sobre a roupa nos padrões brasileiros de Saggese e Duarte (2002) e as relações com as tendências disseminadas ao longo da história da moda, considerando a pesquisa de Fogg (2013), Boucher (2010) e Laver (1989).

Na modalidade social, considerou-se a imagem pela vertente da análise da roupa pela relação com informações de cunho histórico da Amazônia, paraense e belenense. Assim, os cenários belenenses foram analisados perante a associação do *styling* e imagem de moda com locações que contam a história de Belém² no final do século XIX e início do século XX. As locações em destaque foram no interior da Igreja do Carmo e o Mercado do Ver-o-Peso. Portanto, a pesquisa investiga os *stylings* de moda aderentes, por meio da composição do vestuário e acessórios, a discussão sobre cultura, sociedade e estilo de vida amazônicos, cenários significativos no contexto local e nacional.

4 ANÁLISE DOS STYLINGS NOS CENÁRIOS BELENENSES

O intuito foi associar o *styling* e a imagem de moda com as locações externas de Belém, contribuindo para o registro do patrimônio arquitetônico e a interação do indivíduo com os espaços locais na contemporaneidade. De tal modo, o percurso se inicia no centro histórico da cidade, especificamente nas locações Igreja do Carmo e Palácio Lauro Sodré. Ambos os prédios foram concebidos pela estética clássica e *art nouveau*. Inseridos nesses espaços, percebe-se a presença de mulheres que convergem por meio do embelezamento expresso nos tecidos finos, plumas, silhuetas e brilhos (Figuras 4 a, b, c, d, f, g, h, i, j). Especificamente na Figura 4a, que faz parte de uma série de seis imagens na página do Instagram de Carneiro (2014a), ao analisar pela ótica da modalidade do aspecto visual, observa-se o fundo com estrutura de mármore, púlpito brilhoso, uma modelo localizada na região central usa vestido tomara-que-caia, curto, com camadas de volume, um dos braços está para baixo. Como acessório, uma das mãos segura uma cruz na direção do seio, brincos em formato de cruz, coroa e flores na cabeça.

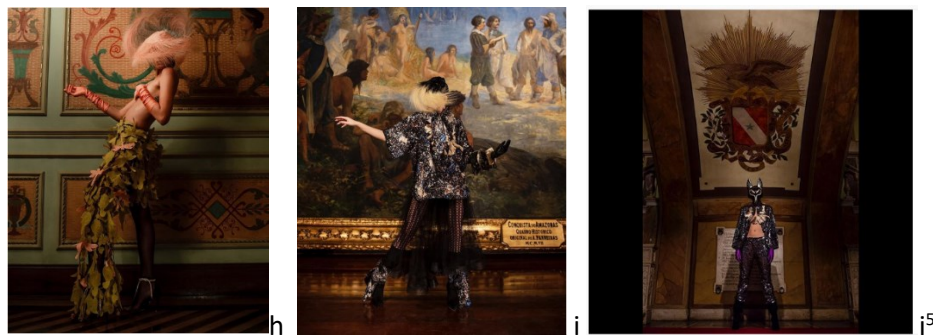
² Ao andar pelos bairros centrais em Belém do Pará, encontram-se prédios históricos, tombados e significantes no cenário local. A Igreja do Carmo apresenta-se como a única igreja com fachada em pedra, a construção iniciou em 1626, com a chegada em Belém da Ordem Carmelita do Maranhão, e data de tombamento em 1941 (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006). O Complexo do Ver-o-Peso é considerada a maior feira da América Latina e foi tombado em 1977 (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, c2014). Além disso, é “[...] um lugar de intensa vida social decorrente das atividades de comércio em torno da qual se verificam práticas cotidianas de trabalho e são tecidas complexas redes de relações sociais” (SILVA, 2009, p. 38).

Figura 4 - (a) modelo com vestido vermelho em um púlpito de igreja; (b) modelo com look total preto; (c) vestido branco e modelo segura o terço; (d) vestido branco e modelo segura um acessório formato coração; (e) vestido de renda preto; (f) vestido preto e bolsa *clutch*; (g) vestido verde e decote nas costas; (h) modelo com luvas e mão nos seios; (i) blusa manga morcego e quadro no fundo; (j) modelo usa máscara e ao fundo o brasão do estado do Pará.



³ Fotos a, b, c, d: Leg Cinefoto.

⁴ Fotos e, f, g: Mário Camarão.



Fonte: (a) Carneiro (2014a); (b) Carneiro (2014b); (c) Carneiro (2014c); (d) Carneiro (2014d); (e) Hinglis (2014a); (f) Hinglis (2014b); (g) Hinglis (2014c); (h) Lima (2018a); (i) Lima (2018b); (j) Lima (2018c).

O percurso do olhar do leitor tem o enfoque central, impulsionado pela composição simétrica, equilibrada (TARNOCZY JÚNIOR, 2013), pelo contraste das cores, formas voluptuosas do vestido e púlpito. Isso acontece pelo foco da iluminação ser frontal combinada com outra fonte de luz advinda da lateral (DEMETRESCO, 1990), assim, ressalta entre os outros, o ornamento abaixo e acima da modelo, como também o vestido.

Identifica-se diante dos elementos da Figura 4a, que eles estão relacionados entre si pelo volume e ornamentação. De tal modo, observa-se que essas duas características estão associadas ao estilo da história da arte, como o barroco surgido no século XVII, com atributos relacionados ao exagero de elementos de decoração, rebuscamento dos detalhes, sutileza das linhas curvas, movimento das formas e utilização do ouro (LAVÉR, 1989); rococó, século XVIII, que seguiu alguns padrões do barroco, todavia investiu na abundância de ornamentação na decoração dos espaços internos, desenvolveu linhas na arquitetura e móveis referentes a concha (PROENÇA, 2001); e o *art nouveau*, presente no final do século XIX, que reuniu propostas advindas da industrialização, arte oriental, decorativas, medievais e o movimento das Artes e Ofícios (PROENÇA, 2001).

Na modalidade composicional, visualiza-se o vermelho no vestuário e o dourado nos elementos arquitetônicos e decorativos. O material usado no vestido foi um tecido armado para fazer os volumes em camadas. Dessa maneira, a tecnologia do tecido influencia a interação com o contexto da locação escolhida, no caso, a Igreja do Carmo.

Na modalidade social, o *styling* se configura na importância religiosa e cultural. Assim, aprofunda-se a relação de Belém com os templos católicos. A locação do conjunto da figura 4 (a, b, c, d, f, g, h, i, j), é a Igreja do Carmo, localizada no bairro da Cidade Velha, primeiro espaço

⁵ Fotos h, i, j: Estúdio Tereza e Aryanne.

ocupado com a chegada dos portugueses. Em períodos próximos, foi construída a Igreja da Nossa Senhora das Graças – Sé. Essa última igreja, junto com o Forte do Presépio e da Capela do Santo Cristo, faz parte das instalações católicas presentes na Feliz Lusitânia, (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006).

Adentrando ao contexto católico vivido em Belém do Pará, a cidade cultua a padroeira Nossa Senhora de Nazaré. A imagem da Santa se instaurou quando Plácido, em 1700, encontrou milagrosamente a escultura às margens do Igarapé Murucutu e levou consigo. Todavia, quando Plácido dirigia o olhar ao local onde a deixou, via que a Santa não estava mais. Então, dirigia-se até as margens do Murucutu e lá se encontrava novamente a imagem da Nossa Senhora de Nazaré (PEREIRA, [2012?]); BARBOSA, 2013; INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006).

Por meio desse misterioso ato da Santa, na mesma localização que a encontrou, Plácido ergueu uma capela de palha. Em 1909, no período do ciclo da borracha na Amazônia, visto pelo padre italiano barnabita Luis Zoia, a capela iniciou a construção, projetada pelos arquitetos italianos Gino Coppede e Giuseppe Pedrasso, os quais se inspiraram na Igreja de São Paulo em Roma (PEREIRA, [2012?]; BARBOSA, 2013; INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006).

O olhar das autoridades da igreja aconteceu por meio da devoção de muitas pessoas à Santa, com a expressão religiosa, antropológica, cultural, sociológica denominada de Círio de Nazaré, que em 2019 completará a sua 227ª procissão. De tal modo, o *styling* de Carneiro (2014a) teve como aspecto particular as expressões de agradecimento, festividade originada pelos fiéis da Santa e o templo, com o requinte material, que aconchega a fé dos indivíduos (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006). Dessa maneira, percebe-se que o conjunto da Figura 4 (a, b, c, d, f, g, h, i, j) aborda referências da arquitetura neoclássica e elementos da religião católica existentes na cidade de Belém do Pará. Além disso, faz o *casting* com uma modelo de estereótipo indígena, associando à população nativa que habita o território amazônico e que por anos foram escravizadas pelos colonizadores (RIBEIRO, 2015).

Influenciada pela estética da mulher europeizada e outras imagens femininas encontradas no território belenense (Figuras 5 a, b, c, d, e, f, g, h, i, j), observa-se uma influência global com a tendência de formas minimalistas; e local, permeada por expressões que demarcam um tropicalismo presente no estereótipo nacional. Especificamente a Figura 5a, na modalidade do aspecto visual, faz

parte de uma série de cinco fotografias divulgadas no Instagram de Carneiro (2017a). Por meio dela, visualiza-se uma estrutura arquitetônica com duas partes pontiagudas e o poste com duas saídas de luz, os barcos aglomerados, estacionados no rio, uma forma cilíndrica comprida, um móvel semelhante à forma de um banco e a beleza de uma modelo loira e branca.

Figura 5 - (a) modelo com vestido longo cinturado e mercado de ferro ao fundo; (b) modelo com look em preto e branco, calça e blusa; (c) modelo sentada com saia longa e fenda; (d) modelo andando com saia longa e fenda; (e) modelos sentadas em um carrinho de frutas de madeira; (f) vestidos listrado e estampado, com chapéu grande; (g) vestido estampado e modelo encostada na parede; (h) vestido estampado e modelo apoiada no carrinho de frutas; (i) vestido estampado e modelo deitada em uma escada de ferro verde; (j) vestido estampado e colunas de ferro verde ao fundo.



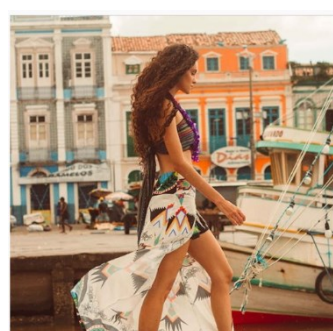
a⁶



b⁷



c



d

⁶ Foto: Antônio Kaio.

⁷ Foto: Victor Fonseca.



Fonte: (a) Carneiro (2017a); (b) Araújo (2017a); (c) Hinglis (2018a); (d) Hinglis (2018b); (e) Hinglis (2018c); (f) Hinglis (2018d); (g) Araújo (2017b); (h) Araújo (2017c); (i) Araújo (2017d); (j) Araújo (2017e).

Nessa ótica, identifica-se entre os componentes principais da imagem o Mercado do Ver-o-Peso, os barcos e a modelo. Eles foram compostos inseridos no conceito assimétrico, o qual se ausenta do determinismo das equações matemáticas e permite conceber uma imagem estimulante e desafiadora (TARNOCZY JÚNIOR, 2013). Por conseguinte, o percurso do olhar do leitor é condicionado pelas linhas verticais predominantes em relação às horizontais, como a silhueta alongada da modelo, os fios do barco posicionados para cima, os postes de luz, as estruturas pontiagudas em formato de cone e a espécie de frontão central do Mercado do Ver-o-Peso.

A relação entre os componentes da imagem é acerca da atmosfera requintada que existe no vestido e na estrutura imponente do Mercado do Ver-o-Peso. Esse, por sua vez, foi concebido em 1899 e inaugurado em 1901 segundo projeto de dois engenheiros, Bento Miranda e Raymundo Vianna. A estrutura de ferro, motivo pelo qual é denominado de Mercado de Ferro, popularmente de Mercado do Peixe, é originária da Europa, apresenta as torres no estilo *art nouveau*, cobertas com escamas de zinco (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, c2014; CRUZ; MESQUITA; SARQUIS, 2015).

⁸ Fotos c, d, e, f: Cris Vidal.

⁹ Fotos g, h, i, j: EA photo estúdio.

Na modalidade composicional, a paleta de cores é concebida pelo bege, preto, azul e branco. O material usado pode ser uma malha, pois percebe-se os drapeados na cintura e um caimento reto da parte inferior do vestido. Ao adentrar na tecnologia do material, observa-se que ele se adequa ao contexto das temperaturas das capitais localizadas na região amazônica, com clima úmido e quente.

Por meio do *styling* de Carneiro (2017a), a Figura 5a se enquadra na concepção de imagem que segue uma apresentação substancial do vestido e assemelha-se com a proposta do fotógrafo de moda Hoyningen-Huene, de descentralizar a modelo no enquadramento, pois assim ele dialoga com a articulação espacial (MARRA, 2008).

Mediante a locação e o vestido, o *styling* de Carneiro (2017a) implanta a curiosidade de conhecer sobre a estrutura arquitetônica do Complexo do Ver-o-Peso, formado pelo Mercado do Peixe, Solar da Beira, Feira do Ver-o-Peso, Mercado de Carne, Praça do Pescador, Feira do Açaí, Praça do Relógio e Docas, a relação que o Mercado do Ver-o-Peso possui com os moradores da cidade, associação do requinte dos ornamentos contidos no suporte de ferro com o visual sugerido pelo *look*. Assim, analisa-se que o nome Ver-o-Peso foi oriundo do antigo posto de arrecadação fiscal existente no local antes da construção do Mercado de Ferro (LIMA, 2008d).

Concomitante, ressalta-se que no período compreendido entre o final do século XIX e início do século XX, Belém vivenciou um momento de embelezamento da cidade, com ajardinamento das praças, construção de novos bairros, eletricidade e qualidade no saneamento. Por sua vez, os moradores ficaram entusiasmados com a arrecadação econômica advinda do ciclo da borracha (CRUZ; MESQUITA; SARQUIS, 2015). Dessa forma, os adjetivos que *styling* proporciona na Figura 5 (a, b, c, d, e, f, g, h, i, j) se relacionam com a atmosfera do clima e momento vivido.

Embrenhada na atmosfera do Ver-o-Peso, os *stylings* da Figura 6 (a, b, c, d, e, f, g, h, i) exibem os nichos de produtos presentes no mercado, como as frutas e ervas para banho. Detalhadamente a Figura 6a, na modalidade do aspecto visual, apresenta-se como uma das fotografias inseridas em uma série com cinco imagens para o editorial de moda nomeado de “Made in Pará”, na página do Instagram de Cassio José (2017). Nela, identifica-se cinco barracas de vendas, escrito na parte superior 33 D. Colo, 34 D. Colo e 36, fotografias, garrafas, pequenos frascos, quatro vasos com plantas no chão, toalha de mesa com padronagem floral no enquadramento ao fundo. À frente, dois bancos pequenos, em um deles a modelo está sentada, vestida com quatro peças, como top, short, uma jaqueta e um tecido na parte do colo.

Figura 6 - (a) modelo sentada, segura ventilador em meio as barracas de ervas do Complexo do Mercado do Ver-o-Peso; (b) modelo com blusa vermelha e segura uma cesta de folhas verdes; (c) modelo com blazer vermelho, sentada e ao fundo folhas de alface; (d) modelo segura meia melancia, está sentada e ao fundo estão frutas; (e) modelo com saia de fenda, padronagens com frutas e está sentada; (f) vestido com padronagem de fruta e adorno de banana na cabeça; (g) vestido com decote nas costas e modelo está ao lado da feirante; (h) vestido longo de malha e sacos de laranja ao fundo; (i) modelos em frente à barraca de banho de ervas.



¹⁰ Foto: Ediago Quincó.

¹¹ Fotos b, c, d: Antônio Kaio.

¹² Fotos e, f: EA photo estúdio.



Fonte: (a) José (2017); (b) Carneiro (2014e); (c) Carneiro (2014f); (d) Carneiro (2014g); (e) Araújo (2017f); (f) Araújo (2017g); (g) Carneiro (2017b); (h) Carneiro (2017c); (i) Hinglis (2018e).

Assim, os componentes principais da imagem são os frascos, garrafas, ventilador e a modelo. Esses elementos são integrantes da locação externa, os frascos e as garrafas estão organizados de forma setorizada para atender o comércio de preparado de ervas locais, o ventilador com a funcionalidade de ventilar as vendedoras e clientes que ficam embaixo da lona na feira. O percurso do leitor está localizado na linha horizontal, pois se concentram no alinhamento das barracas, na diversidade dos tamanhos das garrafas, frascos e modo como eles foram ornamentados nas estantes.

No *styling* de José (2017), está presente na modalidade composicional a paleta de cores no azul, vermelho, preto, verde e marrom. Os materiais são jeans, brim e malha de algodão. Esses estão presentes respectivamente na jaqueta, short, top e adorno do colo. Todavia, a tecnologia da jaqueta no material jeans e o adorno do colo de malha contradizem a ambiência da imagem acerca do calor que ela transmite.

Na modalidade social, o *styling* de José (2017) se configura por meio da composição do visual e o ato de ventilar a modelo, a imagem desenha a atmosfera de calor presente na região amazônica, a relação dos belenenses com o Complexo do Ver-o-Peso e, em específico, com os preparados das ervas locais.

Dessa forma, ao analisar como conhecimento implantado advindo do *styling* de José (2017) na Figura 6a, as erveiras e erveiros são personalidades que fazem parte do patrimônio do Complexo do Ver-o-Peso, criaram a Associação denominada de Ver-as-Ervas, grupo de comerciantes das ervas com o intuito de valorizar a faculdade tradicional das ervas, direcionado a fins religiosos, medicinal,

¹³ Fotos g, h: Antônio Kaio.

¹⁴ Foto: Cris Vidal.

artesanal e coméstico, resguardar a biodiversidade da região e o ecossistema das localidades de onde são extraídas as matérias-primas (LIMA, 2008d).

Além das causas da natureza e do ciclo de fabricação do produto passado pelos erveiras e erveiros, Lima (2008d) observa que o movimento da comercialização está vinculado às datas comemorativas nacionais, aos eventos característicos da cidade, como Círio de Nazaré, e às festas de São João. Diante disso, percebe-se na Figura 6 (a, b, c, d, e, f, g, h, i) uma preocupação na vestimenta dos comerciantes para receber os clientes adequadamente, existem preparados de banhos com plantas e essências, como patchuli, específicos para algumas festas.

5 CONCLUSÃO

Com o intuito de responder à questão norteadora, de que forma aparecem os *stylings* nas imagens de moda em cenários belenenses, a pesquisa se instaurou didaticamente com os resultados obtidos por meio da categoria cenários belenenses. Nessa categoria, o *styling* é um elemento que contribui para contar uma narrativa em meio a locação externa e interna. Assim, os *stylists* amalgamaram histórias e memórias pretéritas do local com contextos fictícios e cenários de ambiências. Neste sentido, ampararam-se pelas ornamentações dos enquadramentos escolhidos, das estruturas arquitetônicas locais, reafirmaram a constituição ou construção social e cultural do sujeito contemporâneo, palimpsestos de fragmentos temporais, sobrepondo momentos estéticos, estilísticos com características do barroco, rococó, em interface com imagens de moda de mulheres.

De tal maneira, a história dos espaços públicos e privados da cidade foram narradas por meio do *styling*, propiciando uma revisitação do leitor ao ambiente comum ou a detalhes que ficam a margem de uma visão corriqueira dos sujeitos. Portanto, o *stylist* se atenta a ocupar ângulos e formatações inseridas no novo e inusitado.

Perante a categoria de análise dos *stylings* de moda, percebeu-se um vínculo com o período do ciclo da borracha, relação íntima de Belém com Europa, abrigada nos costumes e elementos do catolicismo, na fé da população à padroeira da cidade e na mistura com elementos advindos da cultura indígena. Assim, nas figuras analisadas, os *stylings* contribuíram para reviver narrativas, porém em uma perspectiva no limiar entre conceito e comercial. Também, direcionar a imagem do sujeito e produtos belenenses que proporcionem um horizonte para além das fronteiras de *souvenirs*, fundamentados a parâmetros do design, moda e artes.

Os *stylings* estão presentes amparados por meio dos aspectos locais e inseridos em uma dinâmica reconhecida de forma ampla pelo sistema de moda. Assim, reconhece-se o papel do profissional na concepção da imagem de moda, as ressignificações dos produtos, as vertentes e qualidades produzidas em um âmbito nacional, que se encontram a margem do eixo Rio de Janeiro – São Paulo.

O estudo apresenta algumas limitações em razão dos editoriais de moda terem sido coletados pelo Instagram, existe a possibilidade de não encontrar na página da plataforma dos *stylists* as fotografias mapeadas, pois parte-se do pressuposto que há a probabilidade de arquivamento e exclusão pelos profissionais.

Concomitantemente, os espaços da cidade foram usados de forma condensada, excluindo a ressignificação de outros espaços turísticos, como Teatro da Paz, Catedral da Sé, Museu de Arte de Belém, situado no Palácio Antônio Lemos, dentre outros ou observação de locações que ainda não foram exploradas em editoriais de moda.

Enfim, afirma-se que o *styling* é um meio de propagar democraticamente sobre a cultura da região amazônica, em específico de Belém do Pará, dos *stylists* locais, revelando os costumes belenenses para outras regiões do Brasil. Por fim, reconhece-se a atuação do *stylist* na concepção da imagem de moda oriunda de um corpo amazônico mergulhado na baía e canais que banham as vias urbanas de Belém do Pará.

REFERÊNCIAS

AGUILHAR, Ligia. A história do Instagram em dez fotos. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 6 out. 2014. Notícias. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,a-historia-do-instagram-em-dez-fotos,10000030372>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. **[Modelo com look em preto e branco, calça e blusa]**. Belém, 17 mai. 2017a. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BUNzHCRFw41/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. **[Vestido estampado e modelo encostada na parede]**. Belém, 6 fev. 2017b. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQLQ6wIDN0f/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. **[Vestido estampado e modelo apoiada no carrinho de frutas]**. Belém, 6 fev. 2017c. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQK5u8IDpTz/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. [**Vestido estampado e modelo deitada em uma escada de ferro verde**]. Belém, 6 fev. 2017d. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQLHn0rjsUI/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. [**Vestido estampado e colunas de ferro verde ao fundo**]. Belém, 6 fev. 2017e. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQLSCqFDTJB/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ARAÚJO, Vinícius. [**Modelo com saia de fenda, padronagens com frutas e está sentada**]. Belém, 6 fev. 2017f. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQK5Lf1DhQk/>. Acesso em: 15 dez. 2018.

ARAÚJO, Vinícius. [**Vestido com padronagem de fruta e adorno de banana na cabeça**]. Belém, 6 fev. 2017g. Instagram: @vinny_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQLHNURDahG/>. Acesso em: 15 dez. 2018.

BARBOSA, Virgínia. Basílica de Nossa Senhora de Nazaré (Belém, PA). **Pesquisa Escolar**, Recife, 23 dez. 2013. Disponível em: http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=995:basilica-nossa-senhora-de-nazare&catid=37:letra-b. Acesso em: 13 nov. 2019.

BELÉM (PA), Prefeitura Municipal de. Capital paraense torna-se referência mundial em gastronomia. **Cidade Criativa**, Belém, c2019. Disponível em: <http://creativecity.belem.pa.gov.br/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

BOUCHER, François. **História do vestuário no ocidente: das origens aos nossos dias**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BRAGA, Luiz. **A Banhista**. 1996. 1 fotografia, color. Disponível em: <https://mam.org.br/acervo/2006-104-braga-luiz/>. Acesso em: 13 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. [**Modelo com vestido vermelho em um púlpito de igreja**]. [S./], 24 out. 2014a. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ujl87dgYz2/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. [**Modelo com look total preto**]. [S./], 24 out. 2014b. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ujpkLQgY5J/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. [**Vestido branco e modelo segura o terço**]. [S./], 25 out. 2014c. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ulpQMBgYwk/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. [**Vestido branco e modelo segura um acessório formato coração**]. [S./], 24 out. 2014d. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ujqd6DAY6k/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Modelo com blusa vermelha e segura uma cesta de folhas verdes]**. [S./], 26 fev. 2014e. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/k5clTnAY95/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Modelo com blazer vermelho, sentada e ao fundo folhas de alface]**. [S./], 27 fev. 2014f. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/k61BG0AYwj/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Modelo segura meia melancia, está sentada e ao fundo estão frutas]**. [S./], 26 fev. 2014g. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/k5xJhAgY6A/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Modelo com vestido longo cinturado e mercado de ferro ao fundo]**. [S./], 20 mai. 2017a. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BUU5r5CDQ-O/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Vestido com decote nas costas e modelo está ao lado da feirante]**. [S./], 19 mai. 2017b. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BURkKSjKsJ/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CARNEIRO, Diogo. **[Vestido longo de malha e sacos de laranja ao fundo]**. [S./], 19 mai. 2017c. Instagram: @diogocarneirosaul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BURzBLOjCOP/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

CRUZ, Carla Ferreira; MESQUITA, Fernando José de; SARQUIS, Giovanni Blanco [org.]. **Mercado de Ferro**: restauração e conservação 2010/2015. Belém: Iphan-PA, 2015. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Mercado_de_ferro_ver_o_peso_belem.pdf. Acesso em: 12 nov. 2019.

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina**: teu nome é sedução. São Paulo: PANCROM, 1990.

FEIO, Antonieta Santos. **Vendedora de cheiro do Pará**. 1947. 1 original de arte, óleo sobre tela, 105,6 x 74,3cm. Museu de Arte de Belém (PA).

FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FRANGE, Cristina. Styling: mapeando o território. In: FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012. p. 19-36.

HAGE, Fernando. Olhares e imagens da mulher paraense: atravessando a cidade entre os séculos XIX e XX. In: COLÓQUIO DE MODA, 8.; CONGRESSO INTERNACIONAL, 5., 2012, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, 2012. p. 1-14. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT06/ARTIGO-DE->

GT/103209_Olhares_e_imagens_da_mulher_paraense_atravesando_a_cidade_entre_os_seculos_XIX_e_XX.pdf. Acesso em: 13 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Vestido de renda preto]**. [S./], 25 mar. 2014a. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/l9u0XmArQ5/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Vestido preto e bolsa clutch]**. [S./], 19 jun. 2014b. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/pcPCcHArbb/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Vestido verde e decote nas costas]**. [S./], 20 jun. 2014c. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/pep3vAArT5/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Modelo sentada com saia longa e fenda]**. [S./], 27 mai. 2018a. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BjSFwAFIjxO/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Modelo andando com saia longa e fenda]**. [Belém], 28 mai. 2018b. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BjVsl_4IKVj/. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Modelos sentadas em um carrinho de frutas de madeira]**. Belém, 15 mar. 2018c. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BgXZmJEhGqa/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Vestidos listrado e estampado, com chapéu grande]**. Belém, 13 mar. 2018d. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BgSCyrRh1vF/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

HINGLIS, Henrique. **[Modelos em frente à barraca de banho de ervas]**. Belém, 31 mai. 2018e. Instagram: @henrique_hinglis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BjcPnELlEr/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

INSTAGRAM. **Termos de uso**. [S./], Instagram Inc., c2019. Disponível em: <https://help.instagram.com/581066165581870>. Acesso em: 13 nov. 2019.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (Brasil). **Círio de Nazaré**. Rio de Janeiro: Iphan, 2006. (Dossiê Iphan; 1). Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/PatImDos_Cirio_m.pdf. Acesso em: 13 nov. 2019.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (Brasil). Superintendência Estadual do Pará. **Belém do Pará comemora 400 anos**. Belém: Iphan, c2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pa/noticias/detalhes/3456/belem-do-para-comemora-400-anos>. Acesso em: 19 nov. 2019.

JOSÉ, Cassio. [**Modelo sentada, segura ventilador em meio as barracas de ervas do complexo do mercado do Ver-o-Peso**]. [S./], 30 mai. 2017. Instagram: @cssiojose. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BUvFPBXlzo1/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

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

LIMA, André. [**Modelo com luvas e mão nos seios**]. Belém, 29 ago. 2018a. Instagram: @andrelima_br. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BnDhbfiAiZH/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

LIMA, André. [**Blusa manga morcego e quadro no fundo**]. [S./], 26 ago. 2018b. Instagram: @andrelima_br. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bm8sJYgA1kq/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

LIMA, André. [**Modelo usa máscara e ao fundo o brasão do estado do Pará**]. Belém, 25 ago. 2018c. Instagram: @andrelima_br. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bm6tBszAspj/>. Acesso em: 12 nov. 2019.

LIMA, Maria Dorotéia de. **Ver-o-peso, patrimônio e práticas sociais**: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008d. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/3059>. Acesso em: 13 nov. 2019.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura amazônica**: uma poética do imaginário. 4 ed. Belém: Cultural Brasil, 2001.

MANESCHY, Orlando. Limites entre imagens: a fotografia na moda e suas articulações entre campos distintos. **Fashion theory**: a revista da moda, corpo e cultura, v. 1, n. 3, p. 115-121, 2002.

MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho**: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MARTINS JÚNIOR, Rui Jorge Moraes. **Visto, logo existo**: moda, sociabilidade feminina e consumo em Belém no limiar do século XX. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém. 2010. Disponível em: http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/4381/1/Dissertacao_VistoLogoExisto.pdf. Acesso em: 13 nov. 2019.

MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

MESQUITA, Cristiane. Para além do design: styling e criação de imagens de moda. *In*: FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002. p. 37-47.

PEREIRA, Edenice. Basílica de Nazaré. *In*: PEREIRA, Edenice. Vem Círio! [Belém, PA], [2012?]. Disponível em: <http://edenice.wordpress.com/basilica-de-nazare/>. Acesso em: 13 nov. 2019.

PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo: Editora Ática, 2001.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. 3. ed. São Paulo: Global, 2015.

RODRIGUES, Sérgio. “Mulata” veio de “mula”? isso torna a palavra racista?. **Veja**, [s./], 23 jul. 2015. Sobre palavras. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/sobre-palavras/8216-mulata-8217-veio-de-8216-mula-8217-isso-torna-a-palavra-racista/>. Acesso em: 13 nov. 2019.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies**: an introduction to researching with visual materials. 4. ed. Los Angeles: Sage, c2016.

SAGGESE, Sylvia; DUARTE, Sonia. **Modelagem industrial brasileira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. Guarda roupa, 2002.

SILVA, Caroline Fernandes. **O Moderno em aberto**: o mundo das artes em Belém do Pará e a pintura de Antonieta Santos Feio. 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Estudos Gerais, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: https://www.historia.uff.br/stricto/teses/Dissert-2009_Caroline_Fernandes_Silva-S.pdf. Acesso em: 13 nov. 2019.

STYLIST. *In*: CAMBRIDGE dictionary. Cambridge: Cambridge University Press, c2019a. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-portuguese/stylist>. Acesso em: 13 nov. 2019.

STYLIST. *In*: OXFORD dictionary. [S./], Lexico.com, c2019b. Disponível em: <https://www.lexico.com/en/definicion/stylist>. Acesso em: 13 nov. 2019.

TARNOCZY JÚNIOR, Ernesto. **Arte da composição**. Santa Catarina: iPhoto Editora, 2013. v. 2.