

R
E

**ARTES
MODA
DESIGN**

**EDIÇÃO
ESPECIAL**

V. 6 N. 3
OUT. 2022 - JAN. 2023

16º

**COLÓQUIO
DE MODA**

15º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
7º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA



EXPEDIENTE

A *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design* nasceu em 2017 como um periódico organizado a partir de parcerias entre o Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade do Estado de Santa Catarina, os Programas de Pós-Graduação do Instituto de Cultura e Artes da Universidade Federal do Ceará, o Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco e, ainda, o Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, com o apoio da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, em especial por sua Diretoria de Ensino.

Este periódico visa a socializar ao mundo acadêmico, através de trabalhos inéditos, as mais distintas investigações no âmbito do Ensino Superior, proporcionando o diálogo entre práticas e teorias aplicadas à formação dos profissionais das áreas em questão.

No ano de 2022, a *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design* passa para o formato de publicação contínua. Nessa modalidade os artigos submetidos são publicados assim que aceitos, não sendo necessário aguardar o lançamento do dossiê completo.

CONSELHO EDITORIAL

Alessandra Vaccari, Università IUAV di Venezia, Itália
Cyntia Tavares Marques de Queiroz, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Fernando da Silva, Universidade de Lisboa, Portugal
Mara Rúbia Sant’Anna, Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil
Marcelo Machado Martins, Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Brasil
Maria Alice Vasconcelos Rocha, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Brasil
Maria de Fátima da S.C.G. de Mattos, Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil
Hans Waechter, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

DOSSIÊ ESPECIAL - edição do 16º Colóquio de Moda

Cyntia Tavares Marques de Queiroz, Universidade Federal do Ceará (UFC)
Mara Rúbia Sant’Anna, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Marcelo Machado Martins, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Maria de Fátima da S.C.G. de Mattos, Centro Universitário Moura Lacerda (CUML)

CONSELHO CONSULTIVO ANO 6, N.3

Adriana da Rosa Amaral, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
Aline Monçores, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Amanda Queiroz Campos, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Ana Mery Sehbe De Carli, Universidade de Caxias do Sul (UCS)
Ana Paula Celso de Miranda, Universidade de São Paulo (USP)
Arthur de Oliveira Filho, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Beatriz Ferreira Pires, Universidade de São Paulo (USP)
Cyntia Tavares Marques de Queiroz, Universidade Federal do Ceará (UFC)
Daniela Novelli, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Felipe Fonseca, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Fuviane Galdino Moreira, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Julia Percebom, Universidade de São Paulo (USP)
Kárita Bernardo de Macedo, Instituto Federal do Santa Catarina (IFSC/Gaspar)

Laura Ferraza Lima, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)
Lucas da Rosa, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Maíra Zimmermann de Andrade, Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP)
Mara Rúbia Sant’Anna, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Marcelo Machado Martins, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Maria de Fátima da S.C.G. de Mattos, Centro Universitário Moura Lacerda (CUMML)
Olga Maria Coutinho Pépece, Universidade Estadual de Maringá (UEM)
Patrícia de Mello Souza, Universidade Estadual de Londrina (UEL)
Raquel Pasternak Glitz Kowalski, Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR)
Renata Pitombo, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).
Rita Moraes de Andrade, Universidade Federal de Goiás (UFG)
Suzana Barreto Martins, Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Virginia Borges Kistmann, Universidade Federal do Paraná (UFPR)

REVISORES GRAMATICAIIS

Alexandre Nabhan, Bacharel em línguas Português -Inglês pela Universidade de São Paulo
Beatriz Alvarez de Assunção. Mestre em Ciências pela Universidade de São Paulo
Brune Carvalho. Doutora em Língua e Literatura Francesa pela Universidade de São Paulo
Cibele Bastos Pinto. Graduada em Letras Português/Inglês pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Daniel Martins Alves Pereira, Formado em Letras com Licenciatura Plena em Língua Portuguesa e Língua Inglesa
Marcelo Machado Martins, Licenciado em Letras-inglês pela Universidade Paulista
Maria Adelina Rodrigues de Farias, Licenciada em Letras-Língua Portuguesa pela Universidade Federal do Pará
Mariana Clark Peres Rabello, Bacharela em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Regina Cláudia Silva, Graduada em Letras-inglês pela Universidade Federal de Santa Catarina

EDIÇÃO

Apoio | SETOR DE PERIÓDICOS/UDESC
Apoio de edição | Ivis de Aguiar Souza (UMinho)
Thiago Strozak (UDESC)
Produção Gráfica | Thiago Strozak
Capa | Alice Sukiennik

FICHA CATALOGRÁFICA

R454 Revista de Ensino em Artes, Moda e Design [recurso eletrônico] /
Universidade do Estado de Santa Catarina. Centro de Artes. Progra-
mas de Pós-Graduação em Artes, Design e Consumo do PPGAV/
UDESC, ICA/UFC, PPGD/ UFPE e PGCDs/ UFRPE. V. 6, n. 3, out.
2022 – jan./2023. -
Florianópolis : UDESC/CEART, 2017 --.
Quadrimestral
ISSN: 2594 - 4630
Disponível em:<www.revistas.udesc.br/index.php/EnsinarMode/index>.

1. Moda. 2. Arte. 3.Design. 4. Ensino - Superior. 5. I. Universidade do
Estado de Santa Catarina. Centro de Artes.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UDESC

EDITORIAL

Aprendizados em tempos pandêmicos e pós-pandêmicos, o Colóquio de Moda adaptou-se à realidade possível nestes últimos três anos. Em edições *online*, que não foram fáceis para ninguém, cumprimos com os nossos propósitos ao continuar oportunizando a discussão e a divulgação de conhecimentos, pesquisas em andamento ou concluídas, incentivando a Iniciação Científica e convidando graduandos e egressos a participarem conosco, abrindo horizontes para si e aportando novas perspectivas e olhares para nós no futuro. Mantivemos a tradição da presença de importantes palestrantes no cenário educacional, em especial no ensino superior.

Assim é, que, primeiramente, queremos agradecer a fundamental presença de todos os participantes, palestrantes, coordenadores de GT e IC, ministrantes dos minicursos, monitores, secretária, equipe de suporte técnico e, não menos importante, você, pesquisador/autor que enviou o seu trabalho ao evento e, posteriormente, preparou a sua colaboração para este dossiê, sob forma de artigo selecionado. Agradecemos, particularmente, a todos que nos leem neste *Dossiê Especial do Colóquio 2021*. Neste ano, mesmo no formato online, obtivemos 918 inscrições de trabalho, dos quais 318 foram aprovados para comunicações orais em Grupos de Trabalho e 149 para o Congresso de Iniciação Científica. Importante ressaltar que, também a partir de 2021, foram implementadas ações afirmativas para proposição dos Grupos de Trabalho, ampliando os temas abordados e os diálogos sobre a pauta emergencial no sistema de moda diante dos preconceitos de identidades múltiplas, condições de classe e culturais.

Ao longo destes 17 anos de trabalho e realização do evento, tivemos e superamos muitos desafios, desde a própria concepção do evento, a manutenção do propósito voltado para discussões, teorias e pesquisas no país, a constituição das duplas que coordenam os grupos (GT), que à época, nem eram tantos assim, mas tínhamos colegas que com sua intensa produção justificaram a constituição de mais grupos de discussão e com eles se consolidaram questões pertinentes ao escopo das pesquisas desenvolvidas. Foram novas relações que se fizeram, parcerias que se formaram, pesquisas realizadas a partir desses novos vínculos de pesquisa e a natural abertura de novos caminhos e modos de pensar e de fazer. Esses felizes encontros foram traduzidos em novas publicações, livros e periódicos científicos, e uma gama imensa de novos conhecimentos foi disponibilizada a um público ávido por leituras e bibliografia para os cursos ainda em formação no país. Afinal, essa foi a primeira necessidade apurada nos idos de 2005 e que nos levou à criação do evento anual e itinerante, hoje conhecido de todos: o Colóquio de Moda.

De certa maneira, o comitê científico do Colóquio de Moda sente-se responsável por toda a produção deste grande capital cultural físico e *online* disponível, nacional e internacionalmente, sobre Moda e Design de Moda, em todos os seus desdobramentos, com as tecnologias compatíveis da atualidade, e que geram, continuamente, os novos modelos e novas configurações conceituais, metodológicas e mesmo de terminologias.

Além disso, a partir de bastante reflexão e desafios, formulou-se outro modelo de evento, mantendo a potência de intenção acadêmica e também emocional, pois há de se concordar que o Colóquio de Moda é um grande encontro de “turma”.

Desde o surgimento da *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, uma edição anual é destinada à publicação de trabalhos apresentados no Colóquio do ano anterior e indicados pelos coordenadores dos GTs. A edição especial de 2022 buscou um diferencial: além de publicar artigos que fossem indicados e que foram reavaliados, tendo sido ampliados em boa parcela das reflexões contidas inicialmente, também, a presente edição busca registrar a história de alguns dos grupos de trabalho mais antigos do evento. Nem todos os coordenadores atenderam ao apelo e enviaram suas respostas, mas os quatro que se fazem presentes nesta edição especial apontam para a vitalidade e importância desses encontros de pesquisadores, associados por uma mesma subárea de discussão da moda, para o amadurecimento do campo e o enriquecimento do ensino de moda no Brasil.

Independentemente da presença das entrevistas nesta edição, aproveitamos o presente editorial para deixar registrados os nomes de todas as pessoas que organizaram e coordenaram GTs no Colóquio de Moda 2021¹:

¹ <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/> <https://coloquiomoda.com.br/> <https://www.abepem.org/>. Acessos em 28/09/2022.

Adriana da Rosa Amaral - Unisinos	Laura Ferraza de Lima - UFRGS
Aliana Barbosa Aires – ESPM	Lino Gabriel N. dos Santos - IFSC
Aline Monçores - UDESC	Maíra Zimmermann - FAAP
Ana Claudia M. Alves de Oliveira - PUC	Mara Rúbia Sant’Anna - UDESC
Ana Mery De Carli – UCS	Maria Cristina Volpi Nacif – UFRJ
Ana Paula C. de Miranda – UFPE	Maria de Fátima G. Mattos - CEML
Annelise Nani da Fonseca - UFJF	Maria do Carmo P. dos Santos - PUC
Beatriz Ferreira Pires – USP	Maria Eduarda Guimarães – SENAC-SP
Carla Aparecida da Costa - Senai Cetiq	Marcelo Machado Martins - UFPE:CAA
Carolina Bassi de Moura - UNIRIO	Maya Marx Estarque - IED
Claudia Regina G. Vicentini - USP	Olga Pepéce – UEM
Cristiane F. Mesquita - UAM	Patrícia de Mello Souza - UEL
Cyntia Tavares – UFC	Renata Pitombo – UFRB
Daniela Maria Schmitz - UFRGS	Rita Moraes de Andrade – UFG
Daniela Novelli - UDESC	Rochelle Cristina dos Santos - UFSC
Deborah Chagas Christo - IFRJ	Rosane Preciosa - UFJF
Elisabeth Murilho da Silva - UFJF	Solange Wajnman - UFABC
Fausto Viana – USP	Suzana Barreto Martins - UEL
Flávio Glória C. Sabrá - IFRJ	Taisa Vieira Sena – PUC-PR
Heloisa Helena de O. Santos - IFRJ	Tânia Márcia Cezar Hoff - ESPM
Isabel Cristina Italiano – USP	Virginia Borges Kistmann - UFPR

O que seriam as centenas de cursos superiores de Moda e Design de Moda no Brasil sem a constante discussão que o Colóquio produz anualmente? Cursos que ofereceria conhecimentos produzidos alheios a nossa realidade cultural, socioeconômica e política, é uma resposta provável. Cursos encastelados no seu corpo docente rico em pragmática e constrangido em suas reflexões, outra possibilidade. Porém, de certeza, cursos em que estudantes e professores não teriam sido despertados para a vitalidade da pesquisa acadêmica, não teriam aprendido o valor da discussão, do debate saudável e propulsor de mudanças conceituais, metodológicas e que, conseqüentemente, enriquecem e fortalecem o campo da pesquisa em Moda.

O passado, as quase duas décadas de contribuição do Colóquio e seus GTs, está posto. Considerar um presente sem essa trajetória é desnecessário. Propor a continuidade pelos excelentes resultados obtidos até aqui, é o presente, o futuro e a certeza da esperança. Pois, afinal, fomos feitos para brilhar como estrelas e nesta esperança de que o amor vencerá sempre o ódio, lançamos a edição especial de 2022 na véspera de um dia muito marcante na história de todos os brasileiros.

Convidando-os agora para uma instigante leitura das entrevistas cedidas por Marcelo Martins e Ana Claudia de Oliveira, Aline Monçores e Deborah Christo, Suzana Barreto e Ana Mery di Carli e da dupla Fausto Viana e Carolina Bassi. Igualmente, os artigos: “O impacto das instituições de moda na contemporaneidade: uma análise da *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*”; “A recusa da maternidade nos embates entre o corset e a função reprodutiva”, “Convergências entre Design Social e Design Centrado no Usuário: um estudo de casos em projetos acadêmicos de moda”, “Estudo e análise do método de Julie Cole para a modelagem do vestuário em malha”, “Horror, halloween e a narrativa monstruosa de moda da coleção primavera/verão + resort 2020 da MOSCHINO” e “Os acessórios afiados da putinha terrorista: moda, gênero e autodefesa em Lyz Parayzo”, A economia circular e a sustentabilidade dos Materiais na indústria da moda”, “Reflexões sobre as vestimentas das trabalhadoras populares de Belém” e, Estratégias comunicacionais para as Coleções primavera/verão 2021 compõem o número especial indicando uma vertente sociológica e histórica predominante nas abordagens.

Os esforços de todos autores e coordenadores que puderam atender à chamada para essa edição especial têm sua recompensa nesta edição e recebam os agradecimentos da ABEPEM – *Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda* e dos editores e da REAMD - *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*².

Profa. Dra. Maria de Fatima da S. Costa G. de Mattos

Profa. Dra. Cyntia Tavares

Profa. Dra. Mara Rúbia Sant’Anna

Prof. Dr. Marcelo Martins

² Texto revisado gramaticalmente pelo Dr. Marcelo Martins.

RE ARTES MODA DESIGN

SUMÁRIO

Expediente	2
-------------------------	----------

Ivis Aguiar Souza

Editorial Colóquio de Moda, 2021	6
---	----------

Mara Rúbia Sant'Anna, Marcelo Machado Martins, Cyntia Tavares Marques de Queiroz, Maria de Fátima Silva Costa Garcia de Mattos

EDIÇÃO ESPECIAL

O impacto das instituições de moda na contemporaneidade: uma análise da Fédération de la Haute Couture et de la Mode	13
---	-----------

Bárbara Venturini Ábile

Reflexões sobre as vestimentas das trabalhadoras populares de Belém, na primeira metade do século XX, a partir das pinturas de Carlos de Azevedo, Antonieta Feio e Andreino Cotta	31
--	-----------

Amanda Gatinho Teixeira

A recusa da maternidade nos embates entre o corset e a função reprodutiva	50
--	-----------

Roseana Sathler Portes Pereira

Estudo e análise do método de Julie Cole para a modelagem do vestuário em malha	64
--	-----------

Julia Maria Percebom, Isabel Cristina Italiano

Convergências entre Design Social e Design Centrado no Usuário: um estudo de casos em projetos acadêmicos de moda	94
--	-----------

Luciana da Silva Bertoso

Estratégias comunicacionais para as coleções primavera/verão 2021	114
--	------------

Luciana Chen

A economia circular e a sustentabilidade dos materiais na indústria da moda	128
--	------------

Junior de Jesus Costa, Ana Cristina Broega

Horror, halloween e a narrativa monstruosa de moda da coleção primavera/verão + resort 2020 da MOSCHINO	154
--	------------

Stella Mendonça Caetano

Os acessórios afiados da putinha terrorista: moda, gênero e autodefesa em Lyz Parayzo.....	170
---	------------

Emerson Silva Meneses, Martin Jayo

ENTREVISTAS E RESENHAS

Semiótica do corpo, da moda e da comunicação	188
---	------------

Marcelo Machado Martins, Ana Claudia Mei Alves de Oliveira

GT traje de cena, traje de folguedo	199
--	------------

Carolina Bassi de Moura, Fausto Viana

Entrevista com as coordenadoras: Aline Monçores e Deborah Christo	205
--	------------

Aline Moreira Monçores, Deborah Christo

GT - 10 moda, sustentabilidade e inclusão	212
--	------------

Suzana Barreto Martins, Ana Mery de Carli

**O IMPACTO DAS INSTITUIÇÕES DE MODA NA
CONTEMPORANEIDADE: UMA ANÁLISE DA FÉDÉRATION
DE LA HAUTE COUTURE ET DE LA MODE¹**

***The impact of fashions institutions on contemporaneity: an
analysis of Fédération de la Haute Couture et de la Mode***

***L'impact des institutions de mode dans la contemporanéité: une
analyse de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode***

Bárbara Venturini Ábile²

1 A pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) no Brasil e, atualmente, conta com financiamento do Comitê Francês de Avaliação da Cooperação Universitária com o Brasil (CAPES-COFECUB).

2 Doutoranda em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas, atualmente realizando estágio de pesquisa na Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Mestra em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas. Membro do Grupo de Estudos em Bourdieu (GEBU) desde 2017. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5391-4728>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0425842724235734>. E-mail: bvabile@gmail.com.

RESUMO

O objetivo da pesquisa é investigar o impacto das ações da Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM) no campo global da moda. A instituição foi criada em 1868, em Paris, na França, presidida por costureiros e administradores de algumas maisons de couture, e teve papel central no fomento e na proteção da indústria de vestuário na França, principalmente o sob medida. Existente até hoje, sua missão é promover a “cultura francesa de moda” e reforçar o papel da cidade de Paris como “capital mundial da moda”. As ações da Fédération serão pensadas a partir da estrutura atual do espaço de produção e circulação de bens e agentes da moda. Tal estrutura será interpretada como um campo de dimensão global, que é, por sua vez, formado por diversos campos nacionais. Ainda que haja uma interdependência de tais campos, parece haver uma maior influência do campo francês nas definições e tomadas de decisão desse campo global. Uma vez que a FHCM é o agrupamento de moda de maior relevância na França atualmente, a ideia é apontar como as ações da referida instituição são uma tentativa de reprodução e manutenção da estrutura desse campo. A metodologia da pesquisa consiste em análise de documentos e arquivos da FHCM; consulta aos meios pelos quais ela faz sua comunicação; e investigação a partir de bibliografias de cunho multidisciplinar. A análise desse material será realizada a partir de um arcabouço teórico da sociologia.

Palavras-chaves: instituição de moda; campo; reprodução

Abstract

The aim of the research is to investigate the impact of the actions of the Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM) in the global fashion field. The institution was created in 1868 in Paris, France, was chaired by couturiers and administrators of some maisons de couture and played a significant role in fostering and protecting the clothing industry in France, especially the sur mesure one. Existing to this day, its mission is to promote the “French fashion culture” and to reinforce the role of the city of Paris as the fashion capital of the world. The Fédération’s actions will be thought of from the current structure of the space of production and circulation of fashion goods and agents. Such structure will be interpreted as a global dimension field, which is, in turn, formed by several national fields. Although there is an interdependence of these fields, the French field has a greater influence on the definitions and decision making of this global field. Once the FHCM is the most relevant fashion grouping in France today, the idea is to point out how the actions of this institution are an attempt to reproduce and maintain the structure of this field. The research methodology consists in analyzing documents and archives of the FHCM; consulting the media through which it communicates; and investigating from multidisciplinary bibliographies. The analysis of this material will be conducted based on a theoretical framework of sociology.

Keywords: fashion institution; field; reproduction

Résumé

L'objectif de la recherche est d'explorer l'impact des actions de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode dans le champ mondial de la mode. L'institution a été créée en 1868, à Paris, en France, a été présidée par des couturiers et des administrateurs de quelques maisons de couture et a eu une fonction centrale dans la promotion et protection de l'industrie de l'habillement en France, notamment celle sur mesure. En fonctionnement jusqu'à aujourd'hui, sa mission est de promouvoir la "culture française de mode" et renforcer le rôle de la ville de Paris comme capitale mondiale de la mode. Les actions de la Fédération seront pensées à partir de la structure actuelle de l'espace de production et circulation des biens et agents de la mode. Telle structure sera interprétée comme un champ de dimension globale formé par de divers champs nationaux. Bien qu'il y ait une interdépendance entre tels champs, il semble que le champ français a une plus grande influence sur les définitions et les décisions de ce champ global. Une fois la FHCM étant le groupement de mode avec la plus grande pertinence actuellement, l'idée est de pointer la façon dont les actions de cette institution sont un essai de reproduire et maintenir la structure de ce champ. La méthodologie de recherche est composée de l'analyse des documents et archives de la FHCM; des consultations des moyens par lesquels elle fait sa communication; et l'approfondissement de bibliographies multidisciplinaires. Le traitement des données sera réalisé à partir d'un cadre théorique de la sociologie.

Mots-clés: *institution de mode ; champ ; reproduction*

1 INTRODUÇÃO

O propósito deste texto é investigar como algumas instituições de moda podem impactar a indústria contemporânea de vestuário, que aqui será interpretada como um campo (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.9) de característica global (BUCHHOLZ, 2016, p.2). Tal campo global pode ser definido como um espaço simbólico de produção e circulação de moda que se localiza e se realiza no globo. Considerando o propósito mencionado, será analisado o caso de uma instituição específica, tida como o agrupamento mais antigo do setor de vestuário (POUILLARD, 2016, p.77): a *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, também conhecida como FHCM, criada em 1868 em Paris, na França.

De maneira geral, as instituições de moda têm pouco destaque nas pesquisas da área, diferentemente de certos agentes do campo (como os costureiros e diretores criativos) e de certas práticas (como o costume de apresentar coleções de roupas de maneira fixa e ordenada, através de eventos intitulados *fashion weeks*). As instituições de moda também são menos numerosas em relação à quantidade de marcas e às semanas de moda. A título de ilustração, são apenas quatro as mais relevantes no campo, a saber, a própria FHCM, da França; a Camera Nazionale della Moda Italiana, da Itália; o Council of Fashion Designers of America, dos Estados Unidos; e o British Fashion Council, do Reino Unido (ZAJTMANN, 2015, p.2).

Para alcançar o objetivo visado neste artigo, em um primeiro momento a exposição trará precisões sobre a formação da FHCM, buscando fazer um movimento de relacioná-la com a institucionalização do campo da alta costura e a formação do campo francês da moda. A partir daí será proposta uma conceitualização de campo global da moda, que, em seguida, será definido como variavelmente autônomo em relação aos campos nacionais. Nesse sentido, será defendido que o campo francês da moda teria maior influência, em comparação aos outros campos, em certas práticas, hierarquias e visões do campo global da moda. Uma vez feito isso, os objetivos atuais da FHCM serão revistos, descritos e analisados. A ideia é demonstrar que eles possuem como ponto em comum a reprodução do valor simbólico da França e de Paris em matéria de moda. Essas informações animarão, por fim, a explicação do impacto da *Fédération* na indústria contemporânea de vestuário.

Para fazer essa investigação, foram utilizados como fontes da pesquisa alguns materiais confeccionados pela FHCM, como comunicados de imprensa, além de dados recolhidos a partir de pesquisas anteriormente realizadas sobre o tema. Além disso, também utilizamos relatórios do governo francês em relação à moda. Ainda que nosso interesse seja voltado para a contemporaneidade, foram levadas em conta as fontes que abarcam desde os primórdios da instituição até os dias atuais. A partir de nossa fundamentação teórica, que é essencialmente de base sociológica, mas que estabelece diálogos com produções

de outras áreas (moda, história e economia, por exemplo), foi realizada uma abordagem qualificativa dos materiais citados.

2 A FORMAÇÃO DA FHCM E A EMERSÃO DE CAMPOS DA MODA

A primeira versão da *Fédération* é fundada em 1868, pelo costureiro inglês Charles Frederick Worth, e recebe o nome de *Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes*. A ideia do agrupamento seria reunir as unidades de produção de roupas sob medida, com o objetivo de proteger e estimular o crescimento da indústria de vestuário na França.

Sua fundação ocorre no contexto chamado por Gilles Lipovetsky (1991, p.61) de “moda de cem anos”. Tal período teria durado, segundo o historiador, entre 1858 e 1958, e foi caracterizado pela articulação em torno de duas formas de produção de roupas: a sob medida, caracterizada por tecidos nobres e produção artesanal, com a costura [*couture*]; e a industrial, peças de modelagens e tecidos mais simples, com a confecção [*confection*] (LIPOVETSKY, 1991, p.62).

A semelhança entre os modos de produção, naquela época, fez com que ambos os segmentos, costura e confecção, fossem representados por essa única instituição. Com o tempo, alguns costureiros passaram a exigir uma melhor organização de seu *métier*, das regras que o caracterizavam e dos limites de sua atuação profissional. A justificativa utilizada por eles foi a divergência de objetivos entre seu tipo de produção, o sob medida, e aquele da confecção industrial. Segundo eles, os produtores da costura prezavam pela qualidade do produto e aqueles da confecção se preocupavam com a quantidade relativa à venda e ao lucro; os primeiros respondiam às expectativas do “bom gosto” de um estrato social específico, os segundos às necessidades da indústria; a primeira representava o que era eleito como elegante, a segunda, os domínios do “vulgar” (GRUMBACH, 2017, p.13).

Essas tensões entre *couturiers* e *confectionneurs* culminaram, em 1910, na dissolução da *Chambre* de 1868 e na imediata criação da *Chambre syndicale de la couture parisienne*. Assim, se Bourdieu e Delsaut (2001, p.9), no início da década de 1970, nos mostraram a existência e funcionamento de um campo da alta costura que era restrito ao espaço social da cidade de Paris; cujos agentes dominantes circulavam principalmente na *rive droite*, enquanto os agentes dominados transitavam pela *rive gauche*, sugere-se que a institucionalização de tal campo ocorre com a formação dessa *Chambre* de 1910.

Após 1910, o papel da organização ficou mais definido. Como nos conta Pouillard (2015, p.81), os agentes lá envolvidos visavam representar a França tanto no país quanto no exterior; proteger essa indústria já bastante sensibilizada devido à cópia e à pirataria

de seus produtos; organizar publicidades a favor da *couture* e mantê-la funcionando em momentos de crise. Para além disso, vários movimentos internos na *Chambre* continuaram existindo. Ao analisar sua história, é possível notar a constância de uma série de tentativas de estabelecimento de outras regras de atuação e investidas para distinguir a costura da confecção.

Um marco dessas tentativas ocorreu em janeiro de 1945, quando, após a liberação de Paris da ocupação alemã, as nomenclaturas envolvendo a prática de costura sob medida passaram a ser regulamentadas e hierarquizadas. Ora, até então falava-se de *petite* (pequena), *moyenne* (média) e grande (grande) *couture*, mas tais nomes eram atribuídos conforme o tamanho do próprio espaço dedicado à produção de roupas (GRUMBACH, 2017, p.38).

Com a referida decisão de 1945, além de uma proteção legal que passou a regulamentar a utilização das nomenclaturas, é possível perceber a criação jurídica e simbólica da ideia de *haute couture* (alta costura), ou seja, de um tipo de costura que está acima de todas as outras. Tal criação dá origem a uma nova versão do agrupamento que nos interessa, que passa a se chamar *Chambre syndicale de la haute couture*. A denominação *haute couture*, por sua vez, se torna legalmente protegida, passa a ter seu uso controlado pela *Chambre* em questão (que atualmente faz parte da FHCM), e assim permanece até os dias de hoje.

Com a construção de uma indústria francesa de roupas prontas para vestir (*prêt-à-porter*), em resposta ao *ready-to-wear* estadunidense, na década de 1960; o estabelecimento de uma periodicidade determinada para a mudança de coleções; e o crescente interesse dos costureiros da *haute couture* em criar também peças prontas para vestir, em 1973 é fundada a *Chambre Syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode*. Essa instituição e a *Chambre syndicale de la mode masculine* (criada no mesmo dia, representando o *prêt-à-porter* masculino), e também a *Chambre syndicale de la haute couture* (de 1945), passaram a formar a *Fédération Française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode*.

Esse desenvolvimento da *Chambre* para suas outras versões (a de 1945 e de 1973), em nossa visão, denota como o campo da alta costura se expande ao envolver novos agentes, disputas e formas de produção de roupas que vão além da alta costura, e se torna o que se pode chamar de um campo francês da moda. Assim, apesar das mudanças em seu nome, formato, aderentes e participantes, é notável que desde seu surgimento as versões da FHCM foram atuantes no estímulo, proteção e defesa da indústria de vestuário da França.

3 A EMERGÊNCIA DE UM CAMPO GLOBAL DA MODA PAUTADO PELO CAMPO FRANCÊS

Nesse período, outros campos nacionais da moda também se desenvolveram. E com os processos de globalização dos mercados e mundialização da cultura (ORTIZ, 1994, p.31) a partir da década de 1980; as mudanças na produção, venda, circulação e comércio de roupas (CRANE, 1997, p.395; MICHETTI, 2015, p.46); o despontamento de outros polos de moda (GRUMBACH, 2017, p.79); e mais uma mudança de nome da instituição que nos interessa, que em 2017 adquire oficialmente o nome de *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, é notada, enfim, a emergência de um outro campo que ultrapassa os limites geográficos da França. Esse novo espaço será chamado de campo global da moda.

Paralelamente à maneira pela qual Buchholz (2016, p.14) define o campo global da arte, o campo global da moda também seria um espaço simbólico interdependente de fluxos culturais e campos nacionais, cujas definições são acordadas e disputadas em termos globais. O capital específico desse campo que nos interessa seria a autoridade em legislar globalmente em matéria de moda e de “bom gosto”, e assim como Bourdieu e Delsaut (2001, p.8) nos explicam sobre o funcionamento desses espaços, tal capital seria desigualmente distribuído entre os agentes desse campo. Segundo nossos estudos, os criadores/as, designers, compradores/as, influenciadores/as, editores/as, coolhunters, empresários/as, seriam alguns deles, por exemplo. Como em todos os campos, os que detêm mais volume desse capital específico são considerados dominantes, enquanto os que detêm menor volume são considerados dominados (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.8).

Neste campo, também são encontrados os circuitos de consagração, isto é, aparelhos de celebração que produzem a legitimidade, a necessidade e a crença nos produtos desse campo (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.46). Eles seriam o princípio da estrutura do campo, pois são nesses circuitos onde são disputados e definidos os valores, práticas e regras que o regem. No caso do campo global da moda, tais circuitos são compostos pelas *fashions weeks*, mídias de moda em geral, museus, centros comerciais, os *bureaux de style* (mais conhecidos como escritórios de pesquisa de tendência de moda) e instituições, como a FHCM.

Fazendo novamente uma comparação com o que Buchholz (2016, p.16) mostra a partir do campo global da arte, o campo global da moda também é relativamente mais dependente de alguns campos nacionais específicos. Tal dependência se revela de maneira mais robusta em relação ao campo francês, o que parece ocorrer, em nossa interpretação, na medida em que ele está na gênese do campo global da moda. O mercado linguístico, analisado por Bourdieu (1996, p.29), aparece nesse sentido como uma boa analogia. Para o autor, o estabelecimento de uma língua nacional padrão, que é inculcada pela escola,

produz um mercado linguístico unificado. É mais ou menos isso que o campo francês parece ter feito: estabelecido uma língua através da qual se fala (e se faz) a moda.

Certas definições e acordos que aparecem como inquestionáveis, ou, em termos bourdieusianos, a doxa – “[...] a crença primordial, cuja intensidade é proporcional ao interesse depositado pelos agentes no funcionamento do campo” (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.50) –, do campo francês foram, de fato, acolhidos pelo campo global como definições, acordos e doxa próprios. Um exemplo heurístico que denota a influência das hierarquias do campo francês no campo global da moda é o caso da alta costura.

Como demonstrado anteriormente, a FHCM teve um papel central em tal segmento, já que seu trabalho combinou um viés objetivo e simbólico. Objetivo, na medida em que seus investimentos ocorreram no sentido de desenvolver as unidades de produção de alta costura, as *maisons*, mesmo em períodos de crise. Simbólico, pois a FHCM colaborou com a construção da alta costura como um segmento de prestígio. Tal construção é perceptível logo no início, quando certos costureiros optam por distanciar a prática da *couture* da prática da *confection*. Ao fazer isso, há o estabelecimento de uma diferença e distinção entre o ato ordinário e universal de se vestir e a indumentária pretensamente estetizada, o extraordinário. Ou, nos termos de Veblen (1894, p.199), entre se cobrir de roupas [*clothing*] e se vestir [*dressing*], com o objetivo de se enfeitar e se apresentar diante de um grupo. Hoje, ainda que a alta costura seja algo hiper-restrito (uma reportagem da revista Vogue de 2021 estima que o número de clientes seja de 4000 pessoas no mundo), ela é reconhecida por toda a indústria da moda. Ela funcionaria como uma marca e uma comprovação de qualidade da moda francesa (KURKDJIAN, 2019, p.163), ou, ainda, como uma locomotiva de imagens que impactaria direta e indiretamente toda a indústria da moda (EUROPE STRATEGIE ANALYSE FINANCIERE, 1992).

Um outro exemplo da influência das hierarquias do campo francês no campo global da moda é como é construída a própria história da moda moderna, que tem na capital francesa o seu “berço”. É o que é visto em produções como as de Steele (1999, p.15), segundo a qual a junção entre o suporte governamental e o prestígio da corte francesa foi crucial para o nascimento da alta costura e da moda na França. Um argumento parecido aparece nas obras de Crane (2013, p.132), que afirma que a cidade de Paris se manteve como o principal centro da moda do mundo até a década de 1960, e, ainda que houvesse outros polos em ascensão, segundo a autora, nenhum deles tinha tanta influência quanto a capital francesa. Ou as de Gilles Lipovetsky (1991, p.61), que também compartilha dessas visões, principalmente quando versa sobre a “moda de 100 anos”, momento em que, como demonstrado anteriormente, a FHCM surge.

4 AUTONOMIA VARIÁVEL: OS OUTROS CAMPOS NACIONAIS PRESENTES NO CAMPO GLOBAL DA MODA

Mas esse intercâmbio de doxa entre o campo francês e o global não quer dizer que o primeiro seja imune às dinâmicas do segundo, e nem que os valores, práticas e regras do segundo dependa somente do primeiro. Como Buchholz (2016, p.17) sublinha, os campos globais possuem uma autonomia variável em relação aos campos nacionais que os formam, o que permite indicar que o campo global da moda é formado e influenciado também por outros campos nacionais e suas respectivas doxas.

Destaca-se nesse sentido o caso dos campos nacionais inglês, italiano e estadunidense, que também possuem suas próprias instituições de moda. O British Fashion Council, criado em 1983, tem o objetivo de representar as indústrias de moda no Reino Unido (ZAJTMANN, 2015, p.5). Fundada alguns anos antes na Itália, mais especificamente em 1958, também há a Camera Nazionale della Mode Italiana. Ela representa mais de 200 marcas italianas e sua atividade principal é promover o setor da moda do país e organizar suas semanas de moda. No que se refere à moda estadunidense, uma série de redes mais ou menos formais foram vetores para o desenvolvimento de uma instituição que se voltasse para as questões da moda. Uma delas é o Council of Fashion Designers of America, criado em 1962, e que até hoje se mostra como a organização mais importante do tipo nos Estados Unidos (ZAJTMANN, 2015, p.4). A associação é não lucrativa e tem como membros 477 dos nomes mais importantes da moda feminina, masculina, de designers de joias e de acessórios do país, além de organizar sua semana de moda, a New York Fashion Week.

A nível nacional, essas instituições têm como objetivo: representar, proteger e promover as indústrias de moda dos respectivos países; mediar relações entre empresas, escolas, imprensa e poderes públicos; e organizar os eventos de apresentações de coleções no formato de *fashion weeks*. Tais ações são realizadas de maneiras diferentes, considerando seus respectivos interesses específicos.

Mas ainda que vinculadas aos seus respectivos campos nacionais, estes agrupamentos fazem parte³, como a FHCM faz, dos circuitos de consagração da moda global. Eles estariam interconectados e seriam, portanto, alguns dos responsáveis pelos fluxos globais e valorização das especificidades desse campo mais amplo. Ou seja, cada um deles detém o poder de consagrar ou não certos agentes e produtos. Nesse ato de instituição, que, dada à eficácia simbólica, mais se parece como uma conduta mágica, a consagração tem valor de distinção (BOURDIEU, 2021, p.34) – e por isso eles são considerados parte dos tomadores de decisão dos valores, práticas e regras que regem a moda global. Não à toa,

³ Acreditamos que cada um deles também tenha tido influências na formação de tal campo, mas somente uma pesquisa com esse objetivo poderia identificar quais são elas.

Londres, Milão, Nova Iorque e Paris são vistos como o *Big 4*, os quatro maiores polos de moda atualmente. É neles que está a estrutura desse campo que analisamos.

Se o campo global da moda possui uma autonomia variável e se apresenta como mais dependente de certos campos nacionais, isso significa que ele também pode se mostrar relativamente mais autônomo⁴ em relação a outros campos (BUCHHOLZ, 2016, p.17). Um exemplo que nos mostra isso é o campo brasileiro da moda. Como afirma Miqueli Michetti (2015, p.270), a moda brasileira busca ser reconhecida enquanto global através da valorização de sua diversidade. Mas esse valor não tem o mesmo peso nas trocas econômicas e simbólicas mundiais quando comparamos, por exemplo, com a alta costura francesa.

Em outras palavras, ainda que a ideia de diversidade tenha sido cada vez mais valorizada na moda global, vale lembrar que sua doxa compreende visões, práticas, significados, lógicas e crenças específicas que, como demonstrado, têm bastante influência francesa. Uma vez que as práticas de classificação e avaliação de reconhecimento global estão alinhadas com a doxa do campo francês, nota-se que o campo brasileiro da moda e suas produções de vestuário acabam por assumir ou manter uma posição subordinada em relação a outros campos nacionais mais fortes simbolicamente e economicamente. Dessa forma, a moda brasileira não possui (pelo menos até o momento) tanto impacto na moda global.

5 AS AÇÕES E OBJETIVOS DA FHCM: DESCRIÇÃO E ANÁLISE

No tópico anterior foi defendida a existência de um circuito de consagração interconectado e composto por representantes de alguns campos nacionais da moda, dentre eles o francês, que se envolvem na disputa contínua pelos valores, práticas e regras que regem o campo global da moda. Essa luta simbólica visa, a depender de quem nela se envolve, manter ou mudar os grupos, as relações entre eles, bem como suas divisões e hierarquias. Destarte, a seguir serão apresentadas as ações operadas pela FHCM nesse cenário.

Apesar de estar inserida no setor de moda, a FHCM não fornece matérias-primas, não cria e nem vende produtos, e tampouco é um espaço físico de comércio. Todo seu trabalho é voltado para sua mais de uma centena de membros: marcas que, conforme consta no site da instituição, fazem parte dos maiores conglomerados de luxo do mundo, a LVMH e a Kering; marcas de luxo de grupos menores ou familiares; e marcas com menos tempo

⁴ O debate completo sobre os agentes que formam esse campo global da moda e como eles se relacionam entre si deve considerar as reflexões em torno do conceito de globalização não hegemônica. Contudo, dado que o foco da análise está na FHCM e na dita “moda francesa”, não desenvolveremos tal ideia nesta etapa da pesquisa.

de mercado, chamadas pela instituição de emergentes. Autodenominada como a porta-voz da profissão da moda, as ações da FHCM envolvem acompanhar, otimizar, promover, impulsionar e formar seus membros. O objetivo da instituição com essas ações seria: (i) promover a cultura francesa de moda, principalmente através da criação e da haute couture, bem como suas combinações entre savoir-faire tradicionais e tecnologias contemporâneas; e (ii) contribuir para reforçar Paris em seu papel de capital mundial da moda, principalmente através da *Paris Fashion Week*, coordenada por ela.

Para alcançar (i), a FHCM mobiliza o valor simbólico da alta costura e de suas práticas de produção de roupas (em termos nativos, seu savoir-faire) que são consagrados e reconhecidos no campo global e os utiliza na construção da ideia de uma “cultura francesa de moda”. A FHCM abre a possibilidade de marcas mais antigas e emergentes fazerem parte dessa “cultura francesa de moda” por meio de convites e submissões de proposta em seu site, mas somente ela mesma detém o poder de definir quais podem ou não se tornar membros.

O ponto é interessante já que a FHCM não reúne apenas marcas francesas: dentre os 122 membros oficiais da instituição, 74 deles são de outras origens – mas todos eles fazem parte da “cultura francesa de moda”. Ademais, é relevante que grande parte das consideradas maiores marcas de luxo do mundo também façam parte dessa “cultura francesa de moda”, isto é, são membros da FHCM. A instituição seria, portanto, não apenas uma das responsáveis pela construção simbólica do que seria um jeito francês de se fazer moda, como também do próprio luxo.

O objetivo (ii), por sua vez, acaba em certa medida se relacionando com os resultados dos investimentos em (i). Ora, todos os membros da *Fédération* são marcas globais que, como tais, transcendem a esfera das particularidades locais e nacionais (ORTIZ, 2019, p.8) e funcionam como plataformas para a instituição. Assim, uma vez que tais marcas se apresentam na *Paris Fashion Week*, elas atraem a atenção (e a presença física) de agentes do campo global da moda para a capital francesa. Vale dizer que isso ocorre no mínimo seis vezes ao ano: nos dois desfiles anuais de alta costura, de *prêt-à-porter* feminino e de *prêt-à-porter* masculino.

É relevante assinalar que a *Paris Fashion Week* é há anos considerada a maior e mais importante semana de desfiles do mundo, e a capital francesa é tida como uma das principais capitais da moda: a título de ilustração, a cidade de Paris conquistou o topo da *Top Global Fashion Capitals* 3 vezes nos últimos 10 anos. Nesse sentido, a crise sanitária, social e econômica que se iniciou em 2020 não foi um impeditivo para que a FHCM tentasse manter essa fama.

Momento essencial para a indústria da moda, os desfiles de coleções de marcas de roupas foram afetados pela pandemia de COVID-19 de diversas formas. Entre anula-

ções e cancelamentos de apresentações do tipo como forma de prevenção da doença, a FHCM lança, em meados de maio de 2020, um informe em seu site no qual afirmava que a *Paris Fashion Week* referente aos desfiles de alta costura da estação outono-inverno de 2020/2021 seria realizada on-line, mantendo o calendário de apresentações que havia sido estabelecido antes da crise provocada pela COVID-19. O informe explica que cada *maison* inscrita no calendário oficial se apresentaria através de um vídeo “criativo e livre”, que seria divulgado “nas principais redes mundiais de difusão” em uma plataforma, junto de outros conteúdos produzidos para a ocasião.

Essa estratégia foi bastante reveladora da potência da instituição e da imagem de Paris para a indústria. Segundo o site da FHCM, a plataforma que abrigava os desfiles acumulou 202 mil visitantes; os vídeos tiveram uma audiência de 19,4 milhões de pessoas e o impacto de mídia do evento foi avaliado em 65,1 milhões de dólares. Ainda que relevantes, esses são números consideravelmente menores do que aqueles gerados normalmente. Segundo o órgão DEFI MODE, ao longo de suas semanas de moda, a cidade de Paris recebe em média 25.000 compradores estrangeiros e 2.500 jornalistas, o que gera aproximadamente 724 milhões de euros que contribuem para a economia da cidade. Apesar dessa diferença, a FHCM conseguiu não só manter o título de Paris, como criou um outro que passou a ser acatado pelos agentes do campo: a de capital digital da moda.

A busca para a *Fédération* alcançar seus objetivos conta, ainda, com o trabalho de vários outros agentes aliados à FHCM, assim como várias outras frentes de trabalho que devem ser consideradas nesta equação. No que se refere a seus parceiros, há o exemplo da mídia de moda internacional, outras organizações e agrupamentos, empresas, seus membros e o próprio Estado francês. Sobre esse último, precisamente, é interessante sublinhar que a FHCM faz uso de filiação identitária da França, já que a imagem do lugar é um ingrediente essencial para o sucesso de seus membros. Ao mesmo tempo, o Estado também tem interesse na proteção da indústria de moda da França, já que, dentre outras razões, a atividade de moda no país reflete em ganhos econômicos relevantes. Segundo o site do governo, a França é o primeiro ator mundial do setor de vendas de moda e luxo; seu volume de negócios representa 1,7% do PIB do país e o crescimento do setor é de 4% a 5% ao ano. Considerando isso, não à toa a moda faz parte da definição da própria *marque France*, a marca nação da França.

No que se refere a outras frentes de trabalho, uma que se destaca é a dimensão de formação de novos agentes produtores da moda. Como Pouillard (2016, p.79) demonstrou, a preocupação com a formação de uma mão de obra qualificada existe desde os primórdios da *Chambre* de 1910. A *École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*, onde alguns costureiros franceses de renome se formaram, como Yves Saint Laurent, foi o produto dos investimentos da organização nesse sentido. Hoje, tal escola é integrada ao Institut

Français de la Mode, a maior escola da área do país, que também foi fundada, dentre outros agentes, pela FHCM.

A FHCM foi apresentada até agora como uma coletividade, mas parece relevante sublinhar também quem são os agentes que fizeram e fazem parte dela. Se em seu início a organização era presidida por costureiros de renome da época, como DoeUILlet (1912), Jeanne Paquin (1917-1919) e Lucien Lelong (1937-1945), a partir de 1945 são os empresários que assumirão esse posto, como Pierre Bergé (1930-2017) e Didier Grumbach (1937-). Hoje, a FHCM é presidida por Pascal Morand, sendo que seu conselho de direção é constituído por representantes das marcas Christian Dior, Schiaparelli, Maison Margiela, Givenchy, Chanel e Jean-Paul Gaultier. No entanto, vale dizer que as câmaras sindicais que a formam são presididas por representantes de marcas como Isabel Marant, Chanel, Chloé, Saint Laurent, Celine, Dries Van Noten e Hermès.

É relevante que o agrupamento seja formado pelos empresários representantes de seus membros, na medida em que são os próprios agentes que definem o que é o “bom gosto” desde o início do século XX e, atualmente, reivindicam a autenticidade do luxo no contexto global (ORTIZ, 2019, p.8). Então, se é perceptível nas marcas Chanel, Dior e Louis Vuitton, por exemplo, uma tentativa de definir o que seria a moda do momento, é perceptível na FHCM, formada pelos empresários da mesma Chanel, Dior e Louis Vuitton, uma tentativa de consagrar essa mesma moda. Ainda, dado que a *Paris Fashion Week* é coordenada pela mesma FHCM, chega-se à conclusão de que são os mesmos agentes que estão envolvidos na produção da moda e em grande parte de seus circuitos de consagração, legitimidade e celebração, mas sob siglas e agrupamentos diferentes.

6 PARIS, CAPITAL DA FHCM

Identifica-se que os objetivos da FHCM possuem um ponto em comum: a proteção e reprodução do valor simbólico da França e de Paris no campo global da moda. Isso permite afirmar que a FHCM atua em tal campo através de uma estratégia de conservação, isto é, de ações que reproduzem, de forma explícita e ao mesmo tempo velada, noções e valores relativos à autoridade francesa no setor de vestuário.

Assim, uma vez que a FHCM se inscreve na gênese do campo francês da moda; faz parte (junto com outras instituições) dos circuitos de consagração da moda global, sendo responsável pela produção de legitimidade e celebração de agentes e produtos específicos; e se coloca como uma das representantes do luxo francês, seu impacto se dá na tentativa de manutenção da estrutura do campo global da moda, no qual ela ocupa uma posição dominante.

Retomando a analogia com o mercado linguístico de Bourdieu (1996), se o campo francês ajudou a estabelecer um padrão através do qual se faz a moda global, a FHCM tenta reproduzir tal padrão através de suas estratégias de conservação. Para usar termos de Ortiz (2019, p.8), ela seria uma artífice que dá veracidade e densidade a um padrão de autoridade que possui alcance global.

É interessante interpretar algumas das mudanças da indústria da moda que foram internalizadas pela instituição ao longo do tempo, a partir dessa perspectiva. O exemplo do *prêt-à-porter* é notável. Como vimos, a FHCM passou a representá-lo em 1973, após anos tentando distinguir a costura das roupas prontas para vestir. Entretanto, como Sant'Anna Müller (2011, p.123) nos explica, a criação do *prêt-à-porter* ocorre com a intenção de preservar a imagem de Paris enquanto esse lugar centralizador das elegâncias, a partir de uma nova configuração de poderes e valores no que se refere à decisão e ao desejo de consumo das elites. Segundo a autora, esse *prêt-à-porter* é diferente da proposta do *ready-to-wear* estadunidense na medida em que ele mantém preços altos e uma aura de produto raro e distintivo, em vez de atender a demanda de moda que provinha das ruas. Em outras palavras, ele seria uma forma da alta costura se adaptar, de adquirir uma imagem mais moderna e atenta às mudanças da conjuntura.

Nessa mesma linha de estratégia, uma outra ação da FHCM também nos chama a atenção. Dada a multiplicação e sucesso de criadores de moda de outros países a partir da década de 1970, como Kenzo, Issey Miyake e Rei Kawakubo (Japão); Vivienne Westwood, John Galliano e Alexander McQueen (Inglaterra); Giorgio Armani, Gianni Versace e Franco Moschino (Itália); entre outros, ficou decidido, mais especificamente a partir de 1996, que marcas de outras nacionalidades podem ser aceitas como membros da instituição. Ademais, a nova regra permitiu também que certos membros adquirissem o direito de utilizar a nomenclatura de alta costura (o que, por sua vez, não impediu a manutenção do discurso da “cultura francesa de moda” defendida pela instituição até os dias de hoje).

Assim, é seguro dizer que tais mudanças não significaram uma alteração da FHCM, muito menos da estrutura do campo, mas sim, como afirma Bourdieu e Delsaut (2001, p.54), revoluções parciais que são incitadas, na maioria das vezes, pelos entrantes no jogo. São eles que, através de estratégias de subversão, desafiam as regras já estabelecidas, mas sempre respeitando os limites do jogo.

É exatamente nesse movimento que interpretamos as investidas dos agentes do campo brasileiro da moda, citados anteriormente. Essa dinâmica é importante na medida em que, por mais que os dominados tentem subverter as regras instauradas pelos dominantes, se os primeiros reconhecem o objeto da disputa, a estrutura do campo é assegurada (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.19-20). Em outras palavras, os agentes que buscam adquirir o monopólio da legitimidade de afirmar valores, práticas e regras de um campo,

ou, ao menos, ser reconhecido em tal campo, contribuem para o fortalecimento da legitimidade em voga. Nas palavras de Bourdieu, “a ortodoxia necessita da heresia porque essa oposição implica o reconhecimento do interesse do desafio, reconhecimento irreconhecido” (BOURDIEU e DELSAUT, 2001, p.49).

O que se aponta aqui é que apesar das alterações assimiladas pela instituição centenária, e, no limite, pelo próprio campo global da moda, a estrutura deste último pouco se alterou. Uma frase de Pascal Morand, atual presidente executivo da Fédération, é reveladora nesse sentido. Ao tomar posse do cargo na instituição em 2017, ele afirma em uma entrevista ao jornal francês Les Echos que “é preciso que tudo mude para que nada mude”. Ainda que ele só tenha falado isso recentemente, como pudemos ver até aqui, esse parece ser um lema para as ações da instituição há tempos.

Nesse movimento, o capital simbólico da França e de Paris continua sendo altamente valorizado no campo da moda, ainda que a relevância econômica de Paris seja, como Buffet (2003, p.8) nos mostra, menor em comparação aos seus pares de disputa do *Big 4*. Nas palavras da mesma autora, a imagem da cidade é tão forte simbolicamente, que ela não depende somente de sua performance econômica.

No entanto, uma vez a estrutura assegurada e os valores do campo reproduzidos, coloca-se uma série de consequências. A restrição de novas possibilidades, práticas e formas de se produzir moda, bem como seu alcance, principalmente por agentes que estão fora do circuito do Norte Global, é, em nossa visão, uma das mais instigantes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação que realizamos buscou definir a maneira pela qual a FHCM tenta impactar o campo global da moda. Foi mostrado que a instituição detém uma autoridade sobre tal campo: não é à toa que ela se apresenta como uma voz política e econômica no ecossistema francês e internacional da moda. Isso se relaciona com o fato dela ter exercido papel central na institucionalização do campo da alta costura e do campo francês da moda, que, como tentamos demonstrar, posteriormente influenciaram a formação do campo global da moda. Uma vez que a FHCM está criando e disputando há mais de um século um sistema classificatório no que se refere à indústria de vestuário, é possível dizer que ela também corroborou e corrobora com a definição de muitas das regras, agentes, práticas, hierarquias, crenças e modos de circulação do campo global da moda.

Foi visto também que há uma disputa entre as instituições representantes de certos campos nacionais sobre as tomadas de decisão da moda global. Essa disputa tem como objetivo o poder de se enunciar legitimamente a verdade do campo, de ser reconhecido,

de impor princípios de classificação e de divisão fundamentado no assentimento de todos.

Dada essa disputa, a FHCM investe em esforços para a manutenção do valor simbólico da França. Foi sublinhado que tais esforços da instituição contam com os investimentos de uma teia de outros agentes, como suas marcas e o próprio Estado francês, bem como trabalhos a partir de outras frentes.

A partir dessas informações, afirmamos que a atuação da FHCM no campo global da moda se dá através de estratégias de conservação, isto é, de ações que produzem e reproduzem noções e valores relativos à importância francesa na moda. Assim, percebe-se que a promoção da cultura francesa de moda e do reforço de Paris em seu papel de capital mundial da moda impacta o campo global estudado na medida em que mantém e reforça a estrutura e doxa de tal espaço simbólico.

É interessante perceber como uma instituição sobre a qual fala-se tão pouco tenha, de acordo com o que foi demonstrado, um impacto tão relevante quanto silencioso na moda global. Uma comparação que Kurkdjian (2019, p.141) faz é elucidativa nesse sentido. A autora faz uso de termos da área de gestão e explica que instituições como a FHCM fariam parte do *upstream* da moda, isto é, a parte invisível do trabalho, que visa amadurecer e validar ideias. Já as marcas, lojas, desfiles e afins fariam parte do *downstream*, ou seja, etapas que se seguem a partir do *upstream* e que fazem parte da dimensão visível.

Não é à toa que o *upstream* precise ficar relegado à dimensão invisível da moda: como Pierre Bourdieu nos explica em vários de seus escritos, isso é essencial para seu funcionamento quando se trata de circuitos de consagração. Assim, quanto mais inconscientes e difíceis de reconhecer, mais eficazes eles são e maior o efeito da crença que eles defendem⁵.

5 Este texto foi revisado por Mariana Clark Peres Rabello, bacharela em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais em 2013. Email: marianaclark61@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3707084727271773>

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **Sociologia geral volume 1**. Petrópolis: Vozes, 2021 (tradução de Fábio Ribeiro).
- BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua griffe: contribuição para uma teoria da magia. **Educação em Revista**, n.34, p.7–66, 2001.
- BUCHHOLZ, Larissa. What is a Global Field? Theorizing Fields beyond the Nation-State. **The Sociological Review**, n.64, p.31–60, 2016.
- BUFFET, Virginie. **Revue Française du Marketing**, n.191, p.21-31, 2003.
- CRANE, Diane. Globalization, organizational size, and innovation in the French luxury fashion industry: Production of culture theory revisited. **Poetics**, v. 24, p.393–414, 1997.
- CRANE, Diane. **A moda e seu papel social: Classe, Gênero e Identidade das Roupas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.
- EUROPE STRATEGIE ANALYSE FINANCIERE. **L'industrie mondiale du luxe : l'impératif de la création face à la banalisation des marchés**. Paris: Eurostaf, 1992.
- GRUMBACH, Didier. **Histoires de la mode. Paris**: Éditions du Regard, 2017.
- KURKDJIAN, Sophie The cultural value of Parisian Couture. In: STEELE, Valerie. **Paris Capital of fashion**. Londres: Bloomsbury Visual Arts, 2019.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1991.
- MICHETTI, Miqueli. **Moda brasileira e mundialização**. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2015.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato. **O Universo do luxo**. São Paulo: Alameda, 2019.
- POUILLARD, Véronique. Managing fashion creativity. The history of the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne during the interwar period. **Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research**, v.12, n. 2, p.76–89, 2016.
- SANT'ANNA-MULLER, Mara Rubia. Prêt-à-Porter, discussões em torno de seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa. **Projética Revista Científica de Design I – Universidade Estadual de Londrina**, v.2, n.2, p.114-127, 2011.

STEELE, Valerie. **Paris fashion**: a cultural history. Oxford: Berg, 1999.

ZAJTMANN, David. La place de Paris au sein des capitales de mode. **Institut Français de la Mode**, 2015.

VEBLEN, Thorstein. The Economic Theory of Woman's Dress. **The Popular Science monthly**, v. 46, p.198-205, 1894. Disponível em: <<https://www.taylorfrancis.com/books/9781351311434/chapters/10.4324/9781351311441-6>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

Data de submissão: 27/05/2022

Data de aceite: 23/08/2022

Data de publicação: 14/09/2022



**REFLEXÕES SOBRE AS VESTIMENTAS DAS TRABALHADORAS
POPULARES DE BELÉM, NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX,
A PARTIR DAS PINTURAS DE CARLOS DE AZEVEDO, ANTONIETA
FEIO E ANDRELINO COTTA.**

*Reflections on the clothing of the popular workers of Belém, in
the first half of the 20th century, from the paintings by Carlos de
Azevedo, Antonieta Feio and Andrelino Cotta.*

*Reflexiones sobre la vestimenta de los trabajadores populares de
Belém, en la primera mitad del siglo XX, a partir de las pinturas de
Carlos de Azevedo, Antonieta Feio y Andrelino Cotta.*

Amanda Gatinho Teixeira¹

¹ Graduada em Artes (UFPA), especialista em Design (IESAM), mestre em Antropologia (UFPA) e doutoranda em Artes e Cultura Visual (UFG). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0991487149859516>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4598-443X>. e-mail: agteixeira10@gmail.com

RESUMO

O presente artigo procura refletir sobre os modos de vestir e de adornar das mulheres trabalhadoras que circulavam pelas ruas de Belém durante o século XX, utilizando como suporte reproduções de obras pictóricas, dos artistas paraenses Carlos de Azevedo, Antonieta Santos Feio e Andreilino Cotta. As reproduções configuram nas bases das análises das especificidades de tais modos, as quais são cruzadas com fontes textuais provenientes de livros e artigos científicos. São tratados os temas do uso de imagens nas pesquisas de História da Moda e da Indumentária, moda decolonial, a apresentação do *locus* amazônico, um breve panorama do trabalho feminino no século XX em Belém do Pará, seguido das análises das práticas vestimentares das trabalhadoras amazônicas, a partir das categorias das lavadeiras, das quitandeiras e das vendedoras ambulantes, e, por fim, das meretrizes. É importante ressaltar que mesmo diante das privações, essas mulheres materializavam, em suas vestimentas e adornos corporais, os signos sociais de suas profissões, demonstrando que a preocupação com a aparência também esteve presente em todas as camadas.

Palavras-chaves: Trabalhadoras; Vestimentas; Adornos.

Abstract

This article seeks to reflect on the ways of dressing and adorning the working women who circulated through the streets of Belém during the 20th century, using reproductions of pictorial works by artists from Pará Carlos de Azevedo, Antonieta Santos Feio and Andreilino Cotta as a support. The reproductions form the basis of the analysis of the specificities of such modes, which are crossed with textual sources from books and scientific articles. The themes of the use of images in the History of Fashion and Clothing research, decolonial fashion, the presentation of the Amazonian locus, a brief overview of women's work in the 20th century in Belém do Pará are discussed, followed by the analysis of the clothing practices of Amazonian workers. , based on the categories of washerwomen, greengrocers and street vendors, and, finally, harlots. It is important to emphasize that even in the face of deprivation, these women materialized, in their clothing and body adornments, the social signs of their professions, demonstrating that the concern with appearance was also present in all layers.

Keywords: Working women; Clothes; Ornaments

Resumen

Este artículo busca reflexionar sobre las formas de vestir y adornar a las mujeres trabajadoras que circulaban por las calles de Belém durante el siglo XX, utilizando como soporte reproducciones de obras pictóricas de los artistas de Pará Carlos de Azevedo, Antonieta Santos Feio y Andreilino Cotta. Las reproducciones forman la base del análisis de las especificidades de tales modos, que se cruzan con fuentes textuales de libros y artículos científicos. Se discuten los temas del uso de imágenes en la investigación de la Historia de la Moda y el Traje, la moda decolonial, la presentación del locus amazónico, una breve reseña del trabajo de la mujer en el siglo XX en Belém do Pará, seguido del análisis del vestuario prácticas de los trabajadores amazónicos, a partir de las categorías de lavanderas,

verduleras y vendedoras ambulantes, y, finalmente, rameras. Es importante resaltar que aún frente a las carencias, estas mujeres materializaron, en sus vestimentas y adornos corporales, los signos sociales de sus profesiones, demostrando que la preocupación por la apariencia también estaba presente en todos los estratos.

Palabras clave: *Trabajadoras; Ropa; Adornos*

INTRODUÇÃO

O presente artigo procura refletir sobre os modos de vestir e de adornar das mulheres trabalhadoras que circulavam pelas ruas de Belém durante o século XX, utilizando como suporte reproduções de obras pictóricas. Para tal análise, a metodologia empregada consiste na abordagem qualitativa, haja vista que, como ramo da pesquisa social, possibilita a investigação de relações e processos inseridos em um dado ambiente social (ALLUM, BAUER & GASKELL, 2002). Na pesquisa bibliográfica, foram utilizadas obras internacionais e nacionais, assim como a produção acadêmica amazônica, por conceder dados para a análise em questão. O artigo, inicialmente, trata do uso de imagens nas pesquisas de História da Moda e da Indumentária, moda decolonial, e da apresentação do *locus* amazônico por uma perspectiva igualmente decolonial. Após essas considerações há um breve panorama do trabalho feminino no século XX em Belém do Pará, seguido das práticas vestimentares das trabalhadoras amazônicas. A partir dessa discussão, são tratadas as seguintes categorias: as lavadeiras, as quitandeiras, as vendedoras ambulantes, e, por fim, as meretrizes.

O artigo utilizou cinco imagens como fontes documentais, as quais não são apenas ilustrações, mas documentos, que constroem modelos e concepções (SCHWARCZ, 2014). Ao utilizarmos imagens, temos o direcionamento do olhar para auxiliar no entendimento da história e das dinâmicas sociais, por serem especialmente valiosas na reconstrução da cultura cotidiana de pessoas comuns (BURKE, 2004). Ainda sobre o uso de imagens como fonte histórica para o estudo da indumentária, Rainho (2008) aponta que moda e visualidades caminham juntas, e que as imagens precisam ser analisadas considerando a época em que foram produzidas e os responsáveis pela sua produção. A autora também alerta sobre a importância de resistir à tentação de interpretá-las como documentos que reproduzem a realidade. Assim, faz-se necessário combinar fontes para contrapor dados a fim de analisar sua possível aproximação com o real.

Como mencionado anteriormente, a pesquisa aborda a análise dos modos de vestir e de adornar de mulheres trabalhadoras, portanto, mulheres que, em um primeiro momento, estavam ligadas às necessidades mais básicas, como seu próprio sustento, mas que nem por esse motivo privavam-se de evidenciar suas crenças, trabalhos e posições sociais, através de suas respectivas práticas vestimentares.

Ao refletirmos sobre a área de conhecimento da História da Moda e da Indumentária, vimos a forte dominação da tradição orientada pelas referências da colonialidade e, que consequentemente exerceu grande influência na construção sobre a referida temática no Brasil. De acordo com Andrade (2021), é reconhecida a existência de modelos predominantes de uma escrita da história do vestir, usada como história da moda, a qual compõe um pensamento que se tornou universalizante, o que alimenta o conceito de que outros povos em outras épocas copiaram e reproduziam modelos de matriz europeia da moda e que seus modos originais de vestir são exóticos.

Complementando a afirmativa, Tortora (2010) assinala que as publicações sobre a História da Moda são de pesquisadores baseados na perspectiva do norte global e, desse modo, não possuem proximidade com fontes externas às suas próprias culturas. Nesse sentido, muito do que foi produzido no Brasil sobre História da Moda e da Indumentária deparam-se com apagamentos e silenciamentos sobre os povos indígenas, afro-brasileiros e afro-indígenas. Nessa perspectiva, termos como “tradicional” e “ancestral” são empregados às roupas e aos adornos corporais desses povos, porém em um sentido pejorativo.

Compreendemos que, nos últimos anos, o mundo voltou o seu olhar para as múltiplas questões dos sujeitos subalternos. De acordo com Santos (2020, p.180), como decorrência, todo o conjunto de conceitos associados à modernidade também deve ser “girado”, dentre eles o de moda. Dessa forma, o discurso da moda decolonial não se trata de incluir outros sistemas de moda na história da moda contemporânea, mas de revalorizar e reconhecer uma diversidade de formas de moldar o corpo, bem como suas histórias e estética; não se trata de apagar a diferença, mas de eliminar a desigualdade (JANSEN, 2020, p.825). Consequentemente atualizar as discussões e gerar novas perspectivas de análises para o campo.

A presente pesquisa se dá no *locus* amazônico e procura investigar as práticas vestimentares e os modos de adornar das mulheres trabalhadoras de Belém no século XX. Pensar o termo *América Amazônica* exige uma contextualização histórica que nos leva a decolonizar o que representa a região natural e sociopolítica, que compreende a maior floresta tropical do mundo. A partir de uma perspectiva indígena, o xamã Davi Kopenawa Yanomami, conceitua a floresta em:

O que eles [os brancos] chamam de natureza é, na nossa língua antiga, *Urihi a*, a terra-floresta, e também sua imagem, visível apenas para os xamãs, que nomeamos *Urihinari*, o espírito da floresta [...]. Assim, o que chamamos de espírito da floresta são as inumeráveis imagens das árvores, as das folhas que são seus cabelos e as dos cipós. São também as dos animais e dos peixes, das abelhas, dos jabutis, dos lagartos, das minhocas e até mesmo as dos grandes caracóis *warama aka*. A imagem do valor de fertilidade *ně roperi* da floresta também é o que os brancos chamam de natureza. Foi criada com ela e lhe dá a sua riqueza. De modo que, para nós, os espíritos *xapiri* são os verdadeiros donos da natureza, e não os humanos (2015, p.475).

A reflexão supracitada rompe com o modelo eurocêntrico de conceituar a floresta e seus seres objetificados e destituídos de agência. Ao pensarmos sobre a modernidade/colonialidade/decolonialidade (MIGNOLO, 2017) e sua dinâmica na região, leva-nos a explorar o espaço urbano na Amazônia, mais especificamente a cidade de Belém, a partir de trabalhadoras, por vezes invisibilizadas e excluídas da sociedade.

2 O TRABALHO FEMININO NO SÉCULO XX EM BELÉM DO PARÁ

No fim do século XIX e início do XX, a cidade de Belém experimentou forte processo de urbanização, em meio às tentativas de adaptação aos considerados modernos costumes europeus, ainda que estes contrastassem com a realidade local. Tal processo era visto como reflexo da *modernidade*, o qual se deu, sobretudo, à economia da borracha que, a partir de 1840, possibilitou a concretização desse triunfo conhecido como *Belle Époque*, fazendo Belém emergir entre as grandes cidades brasileiras deste período. Assim, a parte excedente proveniente dessa economia foi direcionada para o saneamento e embelezamento da cidade, alinhados aos padrões europeus de urbanização.

A nova ordem econômica também remodelava os hábitos, os costumes sociais e concedia destaque aos códigos vestimentares da sociedade. Paralelamente a esse cenário, as mulheres das camadas populares de Belém sobreviviam em múltiplos espaços de trabalho, abarcando desde seus próprios domicílios ou de outras pessoas, nos quais desempenhavam funções como empregadas domésticas, cozinheiras, passadeiras e governantes; até ocupações em fábricas e pelas ruas da cidade, na condição principalmente de vendedoras, lavadeiras e meretrizes. Assim, as atividades dessas mulheres revelam a significativa contribuição que deram para a economia local, ao assumirem a função de provedoras do sustento de suas famílias, lado a lado com os homens (PANTOJA, 2015, p.227).

Nesse sentido, os trabalhos domésticos consistiam nas ocupações mais comuns entre as mulheres pobres, tanto no domicílio quanto a serviço de outras pessoas, em casas de família remediadas ou em mercearias, uma vez que esse tipo de trabalho não exigia nenhum conhecimento técnico específico, mas pressupunha o prolongamento do exercício de tarefas que essas mulheres já conheciam no seu dia a dia (PANTOJA, 2015, p.228).

3 AS PRÁTICAS VESTIMENTARES DAS TRABALHADORAS AMAZÔNICAS

Contrastando com a cidade com traços europeus, Belém também possuía ruas lamacentas e sem calçadas, cortada por igarapés. Os ofícios ligados à água, como aguadeiros, lavadeiras ou catraieiros, eram ocupados pelas camadas pobres da população, ou seja, ainda que estivessem excluídos do luxo e conforto ligados aos usos d'água, esses cidadãos encontravam nas fontes d'água um lugar para sociabilidades (DIAS, 2014, p.275).

As lavadeiras cuidavam das roupas das famílias abastadas, elas eram “[...] mulheres menos afortunadas, consideradas pobres, cujos ganhos com as lavagens eram direcionados para o sustento próprio e, às vezes, ao da família também” (ALMEIDA, 2010, p.185). Geralmente, as roupas eram lavadas nos próprios quintais das casas onde moravam as lavadeiras, cena que foi retratada em “Coradouro de roupas” (Fig.1), de Carlos de Azevedo.

Figura 1 - Coradouro de roupa (1903) de Carlos de Azevedo.
43x36cm. Óleo sobre tela.



Fonte: Acervo Museu de Arte de Belém.

Nela, observamos uma mulher negra trajando roupa branca, usando um avental e um turbante na mesma cor. Ela está diante a um coradouro com diversas roupas estendidas que secam em um quintal tipicamente paraense, com: bananeira, pupunheira, açai-zeiro, palmeiras, buritizal, uma lata com crótons e outra com a planta chamada de “comigo ninguém pode”, um cercado de madeira e, do lado esquerdo, a retrete com porta no mesmo material.

Aqui, podemos estabelecer um paralelo entre a almejada modernidade que Belém pretendia conquistar, com o uso de roupas brancas pela população, que poderia ser uma forma de manutenção de aparência e de evidência de corpos limpos; assim estimamos a importância do trabalho das lavadeiras que, muitas vezes, dedicavam horas do trabalho doméstico lavando, alvejando, secando e passando roupas. Outro ponto que destacamos, consiste no uso de peças brancas como mais uma forma de distinção entre os estratos sociais, pois, conforme Tomé (2016, p. 236-237), “muito além da higiene do corpo, as peças alvas não se resumiam a esse uso, estando incorporadas a um sem fim de aparatos contabilizados à elegância da casa de famílias mais refinadas”. Portanto, o uso de roupas alvas também consistia em um marcador social.

4 O TRABALHO DAS QUITANDEIRAS E DAS VENDEDORAS AMBULANTES

A artista paraense Antonieta Santos Feio retratava, em suas telas, a temática regionalista amazônica, destacando os indivíduos com pouca visibilidade social, como podemos notar na obra “Vendedora de Tacacá” (Fig.2), de 1937, em que mostra uma tacacazeira, com traços afroindígenas, sentada atrás de uma banca de madeira improvisada, coberta por uma toalha branca. Nela, estão dispostos os recipientes que contêm os ingredientes do tacacá², são eles: duas panelas de argila envoltas por capas de tecido na cor branca, as quais estão cobertas com pratos de latão; uma pequena panela de barro que contém o molho de pimenta; uma cuia decorada para acondicionar o sal; e pequenas cuias para servir o alimento. No chão, está um cesto que provavelmente servisse para guardar as cuias; e, atrás da vendedora, uma bacia de barro que ela utiliza para lavá-las. No lado oposto, vimos uma moringa, também de barro, a qual está no muro (TEIXEIRA, 2018, p.180).

Figura 2 - Vendedora de tacacá (1937) de Antonieta Santos Feio
94,6 x 118,2 cm. Óleo sobre tela.



Fonte: Acervo Museu de Arte de Belém.

² Alimento composto de goma de tapioca, tucupi, jambu, camarão-seco e molho de pimenta de cheiro, com sal. Preparado à maneira indígena, o tacacá tem certos requisitos na sua fórmula, desde o cozimento da goma (sem sal), do tucupi, dos camarões, do jambu, à preparação do molho extra, com alho e pimenta. É posto na vasilha (cua), “traçando” com a goma e o tucupi, para ser bebido pela borda da cua; da vasilha, pegam com os dedos os camarões e o jambu para comer (MENEZES apud CASCUDO, 1977, p. 69).

A vendedora foi representada pela artista no instante em que acrescenta a pimenta ao tacacá. Seu olhar simpático encara o observador como se o convidasse a tomar a iguaria. Ela veste uma blusa branca adornada com rendas, sobre a qual pendem longos colares, adornando-se, ainda, com brincos de penas vermelhas, um bracelete dourado no braço direito (um contra-egum?) e enfeita o cabelo com flores brancas e vermelhas. De acordo com Robert e Velthem (2009, p. 7):

esta vestimenta evoca as roupas do século XIX e o indispensável aparato das conhecidas baianas [vendedoras de rua]. Até a década de 1960, o traje das tacacazeiras era semelhante ao das baianas, mas subsiste, hoje, apenas de forma simplificada, nas cidades da ilha de Marajó, próxima a Belém.

Segundo Paes (2016, p.137-138), a indumentária da vendedora de tacacá representada na obra de Antonieta apresenta elementos que podem ser relacionados à religião de matriz africana, evidenciando sua identidade religiosa por meio dos “vestígios do sagrado”. A blusa de cor branca remete aos paramentos utilizados nos cultos afro-brasileiros, enquanto os colares, guias ou fios-de-contas³, são responsáveis por expressar a sua identidade religiosa e a sua ligação ao orixá ao qual está vinculada.

Ao analisarmos os colares da vendedora de tacacá, observamos os códigos cromáticos que compõem estes acessórios: um unicolor, na cor branca, que geralmente representa o orixá Oxalá, responsável pela criação e pela fertilidade – e que, pelos cultos da Umbanda, consiste na primeira guia de um filho; e outros colares bicolores, nas cores vermelha e preta de forma alternada, que podem estar representando o orixá Exu⁴, guardião das ruas e dos elementos da natureza (LODY, 2001, p.73). Assim, podemos inferir que a vendedora é iniciada ou adepta da religiosidade de matriz africana.

Fernandes (2013, p.87) ao analisar a obra, nos chama a atenção para um detalhe: a de que Antonieta assina, no canto inferior da tela, “Belém, 1973”, enfatizando o caráter local da cena, em que a mulher retratada é uma mulher paraense, devido às suas características físicas, aliada a toda experiência visual construída a partir de hábitos alimentares dos moradores da cidade de Belém⁵.

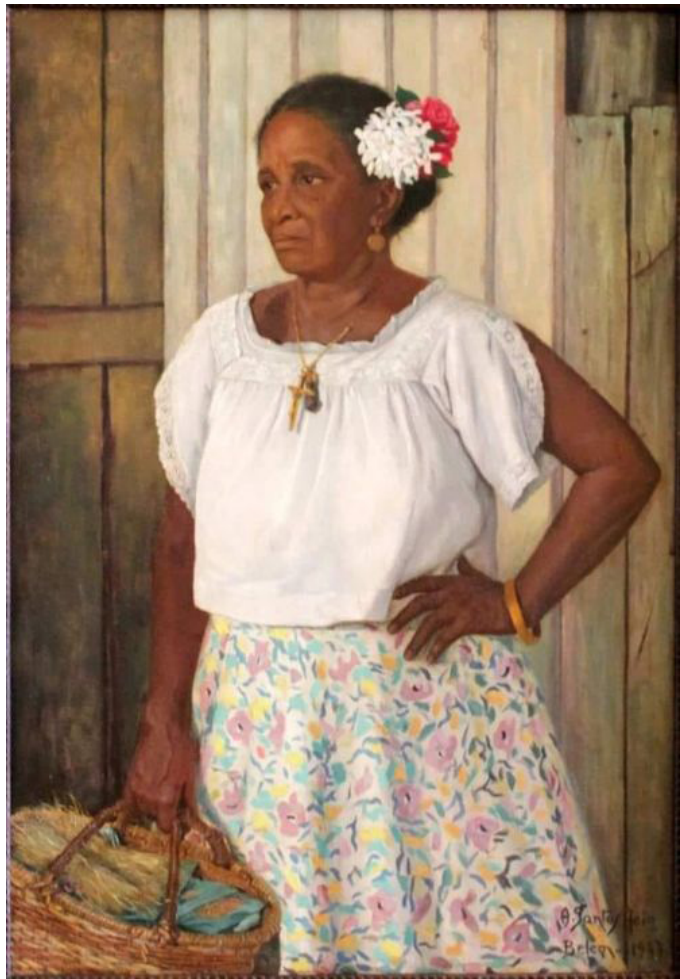
3 O fio-de-contas é emblema social e religioso que marca um compromisso ético e cultural entre o/a portador(a) e o santo. É um objeto de uso cotidiano, público, situando o indivíduo na sociedade do terreiro. Há critérios que compõem os textos visuais dos fios-de-contas, proporcionando identificação de santos, papéis sociais, rituais de passagem – o quelê –, ou ainda fios-de contas mais sofisticados, que, identificam o indivíduo, sua atuação no terreiro e, ainda, o tipo de Nação, ora por cor, ora por emblema (LODY, 2001, p.59).

4 Tais códigos cromáticos foram sinalizados a partir da obra de Lody (2001), mas sabemos que as cores presentes nos colares-de-contas podem sofrer variações para cada entidade, pois depende da nação a qual está inserida.

5 A análise da obra “Vendedora de Tacacá”, bem como as citações de autores sobre a mesma, fazem parte do artigo de minha autoria intitulado de “Entre Tecidos e Adornos: a moda das mulheres das camadas populares na Belém da Belle Époque (1870-1912)”, disponível em: https://www.generonaamazonia.ufpa.br/edicoes/edicao-13/Revista-Genero-Amazonia_13ed.pdf.

Em 1947, Antonieta pintou a obra “Vendedora de Cheiro” (Fig.3), na qual registra uma mulher negra, de meia idade, que adorna seus cabelos com flores brancas e vermelhas⁶. Ela está vestida de forma semelhante à “Vendedora de Tacacá”, com blusa branca rendada que remete às blusas usadas na composição do chamado traje de crioula. A manga no estilo tulipa pode ter sido escolhida pela usuária devido ao seu corte especial, pois ela permite maior flexibilidade no movimento dos braços da vendedora ambulante. A mulher apoia a mão direita na cintura e, com a esquerda, segura uma cesta repleta de cheiros-do-Pará.

Figura 3 - Vendedora de cheiro (1947) de Antonieta Santos Feio.
105,6x74,3 cm. Óleo sobre tela.



Fonte: Acervo Museu de Arte de Belém.

O cheiro-do-Pará, presente no cesto de palha da vendedora, ainda hoje é comercializado nos mercados públicos ou através de vendedores ambulantes em Belém. Geralmente, são usados para aromatizar roupas guardadas em gavetas, sua composição se dá pela:

⁶ A obra “Vendedora de cheiro” também foi analisada no artigo supracitado, por esse motivo algumas informações são recorrentes em ambos.

[...] combinação de raízes, cascas e paus aromáticos ralados, misturados a trevos, jasmims e rosas. Os ingredientes mais conhecidos, além da arruda, são a macaca-poranga, cipó-catinga, patchuli, japana, cumaru, alecrim, baunilha, mangerona, açucena, casca preciosa, louro amarelo, jasmim, pripioca e alfazema. A infusão na água de ervas, cascas e raízes cheirosas, flores e essências vegetais é tradicionalmente conhecido no Pará como “banho de cheiro”, prática noticiada por viajantes e descrita por intelectuais pelo menos desde o século XIX. (FERNANDES, 2008, p. 7)

A tradição de tomar o banho de cheiro se dá sobretudo, em junho, na noite de São João, e no último dia do ano, ao qual se atribui o poder de trazer felicidade, amor e prosperidade financeira para seus usuários.

A vendedora de Antonieta Feio traja uma saia florida que parece ter sido confeccionada em chita⁷ de algodão, seja pela sua estampa floral ou ainda pela similaridade no trajar das dançarinas de carimbó⁸.

Ela se adorna com brincos, uma pulseira, e um colar em que pendem um crucifixo e uma figa. Tais símbolos remetem, respectivamente, ao cristianismo católico, condensando, nessa imagem, a história de Jesus Cristo, enquanto a figa, mesmo possuindo origem europeia, foi amplamente utilizada nas práticas de matriz afro-brasileira, podendo ser interpretada como símbolo do ato sexual ou ainda como símbolo de fertilidade. Nesse sentido, podemos inferir que a usuária possuía uma religiosidade sincrética, ao mesclar elementos de origens diferentes, que, combinados, ofereciam pistas de suas crenças (TEIXEIRA, 2018, p.182).

No segundo plano, temos a representação da arquitetura vernacular, feitas de feixes de madeira enfileirados, comum nos espaços periféricos de Belém. Na produção artística de Antonieta Santos Feio observamos os aspectos individualizantes dos sujeitos anônimos, ao trazer características específicas da vendedora. A pose, a vestimenta, os adornos são comuns na tradição visual brasileira, mas a composição traz para a tela elementos particularizadores, como o cesto de palha com raízes cheirosas (FERNANDES, 2013, p.76).

⁷ A palavra chita deriva de chint em híndi, língua falada na Índia, derivada do sânscrito. Chint significa pinta ou mancha e caracteriza, pois, a estampa predominantemente floral, tendo em vista que o hinduísmo e o islamismo, as duas religiões principais do Oriente, proibiam as representações figurativas. Então, entre 3.000 e 5.000 a.C., já podem ser encontrados flores, galhos, folhagens, arabescos e desenhos geométricos, como o madra (listras cruzadas formando xadrez típico da região de Madras), nos tecidos que os indianos estampavam com seus cunhos, uma espécie de carimbo de madeira entalhada ou de metal, antecessor dos clichês de impressão (SILVA, 2010).

⁸ O carimbó é uma dança de roda típica do Estado do Pará, situado na região Norte do Brasil. A palavra “carimbó” é de origem indígena. Do tupi *korimbó* (pau que produz som) resulta da junção dos elementos *curi*, que significa “pau”, e *mbó*, que significa “furado”. O nome faz referência ao curimbó, principal instrumento musical utilizado nessa manifestação folclórica. O carimbó do Pará foi trazido ao Brasil pelos escravos africanos. Posteriormente, foram incorporadas influências indígenas e europeias, especialmente ibéricas. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/carimbo/>. Acesso em: 22 fev. 2019.

Nas duas obras de Antonieta analisadas neste artigo, observamos algumas similaridades: a temática, já que ambas retratam vendedoras com características afro-brasileiras e afro-indígenas que estão presentes no cenário populacional amazônico; as duas pinturas apresentam personagens que se adornam com símbolos religiosos que remetem a cultos de matriz africana – como o uso das guias pela “Vendedora de Tacacá”; pelo sincretismo religioso, presente na figura da “Vendedora de Cheiro”, portando em um único colar, composto de um símbolo cristão ao lado de uma figa, que remete ao culto afro; e, nas duas obras, as figuras femininas portam arranjos de flores em seus cabelos, configurando um jogo sinestésico de perfumar-se. Tal costume revela-se habitual entre as mulheres paraenses, como citado por João Affonso, em sua obra “Três séculos de moda”: “[...] O cabelo, ondulado e fofo, repartia-se em duas fartas trunfas, e de cada lado, encaixados no alto de cada orelha, dois grandes ramalhetes de rescendentes jasmims” (AFFONSO, 1976, p. 223).

Nesse sentido, podemos afirmar que o uso de flores naturais nos cabelos configurou-se um costume social das mulheres pertencentes às camadas populares, durante o século XIX e a primeira metade do século XX, revelando o cuidado sensorial com seus corpos, a fim de perfumá-los e evidenciar a sua feminilidade, bem como estava associada à questão higienista da população (TEIXEIRA, 2020, p.172).

A associação entre as flores e o seu perfume [...] se relaciona com a proposta higienista das reformas urbanas, que tinha como propósito esconder mazelas urbanas, como o mau cheiro, causado pela precariedade da rede de esgotos e pela falta de higiene (IMADA, 2019, p. 46-47).

Outra possível relação do uso de arranjo de flores no cabelo remete-nos à ascensão do estilo *Art Nouveau* na sociedade burguesa dos fins do século XIX. Sua chegada ao Brasil se deu por meio da importação de objetos, da moda e de revistas. Assim, a estética *Art Nouveau* esteve muito presente na moda feminina do século XIX, sendo comum a prática entre as mulheres brancas utilizar ornamentos com a temática de itens da natureza, costume que pode ter sido ressignificado pelas escravizadas e pertencentes das classes mais baixas ao portar flores naturais em seus cabelos, devido a sua acessibilidade.

Mais um fator análogo presente nessas duas obras é o uso da blusa branca com rendas, que, segundo Anaíza Vergolino (apud PAES 2016, p.138-139), consiste em um elemento de permanência nos cultos das religiões de matriz africana no Pará, pois a indumentária marcada por este tipo de blusa já era utilizada desde a época do batuque paraense e ainda permanece atualmente como elemento litúrgico dos cultos. Nesse sentido, a artista nos sugere que as duas personagens, a “Vendedora de Cheiro” e a “Vendedora de Tacacá”, sejam integrantes de religião de matriz africana, tendo em vista que a roupa e os colares que estas mulheres usam são códigos visuais e ritualísticos que estão presentes nesses cultos (TEIXEIRA, 2018, p.183).

Segundo Macêdo (2016, p.81), as quitandas faziam parte da contextualização alimentar de Belém, onde geralmente a cozinha era situada ao ar livre. As quituteiras também eram vendedoras ambulantes que vendiam frutas, verduras, legumes, diversos quitutes e outros itens, e muitas vezes eram as fabricantes de seus próprios produtos. Essas trabalhadoras geralmente vendiam seus alimentos em xarões, andando de porta em porta comercializando seus produtos.

Ainda que este artigo privilegie a primeira metade do século XX, trazemos a obra “Amassadora de açaí” (Fig.4), de Andreilino Cotta, datada de 1954. Nela, podemos observar que se mantinham as quitandas que comercializavam açaí e outros alimentos em Belém.

Figura 4 - Amassadora de Açaí (1954) de Andreilino Cotta.
39x51cm. Óleo sobre tela.



Fonte: Acervo Museu de Arte de Belém.

Na obra “Amassadora de açaí”, observamos um local chamado de “A Porta Larga”, que nos concede uma visão ampla do ambiente. Em uma banca de madeira, temos uma mulher negra, que amassa o açaí com suas mãos, prática comum antes do surgimento das máquinas elétricas para a tiragem da polpa da fruta. A amassadora traja uma saia ou um vestido o qual é coberto por um avental branco, que evidencia a limpeza e a higiene do trato com o alimento, a vendedora também usa um turbante na mesma cor, que prende seus cabelos.

Embaixo da mesa, tem-se um cesto de açaí que será amassado e, sobre ela, outros utensílios empregados na atividade. Do lado esquerdo da tela, observamos várias mulheres com trajes de passeio, que esperam o açaí, sentadas e em pé. No centro da tela, podemos notar uma mulher, com as mãos postas na cintura e que está de costas para o fruidor. Ela traça um vestido escuro e um avental branco, o que nos dá indícios de ser uma empregada doméstica. Pela porta lateral, mais uma mulher com as mesmas características sai com uma jarra de açaí, muito provavelmente para abastecer a casa de seus patrões. Em frente à quitanda, notamos a clássica bandeira vermelha, responsável por sinalizar visualmente a venda de açaí, costume que perdura até os dias atuais, sobretudo nos bairros periféricos de Belém.

De acordo com Rodrigues (2011, p.2), Belém ao longo dos séculos, tem conservado o trabalho de rua como característica que lhe é peculiar. Em um passeio pela cidade, encontramos vendedores de amendoim, frutas regionais, tapioqueiros, entre outros.

Outro ponto que destacamos é que as mulheres pobres e trabalhadoras nem sempre dispunham da ajuda de homens, dependendo de si mesmas e/ou da colaboração de outras mulheres para sobreviver na urbe. Por meio das atividades que desenvolviam, essas mulheres transitavam nos territórios da cidade, ainda que fossem estigmatizadas pela imprensa, pela elite financeira e pelo poder público, os quais delimitavam simbolicamente os espaços que seriam propícios para sua circulação (PANTOJA, 2015, p.214).

5 AS MERETRIZES

A busca de uma cultura europeizada estimulou um repensar urbano nas áreas centrais da cidade, com o surgimento de espaços de sociabilidade, que simbolizavam a modernidade. No entanto, mesmo as áreas centrais como o Boulevard da República, eram focos de conflitos, pois eram espaços em que coexistiam tanto as damas da sociedade quanto as floristas, domésticas e meretrizes.

As mulheres populares eram reprimidas pela polícia, a qual era responsável pela manutenção da *disciplina* nas ruas, seguindo também medidas dos higienistas, que pretendiam organizar o espaço urbano sob o sinônimo beleza-saúde (TRINDADE, 1995, p.42). Assim, algumas dessas mulheres, por vezes, saíam do centro urbano para exercerem seus trabalhos, o que é sugerido na obra “Coqueiros”, do artista Carlos de Azevedo (Fig.5).

Figura 5 - Coqueiros (1905) de Carlos de Azevedo.
41x33cm. Óleo sobre tela.



Fonte: Acervo Museu de Arte de Belém.

Nela, observamos um cenário simples, uma poça de água e a sugestão de um terreno baldio, diferente da paisagem urbana localizada no centro de Belém. A vegetação local, parece tomar conta de toda a obra, servindo de paisagem do passeio de uma moça elegantemente vestida que segura sua sombrinha para se proteger da forte radiação solar. Diante de “Coqueiros”, perguntamo-nos o que essa mulher está fazendo nesse local? Segundo Figueiredo (2011, p.65), a cor de sua roupa pode ser uma pista, pois, no fim do século XX, a cor-de-rosa era quase um privilégio das prostitutas e de mulheres liberadas.

Os jornais do período apontam para o grande número de meretrizes nas ruas de Belém. “[...], vinculadas ao comércio do prazer, proliferavam pela cidade, dando sinais de sua sensualidade condenada nos cafés, nas ruas, nas praças e nas casas de tolerância, onde a sexualidade ‘pervertida’ e o trato ilícito aconteciam” (TRINDADE, 1995, p.43).

Assim, notamos a preocupação das meretrizes ocuparem os mesmos espaços em que estavam as “moças de família”, haja vista que as primeiras possuíam códigos

morais e de sexualidade diferenciados dos modelos burgueses, portanto essas mulheres coexistiram nas ruas da cidade.

Diante desse contexto, Trindade (1995, p.44) comenta que havia tentativas de imposição de valores burgueses às meretrizes, já que, mesmo reprimidas por uma legislação excludente, tal prática não era proibida, porém seus comportamentos rotineiros eram castrados; além de recriarem uma identidade, lutavam por sua manutenção, permanecendo nas ruas e bordéis com a prática do amor venal, senhoras de suas vidas e de suas camas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas representações pictóricas analisadas, podemos observar parte do mundo do trabalho das classes populares na Belém do século XX. As visualidades apresentadas são marcadas pela presença de sujeitos de gênero feminino de pele escura, ocupando a posição central das composições pictóricas que contrastam com as realidades periféricas e marginalizadas a qual são preteridas em seus papéis sociais dentro da dinâmica modernidade/colonialidade.

Tais obras trazem à tona hábitos populares, como o uso do cheiro-do-Pará, além de demonstrarem as práticas alimentares cotidianas da população, por meio do consumo de açaí e tacacá, bem como sugere um dos ofícios mais antigos do mundo. Ainda que a capital do Pará almejasse o modelo de cidade pretendido pelas elites, essas mulheres acabavam sendo um entrave nesse processo ao abalarem a ordem pública.

Expostas a rotinas pesadas de trabalho, que eram desempenhadas no domínio da domesticidade e no espaço público, essas mulheres apropriaram-se do espaço urbano, baseadas em seus ofícios, experiências afetivas e de sociabilidade. Diante das privações de todas as ordens, essas mulheres materializavam, em suas vestimentas e adornos, os signos sociais de suas profissões, demonstrando que a preocupação com a aparência também esteve presente em todas as camadas⁹.

9 Revisora: Maria Adelina Rodrigues de Farias, Licenciada em Letras-Língua Portuguesa (ILC-UFPA-2005), Mestre em Linguística (PPGL-UFPA-2008) e Doutora em Antropologia Social (PPGA-UFPA-2016), e-mail: adelinafrs@gmail.com

REFERÊNCIAS

- AFFONSO, João. **Três séculos de modas**. Belém: Conselho Estadual de Cultura, 1976.
- ALBERT, Bruce; KOPENAWA, Davi. **A queda do céu**: Palavras de um xamã yanomami. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- ALLUM, Nicholas. C.; BAUER, Martin. W.; GASKELL, George. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento; evitando confusões. In: BAUER, Martin. W.; GASKELL, George. (Orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. pp.17-36.
- ALMEIDA, Conceição Maria Rocha de. As águas e a cidade de Belém do Pará: história, natureza e cultura material no século XIX. 2010. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.
- ANDRADE, Rita Morais de. O vestuário como assunto: um ensaio. In: ANDRADE, Rita Morais de.; CABRAL, Alliny Maia; DI CALAÇA, Indyanelle Marçal Garcia. (Orgs.). **O vestuário como assunto**: perspectivas de pesquisa a partir de artefatos e imagens. Goiânia: Cegraf UFG, 2021, pp.16-31.
- BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e imagem. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2004.
- CANCELA, Cristina Donza. Adoráveis e dissimuladas: as relações amorosas das mulheres das camadas populares na Belém do final do século XIX e início do XX. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.
- CASCUDO, Luís da Câmara. **Antologia da Alimentação no Brasil**. Rio de Janeiro: Livros técnicos e científicos, 1977.
- DIAS, Douglas da Cunha. Quem te margeia conta de ti: educação do corpo na Belém do Grão-Pará (de 1855 à década de 1920). Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014.
- FERNANDES, Caroline. **O moderno em aberto**: o mundo das artes em Belém do Pará e a pintura de Antonieta Santos Feio. Belém: IAP, 2013.
- FERNANDES, Caroline. História de vendedoras: arte e visualidade no Brasil. **Anais do XIII Encontro de História ANPUH: Identidades**, Rio de Janeiro, agosto 2008. Disponível em: http://encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1214367255_ARQUIVO_Historiadevendedoras-CarolineFernandes.pdf. Acesso em: 16 jul. 2001.
- FIGUEIREDO, Aldrin Moura de. Museu de Arte de Belém (Pará). **Janelas do Passado, espelhos do presente**: Belém do Pará, arte, imagem e história – Curadoria. Belém: Prefeitura Municipal de Belém-FUMBEL, 2011.
- IMADA, Heloísa Leite. **Moda**: desfile literário. Campinas: Unicamp /IEL/Setor de Publicações, 2019.

JANSEN, Maria Angela. Fashion and Phantasmagoria of Modernity: na introduction to de-colonial fashion discourse. **Fashion Theory**, p.815-836, 2020.

LODY, Raul. **Jóias de Axé**: fios de contas e outros adornos do corpo; a joalheria afro-brasileira. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

MACÊDO, Sidiana da Consolação Ferreira de. A cozinha mestiça. Uma história da alimentação em Belém. (Fins do século XIX e meados do século XX). Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.

MIGNOLO, Walter. Desafios Decoloniais Hoje. **Epistemologias do Sul**, v. 1, n. 1, 2017, p. 12-37.

PAES, Francisco Augusto Lima. Vestígios do sagrado: a obra de arte como possibilidade de mediação entre religião e cultura na pintura de Antonieta Santos Feio. **Revista Eletrônica Correlatio**, São Paulo, v. 6, n.2, p.123- 150, dez. 2016.

PANTOJA, Leticia Souto. Trilhos, veios e caminhos da cotidianidade das camadas populares de Belém: 1918-1939. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. As imagens da moda e a moda das imagens. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 76–83, 2008. Disponível em: 10.26563/dobras.v2i4.337. Acesso em: 16 fev. 2019.

ROBERT, Pascale de; VELTHEM, Lucia Van. A hora do tacacá: consumo e valorização de alimentos tradicionais amazônicos em um centro urbano (Belém – Pará). **Anthropology of food**, 2009. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aof/6466>. Acesso em: 2 ago. 2021.

RODRIGUES, Venize Nazaré Ramos. Cidade e Trabalho: Belém em múltiplas vozes. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**, São Paulo, julho 2011. Disponível em: [http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300936401_ARQUIVO_CIDADEE-TRABALHO\(TEXTOCOMPLETO\).pdf](http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300936401_ARQUIVO_CIDADEE-TRABALHO(TEXTOCOMPLETO).pdf). Acesso em: 16 jul. 2001.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. **ModaPalavra**, Florianópolis, v. 13, n. 28, p. 164–190, abr./jun. 2020.

SARGES, Maria de Nazaré. **Belém**: riquezas produzindo a Belle Époque (1870-1912). Belém: Paka-Tatu, 2010.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Lendo e agenciando imagens: o rei, a natureza e seus belos naturais. **Sociologia & Antropologia**, Rio de Janeiro, v.4, n.2, p. 391-431, dec.2014.

SILVA, Emanuela Francisca Ferreira. Estampa chita e cesura: Linguagem não-verbal e suas diversas interfaces comunicacionais. **Revista Encontros de Vista**, v.5, n.1, p. 96-107, 2010.

TEIXEIRA, Amanda Gatinho. No estúdio fotográfico de Fidanza: a construção da imagem das mulheres escravizadas na cidade de Belém (1869-1875). **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 15, n. 30, p. 157–180, 2020.

TEIXEIRA, Amanda Gatinho. Entre Tecidos e Adornos: a moda das mulheres das camadas populares na Belém da Belle Époque (1870-1912). **Gênero na Amazônia**, Belém, n. 13, jan./jun., 2018.

TOMÉ, Aline Viana. A tradição da pintura pitoresca na obra de Eliseu Visconti (1866-1944): as lavadeiras e seus varais. **Temporalidades: Revista de História**, Belo Horizonte, edição 22, v. 8, n. 3, p.228-264, set./ dez. 2016.

TORTORA, Phyllis (Ed.). **Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion**: Global Perspectives. New York: Oxford University Press, 2010, p. 159-170.

TRINDADE, José Ronaldo. Mulheres de má vida: meretrizes, infiéis e desordeiras em Belém (1890-1905). In: ÁLVARES, M. L. M; D'INCAO, M.A. **A mulher existe? Uma contribuição ao estudo da mulher e gênero na Amazônia**. Belém: GEPEM, 1995, p. 41-48.

Data de submissão: 15/06/2022

Data de aceite: 25/09/2022

Data de publicação: 01/10/2022



A RECUSA DA MATERNIDADE NOS EMBATES ENTRE O CORSET E A FUNÇÃO REPRODUTIVA

***The refusal of maternity in the struggle between corset and the
reproductive function***

***El rechazo de la maternidad en los impactos entre el corset
y la función reproductiva***

Roseana Sathler Portes Pereira¹

¹ Corsetière e professora universitária. Mestra pelo programa de pós-graduação em Têxtil e Moda da Universidade de São Paulo, pós-graduada em Modelagem do Vestuário pelo Instituto Federal do Sul de Minas Gerais, bacharel em Moda e especialista em Gestão Empresarial. Como docente leciona nas áreas de Produção, Gestão e Criação de Moda. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2212368077756297>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3390-1855> ; email: rosesathler@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho se trata de um desdobramento da pesquisa de mestrado da autora e se propõe a investigar, através dos estudos de Elizabeth Badinter (1985), as relações entre a amamentação materna e as críticas moralistas direcionadas ao uso de *stays* e *corsets*, que se dão principalmente na França, Inglaterra e Alemanha urbanas do século XVIII e XIX. A pesquisa qualitativa com fontes bibliográficas e museológicas, demonstra que as preocupações do Estado com a manutenção e incremento do capital humano impactaram a forma como tais vestimentas foram percebidas. As alterações que se deram na modelagem e estrutura de *stays* e *corsets* são, portanto, testemunhas do processo responsável por inscrever as práticas da maternidade no interior da noção de feminilidade.

Palavras-chaves: *stays*; *corsets*; maternidade; função reprodutiva.

Abstract

The present work follows on the master's research of the author and aims to investigate, through the studies of Elizabeth Badinter (1985), the relations between breastfeeding and the moralistic criticism directed to the use of stays and corsets, which mainly took place in France, England and Germany urban regions from 18th and 19th centuries. The qualitative research with bibliographic and museum sources demonstrates that the State's concerns with the maintenance and increase of human capital impacted the way such garments were perceived. The changes occurred in the shape and structure of stays and corsets are, therefore, witnesses of the process responsible for incorporating the practices of motherhood within the notion of femininity.

Keyword: *stays*, *corsets*; motherhood; reproductive function.

Resumen

El trabajo se trata de un desdoblamiento de investigación de maestría y se propone a sondear a través de los estudios de Elizabeth Badinter (1985) las relaciones entre el amantamiento materno y las críticas moralistas direccionadas al uso de stays y corsets, que se dan principalmente en Francia, Inglaterra y Alemania urbanas del siglo XVIII y XIX. La investigación cualitativa con fuentes bibliográficas y museológicas, demuestra que las preocupaciones del Estado con el mantenimiento y aumento del capital humano impactaron la manera como esas vestimentas fueron percibidas. Los cambios que se dieron en el modelado y estructura de stays y corsets, son por lo tanto, testigos del proceso responsable por inscribir las prácticas de la maternidad en el interior de la noción femineidad.

Palabras clave: *stays*, *corsets*; maternidad; función reproductiva.

1 INTRODUÇÃO

Bodies, *stays* e *corsets*², compuseram a vestimenta de mulheres europeias desde o século XVI até o século XIX. A partir das primeiras décadas do século XX, gradativamente se tornaram obsoletos e substituídos por novas peças modeladoras. O uso de tais trajes inicialmente destinados à aristocracia, se disseminou a partir do século XVII, sendo adotado por diferentes classes sociais. Já neste período, Bendall (2017) observa que *bodies* e *stays* figuravam nas posses de pelo menos a metade das mulheres da Inglaterra, para no século XIX se tornar uma vestimenta feminina normativa a todas as classes sociais, visto que a industrialização de sua feitura possibilitou a sua comercialização a preços módicos.

As recorrentes gestações foram parte intrínseca da vida das mulheres adultas casadas durante este mesmo período. Desprovidas de métodos contraceptivos eficazes, eram grávidas que tais mulheres exerciam seus papéis sociais. Ecos desse fenômeno reverberaram na forma como as crianças eram percebidas enquanto seres de pouca importância. Ariès (1986) nota que até o século XIX as crianças eram despersonalizadas, podendo ser facilmente substituídas pela próxima, caso algum mal lhe acometesse.

O uso de *stays* e, tardiamente, de *corsets*, não era suprimido durante o período gestacional, o mesmo ocorria para toda a vestimenta usual, cuja confecção contava com o emprego de mecanismos que possibilitassem tanto o ajuste quanto a ampliação das circunferências, para adaptá-las às diferentes dimensões do corpo. As amarrações são um exemplo de tais mecanismos, elemento essencial para o ajuste na *corseteria*, eram especialmente elaboradas para as peças destinadas às gestantes. Cabe ressaltar a escassez e indisponibilidade desses trajes, que representavam bens tão valiosos a ponto de constarem nos inventários familiares (ROCHE, 2007).

O artigo *Tailleurs du Corps* da Enciclopédia ou Dicionário razoado das ciências, das artes e dos ofícios de Diderot e D'Alembert (2015), publicada entre 1751 e 1772, trata sobre a profissão do alfaiate que se encarrega da confecção de *stays*, ou *corps*, em francês. Nele consta a ilustração de um exemplar destinado ao período gestacional e, exceto pela adição de uma fileira de ilhoses nas laterais, além das localizadas na região dorsal, a peça é exatamente idêntica a seus pares.

A amarração lateral adicional é uma característica persistente nos *stays* destinados à gestação. Entretanto, como nos apresenta Diderot e D'Alembert, nenhuma outra adequação significativa à anatomia de mulheres gestantes foi empregada em tais peças até

2 Os termos da língua inglesa *bodies* e *stays*, correspondem às nomenclaturas das primeiras vestimentas enrijecidas e estruturadas, sobretudo com barbatanas de baleia, destinadas a vestir o torso feminino no século XVI. Sua nomenclatura, bem como a sua forma, modelagem, e estrutura, altera-se no século XIX, recebendo o nome de *corset*. Segundo Arnold et al. (2018), o termo *bodies* foi utilizado nos primeiros 50 anos após a sua introdução definitiva no vestuário europeu, dessa forma, para os fenômenos abordados neste trabalho, o uso dos termos *stays* e *corsets* é mais pertinente.

o século XIX. *Stays* conservaram a característica verticalidade de sua modelagem, mantendo a frente planificada, tanto na região do busto, quanto sobre o ventre.

A mesma funcionalidade pode ser observada em *stays* pertencentes ao Museu parisiense Palais Galliera, cuja confecção remete período entre 1750 e 1770. Além da amarração dorsal, a vestimenta apresenta outras duas em ambas as laterais para possibilitar a abertura necessária durante a gestação. Tal recurso também viabiliza a possibilidade de recobrar as dimensões originais da peça, quando totalmente fechada.

É apenas a partir do século XIX, que trajes íntimos estruturados específicos para o corpo gestante são desenvolvidos e disponibilizados (MOON, 1995). Uma patente norte-americana registrada por Elizabeth Adams, no ano de 1841, apresenta a invenção de um *corset* para a gestação que também seria adequado para mulheres que sofrem de fraqueza abdominal ou hernia. Ao relatar o propósito e os benefícios de sua invenção, Adams (1841) reforça que o seu objetivo é evitar pressões incômodas e prejudiciais para a sua usuária, além de possibilitar que o peso do abdome seja distribuído e suportado também pelos ombros, a fim de oferecer alívio.

A peça é repleta de dispositivos engenhosamente elaborados para proporcionar os resultados que promete, as barbatanas que a estruturam seriam pré-moldadas em um formato arredondado, as alças seriam incorporadas para suporte, seu comprimento seria mais longo para abranger toda a região frontal durante a evolução da gestação. Para garantir a flexibilidade, a autora acrescenta o uso de elásticos e uma sequência de quatro amarrações dispostas sobre a região do ventre, além da amarração dorsal.

O exame da criação de Elizabeth Adams (1841) nos apresenta uma ruptura com os modelos citados anteriormente. Apesar de continuarem a ser usados durante a gravidez, os *stays* dos séculos XVII e XVIII, claramente não consideram as formas e as necessidades do corpo gestante, a possibilidade de expansão do seu diâmetro parece corresponder ao desejo de adequação da vestimenta aos diferentes estágios do corpo, sem demonstrar nenhum interesse em contribuir para as necessidades decorrentes do estado gestacional.

A comparação entre tais peças provoca reflexões sobre as relações entre *stays*, *corsets* e as funções maternas. Dada a relação íntima que estabeleceram com a corporeidade feminina, revestindo, moldando e proporcionando suporte ao corpo, seriam as alterações identificadas em sua materialidade capazes de refletir as mudanças na forma como a gestação e a maternidade foram percebidas?

2 A RECUSA DA AMAMENTAÇÃO E DO CUIDADO COM OS FILHOS

Em *Um amor conquistado: o mito do amor materno* Elizabeth Badinter (1985) examina o processo de construção social relativamente recente das práticas da maternidade, que hoje são tomadas como instintivas e naturais. Para tanto, a autora examina as espantosas taxas de mortalidade infantil do final do século XVIII.

Badinter (1985) constata que a cada quatro franceses nascidos, um não passaria do primeiro ano de vida. As causas de tal fenômeno são multifatoriais. Como vimos, o lugar ocupado pela criança na sociedade e nas dinâmicas familiares era marginalizado. Tal ausência de prestígio se fazia notar na clínica. Eram poucos os médicos que se dignavam a atender pacientes de pouca idade. Contudo, é na ausência do cuidado e, principalmente da amamentação maternos, que Badinter (1985) concentra a sua investigação. Segundo a autora, no ano de 1780

das 21 mil crianças que nascem anualmente em Paris, apenas mil são amamentadas pela mãe. Outras mil, privilegiadas, são amamentadas por amas-de-leite residentes. Todas as outras deixam o seio materno para serem criadas no domicílio mais ou menos distante de uma ama mercenária (BADINTER 1985, p. 19).

O fenômeno da amamentação mercenária teria se originado na aristocracia, e ficaria restrito a ela até o final do século XVI. Contudo, Badinter (1985) argumenta que no século XVIII, a prática de delegar a amamentação e o cuidado dos filhos às amas-de-leite se popularizou entre todas as camadas sociais urbanas da França, Inglaterra e Alemanha, inclusive os pobres.

Tal renúncia do exercício das funções maternas poderia ser motivado por duas razões distintas. A recusa necessária ocorria nas camadas desprivilegiadas financeiramente. Badinter (1985) argumenta que as famílias burguesas comerciantes não viam outra escolha senão enviar seus bebês para serem nutridos e cuidados por mulheres do campo, visto que as atividades exercidas pelas mães eram fundamentais para sua escassa rentabilidade. A dedicação ao cuidado materno, significaria, portanto, um prejuízo irrecuperável para a economia familiar.

A contratação de uma ama-de-leite representava uma solução mais vantajosa do que o emprego de um ajudante, fato que nos possibilita compreender as condições indignas às quais essas mulheres, suas famílias e as crianças sob sua tutela estavam submetidas.

A situação era ainda mais penosa para os trabalhadores braçais que, em situação semelhante, não viam outra alternativa a não ser destinar parte de seu parco rendimento para o pagamento de amas que se encontravam em situação semelhante. Aos pobres, segundo Badinter (1985), restava abandonar seus filhos em orfanatos ou conservá-los em casa, onde eram criados em circunstâncias execráveis.

Ainda que dispusessem de todas as condições materiais para fazê-lo, as classes privilegiadas renunciavam a nutrição e o cuidado materno voluntariamente. Nas famílias abastadas, assim como na aristocracia, muitas amas eram residentes nas casas de seus empregadores, ou viviam em cidades vizinhas. A recusa de se dedicar ao aleitamento materno era justificada por razões diversas.

Badinter (1985), observa que a sensibilidade nervosa, a fragilidade do corpo e as consequências estéticas da amamentação, como a flacidez das mamas, eram frequentemente usadas como argumentos para prescindir da tarefa de nutrir os próprios filhos. Além disso, tal prática feria os códigos de sua classe social, visto que não era adotada nem por mulheres pobres.

Se por um lado, a amamentação era também tomada como prática impudica, por outro, vigorava a crença de que o sêmen poderia azedar o leite. Este era um atravanco para a retomada das práticas sexuais após o parto do bebê, o que frequentemente levava ao indesejável adultério dos maridos. A dedicação aos filhos implicava também na vida social de tais mulheres, que teriam que se privar da efervescência dos concorridos salões.

Badinter (1985) acrescenta ainda que um outro interesse feminino surgia nesse contexto. Denominadas pela autora como filósofas, tais mulheres se dedicavam à sua própria instrução e advogavam em prol da educação de jovens meninas. Seus esforços se voltavam para as formas de recuperar os prejuízos de uma formação empobrecida à qual lhes era destinada durante a juventude. Este comportamento se contrapunha aos valores hedonistas de sua classe.

Para elas, as gestações, bem como toda e qualquer ocupação decorrente da vida familiar e de sua posição social representavam um fardo. Sua atitude considerada egoísta foi amplamente censurada, “De Montaigne a Rousseau, passando por Molière e Fénelon, conjuram-nas a voltar às suas funções naturais de dona-de-casa e de mãe. O saber, dizem eles, estraga a mulher, distraíndo-a de seus deveres mais sagrados” (BADINTER, 1995, p.110).

3 O CORPO ESGUIO E OS STAYS NA COMPOSIÇÃO DE UM PADRÃO DE BELEZA

Até o século XVIII, como vimos, os *stays*, cujo uso já havia se difundido para além dos limites da corte, promoviam uma aparência esguia e verticalizada. Sua modelagem cônica, projetava sobre o torso um formato triangular, afunilado em direção à cintura. Ao contrário de seus sucessores, *stays* não consideravam as curvas do corpo, o volume do busto, de modo geral, era comprimido e projetado em direção ao decote, da mesma forma,

o abdome assumia um formato planificado que, no caso das gestantes, pousava sobre a barriga avantajada sem contorna-la.

Essa aparência esguia do torso, bem como a moderação e firmeza do busto comprimido e suspenso, foi alvo de arrebatados elogios. Os resultados da investigação de Singh et al. (2017) sobre a obesidade na representação da beleza feminina na literatura britânica dos séculos XVI a XVIII demonstraram que foram insistentes os elogios à magreza, ao diâmetro reduzido da cintura, e aos seios arredondados e firmes.

Vigarelo (2013, p.22, tradução nossa), nota a consolidação de tais características na construção do gosto, já no final do século XIII,

No *Romance of Rose*, também do século XIII, Fortem tem uma renda amarrada na cintura que ela levanta para apoiar os seios. Enquanto isso, Nicolette permite que suponham em seu corpo seios firmes com uma cintura tão fina “que suas duas mãos poderiam se fechar ao seu redor”. Em outras palavras, a magreza se torna um critério obrigatório ³.

Para Singh et al. (2017), fica claro que essas características são próprias de um corpo jovem, que apresenta altos índices de estrogênio. No decorrer do envelhecimento, tais níveis tendem a diminuir ocasionando mudanças corporais como o aumento da circunferência da cintura. A relação entre a beleza, a figura esguia, a firmeza das mamas e a juventude, se estabelece, portanto, como um padrão de aparência desejável e admirado, este pode ser conquistado por meio dos efeitos promovidos pelo uso de *stays*.

4 O CONTROLE SOBRE OS CORPOS DAS MULHERES E A CENSURA AO USO DOS STAYS: UM CHAMADO PARA O EXERCÍCIO DAS FUNÇÕES MATERNAS

Para Badinter (1985) o processo responsável por inscrever na noção de feminilidade o amor maternal enquanto um afeto inato, se inicia no último terço do século XVIII, após 1760, coincidindo com a publicação de *Emílio ou da Educação* do filósofo francês Jean-Jacques Rousseau, em 1762. A obra representa um marco das novas expectativas sociais para a agência feminina. A autora enfatiza que tal fenômeno é uma consequência dos discursos filosóficos vigentes, aliados aos políticos e aos oriundos da medicina.

A emergência da demografia no século XVII direcionou os olhares do Estado para as taxas de natalidade. Ao ser tomado como indicador de sua supremacia, o capital humano passa a ser controlado, medido, e esforços em prol de seu crescimento passam a protagonizar os debates políticos.

3 In the *Romance of the Rose*, also from the thirteenth century, Fortem has a lace tied around her waist that she raises to support her breasts. Meanwhile, Nicolette allows one to suppose firm breasts with such a fine waist “that your two hands could close around”. In other words, thinness becomes an obligatory criterion (VIGARELLO, 2013, p.22).

Ao identificar a amamentação mercenária como principal causa da mortalidade infantil, o Estado não poupou esforços para induzir as mães a nutrirem os próprios filhos. No decreto da Convenção de 28 de junho de 1793, o governo francês, propôs o corte de auxílio financeiro para indigentes no caso de mães que não amamentavam, no ano seguinte uma lei prussiana passou a exigir que todas as mães saudáveis fossem responsáveis pelo aleitamento dos filhos (YALOM, 1998). Badinter (1985) também ressalta os investimentos do governo no campo da obstetrícia, como uma medida contra a mortalidade infantil.

A medicina lançou ameaças de toda sorte às mães que se recusassem a amamentar os seus próprios filhos. Classificadas como antinaturais, tais mulheres estariam arriscando a sua integridade física. Badinter (1985), cita o ginecologista francês Joseph Raulin, que afirma que o leite que não fosse expelido se espalharia pelo corpo causando uma série de enfermidades e podendo resultar em morte.

Ainda aos fins do século XIX, a autora localiza o médico Andre Theodore Brochard, para quem a supressão do aleitamento seria responsável por causar desde sangramentos nasais, até o câncer de mama, levando a paciente à morte. Badinter (1985) reforça que a recusa à amamentação passou a ser vista como um ato imoral e criminoso.

Os discursos filosóficos em prol de mudanças na conduta materna, se originaram no Iluminismo e nos ideais de igualdade e felicidade, atingindo as classes mais privilegiadas e a burguesia. Ao exaltar o casamento por amor, a família passou a ser valorizada enquanto um núcleo de afeto, e a esposa-mãe, escolhida e querida de seu cônjuge, recebeu status equiparado ao do pai para conduzir e corrigir os filhos. Nesse contexto, a violência do marido contra a esposa, antes amplamente normalizada entre tais classes, foi considerada barbárie. A maternidade é tida, portanto, como a máxima expressão de um casamento feliz (BADINTER, 1985).

Para Badinter (1985), Rousseau ocupa um papel central no conclave à amamentação materna. Com um discurso enérgico e incisivo, o filósofo francês deixa claro que o cuidado e o aleitamento é não somente um dever das mulheres para com os seus filhos como também representa o cumprimento de seus deveres para com o estado

Não contentes com terem deixado de amamentar seus filhos, as mulheres se recusam a fazê-los; a consequência é natural. A partir do momento em que o estado de mãe se torna oneroso encontra-se logo um meio de se desembaraçar dele inteiramente; quer-se realizar um trabalho inútil, a fim de recomê-lo sempre, e contra a espécie é que se volta a atração dada para multiplicá-la. Esse expediente acrescentado às outras causas de despovoamento anuncia o destino próximo da Europa. As ciências, as artes, a filosofia e os costumes que engendra não tardarão em fazer dela um deserto. Será povoada de animais ferozes; não terá mudado muito de habitantes (ROUSSEAU, 1979, p.18).

Godineau (1990) identifica a valorização da maternidade nos discursos revolucionários. Para o autor, a figura da gestante se tornou um símbolo da Revolução Francesa, mulheres foram exaltadas como as responsáveis pelo futuro da república e, portanto, tiveram o seu valor atrelado às suas funções reprodutivas.

Yalom (1998) reforça que no contexto da Revolução, o exercício do aleitamento materno, exaltado como uma prática saudável e pura, foi repetidamente comparado com a amamentação mercenária, tida como impura e putrefata. A autora retoma as origens aristocráticas da prática e nota que esta se tornou sinônimo do Antigo Regime. Seu desprezo, portanto, contribuía para reforçar a ruptura política.

Assim como a amamentação mercenária a modelação do corpo por meio de *stays* se torna símbolo dos valores da corte, sua adoção é frequentemente censurada e desprezada no contexto revolucionário. Para Vigarello (1995, p.32)

Os corpos que utilizam espartilhos são estigmatizados, tanto quanto são criticadas a rigidez e a afetação da postura do nobre. Sua fixidez relativa, vagamente afetada e cerimoniosa, torna-se polidez julgada agora excessivamente solene e antiquada. “As senhoras eretas, silenciosas, imóveis, presas em espartilhos, arqueadas...”, submetidas às civilidades de ostentação, devem doravante desaparecer, enquanto imagens pálidas e anacrônicas

No quinto livro de *Emílio ou da Educação*, Rousseau (1979) produz uma cartilha pedagógica para a instrução de Sophia, a futura esposa de seu herói. Às suas ríspidas críticas ao comportamento feminino, dentre as quais, como vimos, a amamentação mercenária ocupava papel central, o filósofo acrescenta o uso de *stays*. Ao desconfigurar as formas naturais, esses seriam responsáveis pela degenerescência da espécie humana. Ressalta ainda que a sua propriedade rejuvenescedora, capaz de devolver a mocidade às formas do corpo, é considerada antinatural.

Defendemos, portanto, que as críticas dirigidas ao uso de *stays*, estavam profundamente enraizadas no conclave das mulheres à amamentação materna. Ao proporcionar uma figura esguia, com cintura reduzida e seios firmes, o corpo que veste essa peça se aproxima de uma forma jovial e virginal, se contrapondo a um corpo maduro, submetido à constantes gestações, ou seja, a uma corporeidade lida como materna. O uso de *stays* passa a representar, portanto, um símbolo da recusa às funções maternas.

5 O CORSET MATERNAL

O processo de incorporação na própria noção de feminilidade do amor materno, do cuidado e da amamentação dos filhos, do isolamento nos domínios da domesticidade,

coincidiu, portanto, com o abandono dos *stays*. A figura, a postura e a gestualidade por eles produzida foram desprezadas e seu uso passou a representar um estado obsoleto, tanto para o novo contexto social e político, quanto na esfera da intimidade e da família, possibilitando a introdução de novos valores burgueses.

Testemunhas desse fenômeno, novos estilos surgiram para fundamentar vestidos sem estrutura, vaporosos, que faziam referência à estatuária greco-romana aos moldes do neoclassicismo. Denominados *stays* de transição, essas peças eram muito curtas e tinham como função sustentar as preciosas mamas. O formato triangular, rígido e cônico, foi gradualmente desaparecendo, cedendo espaço para o surgimento de um novo estilo.

No novo século, surge uma nova peça para cobrir o corpo feminino, finalmente denominada *corset*. Desprovida de estruturas rígidas, sua sustentação é garantida graças à acordoamentos (BARAO, 2019), e apresenta uma aparência funcional e singela. O *corset* do século XIX leva em consideração as curvas do corpo feminino, sua modelagem faz uso das nesgas como recurso para dar forma arredondada ao busto e às ancas, valorizando e acomodando as regiões mais representativas da função reprodutiva.

É neste contexto que *corsets* específicos para a gestação são inventados. Até que a patente de Elizabeth Adams (1841) seja publicada, Madame Burtel (1828) no manual *Art de faire les corsets, suivi de l'art de faire les guêtres et les gants* de instrução à corseteria, inclui um modelo destinado às gestantes, este permite não apenas a expansão do abdome e do busto, como também conta com uma abertura sob as mamas para viabilizar o aleitamento.

Tal modelo prenuncia um grande sortimento de *corsets* destinados à amamentação e ao suporte abdominal que serão produzidos pela corseteria industrial. Esta surge em meados do século XIX, e seu desenvolvimento pode ser sentido na abundância, abrangência e pluralidade dos modelos disponibilizados não apenas para as necessidades específicas da maternidade, mas também para crianças, jovens, adultos e senhoras, abrangendo todas as fases da vida da mulher vitoriana.

Ao contrário dos *stays*, os *corsets* para a gestação e amamentação são amplamente validados pela medicina. Em *Hygiène générale de la Femme: menstruation, fécondation, stérilité, grossesse, accouchement, suites de couches, principales maladies de la Femme*, a Doutora Marie Schultz (1909) recomenda que suas pacientes gestantes adotem um *corset* específico a partir do quarto mês da segunda gestação.

Por mais absurda que a adoção de *corsets* durante a gestação possa parecer para os padrões contemporâneos de saúde, é importante notar que a criação de peças específicas para essa circunstância representou um avanço considerável para o corpo das mulheres. Pudemos notar na patente de Adams (1841) que as funcionalidades empregadas tinham como objetivo beneficiar esse corpo por meio do suporte do abdominal, proporcionando conforto e auxiliando na movimentação.

Em consonância com os valores pós-revolucionários, os *corsets* criados para atender as necessidades do corpo materno representam uma ruptura com os antigos *stays*, que ao serem adotados durante o período gestacional não consideravam as particularidades do corpo.

6 O CORSET E O ABORTO

Apesar de favorável ao uso do *corset* materno, a medicina não poupou esforços para censurar o que chamou de abuso do uso de *corsets*. A prática denominada como *tight lacing*, ou amarração apertada, em português, era interpretada como uma forma excessiva de ajuste da peça para os padrões vigentes. Esta foi amplamente condenada, principalmente, pelos riscos que poderia trazer à função reprodutiva.

O historiador David Kunzle (2013) examina tais relatos médicos com cautela. Constata que as acusações de usar o *corset* para esconder a gestação eram, sobretudo, direcionadas à classe trabalhadora e às prostitutas, revelando, portanto, que estavam carregadas de outros estigmas sociais.

Kunzle (2013) relaciona os ataques ao *corset* a outros cerceamentos, tais como a condenação de métodos contraceptivos, da masturbação ou de qualquer tipo de sexualidade que não resultasse em procriação. O autor constata que tais manifestações seriam produzidas por uma ansiedade generalizada motivada pelo risco de despovoamento, sobretudo na França. Novamente percebemos a vigência de discursos que exprimem os interesses do Estado sobre a função reprodutiva das mulheres.

Para Riddle (1997) o estreitamento da vigilância sobre o aborto foi profundamente fortalecido no período vitoriano. Já no primeiro ano do reinado da Rainha, a legislação inglesa passou a considerar crime o interrompimento da gestação em qualquer estágio, e não apenas a partir do momento que a mãe pudesse sentir o bebê, se certificando, portanto, de que estava grávida. O crime passou a ser punido com pena de 3 a 15 anos de prisão.

Segundo o autor, a preocupação com a relação entre densidade populacional e o poder do Estado, fez com que detalhes íntimos fossem cada vez mais evocados diante dos tribunais. A partir de 1780, informações relacionadas aos ciclos reprodutivos converteram-se em provas e argumentos judiciais e o útero tornou-se um órgão público.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações identificadas na modelagem, estrutura e usos de *stays* e *corsets* são representativas das profundas alterações sociais que impactaram as práticas da maternidade e a própria noção de feminilidade. Tais trajes converteram-se em testemunhas de um intenso processo responsável por rupturas paradigmáticas que fundaram comportamentos tomados como naturais na contemporaneidade.

Notamos que os mesmos discursos responsáveis por inscrever o amor materno, os cuidados e a amamentação dos filhos incondicionalmente na feminilidade foram representativos de um projeto governamental que ambicionava o controle das funções reprodutivas para a preservação e incremento do capital humano.

As críticas moralistas, médicas e políticas que condenavam o uso de *stays* e *corsets* foram as mesmas que se destinaram à agência das mulheres urbanas dos séculos XVIII e XIX. O uso de tais peças passou a representar uma manifestação de insurgência contra o estabelecimento de formas de controle ainda mais opressivas sobre os seus corpos e papéis sociais. Estes discursos serviram fundamentalmente à consolidação do processo de reclusão das mulheres na esfera doméstica⁴.

REFERÊNCIAS

ADAMS, Elizabeth. **Method of manufacturing corsets to be worn by females during pregnancy or suffering under umbilical hernia or abdominal weakness**. Depositante: Elizabeth Adams. US1940. Concessão: 21 jan. 1841.

ARNOLD, Janet, TIRAMANI, Jenny, COSTIGLIOLO, Luca, PASSOT Sébastien, LUCAS, Armelle, PIETSCH Johannes. **Patterns of Fashion 5: The content, cut, construction and context of bodies, stays, hoops and rumps c.1595-1795**. Londres: The School of Historical Dress, 2018.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1986.

BADINTER, Elisabeth. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

⁴ Texto revisado por Daniel Martins Alves Pereira, professor universitário, dramaturgo, diretor e ator, formado em Letras com Licenciatura Plena em Língua Portuguesa e Língua Inglesa; graduado em Artes Cênicas, Bacharel em Interpretação Teatral e Mestre em Estudos Literários pela Universidade Estadual de Londrina. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5950752819059205>. E-mail dcenias@hotmail.com

BARAO, Laurie. **Corps et corsets, du milieu du XVIII^e siècle à la fin des années 1820**. 108 f. Dissertação (Mestrado). Lyon, Université de Lyon 2, 2019.

BENDALL, Sarah, A. **Bodies of Whalebone, Wood, Metal, and Cloth**: Shaping Femininity in England, 1560–1690. Tese (Doutorado), Sydney: University of Sydney, 2017

BURTEL. **Guide des dames et des demoiselles**: Arts de faire les corsets, suivi de l'art de faire les guêtres et les gants. Paris: Audot, 1828.

DIDEROT, D.; D'ALEMBERT, J. R. **Enciclopédia ou dicionário razoado das ciências, das artes e dos ofícios**. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

KUNZLE, D. **Fashion & Fetishism**. Corsets, Tight-Lacing & Other Forms of Body- sculpture. Gloucestershire. The History Press (kindle edition), 2013.

MOON, Cassandra Curry. **Selecting and adapting clothing for pregnancy in the nineteenth century**. Dissertação (Mestrado). Iowa State University, 1995.

RIDDLE, John M. Eve's Herbs: **A History of Contraception and Abortion in the West**. Cambridge: Harvard University Press, 1997.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: SENAC, 2007.

ROUSSEAU, J.-J. **Emílio ou da educação**. São Paulo: Difel, 1979

SCHULTZ, M. **Hygiène génitale de la femme, menstruation, fécondation, stérilité, grossesse, accouchement, suites de couches, principales maladies de la femme**. Paris: Ocyave Doin, 1902

SINGH, D., et al. 'Did the perils of abdominal obesity affect depiction of feminine beauty in the sixteenth to eighteenth century British literature? Exploring the health and beauty link'. **Proceedings of the Royal Society**, vol. 274, p. 891 – 894, 2007.

VIGARELLO, Georges. **Pánoplias corretoras**: balizas para uma história. In; SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Políticas do corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

VIGARELLO, Georges. **The Metamorphoses of Fat**: A History of Obesity. New York: Columbia University Press, 2013

GODINEAU, Dominique. **Fonction maternelle et engagement révolutionnaire féminin.** In; LÉVY, Marie – Françoise. *L'enfant, la famille et la Révolution française.* Paris: Olivier Orban, 1990

YALOM, Marilyn. **A history of the breast.** London: Pandora, 1998.

Data de submissão: 15/06/2022

Data de aceite: 04/08/2022

Data de publicação: 07/09/2022



ESTUDO E ANÁLISE DO MÉTODO DE JULIE COLE PARA A MODELAGEM DO VESTUÁRIO EM MALHA¹

*Study and analysis of Julie Cole's method for knitted garments
patternmaking*

*Estudio y análisis del método de Julie Cole para patronaje de ropa
de tejidos de punto*

Julia Maria Percebom²

Isabel Cristina Italiano³

1 Este artigo é parte da pesquisa de mestrado da autora Julia Maria Percebom, desenvolvido e defendido na Universidade de São Paulo e contou com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) para sua realização.

2 Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação de Têxtil e Moda da Universidade de São Paulo. Pesquisadora da área de modelagem para o vestuário de peças em malha. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5199872487036289>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3005-1824>; e-mail: julia.percebom@alumni.usp.br.

3 Professora da Universidade de São Paulo, pesquisadora nas áreas de modelagem e alfaiataria histórica e contemporânea, têxteis eletrônicos e computadores vestíveis. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4994816548757232>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4887-7904>; e-mail: isabel.italiano@usp.br.

RESUMO

No desenvolvimento da modelagem para o vestuário em malha, deve-se considerar não apenas o grau de elasticidade da malha, mas, também, o ajuste desejado, a composição e a sua gramatura. No entanto, há uma carência de abordagens mais objetivas sobre todos os aspectos que envolvem a modelagem para peças em malha. Sendo assim, o objetivo deste artigo é analisar o método da autora Julie Cole⁴ para a modelagem do vestuário em malha, por meio da confecção de blusas de manga comprida. Para isso, foram estudados os traçados dos blocos básicos da blusa e da manga, em três variações de ajuste: ajustado, semi ajustado e folgado. Foram selecionados seis tipos de malha, com a determinação do fator de elasticidade pelo método manual. Assim, com as porcentagens de elasticidade definidas, cada malha foi classificada de acordo com a abordagem e a nomenclatura de Cole (2016). Para a escolha do bloco básico conforme o ajuste desejado, a autora em questão apenas descreve o ajuste para malhas super elásticas. Dessa forma, fez-se necessário aplicar raciocínio da mesma para os outros tipos de malhas e, então, moldes com mais folgas foram criados, de forma que a disposição entre os ajustes e as categorias de elasticidade das malhas ficassem proporcionais. Além disso, buscou-se identificar parâmetros que possibilitassem a avaliação criteriosa das peças confeccionadas com o método de Cole (2016). Como resultado, dezoito blusas de manga longa foram confeccionadas. Durante a análise dos protótipos, observou-se que as blusas desenvolvidas segundo a abordagem de Cole (2016) possuem uma qualidade de ajuste adequada e uma modelagem com a geometria correspondente aos contornos do corpo.

Palavras-chaves: Modelagem; Malha; Vestuário.

Abstract

In the development of knitted garments patternmaking, not only the degree of elasticity of the knit should be considered, but also the desired fit, the composition and the weight of the knit. However, there is a lack of more objective approaches on all aspects that involve knitwear patternmaking. Therefore, the objective of this article is to analyze the Julie Cole's method for knitted garments patternmaking, through the making of long-sleeved blouses. For this, the top slopers and sleeve draftings were studied. according to three fitting variations: fitted, semi-fitted and loose-fit. Six knit types were selected, with the stretch factor by the manual method. Thus, with the percentages of elasticity defined, each knit was classified according to Cole's (2016) approach and nomenclature. For the slopers choice, according to the desired fit, the author in question only describes the fit for super stretchy knits. Thus, it was necessary to apply the same reasoning to the other knit types and, then, slopers with more ease were created, so that the arrangement between the fit and the knit stretch categories were proportional. In addition, the aim was to identify parameters that would allow for a careful evaluation of the pieces made using Cole's (2016) method. As a result, eighteen long-sleeved blouses were made. During the prototypes analysis, it was observed the blouses developed according to Cole's approach have an adequate fit quality and the patternmaking with the geometry corresponding to the contours of the body.

Keywords: Patternmaking; Knit; Garment.

4 COLE, J. Patternmaking with stretch knit fabrics. New York: Fairchild Books, 2016.

Resumen

*Durante la etapa de patronaje para ropa de tejido de punto, se debe considerar no sólo el grado de elasticidad del tejido, sino también el ajuste, la composición y el grosor. Sin embargo, hay una falta de enfoques más objetivos sobre todos los aspectos que implican el patronaje de prendas en tejido de punto. Así, el objetivo de este artículo es analizar el **método de** la autora Julie Cole para realizar el patronaje de prendas de tejido, a través de la confección de blusas de manga larga. Para ello, fueron estudiados los trazados de los bloques de patrones **básicos de** la blusa y la manga, en tres variaciones de entalle: entallado, semi entallado y suelto. Se seleccionaron seis tipos de tejido de punto con la determinación del factor de elasticidad por el **método manual**. Así, con los porcentajes de elasticidad definidos, cada tejido se clasificó según el enfoque y la nomenclatura de Cole (2016). Para la elección del bloque de patrones **básicos de** acuerdo con el ajuste deseado, la autora en cuestión sólo describe el entalle para tejidos de punto súper elásticos. De esa manera, fue necesario aplicar el razonamiento de la misma a los otros tipos de tejidos de punto y, entonces, se trazaron patrones con **más** holguras, de modo que la disposición entre los tipos de entalle y las categorías de elasticidad de los tejidos de punto fuera proporcional. Además, se buscó identificar parámetros que permitieran la evaluación cuidadosa de las prendas realizadas con el **método de Cole** (2016). Como resultado, se hicieron dieciocho blusas de manga larga. Durante el análisis de los prototipos, se observó que las blusas desarrollada según el enfoque de Cole (2016) tienen una calidad de entalle adecuada y un patronaje correspondiente a los contornos del cuerpo.*

Palabras clave: Patronaje; Tecido de Punto; Ropa.

1 INTRODUÇÃO

A modelagem é um processo que, segundo Osório (2007), transforma um modelo de vestuário em um conjunto de moldes, que resulta, por meio da etapa de confecção, em um produto de vestuário. Cada molde representa uma parte do modelo da roupa (SILVEIRA, 2003). Osório (2007, p. 19) afirma que “o desenvolvimento da modelagem tem sua fundamentação baseada no ajustamento do material” sobre o corpo ou sobre o manequim, o que permite visualizar o envolvimento do tecido neles. Ressalte-se que existem diferentes técnicas para o desenvolvimento da modelagem do vestuário, desde de processos manuais até computadorizados, a saber: modelagem plana, *moulage*, alfaiataria, sistemas computacionais (CAD) e modelagem virtual tridimensional (3D).

O tecido de malha, segundo Cole (2016), é um material elástico, construído manualmente ou por meio de máquinas de malharia e formado por uma série de laçadas. Esse tipo de tecido apresenta-se “em uma variedade de fibras e variam em tipo, estrutura, textura e peso” (COLE, 2016, p. 1, tradução nossa). Dessa forma, é possível encontrar uma variedade de malhas no mercado. Dessa forma, é possível encontrar uma variedade de malhas no mercado.

Para peças em malha, conforme Spaine (2010, p. 42), a modelagem pode sofrer “diversas variações de acordo com o produto que será confeccionado”, uma vez que nem todas malhas se comportam de maneira semelhante, o que pode gerar “alterações na construção do molde”. Essa variação é alcançada por meio da aplicação de folgas ou porcentagens de redução no próprio molde (SPAINE, 2010).

Na modelagem de peças em malha, diferentemente da modelagem de peças em tecido plano, deve-se levar em conta diversos fatores. A própria composição da malha interfere no processo da modelagem, já que cada tipo de malha possui diferentes graus de elasticidade e alongam-se de formas diferentes, tanto na direção da largura do tecido quanto na direção do comprimento. Outro aspecto importante é a questão do ajuste da peça sobre o corpo, uma vez que as modelagens de peças em malha podem usar valores de folga de conforto negativos ou positivos, dependendo do tipo de ajuste desejado⁵. Dessa forma, no desenvolvimento da modelagem para o vestuário em malha, é importante relacionar o ajuste desejado para a peça com o grau de elasticidade da malha. Além disso, para obter uma peça com uma boa qualidade de ajuste, é essencial que o caimento e a gramatura do tecido sejam considerados.

⁵ Watkins (2011b, p. 246, tradução nossa) afirma que a relação do ajuste de uma peça com o poder de elasticidade da malha, no desenvolvimento de um molde, “é, até o momento, dependente da experiência subjetiva” do modelista. “Geralmente, o design/estilo do ajuste do vestuário é deixado para o indivíduo interpretar a aceitabilidade de quão próxima a roupa está do corpo” (WATKINS, 2011b, p. 246, tradução nossa).

Neste sentido, se tecido de malha possui baixa densidade, ou seja, gramatura leve, e um com alto grau de elasticidade, a aplicação da porcentagem de redução no molde deve ser pensada de forma que o tecido não fique transparente quando a peça for vestida no corpo, ou seja, a redução no molde não pode causar o tensionamento excessivo da malha. Além disso, há uma relação direta entre gramatura e caimento, uma vez que, além da geometria do molde, o peso do tecido também influencia na forma em que uma peça cai sobre o corpo.

Com algumas exceções, não é possível utilizar, com eficácia, os moldes de tecidos planos para modelagem em malha, pois essa requisita que os moldes sejam construídos levando em conta seu alongamento (ARAÚJO, 1996). Para Watkins (2011b), o percentual de redução do molde relaciona o grau/fator de elasticidade com o nível de ajuste desejado. Dessa forma, mesmo que a malha possua um alto grau de alongamento, a redução do molde de uma peça dependerá do ajuste desejado para a mesma. Além disso, ressalta-se que a porcentagem máxima de alongamento que uma determinada malha pode atingir não é literalmente utilizada no desenvolvimento da modelagem, uma vez que no molde, deve-se utilizar um percentual de redução, fator/grau de elasticidade, que possibilite o alongamento da malha, sem ficar visualmente estirado além do adequado e sem comprometer o resultado final da peça. Ressalta-se a importância de compreender que cada tecido de malha irá alongar-se em uma quantidade diferente, e, assim, cada intervalo de fator/grau de elasticidade deve ter seu próprio conjunto de blocos básicos de modelagem (RICHARDSON, 2008).

No meio acadêmico, é possível perceber falta de material sobre a modelagem do vestuário em malha. Há uma carência por estudos abrangentes, que detalhem todos os aspectos, com uma abordagem objetiva, para o desenvolvimento de moldes de tecidos elásticos (WALTKINS, 2011a). Não se encontram pesquisas relacionadas à modelagem plana de malha na mesma proporção que aquelas relacionadas à modelagem de tecidos planos. O livro “Patternmaking with Stretch Knit Fabrics”, da autora Julie Cole (2016), é um dos poucos materiais que abordam um método para a modelagem do vestuário em malha. Cole (2016) desenvolve blocos básicos especialmente para malhas e a redução é feita por meio de uma grade, de acordo com a categorização da malha, com valores fixos, pré-determinados, diferentes para cada região do molde.

Posto isto, o objetivo deste artigo é analisar o método da autora Julie Cole para a modelagem do vestuário em malha, por meio da confecção de blusas de manga longa. Para isso, propõe-se, como objetivos específicos:

- a) identificar os aspectos que diferenciam a modelagem em malha, da modelagem em tecido plano, conforme a proposição de Cole (2016);

- b) identificar os fatores de ajuste nos moldes, em função do tipo de malha utilizado, conforme a proposição de Cole (2016);
- c) identificar parâmetros que possam auxiliar na avaliação das peças confeccionadas com o método de Cole (2016).

Para o desenvolvimento do trabalho, partiu-se da análise do método proposto por Cole (2016), utilizando os traçados dos blocos básicos da manga e da blusa, estabelecidos pela mesma, em três níveis de ajuste: ajustado, semi ajustado e folgado. Foram selecionados seis tipos de malhas, divididas em dois tipos de matéria-prima, de dois segmentos do vestuário de malharia: algodão do segmento *casual/wear* e poliamida do segmento *sportswear*. As malhas foram selecionadas de acordo com os seguintes critérios: popularidade no mercado dentro de cada segmento, grau de alongamento (baixo, médio e alto) e composição. O Quadro 1 mostra as informações de cada malha selecionada.

Quadro 1 – Descrição das informações das malhas utilizadas na confecção das blusas

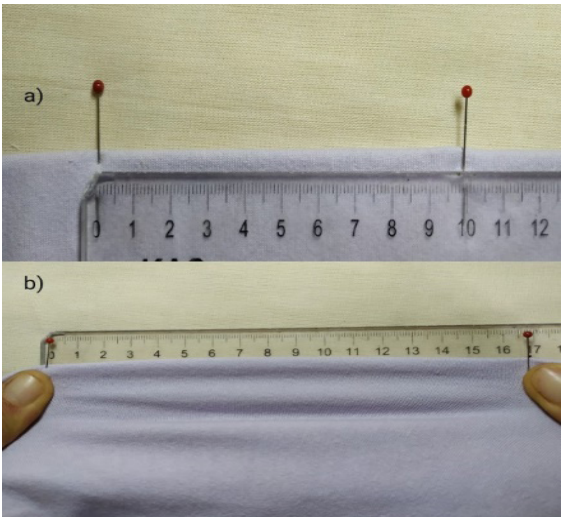
Malha	Alongamento	Cor	Composição	Gramatura
A	Baixo	Amarela	100% algodão	162 g/m ²
B	Médio	Lilás	96% algodão 4% elastano	237 g/m ²
C	Alto	Branco com bolinhas	92% algodão 8% elastano	300 g/m ²
D	Baixo	Vermelha	100% poliamida	100 g/m ²
E	Médio	Branca	92% poliamida 8% elastano	187 g/m ²
F	Alto	Bege	85% poliamida 15% elastano	235 g/m ²

Fonte: Elaborado por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Sendo assim, antes do desenvolvimento dos moldes dos protótipos, foi necessário determinar o fator/grau de elasticidade das malhas selecionadas para poder categorizá-las.

Para determinar o fator de elasticidade, Cole (2016) sugere o método manual. Desta forma, cada uma das seis malhas foi dobrada, a poucos centímetros da borda, uma vez no sentido da largura da malha e outra vez no sentido do comprimento da malha, e dois alfinetes foram posicionados a 10 cm um do outro. O valor de 10 cm foi escolhido para facilitar o cálculo. O grau/fator de elasticidade é definido ao tensionar a malha com as mãos até seu alongamento máximo. A Figura 1 mostra (a) o estado relaxado da malha, com o posicionamento dos alfinetes, e (b) a malha tensionada pela força das mãos, com a nova distância entre os alfinetes.

Figura 1 - O posicionamento dos alfinetes na malha (a) e a nova distância entre os alfinetes com a malha sob tensão (b).



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Com os valores obtidos nos testes de tensão manual de cada malha, foi feito o cálculo para definir a porcentagem do fator de elasticidade, por meio da fórmula de Ziegert e Keil (1988):

Porcentagem de elasticidade da malha = $100 [(C-A) / A]$

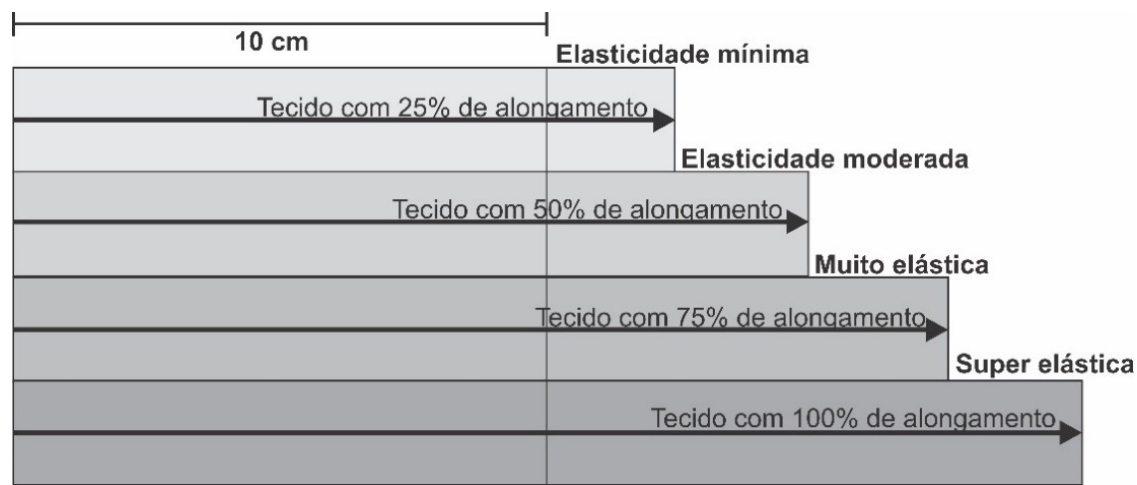
Onde:

- b) A = distância entre os pontos de referência antes da extensão (no caso, 10 cm);
- c) Distância entre os pontos de referência durante a tensão aplicada pelas mãos

Para que os resultados fossem mais consistentes, este processo foi realizado três vezes, em diferentes áreas do rolo de tecido e, posteriormente, foi feita a média aritmética para definir o valor médio do grau de elasticidade, para cada malha.

Na categorização das malhas pelo fator de elasticidade, Cole (2016) utiliza a nomenclatura mostrada na Figura 2.

Figura 2 - Classificação das malhas de acordo com o alongamento, segundo Cole



Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 7).

Sendo assim, com as porcentagens de fator de elasticidade definidas, cada malha foi classificada de acordo com a abordagem e a nomenclatura de Cole (2016). O Quadro 2 mostra a gramatura, o grau de elasticidade na largura e no comprimento e a categoria de classificação de cada malha.

Quadro 2 - Classificação das malhas pelo fator de elasticidade conforme a categorização de Cole

Malha	Gramatura	Fator/grau de elasticidade %		Classificação de acordo com a nomenclatura de Cole
		Largura	Comprimento	
A	162 g/m²	36%	23%	Elasticidade moderada
B	237 g/m²	69%	57%	Muito elástica
C	300 g/m²	96%	79%	Super elástica
D	100 g/m²	38%	29%	Elasticidade moderada
E	187 g/m²	75%	70%	Muito elástica
F	235 g/m²	Mais de 100%	96%	Super elástica

Fonte: Elaborado por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Feita a classificação das malhas, os blocos básicos da blusa e da manga foram desenvolvidos seguindo as etapas dos traçados conforme as diretrizes de Cole (2016). E, a partir do bloco básico de elasticidade mínima da blusa e da manga, os outros blocos de elasticidade foram alcançados por meio do sistema de graduação de elasticidade proposto pela autora. Ressalta-se que para a finalização dos moldes, optou-se por utilizar 0,5 cm de margem de costura, seguindo especificações da máquina overloque utilizada no processo de confecção. Para o decote utilizou-se 1 cm de margem para o acabamento em barra

dobrada costurado na máquina galoneira⁶. E para o punho da manga, utilizou-se 1,5 cm também em barra dobrada costurado na galoneira.

Dessa forma, dezoito blusas foram confeccionadas. As peças foram vestidas pela modelo de prova e fotografadas para proceder uma avaliação visual e para analisar os resultados conforme critérios estabelecidos por Watkins (2011b). Vale lembrar que cada malha gerou três blusas, variando em tipos três ajustes: ajustado, semi ajustado e folgado.

É importante ressaltar que, para o modelista, segundo Watkins (2006), a determinação do grau de elasticidade, por meios manuais ou mecânicos, não é um processo claro. Teoricamente, é o ponto em que o tecido atinge o máximo alongamento sem deformar (MURDEN⁷, 1966 apud WATKINS, 2006). O teste para determinar o grau de elasticidade da malha requer avaliação subjetiva do “limite útil de extensão”, o qual se refere ao ponto anterior ao tecido ficar visualmente tensionado (WATKINS, 2006, p. 8, tradução nossa). Geralmente, o grau de elasticidade de uma malha “é medido em relação a uma regra e a amostra é categorizada como elasticidade baixa, média ou alta” (WATKINS, 2006, p. 8, tradução nossa). Watkins (2006) afirma que esta não é uma abordagem satisfatória, pois os resultados são arbitrários, sem a determinação a força aplicada.

Neste artigo, primeiramente é apresentado o método de Julie Cole, com a descrição da abordagem da autora para o vestuário de malha, seguido da aplicação do método para as malhas escolhidas para a pesquisa. Em seguida, é descrito como os moldes foram desenvolvidos. E por fim, apresenta-se os resultados das peças confeccionadas e as discussões que os mesmos geraram em relação ao método de Cole.

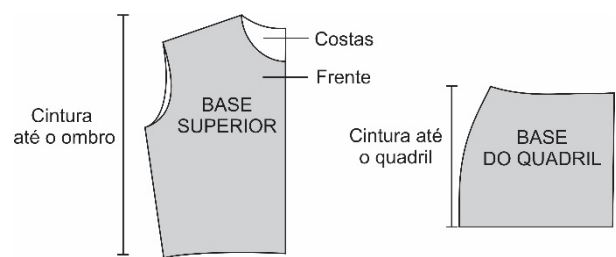
2 MÉTODO DE JULIE COLE

O sistema de blocos básicos de Cole (2016, p. 15, tradução nossa) “é um método para criar [...] traçados de moldes” para peças em malha. A autora ressalta que os blocos básicos para peças em malha não possuem pences e nem folgas. O método de Cole (2016), para o desenvolvimento de moldes para peças em malha, requer: 1) o traçado da base superior e 2) traçado da base do quadril, que são moldes parciais. A base do quadril vai da cintura até a linha do quadril e a base superior vai da cintura até o topo dos ombros, como ilustra a Figura 3.

⁶ Também pode ser chamada de máquina de cobertura.

⁷ Murden, F.H. Elastomeric thread review (ii): elastomer and fabric test method. *Textile Institute and Industry*, v. 4, p. 355-358, 1966.

Figura 3 - Bases superior e do quadril de Cole

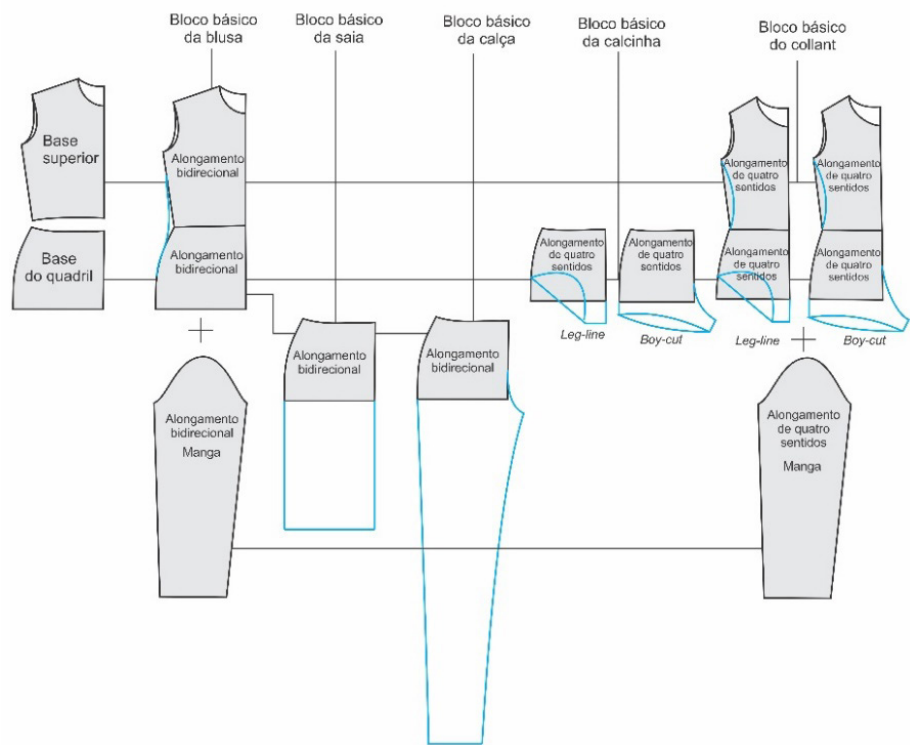


Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 15).

Segundo Cole (2016), as duas bases são traçadas pelas medidas do corpo e quando costuradas dão o aspecto de ajustado ao corpo. A autora ressalta que nenhuma folga é adicionada às bases superiores e do quadril, o alongamento da malha fornece a folga necessária.

Pela Figura 4, é possível observar quais blocos básicos de Cole (2016) são desenvolvidos por meio das bases superiores e do quadril. A combinação da base superior e do quadril originam os blocos básicos da blusa e do collant. A base do quadril dá origem aos blocos básicos da saia, da calça e da calcinha.

Figura 4 - Transformação das bases de Cole em blocos básicos

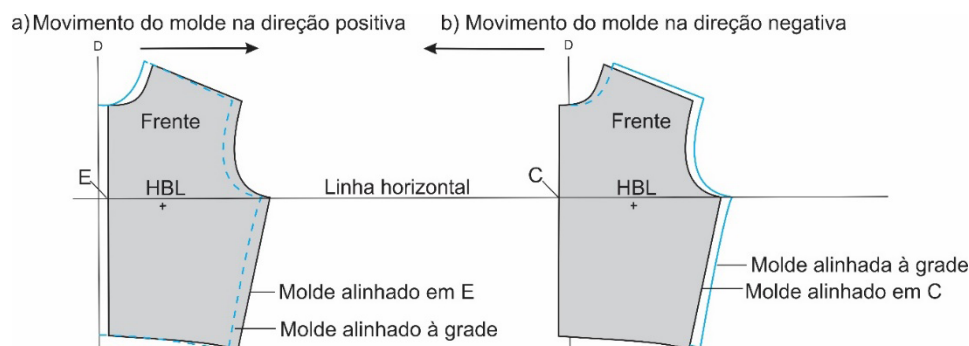


Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 16).

Cole (2016) utiliza o sistema de graduação **para reduzir ou acrescentar folgas**. Na abordagem da autora, o molde mestre é o de elasticidade mínima que é usado na graduação **para as outras categorias de elasticidade**. Na graduação de elasticidade, é necessário que uma grade seja traçada, sendo a intersecção de uma linha vertical com outra horizontal. Para graduar um molde, conforme Cole (2016), deve-se alinhar a linha HBL⁸ e a linha do centro do molde à grade. O molde mestre é usado para que cada “graduação se mova a 90° da linha vertical em uma direção positiva ou negativa” (COLE, 2016, p. 38, tradução nossa). Ressalta-se que os valores diminuídos ou acrescidos **são fixos, pré-determinados e** variam conforme a região do molde. Por exemplo, no molde da base superior, na região da linha da cava, a variação entre os blocos básicos é de 1,3 cm.

Para graduar um molde, conforme Cole (2016), deve-se alinhar a linha HBL e a linha do centro do molde à grade. Como ilustrado pela Figura 5, em (a), o molde é aumentado, movendo-o na direção positiva da grade, ou seja, passa de uma categoria de maior elasticidade para uma de menor elasticidade. Em (b), o molde é diminuído, movendo-o na direção negativa da grade, ou seja, passa de uma categoria de menor elasticidade para uma de maior elasticidade.

Figura 5 – Exemplo da graduação de moldes, sendo em (a) o aumento do molde e, em (b), a diminuição do molde



Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 38).

Cole (2016) ressalta que há uma diferença de, aproximadamente, 5 cm entre cada bloco básico, de cada uma das categorias de elasticidade: elasticidade mínima, elasticidade moderada, muito elástico e super elástico. A autora destaca que:

O bloco básico da blusa de elasticidade moderada [...] é cortado maior que o bloco básico da blusa super elástico pois a malha de elasticidade moderada possui menos elasticidade. Quando a malha possui menos elasticidade, a peça precisa ser feita maior para ajustar-se no mesmo tamanho de corpo (COLE, 2016, p. 17, tradução nossa).

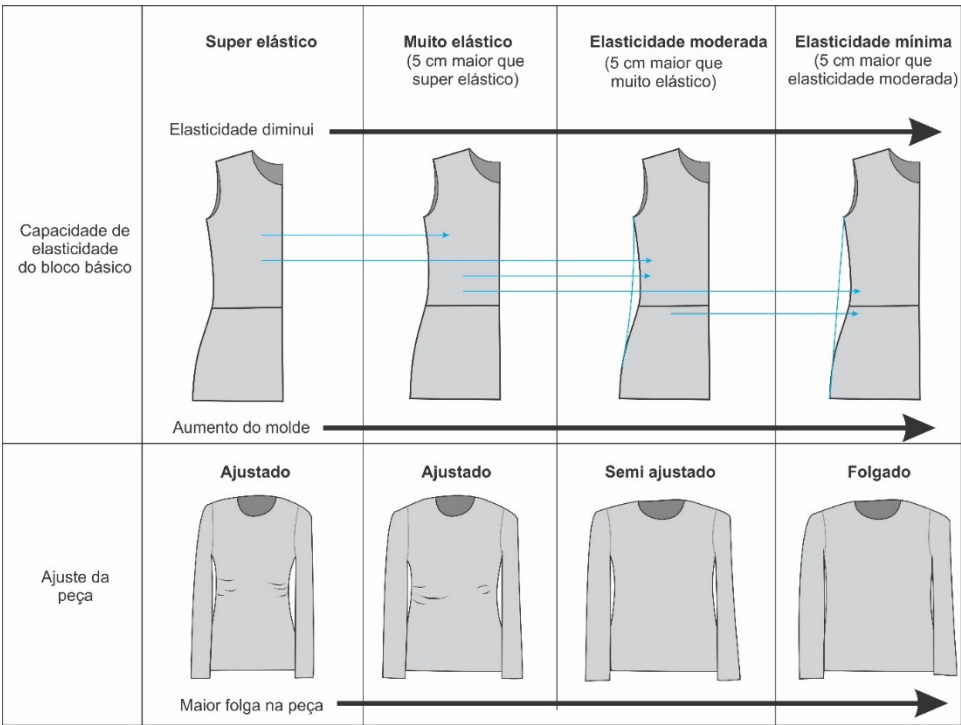
⁸ De acordo com Cole (2016), a linha horizontal de equilíbrio, *horizontal balance line* (HBL), guia e equilibra a grade. Na base superior, a HBL é linha da cava e, na base do quadril, a HBL é a própria linha do quadril

Segundo Cole (2016), após traçar o molde para uma peça em particular, o modelista precisa considerar qual será o ajuste que ela dará no corpo. A autora destaca que não é porque a malha possui elasticidade, que a roupa terá que ser ajustada nos contornos do corpo, com o tecido dando o aspecto de tensionado. A peça também pode ter o ajuste do tipo folgado (COLE, 2016).

Uma das limitações observadas no método de Cole (2016) foi em relação às formas de escolha do bloco básico. Neste contexto, para a autora, a escolha do bloco básico pode ser feita utilizando dois métodos. No primeiro, a escolha do bloco é feita pela capacidade de elasticidade do bloco básico que corresponde à capacidade de elasticidade da malha, resultando no tipo de ajuste ajustado (*fitted*). Por exemplo: escolhe-se o bloco básico de malha muito elástica para traçar o molde de uma peça produzida a partir de uma malha muito elástica, para o ajuste do tipo ajustado (*fitted*).

No segundo, conforme Cole (2016), outra categoria de bloco básico é escolhida para um ajuste mais amplo para permitir folga na peça. Neste método, a escolha do bloco básico é feita de acordo com o ajuste: ajustado (*fitted*), semi ajustado (*semi fitted*), ajuste semi folgado (*semi loose-fit*) e ajuste folgado (*loose-fit*). Na Figura, as setas apontando da esquerda para a direita, em direção aos blocos das outras categorias de elasticidade, indicam os outros blocos básicos que podem ser escolhidos para traçar moldes que resultem em peças com um ajuste mais amplo. Por exemplo: escolhe-se o bloco básico de elasticidade mínima para traçar o molde para uma malha muito elástica para criar uma peça de ajuste folgado (*loose-fit*), com mais folga. Além disso, a curva lateral pode também ser mudada para criar um ajuste mais relaxado, como ilustra a Figura 6.

Figura 6 - Escolha do bloco básico de acordo com o ajuste.



Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 18).

Sendo assim, pela abordagem de Cole (2016), entende-se que, para o tipo de ajuste ajustado, o bloco básico deve ser escolhido de acordo com a categoria a qual a malha pertence, dessa forma, portanto, para se desenvolver uma peça ajustada, devem ser seguidas as seguintes orientações:

- a) para uma malha de elasticidade mínima, escolhe-se o bloco DE ELASTICIDADE MÍNIMA;
- b) para uma malha de elasticidade moderada, escolhe-se o bloco de ELASTICIDADE MODERADA;
- c) para uma malha muito elástica, escolhe-se o bloco de malha MUITO ELÁSTICA;
- d) para uma malha super elástica, escolhe-se o bloco de malha SUPER ELÁSTICA.

Para os outros ajustes (semi ajustado, semi folgado e folgado), analisando a Figura 6, entende-se que esses estão relacionados a peças em malhas super elásticas, de forma que:

- a) para uma peça em malha super elástica com ajuste semi ajustado, escolhe-se o bloco básico para malha MUITO ELÁSTICA;
- b) para uma peça em malha super elástica com ajuste semi folgado, escolhe-se

- o bloco básico para malha de elasticidade MODERADA;
- c) para uma peça em malha super elástica com ajuste folgado, escolhe-se o bloco básico para malha de elasticidade MÍNIMA.

Conforme mostrado anteriormente, entende-se que Cole (2016) apresenta a escolha dos blocos básicos (Figura 6), conforme o ajuste desejado, apenas para peças em malha super elástica. Desta forma, faz-se necessário aplicar o mesmo raciocínio, para os outros tipos de malhas (muito elástica, elasticidade moderada e elasticidade mínima).

Levando em conta essa disposição de ajustes de Cole (2016) e considerando que a diferença na medida do contorno entre os blocos é de 5 cm, para alcançar esses mesmos ajustes (semi ajustado, semi folgado e folgado) para as outras categorias de elasticidade (muito elástica, elasticidade moderada e elasticidade mínima), moldes com mais folgas tiveram que ser criados, de forma que a disposição entre os ajustes e as categorias de elasticidade das malhas ficassem proporcionais.

2.1 APLICAÇÃO DO MÉTODO DE COLE

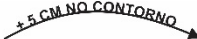
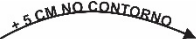
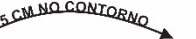
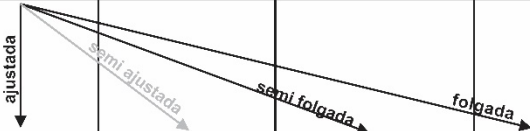
Conforme explicado na seção anterior, os blocos básicos, aos quais as categorias de elasticidade pertencem, apenas foram usados para as blusas ajustadas, ou seja, para o tipo de ajuste ajustado, o bloco básico foi escolhido de acordo com a categoria a qual a malha pertencia. Já para os outros dois tipos de ajustes, semi ajustado e folgado, os blocos são escolhidos nas categorias de menor elasticidade, ou seja, moldes em dimensões maiores.

Para o desenvolvimento dos protótipos, foram usados três tipos de ajustes (ajustado, semi ajustado e folgado). No entanto, Cole (2016) classifica os ajustes em quatro tipos: ajustado, semi ajustado, semi folgado e folgado. Desta forma, foi necessário selecionar apenas três, dentre os quatro apresentados por Cole (2016). Optou-se por usar o ajuste semi folgado da autora em questão, uma vez que esse apresenta maior mudança na curva lateral. Deste modo, nessa pesquisa, renomeou-se o ajuste “semi folgado” de Cole (2016), como “semi ajustado”.

Seguindo o raciocínio de Cole (2016), o Quadro 3 mostra a relação entre as malhas super elásticas C (92% de algodão, 8% de elastano) e F (85% de poliamida, 15% de elastano) e os blocos básicos escolhidos de acordo com o ajuste desejado para os protótipos confeccionados. O Quadro 3 mostra que:

- a) para as blusas ajustadas nas malhas C e F, escolheu-se o bloco de malhas

- Quadro 3 - Relação entre blocos básicos e tipos de ajustes para as malhas super elásticas C e F

				
COMPOSIÇÃO DAS MALHAS	MALHA C 92% algodão 8% elastano MALHA F 85% poliamida 15% elastano			
CATEGORIA DE ELASTICIDADE	SUPER	MUITO	MODERADA	MÍNIMA
COMBINAÇÕES DE MALHAS, BLOCOS BÁSICOS E AJUSTES				
TIPOS DE AJUSTE (DE ACORDO COM O BLOCO BÁSICO)	SUPER	MUITO	MODERADA	MÍNIMA
RESULTADO DA COMBINAÇÃO ENTRE CATEGORIA DE ELASTICIDADE E BLOCO BÁSICO DE ACORDO COM O AJUSTE	Malha super elástica feita no bloco de malha super elástica para uma peça ajustada	Malha super elástica feita no bloco de malha muito elástica para uma peça semi ajustada	Malha super elástica feita no bloco de elasticidade moderada para uma peça semi folgada	Malha super elástica feita no bloco de elasticidade mínima para uma peça folgada
PEÇAS CONFECCIONADAS EM 3 TIPOS DE AJUSTES (AJUSTADO, SEMI AJUSTADO E FOLGADO)	MALHA C - ajustada MALHA F - ajustada		MALHA C - semi ajustada MALHA F - semi ajustada	MALHA C - folgada MALHA F - folgada

Desta forma, a disposição entre malhas e ajustes foi feita utilizando o raciocínio apresentado na abordagem de Cole (2016) para malhas super elásticas. Sendo assim, os Quadros 4 e 5 mostram a relação entre as outras quatro malhas utilizadas na pesquisa, categorizadas em muito elásticas e de elasticidade moderada, os blocos básicos da blusa e da manga e os ajustes que foram utilizados na confecção das peças para as malhas B e E, A e D , respectivamente.

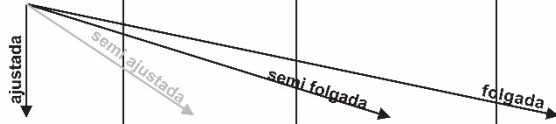
- para as blusas ajustadas nas malhas B e E, escolheu-se o bloco de malhas muito elástica;
- para as blusas semi ajustadas nas malhas B e E, escolheu-se o bloco de malhas de elasticidade mínima;
- e para as blusas folgadas nas malhas B e E, acrescentou-se mais 5 cm ao

Quadro 4 - Relação entre blocos básicos e tipos de ajustes para as malhas muito elásticas B e E

	→ + 5 CM NO CONTORNO → + 5 CM NO CONTORNO → + 5 CM NO CONTORNO			
COMPOSIÇÃO DAS MALHAS	MALHA B 96% algodão 4% elastano MALHA E 92% poliamida 8% elastano			
CATEGORIA DE ELASTICIDADE	MUITO	MODERADA	MÍNIMA	MÍNIMA + 5 CM NO CONTORNO
COMBINAÇÕES DE MALHAS, BLOCOS BÁSICOS E AJUSTES				
TIPOS DE AJUSTE (DE ACORDO COM O BLOCO BÁSICO)	MUITO	MODERADA	MÍNIMA	MÍNIMA + 5 CM NO CONTORNO
RESULTADO DA COMBINAÇÃO ENTRE CATEGORIA DE ELASTICIDADE E BLOCO BÁSICO DE ACORDO COM O AJUSTE	Malha muito elástica feita no bloco de malha muito elástica para uma peça ajustada	Malha muito elástica feita no bloco de elasticidade moderada para uma peça semi ajustada	Malha muito elástica feita no bloco de elasticidade mínima para uma peça semi folgada	Malha muito elástica feita no bloco de elasticidade mínima + 5 cm no contorno para uma peça folgada
PEÇAS CONFECCIONADAS EM 3 TIPOS DE AJUSTES (AJUSTADO, SEMI AJUSTADO E FOLGADO)	MALHA B - ajustada MALHA E - ajustada		MALHA B - semi ajustada MALHA E - semi ajustada	MALHA B - folgada MALHA E - folgada

O Quadro 5 mostra a relação entre as malhas de elasticidade moderada A (100% algodão) e D (100% poliamida) e os blocos básicos escolhidos de acordo com o ajuste desejado para os protótipos confeccionados. O Quadro 5 mostra que:

- para as blusas ajustadas nas malhas A e D, escolheu-se o bloco de malhas moderada;
- para as blusas semi ajustadas nas malhas A e D, acrescentou-se mais 5 cm ao contorno do bloco de elasticidade mínima;
- e para as blusas folgadas nas malhas A e D, acrescentou-se mais 10 cm ao contorno do bloco de elasticidade mínima.

		+ 5 CM NO CONTORNO	+ 5 CM NO CONTORNO	+ 5 CM NO CONTORNO
COMPOSIÇÃO DAS MALHAS	MALHA A 100% algodão MALHA D 100% poliamida			
CATEGORIA DE ELASTICIDADE	MODERADA	MÍNIMA	MÍNIMA + 5 CM NO CONTORNO	MÍNIMA + 10 CM NO CONTORNO
COMBINAÇÕES DE MALHAS, BLOCOS BÁSICOS E AJUSTES				
TIPOS DE AJUSTE (DE ACORDO COM O BLOCO BÁSICO)	MODERADA	MÍNIMA	MÍNIMA + 5 CM NO CONTORNO	MÍNIMA + 10 CM NO CONTORNO
RESULTADO DA COMBINAÇÃO ENTRE CATEGORIA DE ELASTICIDADE E BLOCO BÁSICO DE ACORDO COM O AJUSTE	Malha de elasticidade moderada feita no bloco de elasticidade moderada para uma peça ajustada	Malha de elasticidade moderada feita no bloco de elasticidade mínima para uma peça semi folgada	Malha de elasticidade moderada feita no bloco de elasticidade mínima + 5 cm no contorno para uma peça semi folgada	Malha de elasticidade moderada feita no bloco de elasticidade mínima + 10 cm no contorno para uma peça folgada
PEÇAS CONFECCIONADAS EM 3 TIPOS DE AJUSTES (AJUSTADO, SEMI AJUSTADO E FOLGADO)	MALHA A - ajustada MALHA D - ajustada		MALHA A - semi ajustada MALHA D - semi ajustada	MALHA A - folgada MALHA D - folgada

Fonte: Elaborado por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Como apresentado, a disposição entre malhas e ajustes foi feita utilizando o raciocínio apresentado na abordagem de Cole (2016) para malhas super elásticas. O Quadro 6 sintetiza as informações entre as malhas, os tipos de ajuste e os blocos básicos escolhidos para a blusa e para a manga.

Quadro 6 – Relação entre os blocos básicos escolhidos para cada malha conforme a categoria de elasticidade utilizando o raciocínio apresentado por Cole para malhas super elásticas.

Categoria	Malha	Fator de Elasticidade	Ajuste da blusa	Bloco básico escolhido (blusa e manga)
Elasticidade moderada	A	36%	Ajustada	Elasticidade moderada
			Semi ajustada	Elasticidade mínima + 5 cm no contorno
			Folgada	Elasticidade mínima + 10 cm no contorno
	D	38%	Ajustada	Elasticidade moderada
			Semi ajustada	Elasticidade mínima + 5 cm no contorno
			Folgada	Elasticidade mínima + 10 cm no contorno
Muito elástica	B	69%	Ajustada	Muito elástica
			Semi ajustada	Elasticidade mínima
			Folgada	Elasticidade mínima + 5 cm no contorno
	E	75%	Ajustada	Muito elástica
			Semi ajustada	Elasticidade mínima
			Folgada	Elasticidade mínima + 5 cm no contorno

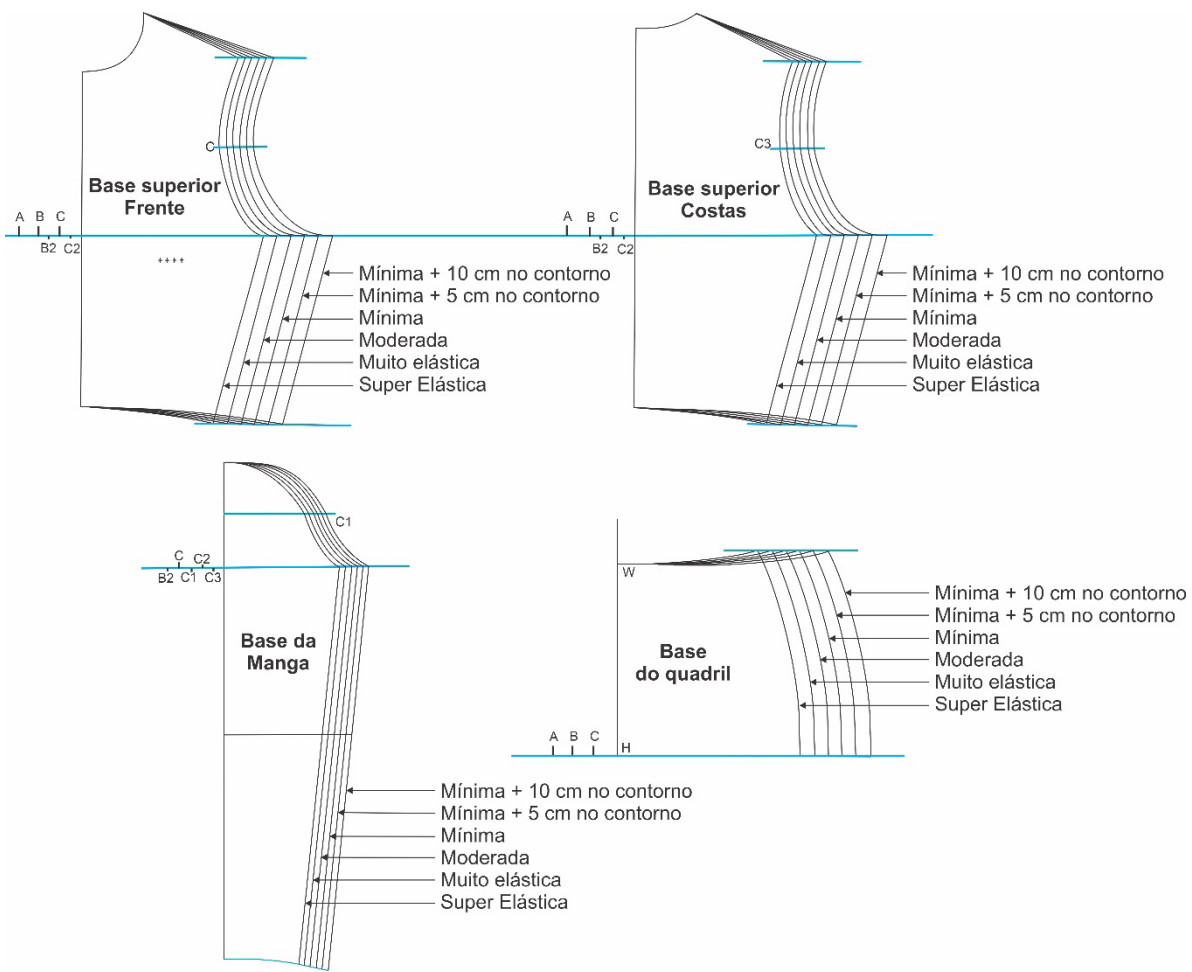
Super elástica	C	96%	Ajustada	Super elástica
			Semi ajustada	Elasticidade moderada
			Folgada	Elasticidade mínima
	F	100%	Ajustada	Super elástica
			Semi ajustada	Elasticidade moderada
			Folgada	Elasticidade mínima

Fonte: Elaborado por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

2.2 DESENVOLVIMENTO DOS MOLDES

Seguindo as diretrizes de Cole (2016), primeiramente, foram traçados os moldes mestre de elasticidade mínima da base superior e de quadril. E, por meio da grade de elasticidade, as bases de elasticidade moderada, de malha muito elástica e de malha super elástica foram obtidas, como mostra a Figura 7. Também, por meio da grade, foram obtidas as base de elasticidade mínima com 5 cm (para a malha D semi ajustada e malha E folgada) e 10 cm (para malha D folgada) a mais no contorno. Porém em vez da graduação ser feita no sentido negativo, ela foi feita no sentido positivo da grade, a fim de adicionar mais folga às bases. O bloco básico da manga foi selecionado de acordo com o bloco básico da blusa, ou seja, o mesmo raciocínio utilizado para o bloco básico das blusas foi utilizado para o bloco básico das mangas.

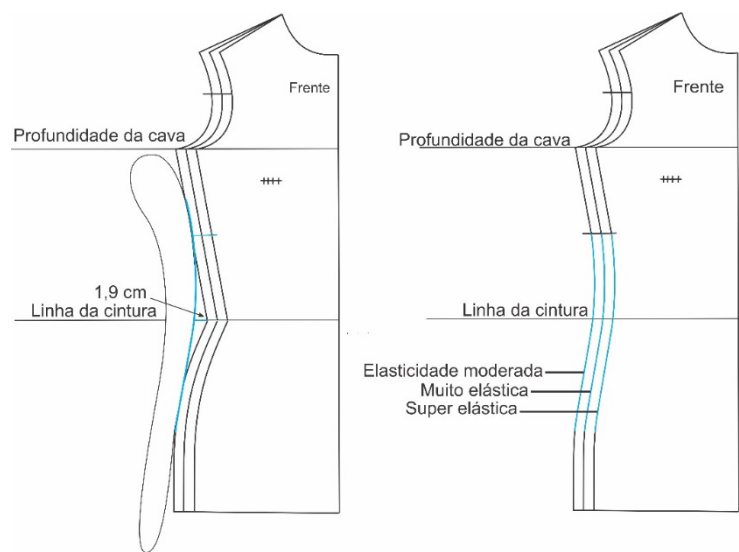
Figura 7 – Bases desenvolvidas e criadas seguindo as diretrizes de Cole pelo sistema de graduação de elasticidade



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Com a graduação feita, as bases superiores e as bases do quadril, de cada uma das categorias, foram unidas. Conforme ilustrado pela Figura 8, a régua de curva de quadril foi posicionada a 1,9 cm do encontro das bases, na linha cintura, e a forma ajustada foi traçada (nos blocos de elasticidade moderada, muito elástica e super elástica).

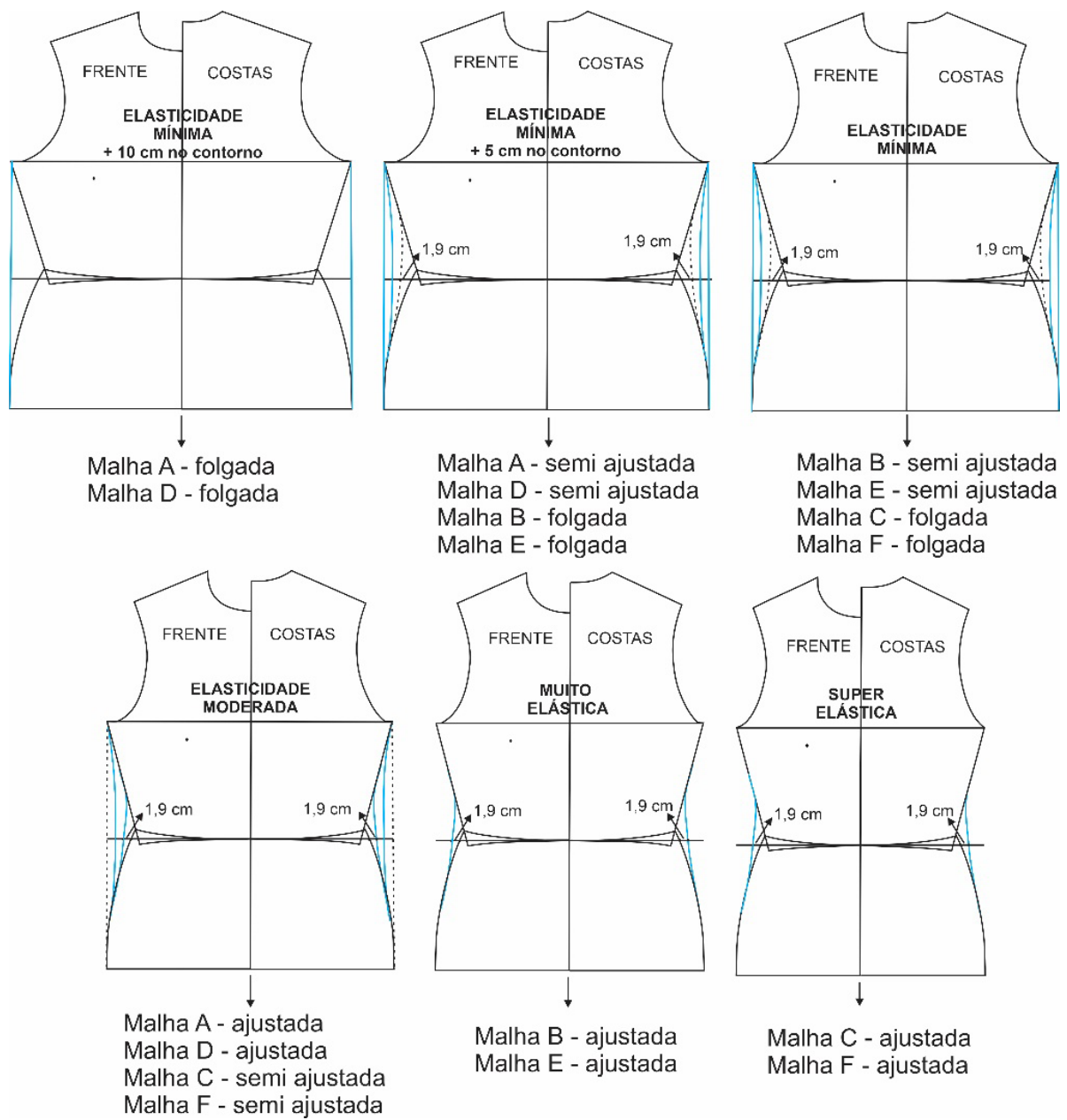
Figura 8 – Posição da régua curva de quadril para o traçado da forma ajustada



Fonte: Adaptada de Cole (2016, p. 98 e 99).

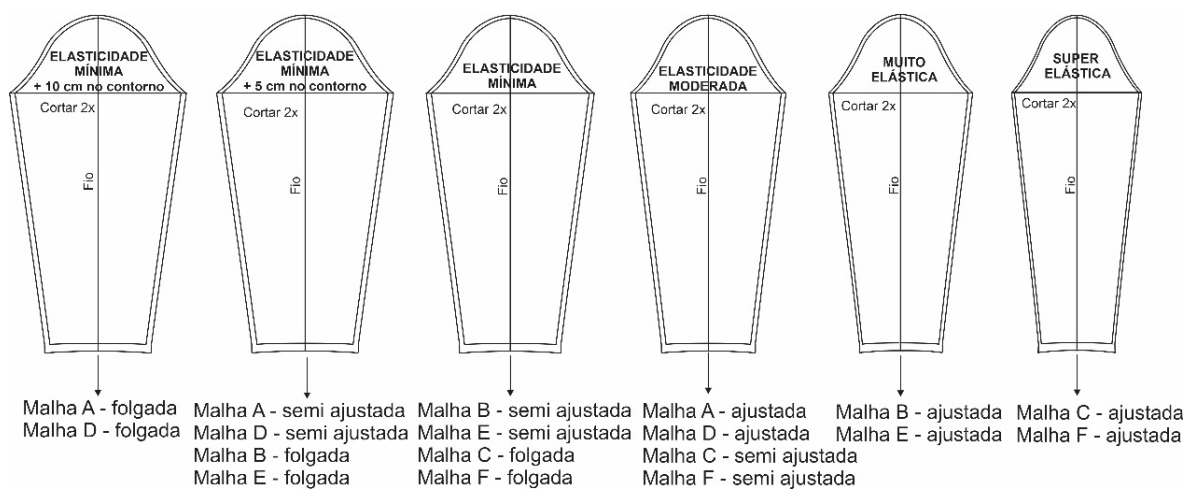
A forma folgada foi traçada por uma linha reta, saindo do final da cava até a linha do quadril (nos blocos de elasticidade mínima mais 10 cm de contorno, de elasticidade mínima mais 5 cm de contorno e de elasticidade mínima). E a forma semi ajustada foi traçada também com a régua de curva de quadril, na metade entre a forma ajustada e a forma folgada (nos blocos de elasticidade mínima mais 5 cm, de elasticidade mínima e de elasticidade moderada). A Figura 9 ilustra a metade da união das bases superior e de quadril, da frente e das costas, resultando nos blocos básicos utilizados para as malhas selecionadas e a Figura 10 ilustra os moldes das mangas utilizados. Ressalta-se que a linha lateral em azul mostra o ajuste que o bloco básico da blusa derivou. Por exemplo, nota-se que os blocos de elasticidade moderada, de elasticidade mínima e de elasticidade mínima mais 5 cm originaram, cada um, dois tipos de ajuste. Já os blocos de malhas super elástica, de malha muito elástica e de elasticidade mínima mais 10 cm, originaram, cada um, apenas um tipo de ajuste.

Figura 9 - Blocos básicos da blusa desenvolvidos



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Figura 10 – Moldes finalizados das mangas



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao todo, foram confeccionadas dezoito blusas de manga longa, três blusas para cada tipo de malha, variando o ajuste. As Figuras 11, 12 e 13 mostram os resultados visuais da blusas vestidas pela modelo de prova⁹ das malhas categorizadas em moderadas (malhas A e D), elásticas (malhas B e E) e super elásticas (malhas C e F), respectivamente, com a variação dos três tipos de ajuste (ajustado, semi ajustado e folgado) e com a descrição do molde do qual as peças foram originadas.

9 A modelo de prova foi fotografada, vestindo as peças, com a postura ereta, pés ligeiramente afastados e com os braços ao lado do corpo.

Figura 11 – Blusas confeccionadas nas malhas A (100% algodão) e na malha D (100% poliamida).



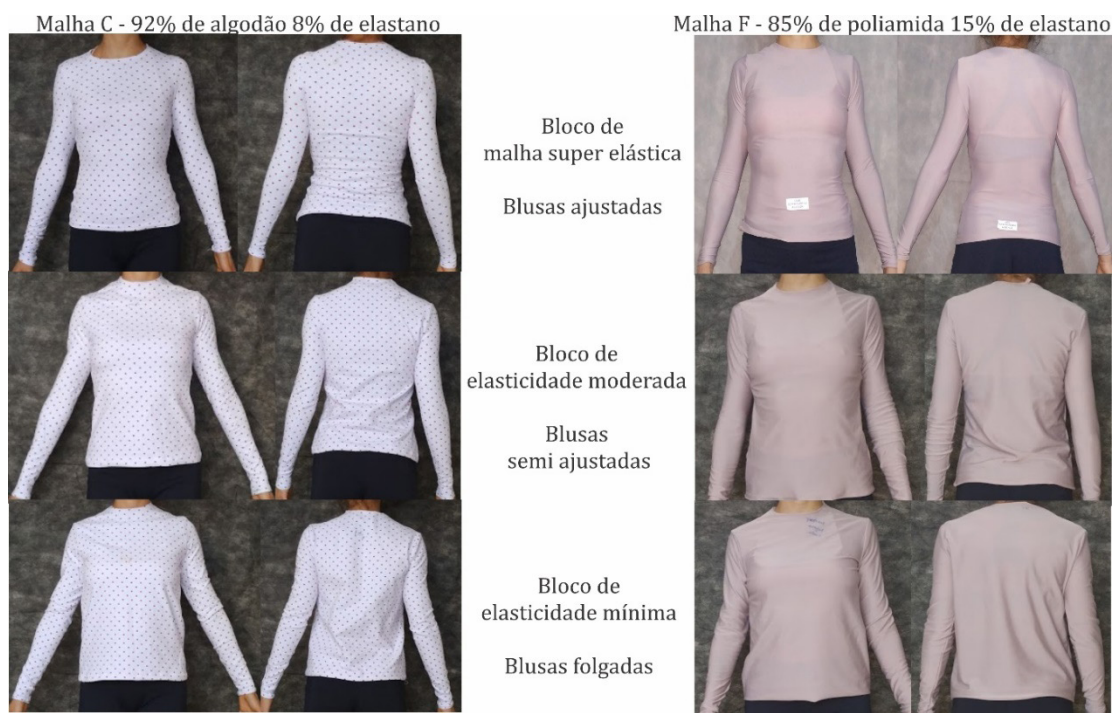
Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Figura 12 - Blusas confeccionadas nas malhas B (96% algodão e 4% elastano) e na malha D (92% poliamida e 8% elastano).



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Figura 13 - Blusas confeccionadas nas malhas C (92% algodão e 8% elastano) e na malha F (85% poliamida e 15% elastano).



Fonte: Elaborada por Julia Maria Percebom e Isabel Cristina Italiano, 2022.

Após a confecção, os protótipos foram avaliados. Watkins (2011b) afirma que a avaliação do vestuário de malha é interpretativa. Sendo assim, para auxiliar a análise das peças e a comparação das mesmas, bem como avaliar a qualidade do ajuste, foram utilizados alguns dos tópicos abordados por Watkins (2011b), a saber:

- a) análise das características da malha;
- b) avaliação do posicionamento das costuras e dos pontos de referência do corpo (principalmente as costuras das cavas e o posicionamento do ápice do ombro);
- c) avaliação da quantidade e da direção da elasticidade do tecido no ajuste da peça ao corpo.

Ressalta-se que, além dos critérios de Watkins (2011b), as impressões da modelo de prova, ao vestir e se movimentar com as peças, também foram levadas em consideração.

Pelos resultados obtidos, notou-se que as blusas ajustadas, nos seis tipos de

malha, ressaltam bem os contornos do corpo e dão o aspecto de ajustado. Segundo a modelo de prova, ao se comparar as blusas ajustadas com elastano dos segmentos *casualwear* (malhas B e C) e *sportswear* (malhas E e F), as blusas confeccionadas nas malhas B e C apresentaram maior pressão sobre o corpo que as malhas E e F, o que pode ser explicado pelas diferentes porcentagens de elastanos das malhas, pela diferença de material (algodão e poliamida) e pelas diferentes gramaturas. Também, averiguou-se que, nas blusas ajustadas, ao levantar os braços, as peças tiveram que ser puxadas para baixo, pois a malha não retornou à posição original no corpo.

Além disso, tanto as blusas ajustadas quanto as semi ajustadas não apresentaram uma quantidade de rugas que prejudicassem o resultado visual. Já as blusas folgadas resultaram em peças com folgas em equilíbrio, sem apresentar excesso de tecido. Ressalta-se que as blusas semi ajustadas e as blusas folgadas tiveram a melhor qualidade de ajuste se comparadas às blusas ajustadas.

Embora as blusas ajustadas nas malhas de algodão, A, B e C, e na malha D, de 100% poliamida, visualmente, parecessem adequadas, as mesmas apresentaram-se justas demais no corpo da modelo de prova (principalmente na área do busto, das costas e em toda a manga, a ponto de ser difícil vestir as peças), visto que o alongamento das malhas não foi suficiente para dar a folga de conforto necessária para uma boa vestibilidade. Diante deste contexto, alguns questionamentos, propostos por Watkins (2011a), foram avaliados para investigar quais poderiam ser os possíveis problemas que resultaram em peças tão justas. Foram eles:

- a) o corte do tecido foi feito corretamente?
- b) as medidas do corpo foram tomadas corretamente?
- c) as instruções do traçado foram seguidas corretamente?
- d) a malha comporta-se como previsto em termos de alongamento?

O primeiro questionamento refere-se ao corte na direção correta do tecido. Todas as blusas desenvolvidas foram cortadas com o fio na direção do comprimento da malha, ou seja, os moldes foram posicionados na direção do maior alongamento do tecido (as linhas que circundam o corpo ficaram, portanto, na direção da largura da malha). Dessa forma, entende-se que o corte foi feito com os moldes posicionados corretamente na malha. O segundo questionamento refere-se à tomada correta das medidas do corpo. Antes da etapa de desenvolvimento dos traçados, todas as medidas foram verificadas mais de uma vez. O terceiro questionamento refere-se às instruções dos traçados. Os traçados da base superior, da base de quadril e da manga desenvolvidos corresponderam às instruções sugeridas por Cole (2016) e as medidas usadas na graduação também estavam corretas.

O quarto questionamento refere-se às malhas utilizadas e se o alongamento

delas se comporta como previsto. Os resultados finais das blusas desenvolvidas pela abordagem de Cole (2016) mostram que os alongamentos das malhas A, B, C e D não se comportaram como previsto. Sendo assim, para compreender quais os possíveis motivos para esses resultados, algumas hipóteses podem ser levantadas:

- a) a força aplicada pelas mãos, no teste manual de elasticidade, foi além do adequado, levando à categorização incorreta das malhas;
- b) os valores de fator de elasticidade, de cada categoria, levam em conta apenas a elasticidade do tecido e não consideram outros aspectos da malha, como gramatura e composição;
- c) os moldes foram reduzidos além do aceitável, de forma que a malha não pôde oferecer a folga necessária no vestir das peças;
- d) os valores utilizados para a redução na graduação dos moldes não foram adequados para os tipos de malhas utilizadas.

Dessa forma, levando em consideração os pontos acima levantados, acredita-se que a quantidade de categorias de elasticidade apresentadas por Cole (2016) sejam insuficientes. Considerando a grande variedade de malhas disponíveis no mercado, para a categorização das malhas, apenas quatro intervalos de fator elasticidade é desvantajoso. Como os intervalos de fator/grau de elasticidade, de cada categoria, são muito amplos, pode ocorrer que os valores de redução aplicados no molde não sejam adequados para todos os tipos de malhas.

Ressalta-se também que, apesar do teste de elasticidade manual ser um método mais prático, seus resultados podem não ser eficazes para a modelagem de peças em malha, principalmente para as mais ajustadas, pois o resultado do grau de elasticidade depende muito da força aplicada pelas mãos. Caso a malha seja tensionada além do necessário, a mesma pode ser classificada em uma categoria acima de sua capacidade e, assim, corre-se o risco de a peça confeccionada ficar pequena demais para o usuário.

Apesar das blusas desenvolvidas pelo método de Cole (2016), em uma análise geral, terem apresentado os bons resultados na qualidade de ajuste, o método descrito pela autora gerou dificuldades em seu entendimento, já que, pela abordagem da mesma, há duas formas de escolher o bloco básico. Como já mencionado, a primeira é pela capacidade de elasticidade do bloco básico correspondente à capacidade de elasticidade da malha, resultando no tipo de ajuste ajustado. Na segunda, a escolha é feita de acordo com o ajuste desejado. No entanto, nessa segunda escolha, Cole (2016) descreve apenas o ajuste para malhas super elásticas. Dessa forma, fez-se necessário aplicar o mesmo raciocínio, para

os outros tipos de malhas (muito elástica, elasticidade moderada e elasticidade mínima). Para tanto, considerando-se que a diferença na medida do contorno entre os blocos é de 5 cm para alcançar os mesmos ajustes (semi ajustado, semi folgado e folgado) para as outras categorias de elasticidade (muito elástica, elasticidade moderada e elasticidade mínima), moldes com mais folgas tiveram que ser criados, de forma que a disposição entre os ajustes e as categorias de elasticidade das malhas fossem proporcionais.

Ainda assim, mesmo o método não sendo claro na descrição do livro, os blocos básicos criados, seguindo o raciocínio da autora, resultaram nos ajustes compatíveis com os que foram propostos pelas pesquisadoras, a saber: ajustado, semi ajustado e folgado.

Apesar disso, o sistema de graduação de Cole (2016), para alcançar os outros blocos básicos, de acordo com o alongamento da malha, apresentou-se eficaz já que as peças que foram aumentadas ou diminuídas mostraram-se visualmente proporcionais ao crescer ou reduzir a quantidade de folgas. Isso se deve pelo fato de, no sistema de Cole (2016), as medidas do molde não serem reduzidas (ou aumentadas) por um valor único. Os valores a serem reduzidos ou acrescidos, no molde, variam conforme a região do corpo. Sendo assim, é possível afirmar que, dependendo do tipo de vestuário e do ajuste necessário, a redução (ou aumento) no molde pode ser diferente dependendo da região do corpo, ou seja, o alongamento da malha pode se comportar de maneiras diferentes conforme a área do corpo. E ainda, é essencial compreender que não são todas as medidas do molde que devem ser redimensionadas na graduação.

As blusas desenvolvidas pela abordagem de Cole (2016) apresentaram uma modelagem que correspondia bem aos contornos do corpo, visto que apresentaram as costuras com o posicionamento adequado e não manifestaram áreas com excesso de tecido. No entanto, pelos resultados das blusas ajustadas nas malhas A, B, C e D, por uma questão de conforto e de vestibilidade, considerou-se que seria necessário o acréscimo de folgas, principalmente na área entre os ombros, no contorno do busto e em todo o contorno da manga.

Na comparação entre as blusas resultantes do mesmo bloco básico, é possível perceber que, além da porcentagem de alongamento, a gramatura e a composição da malha são fatores que podem alterar o ajuste e o caimento da peça. Por exemplo, apesar de terem sido confeccionadas com o mesmo molde, as blusas ajustadas na malha A (100% algodão e gramatura 162 g/m²) e na malha D (100% poliamida e gramatura 100 g/m²), por estarem bastante justas ao corpo, visualmente, não apresentaram grandes diferenças. No entanto, as rugas na malha de algodão (malha A) são mais perceptíveis que na malha de poliamida (malha D). Já as blusas ajustadas na malha B (96% algodão e 4% elastano e gramatura 237 g/m²) e na malha E (92% poliamida e 8% elastano e gramatura 187 g/m²), resultantes do mesmo molde, visualmente, não apresentam grandes diferenças, no entan-

to, a blusa na malha de algodão (malha B) ficou extremamente pequena para o corpo. Já a blusa na malha de poliamida (malha E), apesar de muito justa também, apresentou melhor vestibilidade. Apesar das malhas B e E possuírem porcentagens diferentes de elastano, ambas se classificaram na mesma categoria de elasticidade de Cole (2016): malha muito elástica (a malha B com fator de elasticidade de 69% e a malha E com fator de elasticidade de 75%). Isso reforça a necessidade, já mencionada anteriormente, de se aumentar a quantidade de intervalos de fator/grau de elasticidade.

Outro exemplo são as blusas ajustadas na malha C (92% algodão e 8% elastano e gramatura 300 g/m²) e na malha F (85% poliamida e 15% elastano e gramatura 235 g/m²) resultantes do mesmo molde que, visualmente, apresentam diferenças na quantidade de rugas. Embora a blusa na malha de algodão (malha C) esteja extremamente ajustada ao corpo, ao ponto de a malha fazer pressão na região do busto e do braço, a mesma apresentou menos rugas que a blusa na malha de poliamida (malha F), na qual, apesar de possuir maior porcentagem de elastano, as rugas ficaram bem mais evidentes, principalmente na região do contorno da cintura e na região da cabeça da manga. Vale aqui a mesma observação feita sobre a necessidade de se aumentar a quantidade de intervalos de fator/grau de elasticidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme os objetivos do presente artigo, o método de Julie Cole (2016) para a modelagem do vestuário em malha foi avaliado, a partir de observações críticas do próprio método de Cole (2016) e dos resultados obtidos com a confecção das dezoito blusas. Frente às discussões levantadas, considerou como sendo viável o método de Cole (2016).

Foram identificados parâmetros para avaliação das peças resultantes, tanto a partir do trabalho da Cole (2016), quanto pelos critérios de avaliação Watkins (2011a, 2011b). E, apesar da avaliação do ajuste ser interpretativa, a pesquisa mostrou que, não apenas o alongamento da malha influencia na qualidade de ajuste de uma peça mas, aspectos de caimento, de gramatura e de composição do tecido também afetam os resultados finais. Além disso, pôde-se perceber que, com algumas exceções, o método de Cole (2016), de fato, gerou peças em malha com boa qualidade de ajuste resultantes de moldes com a geometria adequada e com valores variáveis de redução e de folga nas medidas apropriadas.

No caso das peças ajustadas nas malhas A, B, C e D, conforme descrito detalhadamente na seção de Resultados e Discussões, as mesmas não apresentaram bons resultados de vestibilidade, visto que ficaram extremamente justas ao corpo. Isso leva a

considerar que os valores de redução propostos por Cole (2016) para as malhas A, B, C e D, para o ajuste ajustado, não são adequados. Sendo assim, como há uma variedade de malhas no mercado, a classificação das mesmas, pelo fator de elasticidade, em apenas quatro categorias possa ser insuficiente. Talvez fosse necessário maior divisão de categorias para se classificar as malhas.

Mesmo o método de escolha dos blocos básicos de Cole (2016) apresentar certa dificuldade em seu entendimento, o raciocínio que a autora apresenta resultou em peças que corresponderam aos resultados de ajuste desejados. Ou seja, os blocos básicos que foram criados para as malhas de elasticidade moderada e malhas muito elásticas resultaram em peças com boa qualidade de ajuste, já que o acréscimo de folga foi adequado para a malha em questão conforme o ajuste desejado.

Frente a tais questões, como propostas para futuros trabalhos, sugere-se: 1) expandir a análise dos blocos básicos da blusa e da manga em outros tipos de malhas; 2) analisar os outros blocos básicos abordados no livro de Cole (2016); e 3) sugerir, para as malhas A, B, C e D, valores mais adequados de redução¹⁰.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.

COLE, J. **Patternmaking with stretch knit fabrics**. New York: Fairchild Books, 2016.

OSÓRIO, L. **Modelagem: organização e técnicas de interpretação**. Caxias do Sul: EDUCS, 2007. p. 17-20.

RICHARDSON, K. **Designing and patternmaking for stretch fabrics**. Fairchild Books, 2008.

SILVEIRA, I. **Implantação da tecnologia CAD na Indústria do Vestuário: um estudo de caso. 2003**. 212 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2003.

SPAINE, P. A. A. **Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado**. 2010. 109 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/89758>. Acesso em: 27 Ago. 2019.

WATKINS, P. Custom fit: is it fit for the customer? In: ANNUAL INTERNATIONAL

10 Beatriz Albarez de Assunção. Mestre em Ciências pela Universidade de São Paulo (2019). <http://lattes.cnpq.br/9697922969870940>; e-mail: beatriz-agpp@hotmail.com.

FOUNDATION OF FASHION TECHNOLOGY INSTITUTES CONFERENCE, 8., 2006, Raleigh. **Proceedings** [...]. Raleigh: North Carolina State University, 2006. p. 1-13. Disponível em: <http://www.iffiti.com/downloads/papers-presented/viii-NCSU,%202006/Full%20Paper/Watkins.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2019.

WATKINS, P. Designing with stretch fabrics. **Indian Journal of Fibre & Textile Research**, v. 36, p. 366-379, 2011a.

WATKINS, P. **Garment pattern design and comfort**. In: SONG, Guowen. Improving comfort in clothing. Woodhead Publishing Limited, 2011b. p. 245-277.

ZIEGERT, B.; KEIL, G. Stretch fabric interaction with action wearables: defining a body contouring pattern system. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 6, n. 4, p. 54-64, 1988.

Data de submissão: 15/06/2022

Data de aceite: 30/08/2022

Data de publicação: 21/09/2022



CONVERGÊNCIAS ENTRE DESIGN SOCIAL E DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO: UM ESTUDO DE CASOS EM PROJETOS ACADÊMICOS DE MODA

*Convergences between Social Design and User-Centered Design:
a case study in academic fashion projects*

*Convergencias entre Diseño Social y Diseño Centrado en el Usuario:
un estudio de caso en proyectos académicos de moda*

Luciana da Silva Bertoso¹

¹ Doutoranda em Design (UFPR). Mestre em Design (UFPR). Especialista em Produção de Moda e Styling (Universidade Positivo). Graduada em Design de Moda (UEL). Lattes <http://lattes.cnpq.br/5627433545412681>. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0573-0144>, email: luciana.bertoso@ufpr.br.

RESUMO

Este artigo apresenta uma investigação das abordagens do Design Social e do Design Centrado no Usuário em projetos acadêmicos de moda. Primeiramente, **são apresentados os** fundamentos dos temas e, em seguida, um estudo de casos múltiplos em projetos acadêmicos, realizado em parceria com uma ONG de apoio a pessoas com deficiência visual, na cidade de Ponta Grossa (PR). Os projetos foram orientados pela metodologia centrada no usuário do *toolkit* Human Centered Design, da IDEO. O primeiro caso foi um coprojeto de oficina de *Tie-dye*. Já o segundo, um projeto empático, que resultou em um organizador de bolsa/mochila. Foi possível, então, constatar a viabilidade da interseção dessas abordagens para a realização de projetos acadêmicos, propiciando um olhar empático dos estudantes com os usuários.

Palavras-chaves: Design Social; Design Centrado no Humano; Projeto Acadêmico de Moda.

Abstract

This article investigates Social Design and User-Centered Design approaches in academic fashion projects. First, the fundamentals of the themes are presented. Then, a study of multiple cases in fashion projects is carried out in partnership with an NGO to support people with visual impairment in the city of Ponta Grossa (PR). The projects were guided by the user-centered methodology of IDEO's Human Centered Design toolkit. Case 1 was a tie-dye workshop co-project. Case 2 is empathic project, which resulted in a bag/backpack organizer. It was possible to verify the feasibility of the intersection of these approaches to carry out academic projects, providing an empathetic look between students and users.

Keywords: Social Design; Human-Centered Design; Academic Fashion Projects.

Resumen

Este artículo presenta una investigación de los enfoques de Diseño Social y Diseño Centrado en el Usuario en proyectos académicos de moda. Primero, se presentan los fundamentos de los temas, y luego, un estudio de casos múltiples en proyectos académicos realizados en asociación con una ONG de apoyo a los individuos con discapacidad visual en la ciudad de Ponta Grossa (PR). Los proyectos fueron guiados por la metodología centrada en el usuario del conjunto de herramientas de diseño centrado en el ser humano de IDEO. El Caso 1 fue un co-proyecto del taller tie-dye. Y el Caso 2 un proyecto empático, que resultó en un organizador de bolsos/mochilas. Se pudo comprobar la factibilidad de la intersección de estos enfoques para la realización de proyectos académicos, propiciando una mirada empática entre estudiantes y usuarios.

Contraseñas: Diseño Social; Diseño Centrado en el Usuario; Proyectos Académicos de Moda.

1 INTRODUÇÃO

A cooperação da indústria da moda com projetos sociais ocorre em iniciativas nacionais e globais. Nesse contexto, projetos acadêmicos que extrapolam os limites da sala de aula podem trazer contribuições mútuas para estudantes, Instituições de Ensino Superior (IES) e comunidade. Além disso, trazem desafios aos docentes que se interessam em realizá-los. Por esse motivo, esta investigação propõe a interseção do Design Social com o Design Centrado no Humano, como embasamentos metodológicos possíveis neste contexto. A proposta, com a aproximação dos temas, é que estudantes de Design de Moda compreendam como desenvolver soluções locais para projetos sociais, associação de moradores e ONGs, por meio da imersão em contexto.

O Design Social é voltado ao desenvolvimento de projetos em áreas de pouco interesse industrial, para cidadãos menos favorecidos social, cultural e economicamente, com objetivo de produzir soluções que contribuam para a melhoria da qualidade de vida, renda e inclusão (PAZMINO, 2007). Além disso, nesse campo há um caráter didático para criar soluções de forma colaborativa, envolvendo a comunidade durante todo o processo de design, de modo que o aprendizado, a partir da ação, desperte e estimule a autonomia dos grupos para outras transformações. (BONOTTO, 2016).

Já o Design Centrado no Humano (DCH) é uma abordagem projetual centrada nas pessoas, ou usuários, e suas relações com os artefatos. Os fatores sociais, físicos e cognitivos dessa interação são considerados (ABRAS; MALONEY-KRICHMAR; PREECE, 2004; HARADA *et al.*, 2016), resultando em soluções compreensíveis e facilmente utilizáveis (NORMAN, 2006).

A partir desses conceitos, o objetivo principal deste artigo é apresentar uma experiência de aplicação e de adaptação da metodologia, do *toolkit* da IDEO, denominado Human-Centered Design (HCD). Esse material foi escolhido por conter um guia de campo com estratégias e ferramentas para o desenvolvimento de projetos centrados nos usuários, que visam contribuir com melhorias para comunidades de baixa renda ou que estão em situação de vulnerabilidade (IDEO, 2009). Essa experiência é descrita por meio de um estudo de casos múltiplos, realizados pela docente e autora desta pesquisa, em dois projetos acadêmicos de moda. O projeto foi realizado em uma parceria entre uma IES e uma ONG de apoio a pessoas com deficiência visual, na cidade de Ponta Grossa (PR).

2 DESIGN SOCIAL

O design social pode ser entendido como um campo amplo, que abriga diferentes abordagens sobre os problemas sociais, visando soluções locais e globais, envolvendo, inclusive, os mais diversos segmentos (BONOTTO, 2016).

A ênfase dessa abordagem está na atuação do designer em locais em que há pouco interesse da indústria e que as soluções propostas pelos profissionais resultem na melhoria da qualidade de vida das pessoas (PAZMINO, 2007). Essa perspectiva intensificou-se no final da década de 1960, em contrapartida ao design voltado ao mercado, consumo e obsolescência programada, principalmente pela discussão trazida por Papanek, em 1971, em sua obra *Design for real world*, com uma proposta do design orientado para o indivíduo e para a comunidade, considerando, em seu projeto, pessoas com deficiência e/ou com baixa renda, questões ambientais, entre outras questões relevantes (PAZMINO, 2007; CHENG; CHOU, 2019).

O Design Social difere-se do design orientado para o mercado em seus objetivos. Os produtos e processos são pensados para produção em pequena escala, direcionados ao mercado local, com a maximização das funções práticas do artefato, que deve ser de baixo custo, visando a inclusão social (PAZMINO, 2007). Nessa perspectiva, Pazmino (2007) estabeleceu algumas diretrizes de projeto de produtos, descritas no Quadro 1.

Quadro 1 – Recomendações para projetos com design social

QUANTO AOS MATERIAIS	Uso de materiais simples.
	Uso de materiais de qualidade compatíveis com as necessidades do produto.
	Uso de materiais de fácil obtenção e de baixo custo.
	Uso de materiais nativos.
	Uso de materiais adequados aos recursos dos processos de fabricação disponíveis.
	Uso racional e otimizado de matérias-primas e componentes.
QUANTO AO PRO- CESSO PRODUTI-	Uso de mão de obra com condições de absorver o conhecimento.
	Uso de processos de fabricação disponíveis e com tecnologia dominada localmente.
	Redesign de produtos que realmente atendem às necessidades locais.
	Fácil fabricação; montagem; manutenção; desmontagem; reciclagem.

QUANTO À COMUNI- DADE	Adequação do produto ao contexto sociocultural.
	Proporcionar a autoestima do grupo social.
	Abrangência local, continental sem alterações.
	Atender as características biomecânicas do grupo.
	Valorizar os aspectos sociais, culturais e ambientais da localidade.
	Ser funcional e ter boa usabilidade.
	Atender ao estilo e simbolismo do grupo social.
	Linguagem do produto adequada ao estilo de vida do grupo social.
QUANTO AOS ASPECTOS GERAIS DO PRODUTO	Baixo custo.
	Longo ciclo de vida.

Fonte: adaptado de Pazmino (2007)

Com base nesses preceitos, Cheng e Chou (2019) apontam que o Design Social pode ser discutido em três escalas: busca do bem-estar humano; acessibilidade, considerando, no projeto, as necessidades de usuários diferentes, a fim de beneficiar mais grupos minoritários; e o uso do pensamento sistêmico, para compreensão da relação interativa entre o comportamento humano e o meio ambiente.

Por lidar com o bem-estar da comunidade, o Design Social exige uma atuação multidisciplinar do designer, incluindo aspectos psicológicos, sociológicos, antropológicos e políticos no desenvolvimento de produtos (PAZMINO, 2007). Além disso, o enfoque das questões, nesse campo, é centrado no aprendizado por meio da ação, ou seja, o designer atuando na comunidade e auxiliando as pessoas a resolverem os problemas pelo pensamento sistêmico. Os resultados não são apenas o artefato em si, mas também o processo de aprendizagem que pode estimular mudanças futuras (BONOTTO, 2016). Sendo assim, desenvolver projetos acadêmicos utilizando o Design Social exige dos estudantes conhecimentos multidisciplinares e um olhar empático para atender às necessidades da comunidade.

Diante das habilidades exigidas para projetos vinculados ao Design Social, Cheng e Chou (2019) destacam que a educação no Design tradicional, centrado nas necessidades do mercado, não é suficiente para a satisfação das necessidades sociais, sendo necessário que os educadores considerem novas formas de alcance da transformação e da inovação no contexto da sala de aula. Ademais, é uma perspectiva que considera os múltiplos atores envolvidos no projeto, principalmente pelo empoderamento dos moradores locais. Isso exige uma abordagem pedagógica não tradicional, em que o professor é um facilitador ao promover conversas interdisciplinares.

Com base em investigações, os autores ainda apresentam seis elementos essenciais, que podem auxiliar os docentes em projetos vinculados à abordagem em design social:

- Capacitar os alunos para propor soluções inovadoras para problemas;
- Analisar os problemas de forma abrangente, na escala do sistema socioecológico;
- Resolver problemas usando conhecimento e compreensão interdisciplinar;
- Engajar-se no processo de resolução de problemas com pessoas que o vivenciaram;
- Assegurar que os alunos consigam uma aprendizagem reflexiva durante o processo de resolução de problemas;
- Orientar os alunos a reconhecerem a natureza “orgânica” dos problemas de design social, nos quais os níveis de participação das partes interessadas afetam as decisões de resolução, à medida que os sistemas sociais mudam constantemente.

3 DESIGN CENTRADO NO HUMANO (DCH)

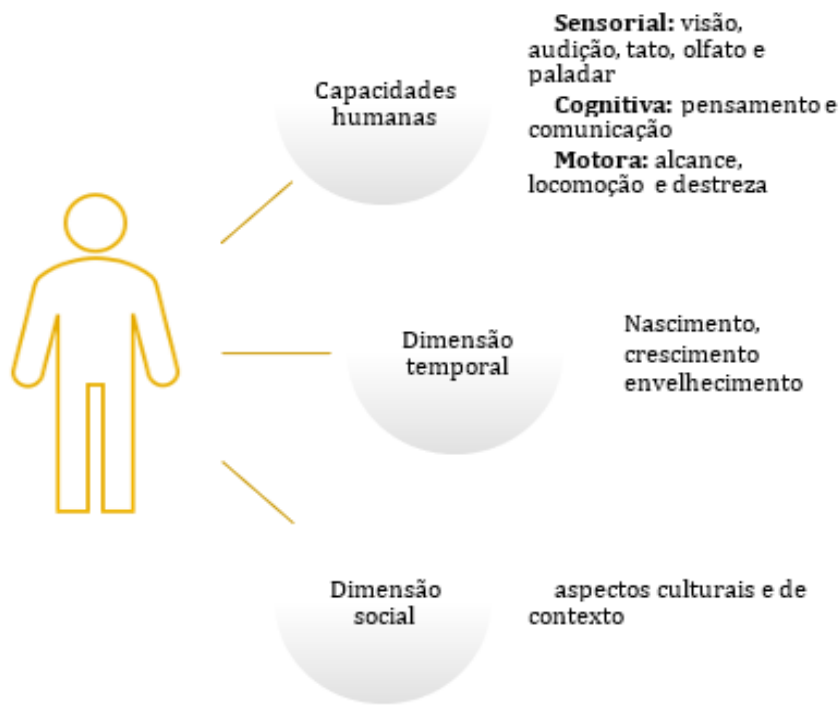
O DCH tem origem na ergonomia, na ciência da computação e na inteligência artificial (GIACOMIN, 2012). O termo “Design Centrado no Humano” enfatiza que as partes interessadas no projeto vão além do usuário final (ISO, 2010). Existem distintos usuários e *stakeholders* que se envolvem em um projeto de sistema, produtos e serviços. Nos projetos para o desenvolvimento local, que abrangem as ONGs, podemos identificar gestores, voluntários e os próprios usuários como exemplos da diversidade de pessoas envolvidas.

O DCH surgiu em contrapartida a abordagens centradas nos sistemas e na tecnologia. Para o design, o projeto deixa de ser centrado nos artefatos para considerar como os indivíduos percebem, interpretam e interagem com os objetos (KRIPPENDORFF, 2000).

Na interação com os produtos, precisamos compreender seu funcionamento e como podemos usá-los da melhor forma. Isso parece óbvio e intrínseco em qualquer requisito de projeto, mas frequentemente lidamos com artefatos que não são facilmente compreensíveis e utilizáveis. Por isso, projetos orientados pelos princípios de DCH podem auxiliar os designers a compreenderem melhor como projetar, visando a usabilidade e a satisfação dos usuários.

Os projetos centrados nos usuários englobam a capacidade humana sensorial, motora e cognitiva, com as dimensões temporal e social (Figura 1), resultando em um processo altamente empático (MERINO, 2016).

Figura 1 – Capacidade humana e dimensões temporal e social no DCH



Fonte: adaptada de Merino (2016)

Além dessas capacidades humanas e das dimensões social e temporal, os projetos de design de moda podem ser mais assertivos a partir das recomendações da ISO 9241 (GIACOMIN, 2012; ISO, 2010), que são:

- Compreensão explícita dos usuários, tarefas e ambientes;
- Envolvimento dos usuários durante todo o projeto e desenvolvimento;
- Impulsionamento e refinamento do design pela avaliação centrada no usuário;
- Consideração de toda a experiência do usuário;
- Adoção de habilidades e perspectivas multidisciplinares.

Em síntese, a inclusão e envolvimento dos usuários no desenvolvimento de sistemas, produtos e serviços possibilita que a equipe obtenha conhecimentos específicos, e que o *feedback* do público-alvo contribua para o aprimoramento dos protótipos (ISO, 2010). Nesse contexto, é importante considerar toda a experiência do usuário que “envolve todas as emoções, crenças, preferências, percepções, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações que ocorrem antes, durante e depois do uso” (ISO, 2010, p. 3, tradução própria). Para que isso seja possível, a equipe precisa ser multidisciplinar, incorporando perspectivas de ergonomia, pesquisa, marketing, negócios, entre outros inúmeros fatores relevantes ao projeto (ISO, 2010).

Portanto, o Design Social e o DCH apresentam princípios que podem dar su-

porte a projetos de moda orientados a soluções locais, para além do desenvolvimento de vestuário. A aplicação desses conceitos é descrita nas próximas seções.

4 MÉTODO

Para a condução da pesquisa foi realizado um estudo de casos múltiplos com objetivo exploratório. A unidade de análise foi o conjunto de resultados produzidos ao longo de uma disciplina de projeto de moda, na qual estudantes utilizaram técnicas de coleta de dados e ferramentas de projeto centradas no ser humano.

4.1 Amostra

Foram selecionados dois projetos para serem apresentados nesta pesquisa. O procedimento de seleção foi o de amostra causal simples (PRODANOV; FREITAS, 2013). A partir do total de três casos possíveis, realizou-se um sorteio que resultou na escolha de dois casos. Não foram relatados todos os casos pela complexidade do processo projetual e a necessidade de detalhamento das etapas.

Os dois grupos de estudantes que desenvolveram os projetos foram compostos por uma dupla e um trio. A atividade proposta para a turma foi de desenvolver um projeto de design de moda centrado no usuário em parceria com uma ONG ou projeto social. As equipes escolheram a mesma ONG de apoio a pessoas com deficiência visual, na cidade de Ponta Grossa (PR).

4.2 Procedimentos técnicos

Primeiramente, a docente apresentou aos alunos a proposta de projeto que foi desenvolvida ao longo de um semestre. O projeto orientado pelo HCD parte da perspectiva de três lentes, que são: do desejo, compreensão pela imersão na comunidade das necessidades e interesses; da viabilidade de, a partir dos recursos técnicos e organizacionais disponíveis, analisar o que é possível de ser produzido; e da aplicabilidade definida como a capacidade de, com os recursos financeiros disponíveis, planejar o que pode ser implementado (IDEO, 2009).

O toolkit do HCD pode ser utilizado de diversas formas, orientadas em três etapas: Ouvir, Criar e Implementar. Na etapa “Ouvir”, que dá início ao projeto, a equipe realiza a pesquisa de campo na comunidade para compreender as histórias das pessoas e ter insights de possíveis propostas a serem desenvolvidas. A principal tarefa dessa fase é coletar informações a partir de ferramentas que priorizam o ponto de vista dos usuários. Na etapa seguinte, “Criar”, a equipe busca transformar as ideias coletadas em oportunidades,

soluções e protótipos. Nessa fase, há dois direcionamentos possíveis: o método coprojeto participativo, que se refere à inclusão dos participantes como cocriadores da solução; e o método empático, quando a equipe inclui os participantes, mas estes não são cocriadores da solução, por questões de habilidades técnicas ou por questões de impossibilidade de participação. E, na última etapa, “Implementar”, ocorre o planejamento de implementação das inovações (IDEO, 2009).

Em cada etapa, são apresentadas diversas ferramentas de projeto. Algumas delas (Quadro 2) foram selecionadas pela docente, a partir de análise da viabilidade de aplicação em um projeto acadêmico.

Quadro 2 – Etapas e procedimentos

A) Ouvir	B) Criar	C) Implementar
Identificar um desafio estratégico	Síntese	Análise da viabilidade
Identificar pessoas com quem conversar	<i>Brainstorming</i>	Plano de implementação
Avaliar o conhecimento preexistente	Protótipo	Plano de aprendizado
Escolha do método de pesquisa de campo	<i>Feedback</i>	

Fonte: adaptado do *toolkit* HCD (IDEO, 2009)

Para que os alunos compreendessem cada fase, a docente realizou aulas expositivas, nas quais foram apresentados os conceitos teóricos e o *toolkit* HCD, que foi utilizado de forma livre por cada grupo.

4.3 Análise dos dados

A docente solicitou que os grupos elaborassem um relatório do projeto, contendo todas as etapas e registros de cada atividade. A partir dos dados coletados, a estratégia de análise utilizada foi a de triangulação dos dados, com a comparação dos pontos convergentes e divergentes entre os casos, por meio dos princípios de Design Social e DCH.

5 RESULTADOS

O estudo de casos será descrito a partir das etapas de realização do *toolkit*: Ouvir, Criar e Implementar, sendo, o Caso 1, um projeto de tingimento de camisetas, e o Caso

2, um projeto de case de objetos.

5.1 Caso 1 – Projeto de tingimento de camisetas

No primeiro caso, o projeto acadêmico foi realizado por três estudantes de moda, voltado à capacitação e aprendizado das pessoas com deficiência visual.

A) Ouvir

Na fase “Ouvir”, as alunas iniciaram o projeto pelas lentes do HCD. Identificaram e descreveram, com base em palavras-chave, o que as pessoas (usuários) com deficiência visual atendidas pela ONG desejavam.

De acordo com o grupo, as pessoas com deficiência visual desejavam autonomia, independência, geração de renda, comunicar-se, mudança de paradigmas, serem vistos e respeitados como iguais, pelo reconhecimento e admiração.

Em seguida, analisaram o que poderiam fazer e elencaram as seguintes ideias: palestras, laboratório de aprendizagem, reuniões, aulas, trocas de experiências, produção, vendas e divulgação dos trabalhos desenvolvidos. Assim, definiram o que seria viável: técnicas de produção que requeriam o menor investimento possível, ou que pudessem contar com doações e uso de matérias-primas reutilizáveis.

A partir das lentes, o grupo conseguiu identificar um desafio estratégico: ensinar uma técnica manual que proporcionasse independência na produção e que gerasse renda para as pessoas com deficiência visual. O relato dessa etapa foi:

“Este desafio nos foi apresentado pelos próprios deficientes visuais, de acordo com sua vontade inerente de gerar renda em algo que possam produzir de forma autônoma e que os apresente à sociedade como pessoas independentes e capazes.”

Em todo esse processo, o grupo já estava em contato com os *stakeholders* importantes, que foram a assistente social e a psicóloga, além dos próprios usuários.

Após o contato inicial com a ONG, o grupo avaliou o conhecimento preexistente. Por meio de pesquisas em artigos científicos e materiais informativos, levantaram dados sobre pessoas com deficiência visual, compreendendo melhor o uso dos sentidos e obtendo informações sobre projetos voltados a ensinar técnicas manuais para esse público.

Ao final da primeira etapa, o grupo definiu o método para a pesquisa de campo, com objetivo de concepção de um modelo de oficina. As técnicas escolhidas foram entrevistas em grupo e imersão em contexto (que já estava sendo realizada desde o começo do projeto).

B) Criar

Na etapa “Criar”, após a coleta de dados, o grupo teve como primeira atividade a síntese dos resultados. As principais descobertas foram que os usuários tinham dificuldades em identificar as cores e os tamanhos das roupas de forma autônoma. Por isso, o grupo escolheu desenvolver a técnica de pintura e customização em peças de vestuário, conhecida como *Tie-Dye*, que consiste em amarrar e tingir tecidos, obtendo resultados inusitados pela fusão de cores.

A próxima atividade foi o *brainstorming* de um modelo de oficina. Para se preparar para essa etapa, o grupo vendou os olhos e tentou realizar a técnica, com o objetivo de compreender como poderiam ensiná-la. Em seguida, realizaram um teste em cocriação com os usuários. A partir deste, houve o seguinte relato:

“A grande dificuldade inicial seria identificar as cores a serem usadas e tal problema foi solucionado com a ideia de relacioná-las a aromas e utilizar do sentido do olfato. Cada cor teria um cheiro correspondente ao qual determinamos em parceria com eles, normalmente associados a comidas ou bebidas.”

Figura 2 – Cocriação da oficina



Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda².

Após o *brainstorming*, realizaram uma segunda oficina a partir do *feedback* dos usuários. O resultado foi a elaboração de um modelo de oficina que tinha como proposta a criação autoral de uma camiseta com tingimento exclusivo. A ideia central do grupo foi que os participantes pudessem expressar-se por meio das cores, assim como os produtos pudessem ser comercializados.

² Figuras 2, 3 e 4 elaborada pelas estudantes Carla Jansen, Jacqueline B. Lima e Rubia Carla

Figura 3 – Resultados do tingimento *Tie-Dye*



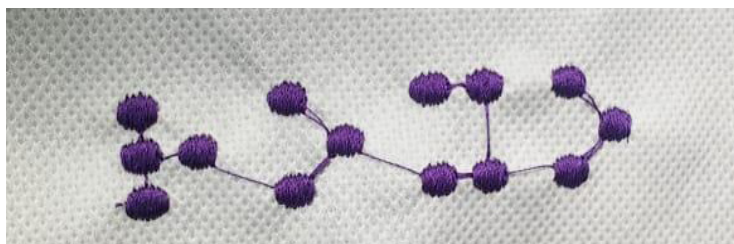
Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda.

C) Implementar

Sobre a implementação da oficina, o grupo decidiu que a forma mais viável para ensinar a técnica de *Tie-Dye* seria gravando um áudio explicativo para que demais participantes da ONG tivessem acesso ao material.

Para cumprir o objetivo de implementação com baixo custo, propuseram a parceria com brechós da cidade, que doariam as camisetas para serem customizadas e comercializadas. Além disso, para complementar a identificação das cores, foi acrescentado um bordado (realizado por uma empresa da cidade), em braile, que apresentava a respectiva cor da camiseta em relação ao aroma presente nos corantes (neste protótipo foi descrita a cor roxa).

Figura 4 – Nomes das cores bordados em braile



Fonte: Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda.

5.2 Caso 2 – Organizador de bolsas/mochilas

No segundo caso, o projeto acadêmico foi realizado por outras duas estudantes, com a mesma ONG de apoio a pessoas com deficiência visual. Contudo, os objetivos e resultados foram distintos. O enfoque desse grupo foi auxiliá-los com a organização de objetos.

A) Ouvir

Na fase “Ouvir”, as alunas iniciaram o projeto com pesquisa de artefatos voltados às pessoas com deficiência visual. Entretanto, perceberam que muitos produtos as excluíaam ao invés de incluí-las. Após a visita e conversa inicial com os usuários, decidiram abordar a moda inclusiva como tema de projeto. O relato do grupo nessa etapa foi:

“Entendendo que muitas vezes não conseguem escolher uma roupa sozinhos, ou ao ir a uma loja comprar um produto se sentem incapazes, isso tudo diminui a autoestima e nos fez aprender o quão importante é para os deficientes visuais sentirem-se independentes”.

A partir das pesquisas iniciais, o grupo conseguiu identificar um desafio estratégico: como atender as expectativas reais das pessoas com deficiência visual, a partir de um produto de moda inclusiva.

A diretora da instituição foi identificada pelo grupo como a principal pessoa para conversar. Ela orientou que as alunas trabalhassem, especificamente, com o grupo de atletismo. Nesse momento, após uma conversa inicial com os usuários, as alunas fizeram o seguinte relato:

“Obtivemos um entendimento sobre a vida deles com relação às necessidades e dificuldades na moda. Percebemos que eles não iriam falar de suas dificuldades exatamente, mas sim como se adaptam a elas”.

Na sequência, as alunas avaliaram o seu conhecimento preexistente por meio de buscas na internet. Identificaram que existem programas, aplicativos, sistemas e logísticas disponíveis para auxiliar as pessoas com deficiência visual nas mais diversas áreas: vestimenta, compras, escrita, leitura, localização, locomoção e alimentação. Dentre as inovações que encontraram, perceberam que muitas tecnologias possuem valores altos e inacessíveis para o grupo de usuários da ONG, tais como: aplicativos pagos e “robôs auxiliares” programados para narrar situações.

A partir dessa conversa, iniciaram a pesquisa de campo com os procedimentos de entrevista individual, entrevista em grupo e imersão em contexto (que já estavam realizando desde o início do projeto). As entrevistas em grupo foram feitas com seis participantes da equipe de atletismo e as entrevistas individuais foram realizadas com dois participantes.

B) Criar

Na etapa “Criar”, após a coleta de dados, o grupo teve como primeira atividade a síntese dos resultados. As principais descobertas da pesquisa de campo foram sobre a

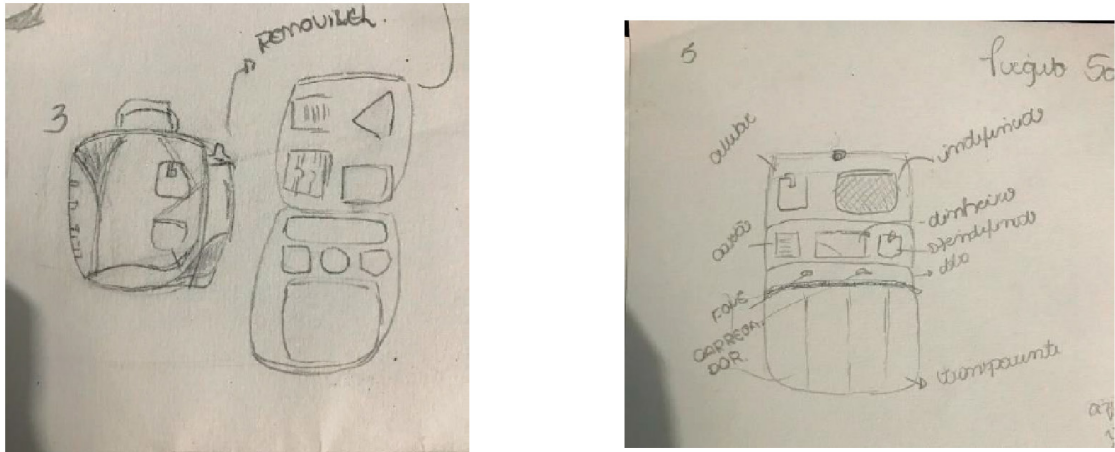
necessidade que os usuários tinham de organização de objetos. Alguns relatos do grupo, nessa parte, foram:

“A memorização da ordem é de extrema importância, o jeito de cada um arrumar seus pertences faz toda diferença. A mão é o principal elemento para agir e dominar o ambiente.”

“Concluímos que nossa ajuda deve ser focada na área da organização dos itens que eles carregam diariamente. Aparentemente muitas coisas já foram criadas para ajudar na vestimenta, na identificação das cores, e das texturas. Então, nos veio a ideia da possibilidade de criar algum item que os ajude nas suas organizações. Trabalhar na área dos acessórios e, se for oportuno, criar um produto que seja de grande valia para ajudá-los a arrumar suas coisas na hora de sair de casa.”

Após essas constatações, o grupo realizou um *brainstorming*. Essa parte foi feita sem a participação dos usuários, em sala de aula, e identificaram que o segmento esportivo poderia trazer inspirações. Algumas ideias que surgiram nessa etapa foram: mochila texturizada, estojo em 3D, bolsas com partes removíveis, entre outros. Na sequência, realizaram a geração de alternativas (Figura 5).

Figura 5 – Geração de alternativas Caso 2



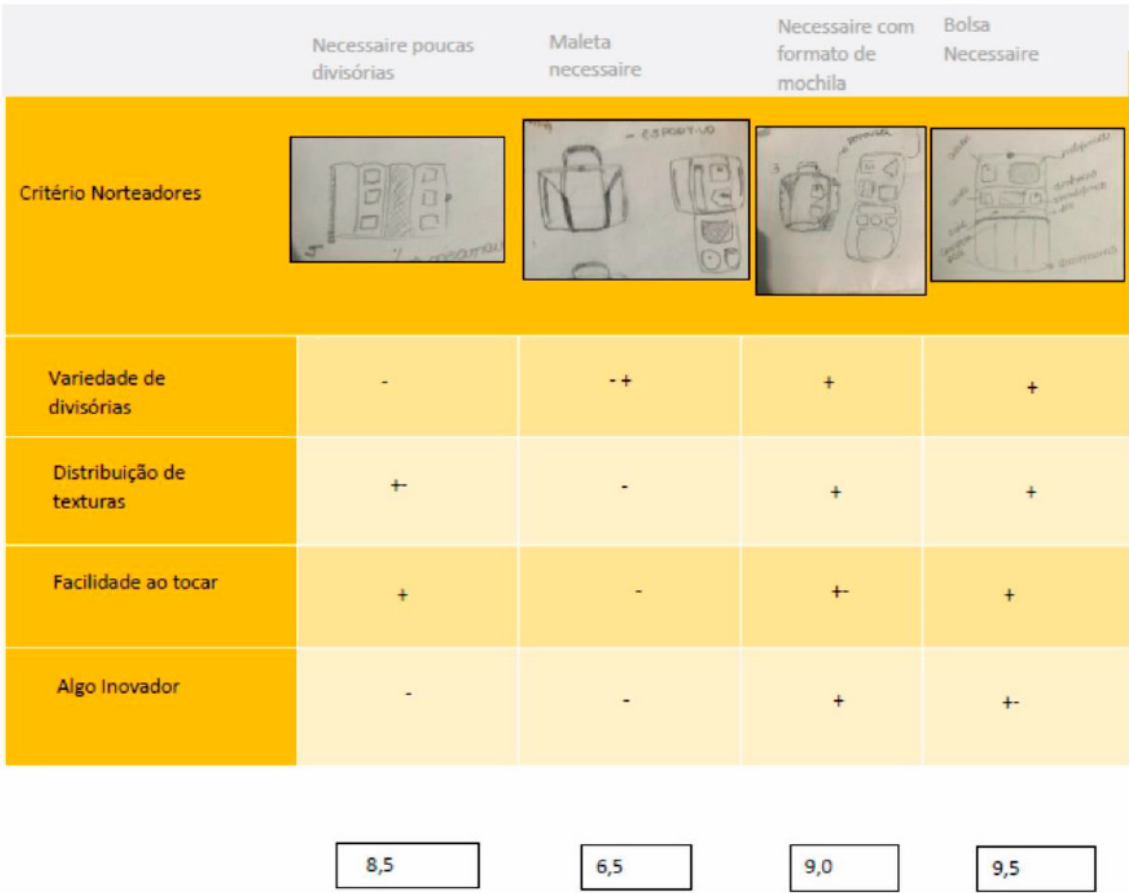
Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda³.

C) Implementar

Após a geração de alternativas, houve a avaliação pela ferramenta matriz de avaliação (Figura 6), que não constava no *toolkit* HCD e foi apresentada pela docente como meio de avaliar as soluções pela pontuação dos requisitos.

³ Figuras 5, 6 e 7 elaborada pelas estudantes Izabelle Chociai e Yasmin Gomes

Figura 6 – Avaliação das ideias



Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda.

A avaliação foi triangulada pelo grupo, usuários e professora. Após as considerações, o grupo elaborou o desenho técnico e buscou confecções parceiras para a criação do produto. O relato da etapa final foi:

“A nécessaire ou organizador de bolsas/mochilas já existe no mercado, mas voltada para o público em geral e sem as soluções que colocamos na nossa criação: bolsos extras, diferentes fechos para facilitar a identificação, diferentes texturas, compartimentos específicos para objetos do uso, tais como bengala e óculos escuro.”

Figura 7 – Desenho técnico e protótipos



Fonte: Acervo do autora. Produção das estudantes da disciplina de Projeto de Moda.

5.2 Discussão dos estudos de casos

Nos estudos de casos, foi descrito como os estudantes de Design de Moda desenvolveram soluções para o mesmo grupo de usuários, a partir do *toolkit* HCD. Contudo, cada estudo apresentou desenvolvimentos e resultados diferentes.

No Caso 1, o grupo optou pelo método de coprojetado participativo e envolveram as pessoas com deficiência visual no desenvolvimento das camisetas estampadas. Isso ocorreu pela demanda dos usuários que tinham interesse em aprender uma técnica de artesanato em moda. Já no Caso 2, apesar de o projeto ter sido aplicado na mesma ONG, o grupo optou pelo método empático e desenvolveu um produto para a necessidade de organização dos usuários. O Quadro 3 traz um comparativo de como cada grupo desenvolveu os projetos com base nas etapas do HCD.

Quadro 3 – Resultados da metodologia projetual

	Atividades	Caso 1	Caso 2
A) OUVIR	Identificar um desafio estratégico	Ensinar uma técnica manual que proporcione independência na produção e gere renda para as pessoas com deficiência visual	Atender as expectativas reais das pessoas com deficiência visual a partir de um produto de moda inclusivo
	Identificar pessoas com quem conversar	Usuários participantes da ONG, assistente social e psicóloga	Diretora da ONG e grupo de atletismo
	Avaliar o conhecimento preexistente	Por meio de pesquisas em artigos científicos e materiais informativos, levantaram dados sobre pessoas com deficiência visual, compreendendo melhor o uso dos sentidos e obtiveram informações sobre projetos voltados ao ensino de técnicas manuais	Existem programas, apps, sistemas de logística, entre outras inovações, porém muitas tecnologias têm alto custo e são inacessíveis para os usuários
	Escolha do método de pesquisa de campo	Entrevistas em grupo e imersão em contexto	Entrevistas individuais, entrevistas em grupo e imersão em contexto
B) CRIAR	Síntese	Os usuários tinham dificuldades em identificar as cores e tamanhos das roupas de forma autônoma	Os usuários precisavam manter seus itens pessoais organizados. O tato como principal sentido para domínio do ambiente
	<i>Brainstorming</i>	<i>Brainstorming</i> da oficina em grupo com os olhos vendados e aplicação dos <i>insights</i> na ONG com os usuários com a cocriação do modelo de oficina	<i>Brainstorming</i> em sala com auxílio da docente e posterior avaliação dos usuários
	Protótipo	Modelo de oficina de criação autoral de uma camiseta com tingimento exclusivo	Organizador de bolsa/mochila
	Feedback	Fixar etiqueta em braile para identificação das cores Relacionar as cores com aromas definidos pelos participantes	Houve um primeiro <i>feedback</i> em sala das alternativas criadas
C) IMPLEMENTAR	Análise da viabilidade	Gravação narrada do passo a passo da oficina	Utilização da ferramenta matriz de avaliação – docente e usuários
	Plano de implementação	Parceria com brechós para fornecimento de camisetas para as oficinas	Desenvolveram apenas um protótipo necessitando de mais avaliações para implementação
	Plano de aprendizado	Entrega do relatório e apresentação do projeto escrito	Entrega do relatório e apresentação do projeto escrito

Fonte: a autora (2022)

Quanto às recomendações de Pazmino (2007), foi possível constatar, quanto ao uso de materiais, no Caso 1, que foram utilizados aromatizantes alimentícios e corante para tecidos. Fizeram apenas um teste de lavagem na camiseta que apresentou boa fixação, mas seria necessário verificar se havia maior durabilidade do tingimento. Já no Caso 2,

utilizaram tecidos de nylon, tricoline e diversos aviamentos, como: elástico, velcro, gancho e viés.

Acerca do processo produtivo, no Caso 1, a oficina foi elaborada para inclusão dos usuários no processo. Já no Caso 2, realizaram o redesign de um acessório utilizado como nécessaire e tiveram dificuldade em encontrar uma confecção parceira. Por isso, confeccionaram um protótipo que foi testado pelos usuários. Para produção e comercialização, seria preciso encontrar outros locais para fabricação.

Quanto à comunidade, no Caso 1, a demanda veio dos próprios participantes em aprender uma técnica artesanal de moda. E, no Caso 2, o grupo identificou a necessidade de organização que foi transformada em acessório.

Por fim, sobre os aspectos gerais, no Caso 1, o projeto teve baixo custo devido ao grupo utilizar peças de brechó e corantes que são facilmente encontrados. Já no Caso 2, a dificuldade de encontrar mão de obra elevou o preço do produto, porém a durabilidade dos materiais escolhidos é longa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa foi proposta a análise de um estudo de casos múltiplos em projetos acadêmicos de um curso de Design de Moda. O projeto teve como embasamento teórico conceitos de Design Social e do Design Centrado no Humano. Vale ressaltar que, em ambos os casos, houve limitações financeiras e, por isso, foram implementados apenas protótipos, que necessitam de uma maior análise para implementação e comercialização.

O *toolkit* do HCD foi interpretado de forma livre por cada grupo, apesar das aulas expositivas sobre o seu conteúdo. Constatou-se que houve limitações para a utilização completa do material na fase de implementação, visto que ele não é orientado para projetos acadêmicos. Além disso, os resultados dos projetos foram apresentados em relatórios escritos em primeira pessoa, o que auxiliou na compreensão do desenvolvimento/evolução do projeto pela docente.

Por fim, este estudo limitou-se à análise de dois casos, apresentando uma possibilidade de projeto acadêmico de moda. Como sugestão para trabalhos futuros, proponho a investigação dos benefícios e dos desafios da utilização da abordagem do Design Social e do DCH no aprendizado em projetos de moda.⁴

4 Texto revisado por Cibele Bastos Pinto. Graduada em Letras Português/Inglês pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Editora e revisora de textos (foco em textos técnico-científicos), assessora editorial e professora de Língua Portuguesa. E-mail: cbrevisaotextual@gmail.com.

AGRADECIMENTOS

Às alunas da disciplina de Projeto de Moda Carla Jansen, Jacqueline B. Lima, Rubia Carla, Izabelle Chociai e Yasmin Gomes.

REFERÊNCIAS

ABRAS, C.; MALONEY-KRICHMAR, D.; PREECE, J. User-centered Design. *In*: BAINBRIDGE, W. *et al. Berkshire Encyclopedia of Human-Computer Interaction*, Massachusetts: Berkshire Publishing Group LLC, v. 2, p. 763-768, 2004.

BONOTTO, E. **Abordagens e métodos orientados ao Design Social**. 2016. 110 f. Dissertação (Mestrado em Design) –Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

CHENG, H. H.; CHOU, W. H. A curricular case study: Constructing the essential factors in “social design” teaching. **International Journal of Information and Education Technology**, [s. l.], v. 9, n. 9, p. 639–644, 2019.

GIACOMIN, J. What is Human Centered Design? *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 10., 2012, São Luís. **Anais [...]**. São Luís: EDUFMA, 2012. p. 148-161.

HARADA, F. J. B. *et al.* O Design Centrado No Humano aplicado: A utilização da abordagem em diferentes projetos e etapas do design. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**, Porto Alegre, v. 8 n. 2, p. 87-107, 2016.

IDEO. **HCD – Human Centered Design**: Kit de ferramentas. EUA: Ideo, 2009. 102 p. Disponível em: <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>. Acesso em: 14 out. 2020.

ISO. International Organization for Standardization. **ISO 9241-210:2010**. Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centered design for interactive systems. 1. ed. [S. l.: s. n.], 2010. Disponível em: <https://www.iso.org/standard/52075.html>. Acesso em: 07 out. 2020.

KRIPPENDORFF, K. Propositions of Human-centeredness: A Philosophy for Design. *In*: DURLING, D.; FRIEDMAN, K. (ed.). **Doctoral Education in Design**: Foundations for the Future. Staffordshire: Staffordshire University Press, 2000. p. 55-63.

LOWDERMILK, T. **Design Centrado no usuário**. São Paulo: Novatec, 2013.

MERINO, G. S. A. D. **GODP** – Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: NGD/Ufsc, 2016. Disponível em: <https://ngd.ufsc.br/wp-content/uploads/2018/03/e-book-godp.pdf>. Acesso em: 07 out. 2020.

NORMAN, D. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

PAZMINO, A. V. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. *In*: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 1., 2007, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: UFPR, 2007. Disponível em: <http://bit.ly/2k8SohK>. Acesso em: 06 out. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

Data de submissão: 29/06/2022

Data de aceite: 30/08/2022

Data de publicação: 10/09/2022



ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA AS COLEÇÕES PRIMAVERA/VERÃO 2021

*Communication strategies for the
spring/summer 2021 collections*

*Stratégies de communication pour les
collections printemps/été 2021*

Luciana Chen¹

¹ Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, especialista em Museologia pelo CEMMAE/USP, graduada em Licenciatura Plena em Educação Artística e bacharel em Desenho Industrial pela FAAP. Possui experiência em: projetos de educação não-formal em instituições culturais e museológicas; docência nos cursos de graduação em Arquitetura, Artes, Fotografia, Design, Moda, Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Senac. É membro do Centro de Pesquisas Sociossemióticas. Pesquisa as produções de sentido e as interações entre público e produções bidimensionais, tridimensionais e virtuais para ao desenvolvimento de materiais, objetos e ações. <http://lattes.cnpq.br/0161932487891966>. <https://orcid.org/0000-0002-1819-3934>. E-mail: luciana.chen@sp.senac.br

RESUMO

O estudo volta-se para as estratégias comunicacionais da Dior, Jacquemus, Miu Miu e Moschino para as coleções primavera/verão 2021, especificamente, para os modos de presença da audiência em cada desfile na pandemia. Com base nos audiovisuais relativos às exposições de cada marca na plataforma virtual YouTube e fundamentada na semiótica discursiva, espera-se que a pesquisa possa contribuir para as reflexões acerca do corpo nos modos de comunicar a moda.

Palavras-chaves: moda; comunicação; semiótica.

Abstract

The study focuses on the communication strategies of Dior, Jacquemus, Miu-Miu and Moschino for the spring/summer 2021 collections, specifically, on the audience's modes of presence in each fashion show in the pandemic. Based on audiovisuals related to the exhibitions of each brand on the virtual platform YouTube and based on discursive semiotics, it is expected that the research contribute to reflections about the body in the ways of communicating fashion.

Keywords: fashion; communication; semiotics.

Résumé

L'étude porte sur les stratégies de communication de Dior, Jacquemus, Miu-Miu et Moschino pour les collections printemps/été 2021, plus précisément sur les modes de présence du public à chaque défilé de mode dans la pandémie. S'appuyant sur des audiovisuels liés aux expositions de chaque marque sur la plateforme virtuelle YouTube et s'appuyant sur une sémiotique discursive, il est attendu que la recherche contribue à des réflexions sur le corps dans les modes de communication de la mode.

Mots clés: mode; communication; sémiotique.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia ainda vigente causada pelo novo coronavírus em 2020 demandou a busca de novas estratégias comunicacionais para as marcas de moda apresentarem suas peças. Uma questão que surgiu foi: como realizar os desfiles sem colocar em risco os convidados, usualmente, constituídos de clientes, editores de moda, artistas, celebridades, influenciadores e imprensa? Desde então, a cada lançamento de coleção, as plataformas voltadas à moda têm se atentado para as soluções encontradas pelas marcas para realizarem suas exposições com segurança para seus públicos seletos². Este trabalho volta-se para os modos de presença da audiência nos desfiles das coleções Primavera/Verão 2021 da Dior, Jacquemus, Miu-Miu e Moschino que ocorreram no segundo semestre de 2020 a partir dos registros audiovisuais que se encontram na plataforma YouTube. Busca-se verificar como se deu a relação sintagmática entre os convidados e cada ambiente cenográfico montado para fazer ver as coleções. Para tal, recorreremos à semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas e aos teóricos que desdobraram essa teoria, a saber: a sociosemiótica de Eric Landowski, e a semiótica plástica de Ana Claudia de Oliveira. Espera-se que a pesquisa possa contribuir para as reflexões acerca do corpo do público integrada às cenografias nos modos de comunicar a moda.

O conceito de presença aqui adotado é o de Eric Landowski. Em *A carta como ato de presença*, o autor explica tratar-se “da relação com o Outro *enquanto ausente*, mas ao mesmo tempo apreendido como instância *presentificável* [...] é o discurso, enquanto ato de enunciação efetuado em situação e *produzindo sentido* [...]”. Compreende “um *fazer ser* entre sujeitos: fazer simplesmente que um deles – referencialmente, o *ausente* – torne-se num outro nível, semioticamente, *presente* para o outro.” (LANDOWSKI, 2002, p.165-167, grifos do autor). O semioticista ainda elucida: “a não ser para se desviar para um plano metafísico, presença e ausência só podem ser concebidas como remetendo aos modos de existência semiótica suscetíveis de afetar seja o estatuto dos próprios sujeitos, seja o das relações que eles mantêm.” (LANDOWSKI, 2002, p.175).

O pensador aborda a ausência física do destinador da carta e sua presentificação por meio do texto durante a leitura do mesmo por parte do destinatário. Entende-se aqui presentificação como a ação de se fazer presente conforme a definição de Greimas e Courtés (2012, p.383), “identifica-se, em parte, com a noção de existência semiótica”, de ordem sintagmática. A noção de presença/ausência encontra-se aqui em duas instâncias. A primeira, na dos corpos físicos da audiência no desfile, ou seja, nos modos como foram incorporados nas programações dadas na espacialidade de cada evento. A segunda, na plataforma YouTube, na presentificação das marcas, sem a qual elas não se fariam ver e

² Os links para as matérias encontram-se ao final do trabalho.

querer suas coleções e, ainda, não poderia ser realizada essa investigação.

Antes de nos debruçarmos nas análises, convém apontar que um desfile é constituído por um conjunto de formantes plásticos com a cenografia ou ambientação, o espaço onde ele se dá, incluindo a iluminação, além de poder contar com elementos sonoros. Lá, os objetos a serem exibidos, ou seja, as coleções são expostas. No que diz respeito à audiência, ela pode tornar-se ou não constituinte espacial de visibilidade conforme a iluminação, cromatismo e topologia.

2 PRIMAVERA/VERÃO 2021: DIOR, JACQUEMUS, MIU MIU E MOSCHINO

A análise dos modos de presença dos convidados para o desfile da Dior se deu pelo canal da Cristian Dior na plataforma já mencionada. A manifestação audiovisual tem início de modo dramático com o *fade in* (aparecimento gradual) da cenografia do evento. Trata-se de uma parede com “vitrais”. A cena corta para uma modelo de costas com os “vitrais” à esquerda da tela. Observa-se então que o quê parecem ser vitrais de igrejas góticas pela verticalidade, formas e cromatismo são colagens de imagens variadas: pinturas que fazem parte da história da arte, palavras, texturas e cores saturadas sobre as quais, linhas escuras fazem lembrar as divisórias de chumbo dos vitrais, conforme o seu modo de produção tradicional. A legenda do canal informa que o trabalho *Vetrata di poesia visiva* é uma obra da artista Lucia Marcucci.

A ambientação conta também com a polifonia de vozes que, remete ao canto que encontramos nas igrejas que seguem os ritos antigos. O audiovisual mostra o coral de mulheres em pé. Cada uma delas está distante uma da outra, junto às paredes laterais, seis de cada lado e são intercaladas pelos “vitrais” observáveis à direita e esquerda do salão retangular. Há uma regente cuja localização espacial não é revelada pelas tomadas, figura em meio primeiro plano (da cintura para cima). Ao investigarmos a composição musical verifica-se que cada uma das vozes apresenta um lamento funerário em corso³. Mesmo sem entender a língua, a sonoridade apresenta um desespero, lembram gritos e produzem o efeito de sentido de tensão que se dá pela sobreposição de vozes que choram a morte.

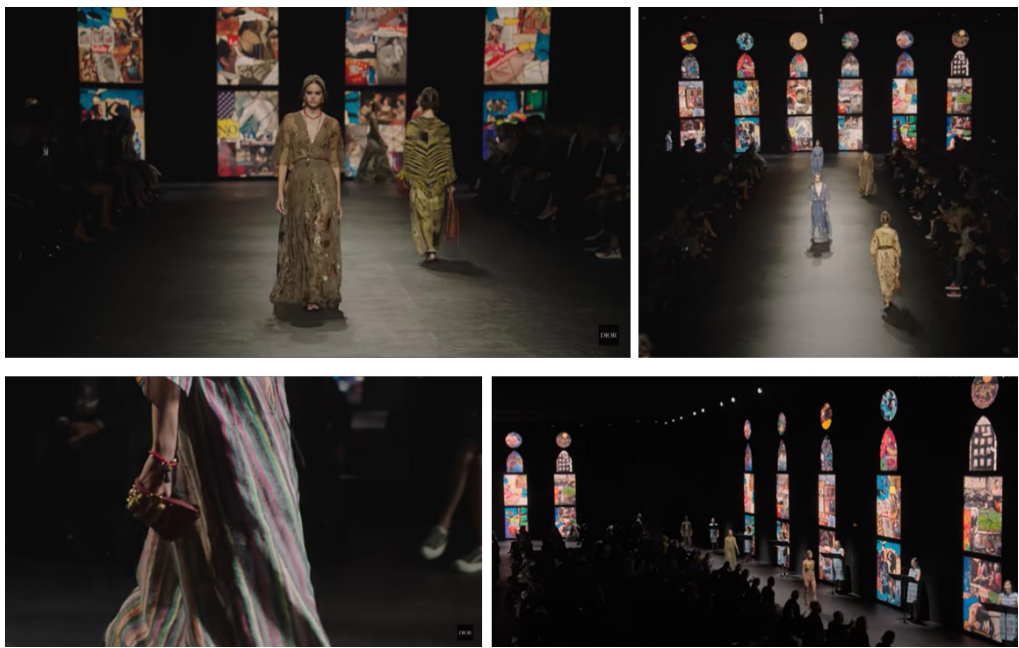
As modelos entram pelo lado esquerdo do fundo do recinto. Em seguida, caminham pelo corredor central que divide duas áreas retangulares de assentos de convidados dispostos simetricamente. Os assentos estão voltados para o lado de fora dos quatro lados de cada área geométrica. O percurso continua, cada modelo segue para o lado esquerdo da área da plateia, contornado primeiro esse perímetro e, em seguida, o conjunto de convidados à extremidade direita da espacialidade para retornar pelo corredor central. Os planos

3 Ver: <http://www.luciaronchetti.com/en/works-by-lucia-ronchetti/drammaturgie/sangu-di-rosa/p5-25-2623>

variam entre o geral com ângulo em *plongée* (de cima para baixo) ao médio de frente para destacar as peças da coleção e, também as bolsas e materiais (Fig.1). As mudanças de um quadro a outro são rápidas, em cortes secos, quando a câmera se movimenta de baixo para cima ou da direita para a esquerda.

Os convidados presentes fisicamente são invisibilizados, figuram no escuro ao passo que luzes pontuais dispostas em linha reta iluminam o coral nos dois lados do recinto, junto às paredes laterais, além de todo o percurso das modelos. Em geral, o público não é o foco da iluminação no momento dos desfiles, que destaca a passarela, a coleção nos corpos dos modelos e, por vezes, o cenário, como fez a marca. Assim, o público é colocado em meio à lamentação no simulacro de uma igreja onde vida e morte se fazem presentes e onde a vida dessa audiência não é visível. Retrato da conjuntura atual, com o número de mortos, lamentação por conta também da falta de visibilidade dos vivos? Pelas silhuetas dos corpos dos convidados sentados um ao lado do outro, cada bloco de assentos aponta o risco de contágio.

Figura 1: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Dior, 2020.



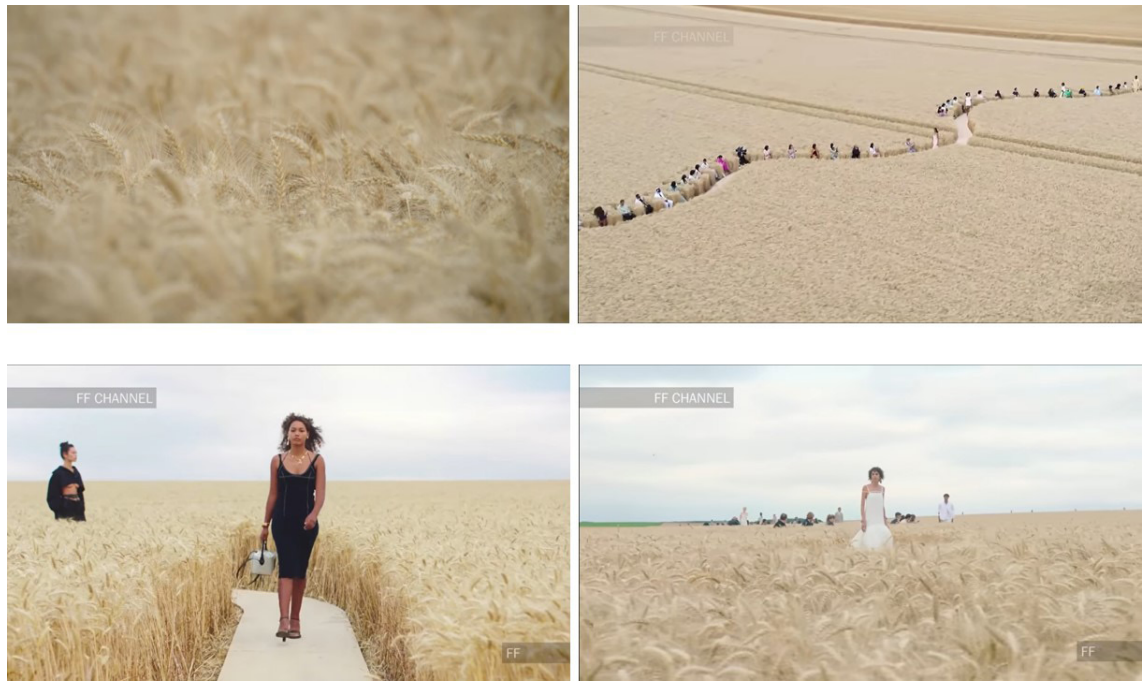
Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=QUbPO4tzPO0> e <https://www.youtube.com/watch?v=0XNBn1HE5ZA&t=80s>, 2021.

Diferentemente da Dior, a Jacquemus exibiu suas peças em área externa, em um campo de trigo no Parque Natural Regional Francês de Vexin. O registro audiovisual do desfile contou com o corpo do público presente e se encontra no canal da FF. Inicia e finaliza com o plano de detalhe no trigo e com baixa profundidade de campo (com foco e

desfoque do trigo) que toma a tela completamente com a sua textura e cor. Em seguida, apresenta um plano geral, com ângulo em *plongée* sobre o caminho de piso de madeira de cor clara que recobre o percurso das modelos no meio do trigo a formar uma linha sinuosa atravessada por outras “linhas” retas paralelas abertas na plantação. Não se vê o céu, destacando a imensidão e o cromatismo do trigo.

A plateia presente fisicamente foi disposta em apenas um dos lados do corredor da exibição, em reentrâncias com assentos individuais intercalados pelo trigo, de modo a impedir a proximidade entre os corpos dos observadores e integrá-los à área do plantio dourado. Esse arranjo topológico ressaltou a horizontalidade do espaço, colocando os convidados como bordados na superfície, pontos de contraste escuro, descontinuidade cromática em relação ao campo dourado. À maneira da pintura oriental tradicional, mostra as figuras humanas pequenas em relação à natureza para nos lembrar de nossa pequenez diante dela. A horizontalidade também compreendeu o encontro do céu aberto com o trigo como fundo nas cenas em que se destacam os modelos, únicos componentes da cena que fazem ver a verticalidade na topologia do registro visual (Fig.2).

Figura 2: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Jacquemus, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=5JtvxJi3Ttg>, 2021.

Ao longo do vídeo, a edição alterna tomadas com planos gerais em *plongée*, ou na altura dos olhos de onde estaria o observador sentado dentro do campo de trigo com tomadas em plano médio com a câmera deslocando-se de baixo para cima sobre os mo-

delos quando os apresenta centralizados no quadro para evidenciar as peças da coleção. Observa-se que o conjunto apresenta uma limpeza visual por conta dos reduzidos elementos contrastantes que se mostram quadro a quadro, produzindo um efeito de sentido de tranquilidade. Esse efeito é reiterado pelo ritmo da música instrumental produzida por cordas que integra a manifestação. A distância entre os corpos do público é maior do que a distância entre eles e as modelos no percurso do desfile. O risco do contágio pelo Covid-19 existe, mas é minimizado pela amplitude do espaço a céu aberto, pelo impedimento do contato entre as pessoas da audiência, ao menos no momento do evento, ao integrarem a cenografia do ambiente sem serem o foco do registro audiovisual.

No canal da Miu Miu, o desfile começa com a imagem de linhas geométricas pretas sobre um fundo branco que lembram os desenhos encontrados nos pisos de quadras esportivas, a câmera circula e mostra outras cores de linhas e uma área cor de rosa com textura rugosa, que contrasta com o fundo liso branco. O áudio é de uma multidão como os produzidos pelas torcidas em estádios. Em seguida, mostra-se um corredor com as mesmas linhas que remetem a quadras no piso. Observa-se que a parede tem continuidade com o chão com uma curva, as superfícies não formam 90°. Isso é ressaltado por duas linhas que descem das paredes paralelas, atravessam esse corredor e sobem novamente pela parede, formando um U.

A modelo é apresentada centralizada no percurso em cuja parede do fundo, apresenta três linhas, a em vermelho à esquerda e duas em preto ao lado, estando as três centralizadas no corredor. A câmera acompanha o primeiro *look* passar por corredores pintados em preto e branco, sendo a área dividida horizontalmente na metade inferior em preto. As linhas que figuram na cena anterior em U estão pintadas em preto sobre o fundo branco e tornam-se brancas no fundo preto. Depois, a cena mostra a modelo adentrando um espaço ovalado branco e preto, cujas linhas desenhadas no chão em preto, branco e vermelho continuam a remeter a quadras esportivas. É quando músicas do álbum *Signal* de 2019 da banca Automatic, começam a tocar. O ritmo das batidas é rápido, trazendo o efeito de sentido de dinamismo e, ao longo do audiovisual, há momentos em que se ouve a multidão novamente.

O tema esporte também é reforçado pela iluminação do local, com refletores de luz de estádios. Elas se encontram por toda a área do desfile, incluindo os corredores. Na “quadra” ovalada encontram-se as convidadas. São atrizes garotas-propaganda da marca e influenciadoras presentificadas em telas distribuídas em paredes das três salas com cromatismo rosa que estão conectadas ao espaço. Percebe-se a cor rosa, mostrada no início do vídeo é essa da plateia virtual. As espectadoras estão enquadradas, em primeiro plano, do busto para cima, formando um grande painel de retratos em movimento pela disposição de suas imagens em três linhas e com variação de número de colunas conforme

a espacialidade de cada parede. Duas dessas salas possuem três paredes e uma delas é constituída por uma única parede curva. As salas são destacadas pelo cromatismo rosa e pela textura que contrastam com os demais formantes cromáticos e matéricos do espaço ao qual se conectam. As modelos entram uma a uma e percorrem o espaço seguindo a forma oval para entrarem novamente nos corredores. As tomadas variam do plano geral ao plano médio com ângulos reto e em *plongée* para mostrar a audiência nas telas e ângulos em *plongée* e em contra-*plongée* (de baixo para cima) no cruzamento entre os corredores e no salão oval (Fig.3).

Figura 3: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Miu Mil, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://youtu.be/BwYY6IzWR3c>, 2021.

Como usualmente ocorre e se deu nos desfiles na Dior e da Jacquemus, os diretores criativos das marcas, respectivamente, Maria Grazia Chiuri e Simon Porte Jacquemus surgem ao final da apresentação para os aplausos presenciais. No evento da Miu Miu, a diretora criativa Miuccia Prada entra em cena para receber os aplausos das palmas que se fazem ver virtualmente. O modo como a marca inseriu a figura de suas convidadas no desfile as tornou parte da cenografia, destacando-as durante as tomadas que enquadravam apenas o conjunto das telas onde elas figuravam em vários momentos do audiovisual, tornando-as adjuvantes. Conforme o Dicionário de Semiótica:

Adjuvante designa o auxiliar positivo quando esse papel é assumido por um ator diferente do sujeito do fazer: corresponde a um poder-fazer individualizado que, sob a forma de ator, contribui com o seu auxílio para a realização do programa narrati-

vo do sujeito; opõe-se, paradigmaticamente, a oponente que é o auxiliar negativo. (GREIMAS, COURTÉS, 2012, p.23-24).

Nesse caso, a plateia tornou-se o auxiliar para o cumprimento do programa narrativo desse fazer ver. Se as marcas comentadas anteriormente ofereciam certo risco aos seus convidados, a Miu Miu garantiu a completa segurança aos seus, tornando-os parte integrante do cenário e lhes dando visibilidade no audiovisual.

A Moschino apresentou a coleção em seu canal no YouTube. A figura do corpo do estilista Jeremy Scott entra em cena tendo a pintura de um carrossel no fundo do lado esquerdo da cena. Ouve-se uma música que reitera a figura da espacialidade em um parque de diversões. Não se trata de parecer estar no parque pois o fundo é evidenciado como cenografia. Scott traz com um pacote de pipocas na mão e é chamado por seu simulacro, que está em um palco de teatro de marionetes como tal.

O cenário do palco reduzido traz um desenho estilizado de um interior arquitetônico em preto sobre o fundo branco. A marionete de Scott traz uma camiseta branca com o texto em preto com fonte em caixa alta e sem serifa “eu não falo italiano, mas eu falo moschino”, de maneira a apontar a marca como outra língua e, portanto, identidade. Ele pede que o Jeremy Scott (humano) feche o zíper do vestido da marionete ao seu lado. Há uma outra sentada na parte esquerda do palco ao lado de uma arara com peças penduradas, todas da cor do vestido da marionete com o fecho aberto. O estilista (humano) fecha o zíper e pergunta se irão realizar uma apresentação, pois ele ama teatro de marionetes. A marionete do estilista responde que não se trata de um espetáculo, mas sim de um desfile de moda que está para começar e pede que Scott se acomode para assisti-lo.

A câmera foca na porta estilizada desenhada no fundo do palco de marionetes. Ao se abrir, revela assentos com marionetes sentados de costas no plano mais próximo e, de frente, no plano de trás. O fundo da sala traz uma lareira e sobre ela, um quadro com um retrato que parecer ser outro Jeremy Scott e que se encontra ladeado por luminárias na mesma altura. Observa-se uma arquitetura de interior tradicional em branco com *boiseries* de parede e pequenos relevos em escala proporcional às marionetes. A câmera dirige-se para à esquerda de onde surge a modelo em marionete. Na edição das cenas, as bonecas manipuladas para desfilarem, surgem lentamente e nem sempre as peças são completamente enquadradas. O audiovisual traz do plano geral, por onde passam as modelos até planos de detalhes das peças, bolsas e espectadores, muitas vezes, com baixa profundidade de campo, focando ora nas modelos, ora em alguns convidados ou em detalhes das peças.

As marionetes “convidadas” realizam ações observadas em eventos presenciais: movem suas cabeças seguindo as modelos, tiram fotos com o celular, comentam entre eles e fazem anotações. São todos simulacros de editores das grandes revistas de

moda identificáveis pelas semelhanças formais como, por exemplo, Anna Wintour, da Vogue norte-americana (Fig. 4).

Ao final da manifestação, surge novamente a marionete de Scott para a agradecer os presentes, acenando com a mão. As mãos dos “convidados” não se movem, mas a figura sonora de aplausos se faz presente. Assim como a Miu Miu, a Moschino ofereceu total segurança aos seus convidados, tornando-os adjuvantes na manifestação.

Figura 4: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Moschino, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=EQQE9PrclDo&t=340s>, 2021.

3 CONCLUSÃO

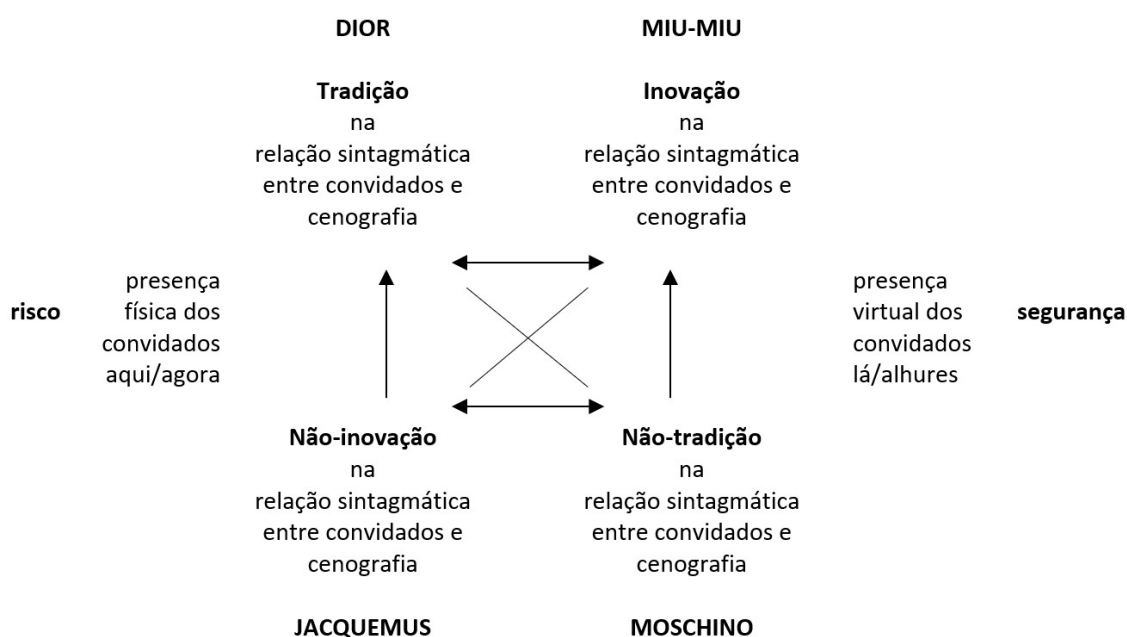
A análise das relações sintagmáticas entre os corpos do público e a cenografia dos desfiles apontaram diferentes modos de presença dos convidados como parte da estratégia comunicacional das marcas estudadas durante a pandemia. O público da Dior e da Jacquemus vivenciou os desfiles no aqui/agora ao passo que os convidados das Miu Miu e da Moschino no lá/alhures. Cabe esclarecer que, as teorias de comunicação não consideram as interações online como sendo em tempo real, ou seja, no agora, por conta das casas decimais de diferença de segundos entre a transmissão e recepção das informações, trata-se de uma temporalidade quase no agora.

A topologia e não iluminação dos convidados presentes fisicamente na apresentação da Dior seguiu a tradição, pela disposição deles em blocos e pela invisibilidade da audiência, colocada no escuro durante a exibição da coleção. Na montagem da área externa da Jacquemus, sua plateia de corpo presente foi mostrada sem destaque, apenas como área divisória entre o trigal e a área do desfile integrada à horizontalidade do campo de trigo. Nos eventos dessas marcas na pandemia, a presença física da plateia apresentou o risco de contágio.

Os audiovisuais das marcas Miu Miu e Moschino fizeram ver modos de presença virtuais dos corpos da audiência dando destaque a seus convidados ausentes fisicamente, como adjuvantes nos desfiles e garantindo a segurança deles na pandemia. Nas tomadas que mostravam suas convidadas online das telas, a Miu Miu exibiu com clareza seus rostos, permitindo identificá-las pelos primeiros planos nos quais figuraram, inovando ao destacá-las na cenografia. A Moschino presentificou suas convidadas de corpo inteiro na forma de marionetes. No entanto, o uso de bonecos para desfiles não foi inédito. Nos anos 1960, em Londres, já havia sido exposta uma coleção dessa maneira, sendo que nesse evento, os manipuladores dos bonecos entraram na passarela com as marionetes e o público estava presente fisicamente distribuído em mesas ao redor do percurso. Outro exemplo com marionetes anterior ao da Moschino foi o desfile de Fause Hauten em 2013 para a coleção de verão 2014 no SPFW, que reproduziu modelos famosas como **Gisele Bündchen dentre outras e contou também com a boneca da cantora Maria Rita performando** a música “Redescobrir”. Observa-se então que, na apresentação da Moschino, não há inovação no uso de marionetes, mas sim na presença virtual dos convidados dessa forma, ou seja, verifica-se a tradição na disposição público convidado em relação ao desfile, mas não tradição no modo de presentificação dos mesmos.

As análises mostraram como as marcas estudadas incorporaram seus convidados às ambientações montadas para os desfiles no contexto pandêmico conforme o quadrado semiótico montado (Fig.5).

Figura 5: Quadrado semiótico



Fonte: Autora.⁴

REFERÊNCIAS

BARNES, Sara. **Moschino Used Puppets for a Socially Distanced Fashion Show During COVID-19**. Disponível em: <<https://mymodernmet.com/moschino-puppet-show/>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

BRITISH PATHÉ. **Puppet Fashion Show (1960)**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jN2RVvvQwL4>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

CHRISTIAN DIOR. **Maria Grazia Chiuri on the Spring-Summer 2021 Collection**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0XNBn1HE5ZA&t=80s>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

CHRISTIAN DIOR. **The Dior Spring-Summer 2021 Show**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QUBPO4tzPO0>>. Acesso em 20 maio. 2021.

ESTADÃO. **Fause Haten troca modelos por marionetes**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=avMZaZnkRYg&t=66s>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

⁴ Alexandre Nabhan, bacharel em línguas português/inglês pela Universidade de São Paulo, 2013. E-mail: aene1967@yahoo.com

FF CHANNEL. **Jacquemus | Spring Summer 2021 | Full Show**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5JtvxJi3Ttg>>. Acesso em 20 maio. 2021.

GREIMAS, A. J., COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2012.

ISAAC-GOIZÉ, Tina. **Jacquemus spring 2021 ready-to-wear**. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/jacquemus>>. Acesso em 20 maio. 2021.

KRIEGER, Jessica. Nova coleção da Moschino SS21 – Marionetes no lugar das modelos. Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/estilo/nova-colecao-da-moschino-ss21-marionetes-no-lugar-das-modelos/259040/>>. Acesso em 21 maio. 2021.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**. Ensaios de Sociossemiótica I. Trad. M. Amazonas. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LUCIA RONCHETTI. **Works: Sangu di rosa. Disponível em:** <http://www.luciaronchetti.com/en/works-by-lucia-ronchetti/drammaturgie/sangu-di-rosa/p5-25-2623>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

MADSEN, A. C.. From Jeremy Scott at Moschino, a Celebration of the Magic, Whimsy, and Fantasy of Fashion in 40 Puppet-Sized Looks. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/moschino>>. Acesso em 21 maio. 2021.

MADSEN, A. C. **Miu Miu Spring 2021 ready-to-wear**. In: Vogue Runaway. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/miu-miu>>. Acesso em 20 maio. 2021.

MIU MIU. **Miu Miu Spring/Summer 2021 Fashion Show**. Disponível em: <<https://youtu.be/BwYY6IzWR3c>>. Acesso em 20 maio. 2021.

MIU MIU. **Spring Summer 2021 Imaginary Sports Palace**. Disponível em: <<https://www.miumiu.com/us/en/miumiu-club/fashion-shows/ss21-fashion-show.html>>. Acesso em: 20 maio. 2021.

MOSCHINO. **Moschino Spring Summer 2021 collection.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EQQE9PrclDo&t=340s>>. Acesso em 20 maio. 2021.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

PACCE, Lilian. Na Moschino, Jeremy Scott troca modelos e plateia por marionetes na nova coleção. Disponível em: <<https://www.lilianpacce.com.br/desfile/na-moschino-jeremy-scott-troca-modelos-e-plateia-por-marionetes-na-nova-colecao/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

SAMAH, Barry. **Jacquemus Sets Spring 2021 Show in Field of Gold**. Disponível em: <<https://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/a33352325/jacquemus-spring-2021-collection/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

SOCHA, Miles. **Jacquemus RTW Spring 2021**. Disponível em: <<https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2021/paris/jacquemus/review/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

Data de submissão: 15/06/2022

Data de aceite: 27/09/2022

Data de publicação: 01/10/2022



A ECONOMIA CIRCULAR E A SUSTENTABILIDADE DOS MATERIAIS NA INDÚSTRIA DA MODA

***The Circular Economy and the Sustainability of Materials in the
Fashion Industry***

***La economía circular y la sostenibilidad de los materiales en la
industria de la moda***

Junior Costa¹

Ana Cristina Broega²

1 Mestrando em Design e Marketing de Produto Têxtil, pela Universidade do Minho (Portugal). Bacharel em Design de Moda pelo Centro Universitário Senac (São Paulo). Pesquisa: Design sustentável, Economia circular, Biomateriais, Resíduos sólidos, Biodiversidade e Design decolonial. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9402325409560854>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4540-3375>; E-mail: juncos4@usp.br

2 Doutora em Engenharia Têxtil e Mestre em Design e Marketing Têxtil pela Universidade do Minho (Portugal). Professora auxiliar da Universidade do Minho, atuando nos cursos de Licenciatura e Mestrado Design e Marketing da Moda e no PhD de Design de Moda. Investigadora do Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil da Universidade do Minho desde 1997. Lattes: <https://scholar.google.pt/citations?user=UbJfRAsAAAA-J&hl=pt-PT>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8400-8402>; E-mail: cbroega@det.uminhp.pt

RESUMO

As matérias-primas são a base de qualquer produto e necessárias em qualquer cadeia produtiva, a indústria utiliza os mesmos insumos desde a revolução industrial, o que indicia a problemática da escalabilidade da produção e do descarte promovidos pela economia linear. A indústria da moda é considerada uma das mais poluentes, além dos métodos de produção, pouco evoluiu em consideração as matérias primas, baseando a fabricação dos seus produtos em derivados poliméricos de petróleo e algodão. Devido a alta demanda de toda a cadeia têxtil mundial, a cultura do algodão provou ser grande causadora de impactos negativos ao meio ambiente e muito pouco sustentável. Os materiais sintéticos oriundos do petróleo, tomaram conta de todos os mercados, o que também tem vindo a demonstra o seu potencial destrutivo em ultima instancia até mesmo para a biodiversidade. A sua degradação é lenta e demora cerca de 400 anos, deixando um rastro de destruição que inclui os microplásticos, já presentes nas cadeias alimentares e na corrente sanguínea. A indústria necessita de novas matérias-primas, que reduzam o consumo de recursos não renováveis e ampliem as alternativas principalmente aos produtos sintéticos.. Assim, define-se para esse estudo a investigação do panorama atual da Industria têxtil e a sustentabilidade da indústria da moda em relação aos materiais em termos de sua ecoeficiência e modo de produção. Os resultados da pesquisa apontam para a necessidade de mudanças no processo de produção, investimentos da indústria em alternativas e uma importante redução no consumo da sociedade.

Palavras-chaves: materiais sustentáveis; economia circular; biomateriais.

Abstract

Materials are the basis of any product and necessary in any production chain. Industry uses the same inputs from the industrial revolution, beginning of the problem over scalability and disposal promoted by the linear economy. The fashion industry is considered one of the most pollutants, in addition to production methods, has evolved little into account the raw materials, based on the manufacture of products in oil and cotton polymeric derivatives. Due to the high demand of the entire textile chain, cotton proved not sustainable and caused negative impacts on the environment. Plastic materials from oil took over all markets, their industrial efficiency compared to environmental impact demonstrates the destructive potential of this polymer for biodiversity. Its degradation is slow and takes about 400 years, leaving a trail of destruction that includes microplastics, already discovered in food and bloodstream. Industry needs new raw materials that reduce the consumption of non-renewable resources and expand alternatives to cotton and polyester. Thus, the research of the current panorama and the sustainability of the fashion industry in relation to materials is defined for this study. The research results point to the need for changes in the production process, industry investments in alternatives and an important reduction in society consumption.

Keywords: sustainable materials; circular economy; Biomaterials.

Resumen

Los materiales son la base de cualquier producto y necesario en cualquier cadena de producción, la industria utiliza los mismos aportes de la revolución industrial, el comienzo del problema sobre la escalabilidad y la eliminación promovida por la economía lineal. La industria de la moda se considera uno de los contaminantes, además de los métodos de producción, ha evolucionado poco en cuenta las materias primas, en función de la fabricación de productos en derivados poliméricos de aceite y algodón. Debido a la alta demanda de toda la cadena textil, el algodón no resultó sostenible y causó impactos negativos en el medio ambiente. Los materiales plásticos del petróleo se hicieron cargo de todos los mercados, su eficiencia industrial en comparación con el impacto ambiental demuestra el potencial destructivo de este polímero para la biodiversidad. Su degradación es lenta y lleva unos 400 años, dejando un rastro de destrucción que incluye microplásticos, ya descubiertos en alimentos y torrentes sanguíneos. La industria necesita nuevas materias primas que reducen el consumo de recursos no renovables y expanden alternativas al algodón y al poliéster. Por lo tanto, la investigación del panorama actual y la sostenibilidad de la industria de la moda en relación con los materiales se define para este estudio. Los resultados de la investigación apuntan a la necesidad de cambios en el proceso de producción, las inversiones de la industria en alternativas y una reducción importante en el consumo de la sociedad.

Palabras-claves: *sustainable materials; circular economy; Biomaterials.*

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2022 a Humanidade entrou em dívida com o planeta no dia 28 de julho, data que marcou o limite do uso dos recursos naturais previstos para todo esse o ano, ultrapassando assim a capacidade natural de regeneração do planeta para este ano. Este desfasamento se deve à exploração massiva, produção e consumo descontrolado de recursos naturais desde a revolução industrial. Atualmente para satisfazer a demanda da população mundial por produtos, são necessários 1,7 planetas com as mesmas características da terra devido o cenário atual do consumo exacerbado. Este dado é divulgado anualmente pela Global Footprint Network, entidade responsável pelos cálculos do “Dia de sobrecarga da Terra” (Earth Overshoot Day) desde 1970, havendo variações da data de acordo com as diferenças econômicas e ecológicas de cada país (e neste caso específico referimo-nos ao dados do Brasil).

A marca do século XXI é a preocupação ambiental. O rápido desenvolvimento da indústria, da informação e a globalização elevou o consumo a um nível nunca antes alcançado pelas atividades humanas. O crescimento econômico como base para o desenvolvimento deve levar em conta a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente, e englobar de forma sistêmica os aspectos econômicos, sociais e culturais. Para alcançar a utopia da sustentabilidade, podemos considerar uma avaliação a partir de quatro necessidades: ser ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e capaz preservar a riqueza cultural local (BRAUNGART E MCDONOUGH, 2013).

Desde a industrialização o meio ambiente vem chegando mais perto de um colapso em relação a exploração massiva dos recursos naturais para uso na fabricação de produtos em escalas maiores que a necessária e passível de consumo. É importante um comprometimento maior das indústrias em colaboração com laboratórios de investigação no desenvolvimento de produtos mais sustentáveis para substituição dos atuais utilizados na indústria têxtil, vestuário, calçado e da Moda de uma foram geral.

A produção cresce juntamente com a demanda, e mediante a impossibilidade de redução do consumo, uma alternativa estaria em utilizar materiais alternativos, ecologicamente mais corretos, eticamente mais conscientes e de uma forma geral mais sustentáveis, além da desejada adoção de políticas públicas e educacionais para o ensino do correto descarte dos produtos no final da vida útil. Facilitando os procedimentos de reuso ou reciclagem, quando se criarem os meios para a possibilidade de retorno dos materiais para a cadeia de produção.

O consumo, especificamente dos produtos de moda, tem vindo a aumentar de forma excessiva, o perfil consumista dos consumidores tem vindo a ser incentivados e influenciado pelas mídias digitais, os produtos de moda neste processo se transformaram

em um intermediário da comunicação entre várias gerações (MARTINS, 2009). Aumentando drasticamente o consumismo como meio de interação social e inclusão.

Segundo Mahlmeister (2009), tomando como exemplo o *jeans*, em representação a um produto de moda que transcende séculos, tornou-se num ícone de moda, adquirindo novas representações sociais e renovando o seu significado estético totalmente desatrelado de suas características técnicas. Este é visto pelo consumidor além da sua função de vestir, como um suporte de comunicação e expressão, tornando-se uma necessidade de utilização em suas diversas variações.

A sociedade atual, segundo Baudrillard (1988), busca a satisfação pessoal no ato de consumir. De acordo com Solomon (2011) a aquisição de um produto acontece na maioria das vezes pelo seu valor simbólico de que pela sua função básica. Na visão de Kotler (2000), o consumismo torna possível estudar o comportamento do consumidor e o ciclo de vida do produto após a aquisição até o descarte. Ao entendermos o processo de satisfação do consumidor, é possível utilizá-lo para a introdução de novos produtos, logo tirar partido desse conhecimento em partido da sustentabilidade, agregando a esses novos produtos princípios sustentáveis, diminuindo assim a incerteza de rejeição. É discutido pelo setor da moda a necessidade de alterar as estruturas de sustentação e incluir o senso de responsabilidade ambiental, econômica e social nos seus produtos, porém não existem muitas opções para substituição dos atuais materiais utilizados por esta indústria, por alternativas mais sustentáveis e de baixo impacto ambiental. Não há investimento do setor ou da indústria química e engenharia para pesquisas de novos materiais devido ao alto custo de produção e do aumento no valor final do produto. O pensamento de lucro empresarial precisa mudar, não haverá soluções possíveis que possam vencer o ideal de mínimo custo de produção e máximo valor de venda.

A moda ainda é considerada uma das indústria que mais polui no mundo, em contraponto de ser a também uma da que mais emprega, sendo que uma em cada seis pessoas no mundo trabalham em algum ponto da cadeia de valor da moda (MORGAN, 2015). A moda atual é reconhecida pela velocidade e contínua mudança das relações da sociedade contemporânea (LIPOVETSKY, 1989), em consequência o ciclo da moda possui incontáveis fases e períodos de transição que ficam cada vez mais curtos (CALDAS, 2006).

Diante deste processo de evolução e mudanças, as empresas criaram o modelo de negócios chamado de *fast fashion*, caracterizado pela rapidez na produção e pela disposição quase imediata dos produtos nas lojas seguindo as últimas tendências (CARVALHAL, 2016). O novo modelo de negócios aumentou a concorrência entre as empresas e fez com que o preço dos produtos sofresse uma queda brusca, levando à necessidade da terceirização dos processos produtivos e barateamento dos custos, por meio da exploração de mão-de-obra de países em desenvolvimento.

O fenômeno causou uma gigantesca alta da demanda de produtos (de baixa qualidade), conseqüentemente houve o aumento da exploração de recursos naturais, extração e produção de matéria prima necessária para confecção de têxteis e demais acessórios utilizados pela cadeia da moda. Ocasionalmente o encurtamento do ciclo de vida do produto o que leva a geração de resíduos em excesso, provenientes do descarte massivo de produtos (CARVALHAL, 2016).

O processo de sustentabilidade da moda pressionou a indústria a mudar, porém esperava-se uma mudança inspiradora e empolgante, mas as abordagens ambientais convencionais concentram-se sobre o que não fazer, quando na verdade precisamos de uma ruptura do modo produtivo. Se nós, seres humanos, realmente quisermos prosperar então teremos que aprender os conceitos da economia circular: usando os produtos como nutrientes, que ao imitar o metabolismo natural extingue o desperdício. Eliminar esse conceito significa projetar as coisas - produtos, embalagens e sistemas - desde o início, como alimento de outro sistema. Significa que os nutrientes valiosos contidos nos materiais moldam e determinam o projeto: a forma segue a evolução não apenas a função.” (BRAUNGART E MCDONOUGH, 2013, p.69).

Em contramão, no novo mercado, algumas marcas e *designers* passaram a pensar de forma cíclica e regenerativa. Mas sem o apoio da indústria não é possível normalizar e incorporar novos métodos, processos e produtos para mudar a situação atual da moda em relação ao meio ambiente. O *designer* pode ter a ideia e intenção de mudar, mas a indústria é responsável por gerir os processos de desenvolvimento e produção em escala.

Esses [designers] podem ser catalisadores de avanços inéditos, questionando todo o sistema de maneira clara e objetiva, mostrando conhecimento nas discussões para melhoria. É essa simbiose criativa e científica que aciona a capacidade de definir novos cenários na cadeia têxtil sustentável. Designers de moda e empresas de moda devem conciliar o desenvolvimento de produtos com a preservação da natureza. (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 32).

A moda e as tendências temporais sempre incentivaram o conceito do descartável, a cada nova temporada são apresentados diversos produtos novos, incentivando o consumo e o descarte, baseado na ideia da necessidade de ter o “produto da última moda”. Tornando-se assim uma das indústrias mundiais que mais degrada o meio ambiente (MORGAN, 2015).

Assim, destaca-se como principal objetivo deste artigo a avaliação do panorama atual da indústria têxtil e moda em relação aos seus materiais do ponto de vista da ecoeficiência e modo de produção, enquadrado numa economia pautada por um sistema circular.

2 SUSTENTABILIDADE DOS MATERIAIS E DA INDÚSTRIA DA MODA

A cadeia de produção da indústria têxtil e moda é uma das mais importantes, extensas e complexas; envolvendo múltiplos segmentos industriais autônomos cuja interação é fundamental para a sua organização. Segundo FIESP (2019), a cadeia de têxtil e moda brasileira existe há cerca de 200 anos e tem grande importância econômica e social, empregando 1,7 milhão de pessoas nas mais de 27 mil empresas em atividade no país.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeções – ABIT (2013), o Brasil é um importante produtor de têxteis e de artigos de confecção do ocidente, sendo responsável por cerca de 2,4% da produção mundial de têxteis e 2,6% da produção mundial de artigos de vestuário. Segundo o IEMI (2021), o país possui a quinta maior indústria têxtil mundial e engloba mais de 25.000 confecções formalizadas que ao todo produziram 9,05 bilhões de peças anuais em 2019. A indústria da moda é o segundo maior setor entre os maiores empregadores e geradores do primeiro emprego, com importantes índices como uma indústria da transformação.

De acordo com os dados da Abicalçados (2019), o Brasil está em quarto na produção mundial de calçados, detendo 6,6 mil empresas do setor de calçados e acessórios. Estas empresas respondem pela geração de 271,1 mil empregos formais segundo dados de 2018 e pela produção de 944 milhões de produtos anuais, representando 4,4% da produção global de calçados.

A indústria têxtil, moda e calçados atuam com base em uma economia linear, onde há exploração dos recursos naturais para produção de insumos para os artigos finais. Confeccionando excessivamente produtos com ciclos de vida cada vez mais curtos que são descartados erroneamente pelos consumidores, gerando cada vez mais resíduos, que são enviados para aterros sanitários ou incinerados (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

Durante o processo de fabricação industrial de produtos têxteis, existe um grande desperdício de água, o uso de energias não renováveis e produtos químicos tóxicos, seguidos pela geração de resíduos sólidos e a poluição da água (SHIRVANIMOGHADDAM et al., 2020). Segundo SAJN (2019), em 2015 a indústria têxtil foi responsável pelo consumo de 79 bilhões de metros cúbicos de água e 1.715 milhões de toneladas de emissões de CO₂.

De acordo com Treptow (2013), em paralelo a produção do setor de confecções, cerca 30% dos resíduos provenientes das matérias-primas utilizadas na confecção são descartadas como lixo comum, no setor de calçados esse número chega a 20% de descarte (PEREIRA, 2006).

Diante dos números é possível ter uma visão amplificada da importância dos

materiais para a indústria têxtil e calçados, sendo também o limitador para a transição do setor para a sustentabilidade no uso de materiais e processos ecoeficientes. Alternativas à matéria-prima usual são extremamente necessárias para a flexibilização da indústria e alargamento das possibilidades de uso de recursos com menor impacto ambiental, tanto na sua extração quanto no final da vida útil dos produtos. Estes são pontos cruciais para a inserção da cadeia de produção no sistema baseado em uma economia circular.

2.1. O Ciclo de Vida dos Produtos e a Economia Circular

A conceito de ciclo de vida de um produto é a jornada de desenvolvimento desse produto, que inicia na sua idealização, onde acontece a interlocução do *designer* com o ambiente e a observação do futuro usuário, seguido pelo desenvolvimento, onde cada etapa deve ser previamente analisada, como a extração dos recursos naturais, a energia consumida no processo, passando pela concepção, venda/aquisição, utilização até ao descarte, com o objetivo de avaliar as consequências ambientais, econômicas e inclusive sociais desse produto.

Segundo Manzini (2009) os princípios a que devem submeter o novo conceito de moda, devem incluir a criação de produtos/serviços que possam substituir os atuais, propor práticas sustentáveis no seu processo de produção ao estilo de vida do usuário. O autor defende ainda que deve ser uma recriação fiel ao modelo existente, mas ambientalmente correto e copiosamente estudado quanto à sua efetividade econômica, social e técnica.

O Design para o Ciclo de Vida (Life Cycle Design - LCD) foi definido por Manzini e Vezzoli (2008) com a finalidade de reduzir o impacto ambiental relacionado ao Ciclo de Vida do produto, considerando todo o processo de criação e produção de um produto e as suas interferências no meio ambiente. Assim, os métodos para o desenvolvimento de um produto sustentável devem estar associados ao LCD e o criador do projeto deve estar atento a cada uma das fases do ciclo de vida do produto (VEZZOLI, 2008).

As Fases do Ciclo de Vida do Produto (CVP) apresentam-se de uma forma esquemática na figura 1 e podem ser elencadas da seguinte forma:

- Extração: Matéria-prima e outros materiais
- Processamento: Beneficiamento da matéria-prima
- Convertedores: Escolha dos processos utilizados para a produção dos materiais.
- Produção: Compreende os processos de transformação dos materiais, montagem e acabamentos.
- Distribuição: Embalagem, transporte, armazenamento e toda a logística do produto durante o seu ciclo de vida.

- Varejo: Venda dos produtos ao consumidor ou revendedores
- Consumo: Aquisição do produto, utilização até o descarte
- Descarte: Destino do produto após a utilização pelo consumidor, seja no final da vida útil ou no encurtamento do processo do consumismo.



Figura 1: Ciclo de Vida do Produto - Economia Linear

Fonte: Autor (Baseado no Ciclo de Vida dos Produtos)

Após o descarte do produto pelo consumidor, segundo Manzini e Vezzoli (2008) e dos princípios de economia circular, deve ser a restauração das funcionalidades do produto ou de qualquer um de seus componentes, por meio da reciclagem onde a matéria-prima retorna ao processo inicial evitando a utilização de novos recursos naturais.

Dentro do processo de reciclagem existem duas opções: a chamada opção de Anel Fechado onde os materiais recuperados são manipulados para serem utilizados na confecção dos mesmos produtos ou derivados; e a de Anel aberto, onde materiais recuperados serão utilizados na confecção de diferentes produtos dos produtos que lhe deram origem.

Mesmo no processo de reciclagem devem ser analisadas a logística e as fases do processo, do transporte à pré-produção dos materiais a serem reciclados, para que o impacto ao ambiente não seja maior que o próprio descarte. (MANZINI E VEZZOLI, 2008). Por isso torna-se primordial que a

economia circular seja planejada desde o início do Ciclo de Vida do Produto (figura 2) dentro dos princípios da sustentabilidade, o que também é um elemento importante para melhorar a competitividade industrial e inovação econômica, ampliando a ecoeficiência das organizações e criando empregos, novos produtos e serviços, de entre outros benefícios como:

- Promover a ecoinovação e a economia criativa
- Criação de oportunidades e novos modelos de negócio
- Prolongamento do Ciclo de Vida dos Produtos, materiais e recursos na economia por mais tempo Redução da necessidade e dependência de combustíveis fósseis
- Redução na produção de resíduos e conservando os recursos naturais
- Diminuição das emissões de carbono e combate às alterações climáticas

Figura 2: Ciclo de Vida do Produto - Economia Circular



Fonte: Autor (Baseado nos Princípios do Cradle to Cradle® e Ciclo de Vida dos Produtos)

De acordo com Manzini e Vezzoli (2008) os produtos de moda são descartados por motivos de obsolescência cultural e estética. acrescentam ainda que

Kazazian (2009), aconselha assim o consumo de produtos atemporais, de materiais duráveis que possam ser retrabalhados (*redesign*) evitando o descarte prematuro, e entrando assim na teoria do Cradle to Cradle.

Criada por Braungart e McDonough (2013), a teoria do Cradle to Cradle (do berço ao berço), é uma das dimensões da Economia Circular. Abordando a ideia de criar

e reciclar ilimitadamente, quer utilizando materiais biodegradáveis que se convertem em alimento para os ciclos biológicos, ou de materiais técnicos que se mantêm em sistema de circuito fechado, em processo de reciclagem constante. Os ciclos biológicos e técnicos defendidos no Cradle to Cradle (figura 3), não devem ser no entanto prejudicados pela junção íntima de materiais não compatíveis num produto viabilizando a sua separação posterior.



Fonte: Autor (adaptado de Braungart e McDonough, 2013)

A Fundação Ellen MacArthur identifica a Economia Circular como “uma economia industrial que é restauradora ou regenerativa por intenção e design” (ELLEN MACARTHUR, 2013, p. 14).

Uma economia circular é aquela que é restauradora através do design e que visa manter produtos, componentes e materiais em sua maior utilidade e valor, em todos os momentos.” (Bocken et al. 2014, p. 309) Podemos assim estabelecer os aspectos da economia circular como uma forma de prolongar o ciclo de vida dos produtos e reduzir o uso de recursos naturais. Baseadas nessas afirmações, podemos definir a Economia Circular como um sistema regenerativo, onde há redução na entrada de recursos, desperdício de materiais e de energia visando uma desaceleração. Estas premissas podem ser conquistadas por meio de projeto, manutenção, reparo, reutilização, remanufatura, reforma e reciclagem de longa duração (ELLEN MACARTHUR, 2013).

A ideia de economia circular apoiado por Braungart (2013) e Ellen MacArthur Foundation (2017), ainda são pouco empregues na indústria do vestuário. No entanto uma modificação do padrão na produção da indústria da moda é primordial, pois os impactos gerados por esta indústria é um grave problema ambiental mundial, já sem mencionara a problemática do descarte de roupas precocemente e que vão invadindo o planeta.

De acordo com o relatório divulgado pela Global Fashion Agenda (GFA) e pela Boston Consulting é estimado que só em 2015 a indústria têxtil global foi responsável pelo consumo de 79 mil milhões de metros cúbicos de água, emitindo de 1715 milhões de dióxido de carbono e produção de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis, e segundo o mesmo relatório a previsão para 2030 é que esses valores amplifiquem em 50% (KERR & LANDRY, 2017).

Segundo uma reportagem a BBC News - *The fast fashion graveyard in Chile's Atacama Desert*, (BBC News, fev. de 2022), das 60.000 toneladas de roupas usadas que são enviada para o Chile a cada ano, principalmente dos EUA, Europa ou Ásia, para venda no mercado de segunda-mão, apenas 15% é realmente reutilizada, as restantes 51.000 toneladas são depositadas em lixeira no deserto do Atacama, que são essencialmente de vestuário de Poliéster ou suas misturas, cujo seu fim é a incineração a céu aberto, com libertação de gases tóxicos impactando as populações locais.

Perante estas dados fica clara a necessidade de urgentes mudanças no modo de produção da indústria têxtil , confecção de produtos afins e principalmente nas matérias-primas utilizadas atualmente.

2.2. O Panorama Atual da Indústria da Moda em relação aos Materiais

A moda sempre se encontrou entre as indústrias com emissão de grande carga de resíduos ambientais. Segundo Lee (2009) o algodão caracteriza 16% da libertação de agrotóxicos no mundo. Desde o seu cultivo, a fabricação do tecido até à etapa de confecção da peça há um desperdício de 35% da matéria prima (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017). O estudo da Levis (2015) constatou que uma única peça de calça *jeans* (modelo: Levi's 501®) consome 11 mil litros de água, 400.000 quilowatts de energia e 32 quilos de monóxido de carbono (CO2).

Existem estudos de vários autores e organizações ambientais sobre o real significado de um desenvolvimento sustentável. Segundo a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente (CMMAD, 1988) seria a exploração equilibrada dos recursos naturais, equilíbrio que se encontra nos limites da satisfação das necessidades e do bem-estar da atual geração, e da preservação para as gerações futuras. Já Fletcher e Grose (2011) defendem que

a sustentabilidade deve ser incentivada de acordo com três pilares básicos, o desenvolvimento social, econômico e ambiental. A ideia é que, ao se atingir o equilíbrio dessas três dimensões, a prosperidade econômica, a qualidade ambiental e condições sociais mais justas e equilibradas, se verificará a concretização da sustentabilidade (FLETCHER E GROSE, 2011).

Segundo a FIEG (2018) o Brasil é a 5º maior indústria têxtil do mundo e a 4º no segmento de vestuário. A cadeia têxtil brasileira tem números relevantes e poderiam ser um dos canais mais importantes de reconhecimento da sustentabilidade e consumo consciente. O setor têxtil é uma das áreas mais antigas da indústria mundial, no Brasil a importância desse setor é representada por uma tradição que permeia a estrutura econômica do país, exatamente pelo número de empregos que gera, influência e presença em todo território nacional.

As matérias primas renováveis são produzidas pela natureza e posteriormente industrializadas, podendo ser de origem vegetal ou animal, como por exemplo, o algodão, a lã, a madeira, etc.. Os materiais não renováveis são extraídos da natureza, mas possuem reservas limitadas, tal como carvão, petróleo e ferro. Sendo necessário reordenar todo o processo e sistema produtivo, sobretudo a médio e longo prazo quanto à escassez dos recursos (MANZINI E VEZZOLI, 2008). Incluem-se nestas necessidades o desenvolvimento e uso de matérias-primas e novos materiais alternativos, ecoeficientes, sustentáveis, renováveis e de baixo impacto ambiental; tais como os exemplos listados na tabela 1.

Tabela 1: Matérias-primas Alternativas e Novos Materiais

FONTES (RENOVÁVEIS) ALTERNATIVAS DE INSUMOS PARA NOVOS MATERIAIS				
Matéria-prima	Marca Comercial	Classificação	Alternativa	Origem
Scoby (cultura simbiótica de bactérias e leveduras)	Texticel	Biológico (bactéria do ácido lático)	Couro	Brasil https://www.vegeacompany.com/
Fomes Fomentarius	Zvnder	Biológico (uma espécie de fungo do gênero Fomes)	Couro	Alemanha https://www.zvnder.com/index_eng.html
Celulose Bacteriana	Malai	Biológico e Vegetal (resíduo de Coco)	Couro	Índia https://malai.eco/
Maçã	Samara	Vegetal (Resíduos da casca)	Couro	Canadá https://samarabags.com/

Opuntia ficus-indica (cactus-based material)	Deserttex	Vegetal (renovável)	Couro	México https://deserttex.com/
Abacaxi	Piñatex	Vegetal (Fibra das folhas de Abacaxi)	Couro	Londres https://www.ananas-anam.com/
Uva	Vegea	Vegetal (Resíduos de bio-based polímero.)	Couro	Itália https://www.vegeacompany.com/
Abacá (banana plants)	Bananatex	Vegetal (resíduo fibra)	Têxtil	China https://www.bananatex.info/
Células foliculares proteicas	Furoid	Biológica (proteica regenerada)	Têxtil	Holanda https://www.furoid.com/intro
Micélio	Mylo	Biológica (mycelium, raiz subterrânea, idêntica a um fungo)	Couro	Estados Unidos https://www.mylo-unleather.com/
Algas	Alga-Life	Vegetal	Fios e Corantes	Alemanha https://appareltalksbyapurva.wordpress.com/2021/01/15/algalife-eco-friendly-fabric-from-algae/
Coco	Woocoa	Vegetal “Lã vegan” fabricada a partir de fibras de cânhamo e coco	Lã	Colômbia https://www.carolinaobregon.com/woocoa
Colocasia gigantea	Beleaf	Vegetal (a partir da folha)	Couro	Brasil www.novakaeru.com.br

Fonte: Autores

Inúmeros novos materiais têm sido desenvolvidos utilizando matérias-primas renováveis, provenientes de resíduos e de plantas pouco exploradas ou sem valor comercial para a alimentação humana. Estas novas tecnologias e descobertas abrem o caminho e a possibilidade de inovações para o setor têxtil e para a indústria da moda e design, mas como tudo o resto esta exploração tem de ser feita de forma sustentada, para mais uma vez não entrar em desequilíbrio.

2.3. Fontes Ecoeficientes de Insumos para Novos Materiais mais Sustentáveis

De acordo com Morseletto (2020), é possível definir a economia circular como um modelo econômico que visa o uso ecoeficiente dos recursos naturais, minimização na geração de resíduos, uso de recursos primários e cadeias de produção circulares. No mo-

delo produtivo de ciclo fechado, os resíduos são destinados à reciclagem, onde as etapas do reuso são predefinidas no desenvolvimento dos produtos, idealizando soluções para todo o ciclo de vida, inclusive para o pós-consumo (PEARCE; TURNER, 1990).

Segundo Leitão (2015), o sistema econômico circular é inspirado na natureza, nos ciclos orgânicos, sendo promovidos através de inovações como o design para sustentabilidade, regenerativo e circular. Essas novas metodologias visam a redução da exploração de recursos naturais, energia e água. Na economia circular, a regeneração acontece em ciclos distintos, o biológico e o técnico (BRAUNGART E MCDONOUGH, 2013). No ciclo biológico os materiais de origem orgânica são reintroduzidos no ciclo como nutrientes através da degradação, processo natural que ocorre independente da intervenção humana. A nutrição auxilia na manutenção de sistemas vivos como o solo, produzindo recursos renováveis para uma economia regenerativa. No ciclo técnico é necessária a intervenção do homem na viabilização da circularidade de produtos e materiais. Através destes dois ciclos, as matérias-primas são recuperadas e reintroduzidas no sistema de produção e consumo por meio do reuso, reparo, remanufatura e reciclagem (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2015).

Em concordância com Ellen Macarthur Foundation (2015), o modelo circular é fundamentado por três princípios básicos: preservação, que promove o aumento do capital natural através do uso de recursos renováveis e possibilita a regeneração natural, a circularidade, que através do design, otimiza a reintrodução de produtos, componentes e materiais na cadeia produtiva por meio dos ciclos biológico e técnico. A eficácia, que através da análise, identificação e exclusão das externalidades negativas promove o perfeito funcionamento dos sistemas e ciclos.

Uma cadeia de produção e consumo fundamentada no modelo da economia circular entende a redução, a reutilização, a recuperação e a reciclagem dos materiais um ciclo sustentável, partindo da produção até a reintegração da matéria-prima no desenvolvimento de um novo produto (ÁVILA et al., 2018). Por conseguinte, a economia circular pode ser considerada um processo restaurativo e regenerativo por princípio (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017, p.2), por alargar o ciclo de vida dos produtos e materiais. O sistema circular otimiza o uso e reduz a exploração de recursos não renováveis, estimula a utilização de recursos renováveis e insumos de base biológica, impulsionando a circulação dos resíduos e subprodutos, independente da cadeia de produção ou indústria (GONÇALVES; BARROSO, 2019). Assim, os novos insumos tão necessários para uma indústria mais sustentável podem ser encontrados por meio da reciclagem dos materiais, como os resíduos têxteis; ou de inovações a partir de resíduos orgânicos e da biodiversidade vegetal tão abundante no Brasil.

2.3.1. Resíduos Sólidos Têxteis

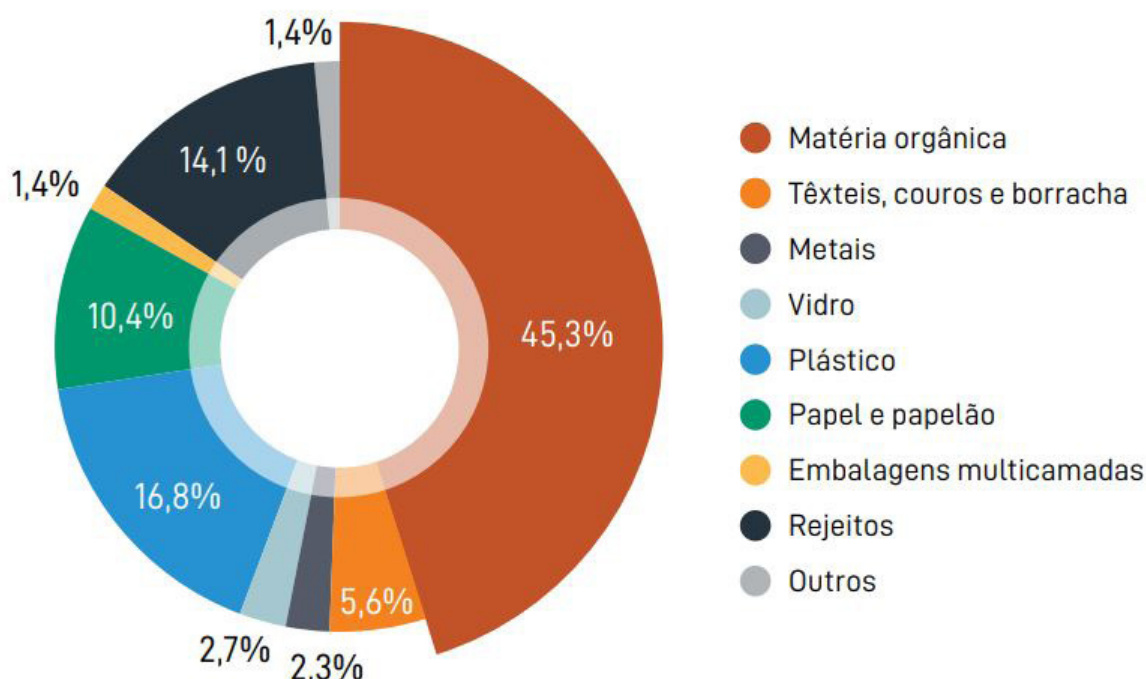
A poluição do solo, ar, água, destinação inadequada de resíduos e uso massivo de recursos naturais são os principais impactos socioambientais gerados pela indústria do setor têxtil, de confecção e calçadistas. Entre eles destaca-se a geração de milhões de toneladas anuais de resíduos sólidos e líquidos que levaram ao atual limite de reabsorção do planeta. Dentre os resíduos sólidos, os têxteis além de contribuir para a poluição, são um desperdício de recursos naturais.

Consoante Echeverria et al. (2019), os resíduos têxteis se classificam em pré-consumo e pós-consumo. Os resíduos produzidos durante o processo de fabricação industrial são designados como de pré-consumo e os resíduos provenientes do descarte pelos consumidores após a utilização e fim da vida útil dos produtos, se denominam pós-consumo. Segundo Shirvanimoghaddam (et al. 2020), existem dois tipos de resíduos pós-consumo, aqueles gerados em ambiente doméstico, como artigos de vestuário e acessórios, têxteis lar e embalagens; e os resíduos industriais gerados no comércio, empresas e indústrias, como uniformes, retalhos de produção, têxteis industriais e de construção.

A confecção é considerada o último estágio da cadeia de produção industrial, tendo como sua característica a distinção em relação às matérias-primas, processos de produção, padrões de concorrência e estratégias empresariais empregadas. Unificando inúmeras vezes no mesmo pátio fabril a produção de vestuário em geral; artigos para o lar e têxteis técnicos, dentre outras variações (SANCHES, 2011).

Segundo Lorenzetti (2018), com estimativas do SEBRAE (2014), o Brasil no mesmo período chegou a produzir 170 mil toneladas de retalhos têxteis anuais, estima-se que atualmente menos de 40% (cerca de 70 mil toneladas) sejam processadas por empresas recicladoras nacionais e 60% (cerca de 100 mil toneladas) ainda são descartadas em aterros sanitários. De acordo com dados da ABRELPE (2020) divulgados a CNN Brasil (2021), o cenário atual é ainda mais alarmante, no país são produzidos perto de 4 milhões de toneladas de resíduo têxtil, couros e borrachas anualmente, que representam 5,6% dos Resíduos Sólidos no Brasil (figura 4). Dentro destes resíduo têxtil cabem os retalhos da indústria da moda e aparas de couro, um desperdício que poderia gerar renda e promover o estabelecimento de negócios sustentáveis.

Figura 4: Gravimetria dos Resíduos Sólidos no Brasil



Fonte: Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil (Abrelpe, 2020).

A composição destes resíduos pode ser de origem orgânica, produzidos a partir de fibras naturais obtidas de fontes renováveis e agricultura, em seu estado puro têm capacidade de degradação natural no meio ambiente. Os materiais de origem química, aqueles produzidos a partir de fibras artificiais, podendo ser a partir de matérias-primas naturais renováveis sendo biodegradáveis em ambiente propício, ou a partir de polímeros sintéticos (fibras sintéticas), em sua maioria à base de petróleo, recurso não renovável, altamente poluente e com tempo de degradação alto, levando décadas para se decompor naturalmente na natureza.

A norma nacional NBR 10.004/2004, estabeleceu a definição de resíduos sólidos, como: “aqueles resíduos nos estados sólido e semissólido, que resultam de atividades da comunidade de origem industrial, doméstica, hospitalar, comercial, agrícola, de serviços e de varrição”. Segundo a mesma norma, os resíduos sólidos se classificam de acordo com o seu processo produtivo ou atividade de origem, componentes e características mediante a comparação com listagens de resíduos e substâncias cujo impacto à saúde e ao meio ambiente é conhecido.

Os resíduos sólidos têxteis gerados pelas confecções são caracterizados por retalhos de malhas, tecidos planos, tecidos não tecidos, linhas, fios, acessórios e de acordo a norma ABNT 10.004/2004 são classificados como não perigosos e não inertes (Classe II A). A destinação dos resíduos sólidos em geral foi determinada em 2010, pela Lei nº 12.305

que sancionou e instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), regulamentada pelo decreto 7.404/10.

Em 2022, foi publicado o Decreto nº 10.936, que regulamenta a PNRS em substituição a Lei nº 12.305, sendo articulada com a Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA) e com as diretrizes nacionais para o saneamento básico. Esta nova lei estende-se às pessoas físicas, jurídicas, públicas e privadas, responsáveis em qualquer nível pela geração de resíduos sólidos, a desenvolver ações de gerenciamento de resíduos, incluindo a instituição do Programa Nacional de Logística Reversa (PNLR). Mais que um problema, os resíduos têxteis observados pela ótica da economia circular, têm sido reutilizados na produção de novos tecidos reciclados e diversos outros materiais, solucionando em conjunto a gestão de resíduos e a necessidade de materiais alternativos da indústria têxtil.

2.3.2. Resíduos Sólidos Orgânicos

A geração de resíduos acompanha o homem desde os primórdios, quando o Homo Sapiens, precursor do homem moderno, construiu a sua primeira ferramenta e começou a utilizar, transformar e modificar os recursos naturais disponíveis em cada momento da evolução (DIAS; MORAES, 2008). Em áreas urbanas acontece uma alta produção de resíduos orgânicos de origem doméstica, comerciais e industriais (MAHLER, 2001). Esses resíduos, muitas vezes, são descartados em terrenos baldios, tornando-se não só uma grande preocupação das municipalidades relacionadas ao saneamento ambiental, como também elevado desperdício de nutrientes (VIANA, 2005; LOUREIRO, 2007).

Este desperdício deve-se ao fato de que o brasileiro possui como hábito descartar alimentos (CALDERONI, 1999). O desperdício de resíduos orgânicos representa cerca de 26,3 toneladas anuais (GOULART, 2008). Cerca de 40% da produção agrícola são descartadas, estima-se que do campo até a mesa, cerca de 30 a 40% de produtos como frutas, verduras, folhas e grãos sejam jogados fora (LOUREIRO, 2007).

São classificados como resíduos sólidos orgânicos, os resíduos alimentares como os bagaços, cascas de frutas e legumes provenientes do processamento de alimentos (VGRESIDUOS, 2021). Em conjunto com a PNRS e a adoção da economia circular como sistema, os resíduos orgânicos gerados em solo nacional poderiam ser uma fonte inesgotável, renovável e sustentável de matéria-prima para o desenvolvimento de novos materiais baseados nos produtos mencionados anteriormente (tabela 1) já em produção em outros países.

2.3.3. Biodiversidade Vegetal

A biodiversidade refere-se às diferentes categorias biológicas existentes quanto à abundância dessas categorias, incluindo a totalidade dos recursos vivos e biológicos, e a sobrevivência da espécie humana depende dessa biodiversidade (RIGOLIN-SÁ, 2003, p.21). Mundialmente, entre os especialistas, o Brasil é considerado o país da chamada “megadiversidade”, cerca de 20% das espécies conhecidas no mundo estão presentes em território nacional. Tem sido bastante divulgado, por exemplo, o potencial terapêutico das plantas da Amazônia, além das propriedades medicinais podemos citar o potencial escondido em meio a biodiversidade vegetal do Brasil, importantes matérias-primas renováveis se podem encontrar com a exploração consciente dos recursos naturais.

Embora sejam discutidos assuntos relacionados com a biodiversidade de todas as espécies animais e vegetais, a biodiversidade vegetal é a mais importante relacionada ao tema (SANDES E DIBLASI, 2000). O Brasil possui a maior diversidade vegetal do mundo, aproximadamente 60.000 espécies de plantas, correspondendo 20% de toda a flora mundial conhecida e 75% de todas as espécies vegetais existentes nas grandes florestas (SANT’ANA E ASSAD, 2001). Assim, a biodiversidade brasileira possui grande importância, principalmente para a atividade de bioprospecção, tendo em vista a importância das espécies vegetais, tanto para a medicina quanto para a indústria em geral; um conhecimento ancestral de centenas de anos ainda desvalorizado e desrespeitado pela humanidade.

O país possui cerca de 350 mil espécies vegetais catalogadas, que representam apenas uma fração de toda a biodiversidade presente na flora brasileira, estimado na ordem de 1,8 milhão de espécies, o que dá a noção de que conhecemos muito pouco da nossa própria diversidade biológica. A biodiversidade brasileira pode ser definida como sendo um potencial inexplorado de soluções com possíveis aplicações científicas e tecnológicas em diversas áreas, como nas indústrias de medicamentos, alimentos, fertilizantes, pesticidas, cosméticos, solventes, plásticos, celulose, óleos e energia, tendo uma diversidade considerada incomensurável. Essa biodiversidade do território brasileiro é dividida em seis biomas, Amazônia, Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Pantanal e Pampa; cada bioma possui suas próprias características e microclimas, o que propicia toda a imensidão natural.

3 METODOLOGIA

Este artigo apresenta uma pesquisa qualitativa que enfatiza o estudo aprofundado sobre a indústria da moda, e as suas aproximações à sustentabilidade pela gestão do design de produtos sob a ótica de uma economia com base circular. Utiliza-se da primeira fase exploratória das com aproximação a

A revisão bibliográfica semi-sistematizada contemplou livros, artigos científicos, jornais, relatórios da indústria têxtil, publicações especializadas identificados através da ferramenta de procura do Google Acadêmico e repositórios científicos de universidades do Brasil e Portugal.

A pesquisa assumiu um carácter descritivo e tem como objetivo possibilitar a proximidade entre o setor da moda e a sustentabilidade. Pretendeu-se analisar o panorama atual da indústria do setor têxtil e moda, especificamente no Brasil, a evolução dos materiais em relação aos insumos utilizados no processo produtivo e sua ecoeficiência. E identificar alternativas viáveis para a moda dentro dos conceitos de circularidade. Foram expostos e analisados criticamente os materiais e métodos usuais e seu impacto no meio ambiente. Ao utilizar a pesquisa qualitativa este projeto teve como objetivo explorar o cenário atual de inovação em matérias-primas têxteis alternativos em estudo ou já em utilização na indústria têxtil, vestuário e acessórios, que buscam contribuir para uma maior ecoeficiência do setor têxtil e moda.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante do contexto atual, as empresas não podem continuar a ignorar os impactos ambientais do sistema de moda, principalmente dos materiais utilizados na produção, devendo preocupar-se com a sociedade e com o planeta desde a idealização que antecede o desenvolvimento de seus produtos. Estamos sob ameaça à sobrevivência humana em face da degradação e possibilidade de escassez dos recursos naturais, a extinção das espécies da fauna e da flora e o aquecimento global. A indústria deve estar á alerta e atualizar-se relativamente as evoluções científicos e técnicos e até de metodologias e novos princípios de desenvolvimento de produtos de melhor qualidade, mais durabilidade e reduzindo a visão do lucro máximo sem medir as consequências imediatas e futuras, conciliando o desenvolvimento de produtos com a preservação dos recursos, cuidado com o meio ambiente e sociedade local.

Se a moda é o um reflexo da sociedade, é preciso reavaliar a atual imagem da humanidade em função das suas ações e atitudes. Dada a real necessidade de conciliar a moda (a necessidade de vestir-se), com o desenvolvimento sustentável, dá-se a necessidade de alertar, educar e despertar para uma empatia globalizada de ações conjuntas, os mercados. É necessário renunciar a privilégios adquiridos em prol da manutenção de um futuro, que dependerá da forma como atuamos agora.

O consumo consciente tem vindo a crescer e já existe um consumidor que busca justamente produtos e serviços com valores éticos e sustentáveis, mas acima de tudo, exigem transparência nas informação e comunicação das suas marcas, pois estes estão cada vez mais esclarecidos e cientes que os seus atos e atitudes farão a diferença.

Algumas organizações têm aderido ao desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais, levando em consideração as novas exigências dos seus clientes. No entanto a sustentabilidade em torno destes produtos tem sido questionado constante pelos consumidores. Pois as suas ações e atitudes e valores enquanto marca ou organização, passam longe de ser sustentáveis, principalmente no que toca à sustentabilidade social e ética, quando fabricam os seus produtos em países pobres.

O lucro não deve ser a única razão da existência das empresas, deverá também ter um propósito ético para com o planeta, com valores sociais e objetivos de ecoeficiência, que de forma natural levará ao lucro e somado a uma motivação do bem-estar social e ambiental.

5 CONCLUSÃO

Se, por um lado, a indústria da moda ainda permanece como a segunda mais poluente, por outro lado, têm sido a única a buscar soluções para redução do impacto negativo no meio ambiente e para diminuir o uso dos recursos naturais. Pode-se afirmar que também é um dos poucos setores abertos as novas alternativas em torno da inserção de novos materiais no desenvolvimento e na cadeia produtiva. Já existem à disposição diversos materiais provenientes da reciclagem de produtos, das fibras naturais às sintéticas, do couro ao plástico. A tecnologia têxtil está evoluindo cada vez mais e os materiais alternativos têm tanta qualidade quanto aqueles produzidos a partir das matérias-primas virgens.

O próprio couro já dispõe de alternativas, produzidas com base em plantas e resíduos alimentares, como resíduos da produção de uva, maçã e abacaxi. Também há novos materiais constituídos à base de plantas sem valor comercial ou para a alimentação humana, como por exemplo, o material feito de biomassa de cactos e de cogumelos. Além do desenvolvimento de fibras do cânhamo e urtiga, que são benéficas para o solo e utilizam menos água e agrotóxicos na sua produção.

A sobrevivência das marcas no universo da moda abrange uma ampla área de estudo, na qual se destaca o comportamento do consumidor e os processos internos e externos que envolvem os indivíduos. A educação para o consumo é por outro lado um problema a resolver, por mais que a indústria implemente materiais mais sustentáveis, o consumismo e a exigência da escalabilidade da produção continuariam a ser prejudiciais ao planeta e a sociedade.

Dentro do ciclo de vida dos produtos é necessário fechar as duas pontas soltas do processo: a extração e consequente utilização de matéria prima virgem na produção, e o descarte; pois os resíduos devem ser incorporados novamente no processo e assim implantar uma economia circular 360 graus, onde sejam mínimos as entradas de materiais virgens e a geração de resíduos para descarte. Que este panorama mundial possa gerar novas pesquisas e incentivar pesquisadores e indústrias a buscar alternativas ecoeficientes locais para resolver primeiramente os problemas do seu entorno. Num mundo globalizado, microevoluções podem desencadear transformações em escala mundial. Os recursos naturais disponíveis são diferentes em cada país, mas o modo de produção pode ser o mesmo ou adaptável, possibilitando assim o desenvolvimento de materiais sustentáveis locais e de baixo impacto. Visando um pensamento global e ações locais em busca de soluções universais.³

REFERÊNCIAS

ABIT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES. Varejo de vestuário mostra recuperação, mas ainda está aquém dos níveis de 2019, 2021. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/noticias/varejo-de-vestuario-mostra-recuperacao-mas-ainda-esta-aquem-dos-niveis-de-2019>>. Acesso em: 23/05/2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS. Relatório setorial: indústria de calçados do Brasil. 2019. Disponível em: <http://abicalcados.com.br/ewsórios/ewsório-setorial>. Acesso em: 30 set. 2020.

AVILA, Ana Paula Santos de; MACIEL, Dulce Maria Holanda; SILVEIRA, Icléia; RECH, Sandra Regina. Os resíduos têxteis sólidos no contexto de abordagens sustentáveis: ciclo de vida, economia circular e upcycling. MIX Sustentável, Florianópolis, v. 4, n. 3, p.17 – 24, out./mar. 2018.

ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2020. Disponível em: <<https://abrelpe.org.br/panorama-2020/>>. Acesso em: 25/05/2022.

3 Regina Cláudia Silva, Graduada em Letras-inglês pela Universidade Federal de Santa Catarina. Atuou como professora de inglês na rede pública de ensino do Estado de Minas Gerais. Especialista na revisão de trabalhos acadêmicos, tradução de textos e legendas. <http://lattes.cnpq.br/3729355222399227>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. (2004) ABNT NBR 10004: Resíduos Sólidos – Classificação. Rio de Janeiro/RJ.

BBC News. The fast fashion graveyard in Chile's Atacama Desert. BBC News; 2022. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/ews/av/world-60249712>. Acesso em: 22 fevereiro 2022.

BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. Cradle to cradle: criar e reciclar ilimitadamente. 1. Ed. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70. 1988.

BRASIL. Lei n. 12.305 de 02 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a lei n.9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília DF.

BRASIL. Decreto nº 10.936, de 12 de janeiro de 2022. Regulamenta a Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Brasília, DF, 2022.

BOCKEN, N. M. P. et al. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, v. 65, p. 42–56, 2014.

CALDAS, D. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro, RJ: Senac Rio, 2006.

CARVALHAL, A. Moda com propósito: manifesto pela grande virada. São Paulo, SP: Estação das letras e cores, 2016.

CAMARGO, M. E. ; MOTTA, M. E. V. ; LUNELLI, M. O. ; SEVERO, E. A. Resíduos Sólidos de Serviço de Saúde: Um Estudo Sobre o Gerenciamento. Scientia Plena. V. 5, n. 7, 2016.

CAMARGO, A. L. de B. Desenvolvimento Sustentável: dimensões e desafios. Campinas, 4ª ed. Papirus, 2007.

CALDERONI, S. Os Bilhões Perdidos no Lixo. 3. Ed. São Paulo: Humanitas, 1999. 343 p.

CNN Brasil. Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/>; Acesso em 10/06/2022.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). Nosso futuro comum Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.

DIAS, J. A.; MORAES, A. M. F. Os resíduos sólidos e a responsabilidade ambiental pós consumo. 2. Ed. Marília: e-book, 2008. 98 p. Disponível em: < http://www.prsp.mpf.gov.br/prmmarilia/sala-de-imprensa/livro_pos_consumo_2ed.pdf>. Data de acesso: 01 out. 2011.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. Isle of Wright: Ellen MacArthur Foundation Publications. 2015.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. A new textiles economy: Redesigning fashion's future. 2017. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf>. Acesso em: 20 out. 2020.

ECHEVERRIA, Claudia A.; HANDOKO, Wilson; PAHLEVANI, Farshid; SAHAJWALLA, Vee-na. Cascading use of textile waste for the advancement of fibre reinforced composites for building applications. *Journal of Cleaner Production*, [S. l.], v. 208. P. 1524 – 1536. 2019.

FLETCHER, K; GROSE, L. Moda & sustentabilidade: design para mudança. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

FIEG. Relatório sobre o posicionamento da Indústria Brasileira - 2018. Goiânia, 2018.

FIESP – Outlook FIESP – Projeções para o Agronegócio Brasileiro 2025, São Paulo, 2019.

GONÇALVES, Taynara Martins; BARROSO, Ana Flavia da Fonseca. A economia circular como alternativa à economia linear. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE SERGIPE, 11., 2019, Sergipe. Anais [...]. Sergipe: Editora UFS, 2019. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/12561/2/EconomiaCircularAlternativa.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2020.

GLOBAL FOOTPRINT NETWORK. <<http://www.earthday.net/footprint/index.asp>> Acesso em fevereiro de 2022.

GLOBAL FASHION AGENDA. Pulse of the fashion industry. 2017. Disponível em: < <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/pulse-of-the-industry/>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

GOULART, R. M. M. Desperdício de alimentos: um problema de saúde pública. Revista Integração, nº 54, p. 285-288. Jul./Ago./Set. 2008.

IEMI. INTELIGÊNCIA DE MERCADO. Estimativas para a produção de vestuário, em 2021. Disponível em: <<https://www.iemi.com.br/estimativas-para-a-producao-de-vestuario/>>. Acesso em: 17 maio 2022.

KOTLER, P. (2000). Administração de Marketing. ed. Prentice Hall: São Paulo.

KAZAZIAN, T. Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo: 43Ano V, n. 1 - out. 2012/mar. 2013, Ed. SENAC São Paulo, 2009.

KERR, J., & LANDRY, J. Pulse of the fashion industry. Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, 2017.

LOUREIRO, D. C, et al. Compostagem e Vermicompostagem domiciliares com esterco bovino para a produção de insumo orgânico. Pesquisa Agropecuária brasileira, Brasília, v. 42, n. 7, p. 1043 – 1048, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEE, John David. Química Inorgânica não tão concisa. 1. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2009.

LEVI STRAUSS & CO. The life cycle of a jean- Understanding the environmental impact of a pair of Levi's® 501® jeans. 2015.

LEITÃO, Alexandra. Economia circular: uma nova filosofia de gestão para o séc. XXI. Portuguese Journal of Finance, Management And Accounting, Santa Maria da Feira, v. 1, n. 2, 2015.

LÖBACH, B. Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. s. l.: Edgar Blücher, 2001.

LORENZETTI, Luiza. A importância do reaproveitamento de resíduos têxteis em São Paulo. Portal Tratamento de Água. São Paulo, [S. n.], 2018. Disponível em: <http://www.tratamento-deagua.com.br/artigo/reaproveitamento-residuos-texteis-sp/>. Acesso em: 18 fev. 2020.

MARTINS, José Roberto. Branding: um manual para você criar, avaliar e gerenciar marcas. São Paulo: Global Brands, 2009.

MAHLMEISTER, E. A. P. Design de moda pós-moderno: O jeans como referência. 131f. Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2009.

MORGAN, A. The True Cost: documentário. Direção e Produção de Andrew Morgan. França: Andrew Morgan, 2015.

MANZINI, E. J. Um estudo sobre as pesquisas em comunicação alternativa na pós-graduação brasileira. In: DELIBERATO, D.; GONÇALVES, M. J.; MACEDO, E.C. (Orgs.). Comunicação Alternativa: teoria, prática, tecnologias e pesquisa. São Paulo: Memnon, 2009. p.312-321.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EDUSP/ Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MCDONOUGH, W., & BRAUNGART, M. (2013). The Upcycle: Beyond Sustainability – Designing for Abundance. New York: North Point Press.

MORSELETTTO, Piero. Targets for a circular economy. Resources, conservation and recycling. v. 153, p. 104553, 2020.

MAHLER, C. Lixo: o que fazer com ele? Revista do CREA, Rio de Janeiro, n.33, p. 10 – 13, jan/fev, 2001.

PEREIRA, G. S. Apostila: Materiais e Processos Têxteis. Araranguá: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, 2006.

PEARCE, David W.; TURNER, R. Kerry. Economics of natural resources and environment. Londres: Harvester Wheashealf, 1990.

RIGOLIN-SÁ, Odila. Água é um recurso natural: direito difuso. Revista Hispeci & Lema: publicação das Faculdades Integradas Fafibe. 2003. Vol 7. p. 21-23.

SANCHES, Regina Aparecida. Estudo comparativo das características das malhas produzidas com fibras sustentáveis para fabricação de vestuário. São Paulo: Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. 2011. Tese de Livre-docência.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Retalhos de tecidos: no lugar do desperdício, negócios sustentáveis. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/retalhos-de-tecidos-no-lugar-do-desperdicioneconomias-sustentaveis/>> Acesso em: 10 mar. 2014.

SOLOMON, Michael. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5a Edição, Porto Alegre: Bookman, 2011.

SANDES, A. R. R.; DI BLASI, G. Biodiversidade e diversidade química e genética, Biotecnologia, n. 13, p. 28-32, 2000.

SANT'ANA, P. J. P. & ASSAD, A. L. O Contexto brasileiro para a bioprospecção: a competência científico-tecnológica brasileira, Biotecnologia, n. 29, p. 32-37, 2001.

SAJN, Nikolina. Environmental impact of the textile and clothing industry. [S. l.]: European Parliamentary Research Service, 2019. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf). Acesso em: 20/10/2021.

SHIRVANIMOGHADDAM, Kamyar; MOTAMED, Bahareh; RAMAKRISHNAC, Seeram; NAEBE, Minoo. Death by waste: fashion and textile circular economy case. Science of the Total Environment, v. 718, p. 137317, 2020.

TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção. 5. ed. Editora: Cia. dos Livros. 2013.

VEZZOLI, Carlo. Design de Sistemas para a Sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável de “sistemas de satisfação”. Salvador: EDUFBA, 2008.

VIANA, E. et al. Resíduos sólidos alimentares do lixo domiciliar: Estudo do uso na alimentação de frangos de corte. Revista brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental, Campina Grande-PB, v. 10, n. 1, p. 203 - 211, 2005.

VGRESIDUOS. Sistema de gestão de resíduos na indústria alimentícia. Belo Horizonte, 28 jan. 2021. Disponível em: <https://www.vgresiduos.com.br/blog/sistema-de-gestao-de-residuos-na-industria-alimenticia/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

Data de submissão: 20/07/2022

Data de aceite: 29/09/2022

Data de publicação: 03/10/2022



**Horror, halloween e narrativa de moda na coleção Resort 2020 da
MOSCHINO**

Horror, halloween and MOSCHINO's 2020 Resort fashion narrative

*Horror, halloween y la narrativa de moda en la colección resort
2020 de MOSCHINO*

Stella Mendonça Caetano¹

¹ Doutoranda em Ciências da Comunicação na Escola da Indústria Criativa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - RS; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6683371595996160>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8640-4193>; e-mail: stella.mcaetano@gmail.com

RESUMO

A presente pesquisa busca compreender a narrativa de moda criada por Jeremy Scott para a coleção de Resort da irreverente e divertida grife MOSCHINO, e as implicações e mensagens nela presentes através do acionamento da ideologia do horror, proposta por Barry Grant (2010), que a permeia. Ainda, são acionados os filmes de terror e a celebração do halloween, juntamente com suas dinâmicas e *status* de cultura pop, que envolvem o espectador em uma experiência imersiva. Esses elementos dão suporte à análise do desfile, desde sua ambientação às peças apresentadas pelo designer Jeremy Scott. Ao final, é apresentada uma leitura da narrativa de moda analisada que compreende da MOSCHINO no mundo da moda enquanto uma grife criativa, lúdica, dotada de potencial subversivo que acena tanto às realidades socioculturais quanto à cultura pop.

Palavras-chave: Horror. Terror. Moda. Narrativa de moda.

Abstract

The present research seeks to understand the fashion narrative created by Jeremy Scott for the 2020 resort collection of the irreverent and fun brand MOSCHINO, and the implications and messages present in it through the ideology of horror, proposed by Barry Grant (2010), that permeates it. Furthermore, horror films and the celebration of halloween are brought to the discussion, along with their dynamics and pop culture status which involve the viewer in an immersive experience. These elements support the analysis of the show, from its setting to the pieces presented by designer Jeremy Scott. At the end, a reading of the analyzed fashion narrative is presented, which comprises MOSCHINO in the fashion world as a creative, playful brand, endowed with subversive potential that beckons to both sociocultural realities and pop culture.

Keywords: Horror. Terror. Fashion. Fashion narrative.

Resumen

La presente investigación busca comprender la narrativa de moda creada por Jeremy Scott para la colección resort 2020 de la irreverente y divertida marca MOSCHINO, y las implicaciones y mensajes presentes en ella a través de la activación de la ideología del horror, propuesta por Barry Grant (2010), que lo impregna. Además, se activan las películas de terror y la celebración de Halloween, junto con su dinámica y estatus de cultura pop, que involucran al espectador en una experiencia inmersiva. Estos elementos sustentan el análisis de la muestra, desde su ambientación hasta las piezas presentadas por el diseñador Jeremy Scott. Al final, se presenta una lectura de la narrativa de la moda analizada, que comprende a MOSCHINO en el mundo de la moda como una marca creativa, lúdica, dotada de un potencial subversivo que asiente tanto las realidades socioculturales como la cultura pop.

Palabras clave: Horror. Terror. Moda. Narrativa de moda.

1 INTRODUÇÃO

O horror e os filmes de terror não costumam ser objetos de pesquisa muito presentes nos estudos em comunicação quando em articulação com o universo da moda. No entanto, nos últimos seis anos o horror experimenta um retorno à cultura pop *mainstream* catalisado por filmes *remakes* e séries como *Stranger Things* (2016) e *IT: a coisa* (2017), que apostam na nostalgia em suas histórias macabras e assim conquistaram o público geral. Na moda, o horror que aparecia pontualmente, de tempos em tempos, enquanto um elemento presente em algum detalhe, inspiração ou maquiagem, ganhou mais espaço e estampas nas passarelas e nas lojas com a efervescência do gênero na cultura pop.

O desfile da coleção Resort 2020 da grife MOSCHINO, sob direção criativa de Jeremy Scott, ocorrido em 2019, mergulha no universo dos filmes de terror e do halloween para trazer uma experiência de desfile que foi além da apresentação de peças inspiradas. Jeremy Scott, tal qual as histórias de horror que homenageou, brindou os espectadores com uma narrativa de moda completa digna de filme de terror.

Diante deste quadro, a presente pesquisa, exploratória e qualitativa, busca compreender a narrativa de moda apresentada pela coleção Resort 2020 da grife MOSCHINO, a partir da ideologia do horror proposta por Barry Grant (2010) e das bases bibliográficas acerca do horror, dos filmes de terror e do halloween, bem como da própria ideologia do horror (GRANT, 2010; KRACAUER, 1947; WOOD, 1979), e desdobramentos socioculturais dos mesmos. Após a apresentação da fundamentação teórica é explanada a análise do desfile da coleção Resort 2020 da grife MOSCHINO, realizada a partir do vídeo do evento, disponível *online*². Ao final, por meio de triangulação dos conteúdos expostos é apresentada uma discussão acerca da narrativa de moda analisada que compreende a MOSCHINO, no mundo da moda, enquanto uma grife criativa, lúdica, dotada de potencial subversivo que acena tanto às realidades socioculturais quanto à cultura pop.

2 A HERANÇA MALDITA: O HORROR NA CULTURA POP

2.1 SCARY MOVIES

O horror é uma prática cultural de longa data, estando estabelecido como um gênero importante no último milênio (BOSCO, 2003; FELTON, 1999; KAWIN, 2012). O horror está relacionado em primeira e última instância ao medo e, como bem nos recorda H. P. Lovecraft (2007), “A emoção mais antiga e mais forte da humanidade é o medo, e o tipo de medo mais antigo e mais poderoso é o medo do desconhecido”. Assim, o horror

² Disponível em: <https://youtu.be/pva7tGZkij4>

esteve presente na história desde seu início nos mitos e lendas que buscavam explicar os fenômenos da natureza e a própria morte, que eram passados oralmente, nas trovas medievais, nos escritos de Aristóteles, nas encenações teatrais e hoje, nos filmes, séries, jogos, podcasts e tantos mais e diversos formatos de mídia. Para Ken Gelder (2002), o horror é parte integral do tecido social da forma como o conhecemos, afinal, as esferas social e política necessitam do horror em suas retóricas e em suas narrativas para manter-se.

As literaturas de horror, fantástica e gótica, fornecem as bases para a concepção da ideia de horror enquanto gênero. A literatura fantástica do século XVIII, é marcada pela monstruosidade, o estranho, o abjeto, assombrados pela morte inerente. A literatura de horror brindou o segmento com histórias, personagens, monstros e monstruosidades que permeiam o imaginário e atraem cada vez mais leitores. Essas histórias são mimeses da violência real, seus eventos gráficos, monstros e assombrações despertam interesse pois são representações do horror realistas o suficiente para que o leitor, incomodado, pense sobre o que poderia acontecer se os eventos fossem reais, sem se esquecer de que está lendo uma ficção (MATEK, 2015).

Por sua capacidade de perturbar e desorientar através do medo, as histórias de horror, sob errônea compreensão, passaram a ser percebidas, ao longo dos anos, como superficiais, indignas, duvidosas e “meras demonstrações de carnificina” (MATEK, 2002, p.69). No entanto, essa mesma capacidade é o que desperta questionamentos e ponderações acerca do diferente, dos tabus sociais, dos problemas inerentes à existência humana, seus conflitos e desejos.

Conforme surgem novas formas de contar histórias, o gênero do horror, que antes se concentrava na oralidade, nas artes e na literatura, é transportado e adaptado para o cinema e televisões, sem deixar de causar inquietações.

O primeiro filme de horror a transportar essas histórias fantásticas para o cinema foi *Le Manoir du Diable*, ou *O Solar do Diabo*, de Georges Méliès, em 1896. No entanto, o cinema de terror começa a produzir filmes em massa a partir de 1920, com as narrativas cinematográficas do cinema expressionista alemão, como *O Gabinete do Dr. Calligari* (1920), *Nosferatu* (1922) e *O Homem que Ri* (1928), por exemplo. Reinterpretações e novas representações seguem nas décadas de 1950 e 1960, pela produtora British Hammer, que lançou os filmes *A Maldição de Frankenstein* (1957), *Drácula* (1958) e *A Múmia* (1969). No Brasil, o cinema de terror era movimentado por José Mojica Marins, o Zé do Caixão, que, entre curtas e longas-metragens, marcou a história nacional com os filmes: *À Meia Noite levarei Sua Alma* (1964), *Esta Noite Encarnarei no Seu Cadáver* (1967) e *O Estranho Mundo de Zé do Caixão* (1968). Na Itália, *giallos* como *Black Sabbath – As Três Faces do Terror* (1963), *Suspiria* (1977) e *Holocausto Canibal* (1980), marcaram o gênero. No entanto, foi

a produção cinematográfica de terror estadunidense que se destacou na metade ocidental da história do horror.

Na década de 1930 a *Universal Studios* produziu os filmes e estabeleceu os personagens que ficariam conhecidos como *Universal Monsters*, as criaturas dos filmes: *Dracula* (1931), estrelando Bela Lugosi; *Frankenstein* (1931) e *A Múmia* (1932), protagonizados por Boris Karloff; *A Noiva de Frankenstein* (1935), interpretada por Elsa Lanchester; *O Lobisomen de Londres* (1935); e *A Criatura da Lagoa Negra* (1954).

O cinema estadunidense de horror dominou o cenário ocidental e, no decorrer das décadas, suas produções foram moldando e lançando as tendências do gênero. Conforme exposto, os monstros fantásticos dominaram as telas dos cinemas nas décadas de 1930, 1940 e 1950, mas, em 1960, o gênero apresenta um novo tipo de monstro, um monstro humano, ou melhor, o humano monstro. A partir desse momento, a ameaça não se restringia a ser uma criatura monstruosa, poderia ser qualquer pessoa, em qualquer lugar; à tal ideia são acrescentados, na década seguinte, 1970, os medos psicológicos. Em 1980 os filmes *slasher*, nos quais há um assassino à espreita de jovens vítimas e as mata da maneira mais rápida, engenhosa, brutal e sangrenta possível, se popularizaram. Nos anos 90, assassinos em série foram o novo elemento inserido no cinema de terror, enquanto nos anos 2000 os filmes de tortura e violência explícita tomaram à dianteira juntamente com a onda *remakes*.

Atualmente, o gênero do terror acumula as inovações e as convenções estabelecidas durante a sua história; talvez, sua maior inovação tenha sido o retorno ao terror psicológico com uma nova onda de filmes que privilegiam uma atmosfera sobrenatural, sombria de suspense e tensão inquietantes, com breves inserções de horror de maneira impactante.

Essa linha temporal de produções cinematográficas cujas décadas, olhadas em retrospecto, são marcadas por características específicas, ajudam, ainda, na compreensão do que Grant (2010) chama de ideologia do horror. Para o autor, há uma constante entre os filmes de terror: sua relação direta com os medos humanos fora da ficção, na realidade. Nesse mesmo sentido, Stephen King (1989), autor de dezenas de histórias de terror que inspiraram filmes, também observa que:

Se o filme de horror tem o mérito de remissão social, é devido a sua habilidade de formar elos entre o real e o irreal – de fornecer subtextos. E em função de seu apelo às massas, esses subtextos assumem frequentemente uma dimensão cultural. (KING, 1989, p.141-142)

As dinâmicas do cinema de terror, portanto, estão ligadas ao contexto social e cultural no qual se dão. Voltando ao início da linha do tempo, a primeira leva expressiva de

filmes de terror foi produzida na Alemanha, na década de 1920, e ficou conhecida como expressionista, em seguida, já nos EUA, uma nova leva de filmes despontou. Ocorre que o cinema expressionista alemão teve seu auge na década de 1920 e logo se dissolveu em 1930 com a ascensão do partido nazista ao poder; isso porque cineastas, diretores, atores e outros trabalhadores do cinema, e da cultura, deixaram o país e mudaram-se para os Estados Unidos da América (EUA) e continuaram a trabalhar no gênero em Hollywood. A *Universal Studios*, responsável pelos filmes de terror e monstros mais marcantes da década de 1930, era dirigida pelo imigrante alemão Carl Laemmle, e os filmes, em sua maioria, produzidos por seu filho Carl Jr. Além disso, cineastas, diretores e diretores de fotografia, também imigrantes alemães, trabalharam nas produções da época, inserindo elementos de sua herança de horror expressionista alemão nos filmes estadunidenses (GRANT, 2010).

Ainda, nesse contexto de guerra, Poole (2018) pondera que após a Primeira Guerra Mundial os filmes e programas de horror passaram a lidar de maneira mais aberta, franca e expressiva com a própria morte e seus cadáveres. Os corpos mortos de seres humanos ganharam a atenção do gênero na literatura, cinema e televisão, também, em decorrência da superexposição de cadáveres durante o período da guerra. A guerra tornou a morte e os corpos mortos parte da vida de inúmeras pessoas, uma vez que muitos desses corpos não puderam ser enterrados, identificados ou, sequer, estavam em condições de serem reconhecidos como humanos (POOLE, 2018).

Assim, conforme Grant (2010) e Kracauer (1947), os filmes de terror incorporam características culturais e sociais dos locais, sociedades e contextos temporais nos quais seu processo de produção acontece; isso se dá, pois são resultado do trabalho coletivo de sujeito sociais e relacionais. Dessa forma, se dirigem a uma multidão anônima, no sentido que representa elementos, assuntos e temas populares, sob a premissa do horror, para satisfazer às ansiedades e desejos do público massivo. Em resumo, “filmes de terror, como a maioria dos filmes de gênero, são mais sobre a época e o lugar em que foram feitos do que quando seus enredos são ambientados, e refletem os valores e a ideologia da cultura que os produziu” (GRANT, 2010, p. 6).

Seguindo, ainda, o lastro da relação entre filme e sociedade, Wood (1979) se inspira na ideia de sujeitos burgueses cegos, incapazes de imaginar o Outro, desenvolvida por Barthes (1972), para apontar que, na sua concepção, à sua época, o gênero do terror se tratava da luta pelo reconhecimento de tudo aquilo que a sociedade reprime ou oprime. A representação disso nos filmes de terror se daria na medida em que esses reprimem o desejo dentro do eu e o rejeitam, projetando-o para fora como um Outro monstruoso. Esse Outro, na história dos filmes de terror, frequentemente se apresentava, e ainda se apresenta, na figura de mulheres, do proletariado, outras culturas, grupos étnicos, ideologias alternativas ou sistemas políticos, crianças e sujeitos que pudessem apresentar o que o “normal” considera desvios das normas sexuais.

Sob essa concepção, Grant (2010) compreende que o monstro representa um desafio aos valores burgueses dominantes do capitalismo e da monogamia heterossexual e, portanto, deve ser derrotado pelo herói masculino para que ele ocupe seu devido lugar no patriarcado. E, ao fazer isso, além de vitorioso, o mocinho conquista seu interesse amoroso feminino nos filmes do gênero. Para Wood (1979), na verdade, a maneira como a narrativa do filme de terror resolve o conflito entre o normal e o Outro é o que define e revela a sua orientação ideológica, seja ela conservadora ou progressista, que reafirma valores dominantes ou os desafia.

2.2 O HORROR NAS RUAS: A CELEBRAÇÃO DE HALLOWEEN E OS MONSTROS

O *halloween* é uma manifestação cultural de grande força nos EUA, muito embora também se manifeste em outros países e tenha as suas origens na celebração pagã de *Samhain*, que celebra o fim do outono e, também, o fim do ano celta, e a aproximação do inverno. O período é considerado o momento de honrar os mortos, mas também, devido à intensa aura sobrenatural que se abatia sobre ele, acreditava-se que maus espíritos poderiam rondar a Terra e, por isso, era necessário atender a rituais para afastá-los. *Samhain*, assim como outras celebrações pagãs, foi submetido ao processo de cristianização, do qual se origina a própria palavra halloween, que é, na verdade, uma derivação linguística popular de *All Hallow Even*, ou *All Saint's Day*, o feriado cristão celebrado no dia 1 de novembro, conhecido no Brasil como Dia de Todos os Santos; seguido, pelo também cristão, Dia de Finados, no dia 2 de novembro de cada ano.

Nos estudos de folclore, o halloween representa um costume do calendário sazonal (SIMPSON; ROUD, 2003), ou seja, é um evento anual que é estranho, vez que não é um feriado religioso ou algo parecido, mas que marca uma transição coletiva, um momento de mudanças significativas do eu, da comunidade e do mundo (KELLY; RIACH, 2020). Por outro lado, na visão de Etzioni (2000), o halloween seria uma celebração que o autor chama de “rituais de administração de tensão”, um momento no qual é possível inverter e brincar com normas sociais e culturais, bem como subverter estruturas de poder, para então regressar ao normal com o término das atividades. Em ambas as interpretações, o halloween se apresenta como um momento catártico. A palavra catarse, em sua origem, é equivalente à purgação, quando usada de forma neutra ou na medicina, e purificação, no sentido religioso. Aristóteles, quando refletiu acerca das tragédias gregas, concluiu que a finalidade dessas seria a catarse, a transformação de algo doloroso, penoso, indesejável na vida real, em algo que se torna prazeroso ao ser experienciado na arte (SCHAPER, 1968).

A celebração do halloween, em analogia com as tragédias gregas, seria uma

performance do horror, do que causa medo, nojo, estranheza, do mau comportamento e do que não é socialmente desejável, que, ao final, causa o prazer e satisfação do expurgo das repressões sociais e a diversão ao participar dessa encenação dos medos humanos.

No entanto, décadas depois, Kelly e Riach (2020) ponderam acerca do propósito do halloween, uma vez que, conforme avançou o tempo, a celebração acabou em um entrelugar de festa noturna genérica e, ao mesmo tempo, um exercício comercial que visa puramente atender aos desejos de consumidores e empresas. Quanto à estética, os autores identificam um movimento de retropia (BAUMAN, 2017), no qual as figuras não-binárias dos monstros folclóricos, tais como as fadas, duendes, fantasmas e demônios passaram a dividir espaço com os violentos monstros góticos dos romances e filmes de terror, em sua maioria representados por figuras masculinas (KELLY; RIACH, 2020).

O encontro dos filmes de terror com a festa tradicional de halloween, nos EUA, aconteceu quando em 1957 a *Universal Studios*, visando lucrar no ramo televisivo e superar as dificuldades econômicas pelo qual seu setor de produções de terror passava, realizou um processo de *rebranding* e inseriu seus filmes de terror na programação televisiva. Skal (2001), observa que à medida que as telas de televisão nas casas estadunidenses foram inundadas com os monstros dos filmes de terror, uma nova cultura começou a se formar, a “*Monster Culture*”, na qual as figuras da televisão e do cinema se tornaram sinônimo de celebrações de halloween em todo o mundo, como uma celebração do monstruoso, do assassino e, ainda, do masculino.

Tanto o halloween quanto os filmes de terror entraram para a esfera da cultura pop, não apenas pelo seu alcance, mas, também pela forma como suas apropriações e reapropriações abriram caminhos para novas formas de consumo de si; por exemplo, seus protagonistas dos filmes, humanos ou monstros, e suas histórias, são resgatados e transformados em ícones pop, referências, memes, produtos, estampas, jogos, quadrinhos e outras variações, a serem re-consumidos de novas e diversas maneiras, dentro de uma nova sensibilidade relacionada à midiatização, a qual, para Gomes (2008, p.110), configura “um novo raciocínio, mais estético, mais visual e sonoro, que implicam uma nova forma de percepção do mundo, característica da era audiovisual”.

O consumo de horror, ou terror, seja nos filmes ou no halloween, enquanto cultura pop, esbarra, ainda, no que Soares (2014) afirma como formas de consumo e de fruição, as quais promovem uma sensação de pertencimento, ou compartilhamento de afinidades, que insere os sujeitos em um sentido globalizante e transnacional. Assim, ainda que o cinema de terror seja majoritariamente estrangeiro e o halloween uma festa tradicional estadunidense, seu alcance extrapola limites geográficos e permite que em todo o mundo globalizado pessoas tenham acesso a produções, histórias, tradições, monstros e aos produtos comercializáveis dessas decorrentes, sejam eles filmes no *streaming* ou peças de roupas que se inspiram neles.

3 MOSCHINO: ARTE E CULTURA POP

Moschino é o sobrenome do italiano Franco Moschino e de sua grife de roupas, acessórios e perfumaria. O estilista nasceu em 27 de fevereiro de 1950, em Abbiategrasso, Itália, estudou desenho na Academia de Belas Artes em Milão e começou sua carreira de estilista em 1970, sendo contratado no ano seguinte por Gianni Versace e com ele trabalhou até 1977. Antes de lançar sua própria marca Franco Moschino ainda integrou às grifes *Cadette*, *Max Mara* e *Davidoff*. Foi em 1983 que o estilista fundou a marca MOSCHINO e no ano seguinte ocorreu seu primeiro desfile, que já transparecia o estilo despojado, colorido e irreverente que se tornou inevitavelmente sua marca registrada, vez que o próprio Franco Moschino era um homem rebelde, crítico do mundo, do capitalismo e da própria moda, ativista, irônico e bem-humorado.

Nos dez anos subsequentes a MOSCHINO se consolidou no cenário internacional da moda, lançando sua primeira coleção masculina em 1985, sua linha feminina de jeans em 1986 e sua primeira fragrância, *I Love Love*, em 1987, sempre mantendo sua essência ousada, cujo grande e sofisticado evento de lançamento no mercado estadunidense ocorreu em 1991. A marca comemorou seus 10 anos de sucesso em um grande desfile, que acabou por marcar os últimos anos de Franco Moschino na direção criativa. Lemos (2014) relata que, em 1991, Moschino descobriu ser portador do vírus HIV - ainda que a família não tenha confirmado, mas, sim, afirmado que o estilista lutava contra um tumor no abdômen -, e diante dessa descoberta voltou-se para as atividades sociais, fundando o projeto social Smile, paralisando sua grife e promovendo eventos de moda beneficentes a fim de arrecadar fundos para tratamento de crianças portadoras do vírus. Franco Moschino faleceu em 18 de setembro de 1994, deixando para MOSCHINO sua essência desafiadora e bem-humorada de forma que, até hoje, sua personalidade está impressa em todas as criações da marca.

A grife, porém, não se encerrou, e a sua direção artística passou para as mãos de Rossella Jardini, ex-assistente de Franco Moschino, que ocupou tal posição entre o final de 1994 e início de 2013, ano no qual Jeremy Scott passou a ocupar este cargo. Jeremy Scott nasceu em 8 de agosto de 1975 na cidade do Kansas, Missouri, interior dos EUA, e formou-se em design de moda no *Pratt Institute*, em Nova Iorque, em 1995. No ano seguinte, 1996, o estilista se mudou para Paris e se dedicou a construir sua marca homônima, Jeremy Scott. O desfile de sua primeira coleção, inspirada no filme *Crash – Estranhos Prazeres* (1996), ocorreu em 1997 e foi descrito por ele como “Blade Runner, sacos de lixo e o apocalipse”. Apadrinhado por Karl Lagerfeld, Scott se destacou por sua ousadia nas passarelas, e recusou diversos convites para se juntar a outras grifes até que, se identificando com a proposta irreverente e atrevida da MOSCHINO, aceitou ser seu diretor criativo.

Com Jeremy Scott à frente da criação da grife, MOSCHINO se tornou ainda mais

A estética Jeremy Scott para MOSCHINO é distinta e não deixou de ser nos últimos 7 anos; dentre os desfiles inspirados pela arte e pela cultura pop, para fins da presente reflexão, destaca-se a coleção Resort de 2020, inspirada nos filmes de terror e seus monstros.

As coleções feminina e masculina Resort da grife MOSCHINO, no ano de 2020, foram apresentadas por meio de um desfile estruturado como uma narrativa de moda. Essa narrativa foi construída de modo a colocar a realidade em suspenso, ou seja, no momento daquele desfile no qual aquela história foi contada, o espectador é transportado para a fantasia monstruosa de Jeremy Scott e desligando do mundo real pelo escapismo do show que se desenrola diante de seus olhos.

A narrativa visual de moda do desfile começa na ambientação dos convidados em relação ao cenário proposto. Cenário este estranho, desconfortável, incomum ao mundo da moda de alta costura. Quando o crepúsculo começa a acontecer, um barulho de toque de telefone soa alto por aquela rua. Aos gritos, a primeira modelo sai pela porta de uma das casas do bairro fictício e, correndo, desesperada, bate de porta em porta buscando abrigo do mal que a ameaça. Se instaura, assim, o terror, o suspense, a dúvida sobre as coisas horríveis que irão proceder àquele grito horrível.

Esse primeiro look, dramaticamente apresentado, é composto por um suéter branco com a estampa de um rosto feliz típico das decorações de abóboras de halloween, uma calça jeans com diversas pequenas estampas de traços sobrepostos que representam, de maneira simples e infantil, as costuras que unem pedaços de pele, coturno de salto plataforma nos pés, mini bolsa em formato de rosto branco com a boca aberta, fazendo referência à máscara do assassino do filme *Pânico* (1996), o *Ghostface*, porém transformando seus olhos caídos e tristes em olhos redondos de *cartoon*; ainda homenageando

Figura 1: mosaico de comparação entre filme e desfile, Pânico (1996), MOSCHINO por Jeremy Scott (2020).



Das casas começam a sair os modelos, andando pelas ruas enevoadas como os monstros em seus filmes, concretizando, assim, o horror dessa narrativa e desfilando as criações monstruosas de Jeremy Scott. Ao todo, foram 89 looks registrados por Marco Ovando, fotógrafo da MOSCHINO, dentre os quais se destacam as homenagens aos filmes: *Dracula* (1931) e *A Criatura da Lagoa Negra* (1954), através das estampas coloridas, ao estilo *pop art*, dos vestidos, camisas e casacos; *A Múmia* (1932), apresentando um modelo completamente enfaixado e também peças cuja estampa de ataduras em *pop art* faz a referência; *O Iluminado* (1980), ao escolher modelos gêmeas para andar juntas de mãos dadas tal qual as gêmeas fantasmas do Hotel Overlook, bem como na escolha do modelo dos vestidos que remete ao utilizado pelas crianças do filme, porém com uma estampa moderna e colorida; e, por fim, é representada na passarela a apresentadora, atriz e diva do terror Maila Nurmi (1922-2008), a Vampira, encarnada pela *drag queen* Violet Chachiki, que encenou sua icônica caminhada de braços esticados para frente, como uma múmia, registrada no filme *Plano 9 do Espaço Sideral* (1959).

Figura 1: mosaico de peças inspiradas em filmes de terror, MOSCHINO por Jeremy Scott, 2020.



Fonte: Mosaico elaborado pela autora com base em Vogue US (2022).

Outros filmes que inspiraram Jeremy Scott foram: *Frankenstein* (1931), representado de maneira infantil, muito ligada à sua representação nas celebrações de halloween, através da cor verde limão neon e dos desenhos de costura de pele, novamente; *Carrie – A Estranha* (1976), inspira Scott a apresentar rainhas do baile MOSCHINO vestidas em rosa bebê, portando faixas e coroas, assim como Carrie White, antes de receber um banho de sangue de porco e assassinar 62 pessoas usando telecinese; *Abracadabra* (1993) aparece em um look de bruxa com uma grande e bufante capa roxa que, somada à caracterização da modelo com uma longa peruca loira, remete à bruxa Sarah Sanderson, interpretada por Sarah Jessica Parker no longa; e *A Noiva Cadáver* (2005), encerrando seu desfile com o tradicional vestido de noiva branco, porém com ossos à mostra uma aranha de broche.

Figura 3: mosaico de peças inspiradas em filmes de terror, MOSCHINO por Jeremy Scott, 2020.



Fonte: Mosaico elaborado pela autora com base em Vogue US (2022).

O desfile se encerra com as dezenas de modelos caminhando lado a lado, tomando a rua ao redor espectadores, como uma horda de zumbis caminhando sob a luz da lua.

Para além dos filmes de terror, Jeremy Scott trouxe para essa coleção outros elementos de cultura pop que compõem a constelação de símbolos e significados das celebrações de halloween, como é o caso dos monstros, bruxas, diabos, das máscaras de palhaço e lobo, as teias de aranhas, fantasmas, espantalhos, abóboras (*Jack-O-Lantern*), esqueletos e gatos pretos.

4 CONCLUSÃO

Na coleção Resort de 2020 da MOSCHINO, Jeremy Scott resgata imagens, personagens e elementos do imaginário popular e da cultura pop que surgiram no folclore e na literatura gótica e fantástica, assim como nos filmes de terror, os quais se misturaram ao cotidiano estadunidense no encontro e junção dos filmes de terror exibidos nos cinemas e nas televisões com a celebração anual de halloween. Sem perder a irreverência e o tom divertido e pop *art* característico da *maison*, a narrativa de moda do desfile encena um conto de terror no qual a mocinha foge aterrorizada e os monstros tomam as ruas de uma pacata cidade.

Monstro após monstro, ou modelo após modelo, o desfile apresentou a visão de Jeremy Scott dos filmes, personagens de terror e símbolos do halloween, em uma lin-

guagem de moda rica e expressiva. A narrativa de moda apresentada no desfile, para além das inspirações presentes nas próprias roupas, também englobou a ambientação do show, que teve início com o cair da noite, em uma rua de subúrbio estadunidense imersa em neblina e com baixa iluminação. Os modelos apresentavam as peças e os monstros, alguns, como Violet Chachiki, interagiram com os espectadores através de sustos, como intentam os filmes de terror. Ao fim do desfile, designer e as suas criações caminham em conjunto, meio organizado, meio desordenado, tomando a rua em volta dos espectadores rumo ao horizonte noturno.

Os monstros da MOSCHINO se mostram, assustam e sobrevivem ao final, caminhando junto com seu criador vestido pelo símbolo do anarquismo. Nessa narrativa de moda e terror, a ideologia do horror proposta por Grant, tendo como base os estudos de Wood, se apresenta progressista, na medida em que o monstro, o Outro, resiste ao conflito e engole, na figura do espectador, o “normal”. Nesse sentido, intencionalmente ou não, Jeremy Scott, no desfile *Resort 2020* da MOSCHINO, oferece aos espectadores, presentes e dos vídeos, um momento divertido de suspensão da realidade, por meio de sua narrativa de moda fantasiosa e lúdica.

Durante sua história, a MOSCHINO dialogou de maneira irônica com a própria moda apresentando peças, e até mesmo coleções inteiras, que não são acessíveis às ruas, ou seja, não são peças construídas com a ideia de serem usáveis no cotidiano. A grife marca seu lugar no mundo da moda como uma casa de criatividade que caminha pelo lúdico e o cartunesco, fazendo uso do absurdo e da cultura pop e por meio deles se fixando suas bases entre os grandes da indústria moda. O desfile analisado no presente estudo ficará marcado na história da grife e da moda como mais um momento no qual MOSCHINO reafirma seus pilares e, por meio de suas criações, subverte o cenário da moda.

Na narrativa de Jeremy Scott para a coleção *Resort 2020*, transparecem, de forma irreverente e divertida, o rompimento com a beleza convencional, escondida atrás das máscaras, maquiagem e caracterizações dos modelos, bem como celebra a cultura pop do terror e do halloween afirmando o estranho, os estranhos, os Outros, como parte da indústria da moda e potências de subversão.

REFERÊNCIAS

- ANGELIDOU, Anastasia. **Pop art evolution and its impact on fashion and product design**. Orientador: Prof. Ioanna Symeonidou. 118 fls. Dissertação (Mestrado) Master of Science (MSc) in Strategic Product Design, School of Economics, Business Administration & Legal Studies / Science and Technology, International Hellenic University, Thessaloniki, Grécia, 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Retropia**. Zahar, Rio de Janeiro, 2017.
- BARTHES, Roland. **Critical essays**. Northwestern University Press, 1972.
- BOSCO, Joseph. Young people's ghost stories in Hong Kong. **The Journal of Popular Culture**, 40, 785–807, 2003.
- ETZIONI, Amitai. Toward a theory of public ritual. **Sociological Theory**, v. 18, n. 1, p. 44-59, 2000.
- FELTON, Debbie. **Haunted Greece and Rome**: Ghost stories from classical antiquity. Austin: University of Texas Press, 1999.
- FISHER, Alice. “Jeremy Scott: ‘I Try to Convey Joy in the Clothes I Design.’” The Guardian, September 14, 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/fashion/2014/sep/14/jeremy-scott-fashion-designer-moschino>. Acesso em: 04 ago. 2022.
- GELDER, Ken. **The Horror Reader**. New York: Routledge, 2002.
- GOMES, Itânia. O **Embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico**. In: CASTRO, Maria Lília Dias e DUARTE, Elizabeth Bastos. Em Torno das Mídias: Práticas e Ambiências. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 96-112.
- GRANT, Barry Keith. Screams on screens: Paradigms of horror. **Loading...**, v. 4, n. 6, 2010.
- KAWIN, Bruce. **Horror and the horror film**. London, England: Anthem Press, 2012.
- KELLY, Simon; RIACH, Kathleen. Halloween, organization, and the ethics of uncanny celebration. **Journal of business ethics**, v. 161, n. 1, p. 103-114, 2020.
- KING, Stephen. **Dança Macabra**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.
- KRACAUER, Siegfried. **From Caligari to Hitler**: A Psychological History of the German Film. Princeton: Princeton University Press, 1947.
- PIPER, David. **The Illustrated History of Art**. Chancellor Press, 2000.
- POOLE, W. Scott. **Wasteland: the great war and the origins of modern horror**. Catapult, 2018.

REMSEN, Nick. MOSCHINO – Resort 2020. VOGUE US, 2019. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2020/moschino#review>. Acesso em: 01 jun. 2022.

SIMPSON, Jacqueline; ROUD, Stephen. **A dictionary of English folklore**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, v. 2, n. 24, 2014.

SCHAPER, Eva. Aristotle's catharsis and aesthetic pleasure. **The Philosophical Quarterly** (1950-), v. 18, n. 71, p. 131-143, 1968.

SKAL, David J. **The monster show**: A cultural history of horror. New York: Macmillan, 2001.

VOGUE US. **Moschino**: Resort 2020. 2022. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2020/moschino>. Acesso em: 01 jun. 2022.

WIDDICOMBE, Lizzie. "Barbie Boy." The New Yorker, March 21, 2016. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2016/03/21/jeremy-scotts-new-moschino>. Acesso em: 04 ago. 2022.

WOOD, Robin. "An Introduction to the American Horror Film." In: BRITTON, Andrew; LIPPE, Richard; WILLIAMS, Tony; WOOD, Robin. **American Nightmare**: Essays on the Horror Film, pp. 7-28. Toronto: Festival of Festivals, 1979.

Data de submissão: 28/02/2022

Data de aceite: 19/05/2022

Data de publicação: 01/06/2022



**OS ACESSÓRIOS AFIADOS DA PUTINHA TERRORISTA:
MODA, GÊNERO E AUTODEFESA EM LYZ PARAYZO**

***The Terrorist Little Bitch's sharp accessories:
Fashion, gender and self-defense in Lyz Parayzo***

***Los accesorios afilados de la Putita Terrorista:
Moda, género y defensa personal en Lyz Parayzo***

Emerson Silva Meneses¹

Martin Jayo²

1 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Mudança Social e Participação Política da mesma instituição, pesquisador do grupo ECOAR - Estudos em Corpo e Arte. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1427007709160950>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1788-5111>; e-mail: emerson.meneses@usp.br.

2 Professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9105014250584354>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0241-9687>; e-mail: martin.jayo@usp.br.

RESUMO

O objetivo é examinar produções recentes da multiartista brasileira Lyz Parayzo que envolvem joalheria e outros objetos vestíveis. O foco específico da análise é a série de *flyers* intitulada “Putinha Terrorista” (2016-2018). Analisam-se os textos e imagens fotográficas incluídas nos *flyers*, em especial quando objetos vestíveis de autoria da própria artista aparecem como elementos de figurino. A análise evidencia a maneira como Lyz Parayzo faz intenso uso de códigos da Moda para produzir uma arte ativista em prol da população transvestigênera. A contribuição do estudo decorre do fato de não haver, até onde pudemos avaliar, pesquisas que tenham analisado a obra de Lyz Parayzo especificamente pela perspectiva da Moda.

Palavras-chave: Ativismo artístico; Objetos vestíveis; Dissidência de gênero.

Abstract

The objective is to examine recent productions by Brazilian multiartist Lyz Parayzo that involve jewelry and other wearable objects. The specific focus of the analysis is the series of flyers entitled “Putinha Terrorista” (2016-2018). The texts and photographic images included in the flyers are analyzed, especially when wearable objects created by the artist herself appear as costume elements. The analysis highlights the way in which Lyz Parayzo makes intense use of Fashion codes to produce an activist art in favor of the transvestite/transgender population. The contribution of the study stems from the fact that, as far as we could evaluate, no research has analyzed the work of Lyz Parayzo specifically from the Fashion perspective.

Keywords: Art activism; Wearable objects; Gender dissent.

Resumen

El objetivo es examinar producciones recientes de la multiartista brasileña Lyz Parayzo que involucran joyas y otros objetos vestibles. El foco específico del análisis es la serie de volantes titulada “Putinha Terrorista” (2016-2018). Se analizan los textos e imágenes fotográficas incluidas en los volantes, especialmente cuando aparecen como elementos de vestuario objetos vestibles de la propia artista. El análisis destaca la forma en que Lyz Parayzo hace uso intenso de códigos moda para producir un arte activista en favor de la población transvestisgênera. El aporte del estudio radica en que, hasta donde hemos podido evaluar, no existe ninguna investigación que haya analizado la obra de Lyz Parayzo específicamente desde la perspectiva de la Moda.

Palabras clave: Activismo artístico. Objetos vestibles. Disidencia de género.

1 INTRODUÇÃO

Lyz Parayzo (Rio de Janeiro, 1994) é uma artista brasileira, atualmente radicada na França, que vem ganhando destaque nacional e internacional pelas discussões que promove sobre as dissidências sexuais e de gênero, a cisnormatividade e, em especial as violências sofridas no Brasil pela população transvestigênera³. Seus trabalhos integram atualmente coleções de importantes instituições brasileiras, como o Museu de Arte do Rio (MAR), o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e o Museu de Arte Contemporânea de Niterói (MAC-Niterói).

Sobretudo em fases mais recentes, a partir de 2016, seu trabalho artístico tem se baseado na criação de joias, acessórios e outros objetos vestíveis, em claro diálogo com a linguagem de moda. Apesar desse diálogo, embora a obra da artista venha atraindo crescente atenção de pesquisadores – a exemplo de Queiroz e Moss (2017), Tinoco (2019) e Ferreira (2019) – ainda não se desenvolveram trabalhos que a analisem especificamente pela perspectiva da Moda. Diante disso, o objetivo do presente artigo é discutir parte da produção recente de Lyz Parayzo a fim de examinar como a artista faz uso de códigos da Moda para produzir sua arte.

Como justificaremos adiante, elegemos como foco principal da análise uma obra em particular, denominada “Putinha Terrorista”. Trata-se de uma série de panfletos, ou *flyers*, distribuídos por meio de performances em galerias e espaços de arte, sobretudo nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro (Figura 1).

3 Transvestigênera, bem como sua variação transvestigênera, são termos cunhados por ativistas LGBTQIA+, que vem sendo empregados para reunir em uma só denominação as identidadesdes de pessoas trans, travestis e agêneras.

Figura 1 – Distribuição de *flyers* da série Putinha Terrorista (Rio de Janeiro, 2017)



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

Para desenvolver a discussão aqui proposta, o presente artigo se organiza em duas seções principais, além desta Introdução e das Considerações Finais. A primeira seção tem por objetivo traçar um breve panorama da produção da artista com destaque para o período de 2016 em diante, em que se dá um maior diálogo com a Moda. A segunda analisa mais especificamente os códigos de Moda presentes na obra Putinha Terrorista, e para tanto são analisados os textos e imagens fotográficas presentes nos *flyers*, em especial naqueles em que objetos vestíveis de autoria da própria artista aparecem como elementos de figurino.

2 DAS BIXINHAS À PUTINHA TERRORISTA: TRAJETÓRIA DE LYZ PARAYZO

Natural de Campo Grande, bairro periférico do município do Rio de Janeiro, Lyz Parayzo tem formação em teatro pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) e em artes visuais pela Escola de Artes Visuais do Parque Lage, também no Rio. Atualmente vive e estuda na França cursando mestrado na *École Nationale des Beaux-Arts* de Paris. Sua produção artística já transitou por diferentes linguagens, como a performan-

ce, o audiovisual, a escultura e, mais recentemente, a joalheria. Essas diferentes frentes de atuação têm como elemento unificador o uso do próprio corpo da artista, e mais especificamente da sua performatividade de gênero, como ferramenta de pesquisa. De origem negra e periférica e designada como homem ao nascer, Lyz Parayzo se identifica como uma pessoa trans não-binária, e produz uma arte com forte sentido político originado dessa sua identidade, e das vivências de discriminação resultantes.

Uma visão panorâmica da trajetória artística de Lyz, englobando suas diferentes fases, é fornecida, por exemplo, por Queiroz e Moss (2017). No presente trabalho, como já mencionado, interessa-nos em específico a produção mais recente, em que a artista dialoga mais fortemente com códigos da Moda. O ponto de partida deste período é a série de trabalhos intitulada “Bixinhas” (figura 2), constituída por objetos escultóricos em alumínio por meio dos quais Lyz Parayzo promove uma releitura da famosa série de esculturas “Bichos”, de Lygia Clark (1920-1988).

Figura 2 – Escultura da série Bixinhas. Alumínio, 15 x 15 x 15 cm, 2018



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

O jogo de palavras na criação do nome, junto com o aspecto cortante destes objetos, são uma referência à necessidade de autodefesa por parte de minorias LGBTQIA+. Se os Bichos de Lygia Clark chamam à interatividade e são concebidos para serem tocados (LATTAVO, 2020), as Bixinhas de Lyz Parayzo intentam repelir a aproximação e o toque: são concebidas como arma ou equipamento de autodefesa, necessário para resistir às

violências sofridas cotidianamente. Produzida por volta de 2018, esta série de trabalhos da jovem artista obteve rápido reconhecimento e visibilidade pública. Em 2019, uma das peças foi incorporada ao acervo do Museu de Arte de São Paulo (MASP)⁴, e exposta na mostra “Histórias feministas: artistas depois de 2000” (PEDRISA; RIEILLE; LEME, Org., 2019). Em anos seguintes, bixinhas de Lyz Parayzo seriam incluídas em exposições também no Instituto Moreira Salles (IMS Paulista), na Pinacoteca do Estado de São Paulo e em outros espaços expositivos.

Uma segunda série de trabalhos, criada como desdobramento das Bixinhas, recebeu o nome de “Próteses Bélicas”. Aqui, Lyz Parayzo cria acessórios, joias e outros objetos vestíveis que igualmente remetem às opressões e violências dirigidas a todos aqueles dissidentes à cisheteronorma, e sobretudo à população transvestigênera. Estão presentes o “bracelete-lança”, a “unha-navalha”, o “colar-concertina”, entre outros. Além do alumínio (figuras 3 e 4), já empregado antes em “Bixinhas”, algumas das peças desta série são confeccionadas também em prata, por vezes banhadas em ouro ou cravejadas de *strass*, e apresentadas em elegantes estojos (figuras 5, 6 e 7). As próteses bélicas são, enfim, objetos que “ao primeiro olhar, demonstram requinte em sua combinação, estilo e estética, mas que, na verdade, servem como um ornamento de autodefesa” (FERREIRA, 2019, n.p.).

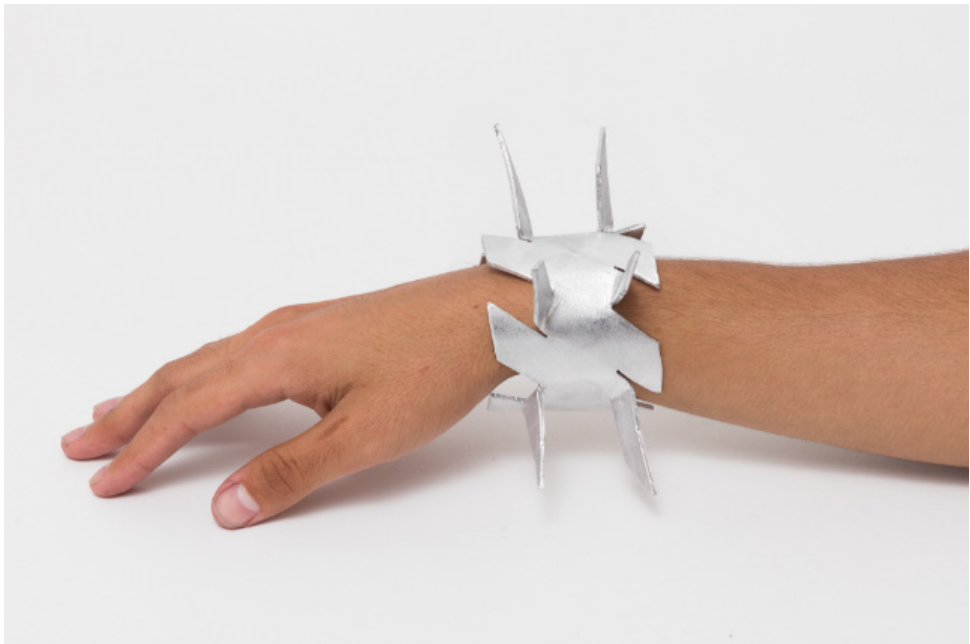
Figura 3 – Gargantilha-lança e top dentado, objetos em alumínio da série Próteses Bélicas, 2018



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

⁴ Registro disponível em: <https://masp.org.br/acervo/obra/bixinha>.

Figura 4 – Bracelete-lança, objeto em alumínio da série Próteses Bélicas, 2018



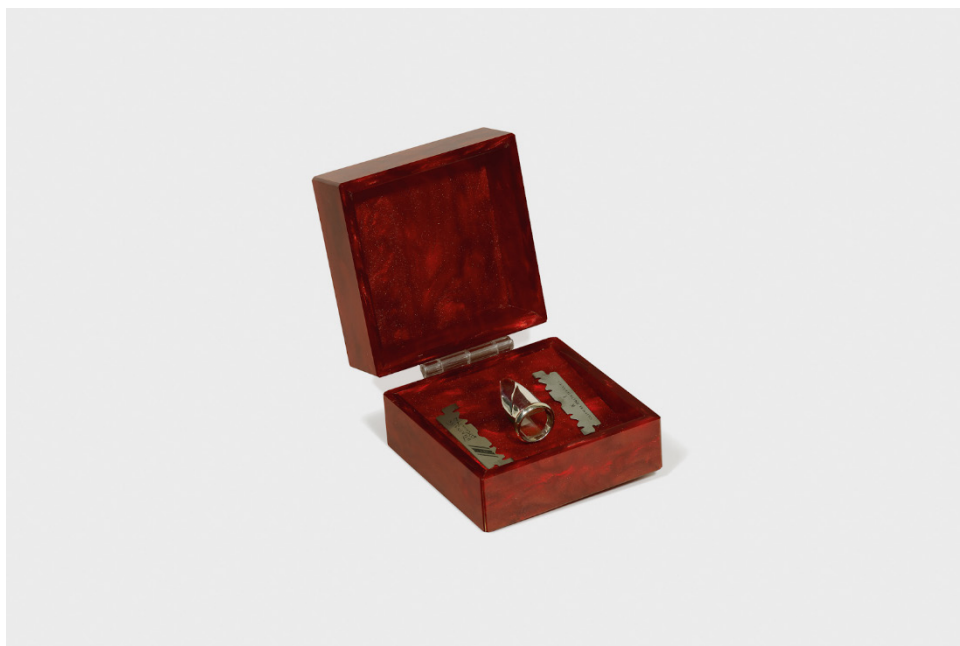
Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

Figura 5 – Anel bixinha, objeto em alumínio da série Próteses Bélicas, 2018



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

Figura 6 – UnhaNavalha #1, objeto da série Próteses Bélicas, 2016



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

Figura 7 – UnhaNavalha #2, objeto da série Próteses Bélicas, 2017



Fonte: Imagem divulgação, reproduzida de <https://cargocollective.com/lyzparayzo>

Há, por fim, uma terceira e mais recente série de trabalhos, derivada das duas anteriores, que recebeu o nome de “Putinha Terrorista”, a qual elegemos como objeto mais

específico para a análise. Trata-se de uma série de diferentes *flyers* (panfletos) impressos em papel *couché*, medindo 10 por 14 centímetros, que Lyz Parayzo criou a partir da estética e dos padrões de composição e diagramação dos panfletos usados em muitas cidades brasileiras para a divulgação de serviços de prostituição.

Os panfletos originais, de prostituição, costumam conter uma fotografia da pessoa que oferece trabalho sexual, acompanhada de uma descrição dos serviços (modalidades sexuais) oferecidos e de um telefone ou endereço para o estabelecimento de contatos (figura 8).

Figura 8 – Panfletos de serviços sexuais que inspiraram a série “Putinha Terrorista”



Fonte: Pastoral da Mulher de Belo Horizonte (2012)

No trabalho de Lyz Parayzo, o esquema é reproduzido: a artista aparece retratada em poses, vestimentas e enquadramentos que lembram os daqueles panfletos. Os serviços metafóricos anunciados nos *flyers* de Lyz Parayzo, porém, não são de natureza sexual, mas política: oferecem-se “serviços” como os de “guerrilha travesti”, “aulas de feminismo”, “hackeamentos para distribuição de renda”. Também estão presentes, assim como nos panfletos que inspiraram a obra, telefones e endereços de contato – neste caso, de conhecidas galerias e espaços de arte de São Paulo e do Rio de Janeiro (Figura 9).

Figura 9 – Série de *flyers* “Putinha Terrorista”, 2016-2018



Fonte: imagens divulgação

Em parte dos *flyers* (mais especificamente, nos três dispostos na parte inferior da figura 9) Lyz aparece usando, mesclados com outros itens de figurino, as suas próprias obras da série “próteses bélicas”, isto é, joias de metal e objetos vestíveis. É principalmente nesses três *flyers* que se concentra a análise apresentada a seguir.

3 OS ACESSÓRIOS AFIADOS DA PUTINHA TERRORISTA: ANÁLISE DOS FLYERS

Nos diversos *flyers* da série Putinha Terrorista, a imagem estampada da artista remete – assim como nos panfletos de prostituição – a uma imagem estereotipada de beleza e sensualidade, historicamente imposta aos corpos femininos. Naomi Wolf, autora feminista estadunidense, mostra que a reprodução fotográfica desse estereótipo é tão antiga quanto a própria fotografia, sendo praticada desde o século XIX em cartões postais sensuais, e na publicidade. “Na década de 1840”, a autora complementa, “foram tiradas as primeiras fotografias de prostitutas nuas” (WOLF, 2021, p.28). Fotografias das quais, certa-

mente, os panfletos atuais de serviços sexuais, que inspiraram Lyz Parayzo, são uma das múltiplas atualizações.

Se a imagem de Lyz em seus *flyers* remete a essa cadeia de referências, os “serviços” políticos anunciados neles permitem uma conexão com a pesquisadora transgênero brasileira Jota Mombaça e sua ideia de “redistribuição social das violências”. Mombaça nos ensina, sobre a violência sofrida por minorias, que

É tudo parte de um projeto de mundo, de uma política de extermínio e normalização, orientada por princípios de diferenciação racistas, sexistas, classistas, cis-supremacistas e heteronormativos, para dizer o mínimo. Redistribuir a violência, nesse contexto, é um gesto de confronto, mas também de autocuidado. Não tem nada a ver com declarar uma guerra. Trata-se de afiar a lâmina para habitar uma guerra que foi declarada à nossa revelia, uma guerra estruturante da paz deste mundo, e feita contra nós. Afinal, essas cartografias necropolíticas do terror nas quais somos capturadas são a condição mesma da segurança (privada, social e ontológica) da ínfima parcela de pessoas com status plenamente humano do mundo (MOMBAÇA, 2017, p. 306).

É disso que trata a série de *flyers*: a “putinha” personificada por Lyz Parayzo reproduz os estereótipos sexuais femininos impostos pelo projeto de mundo da sociedade hegemônica, mas é “terrorista” ao não fazê-lo pacificamente, ou sem reação. Ela devolve e redistribui a essa mesma sociedade o tratamento hostil dispensado a grupos minorizados.

É assim que, em um dos *flyers* da série (figura 10), ela usa um fio dental e um *top*, peças de vestuário convencionalmente associadas à sensualidade e à objetificação do corpo feminino, inclusive o corpo travesti. O *top*, porém, é cortante, dentado, metálico: se de um lado atende ao estereótipo, de outro se constitui como um afiado instrumento de contestação e de devolução das agressões sofridas pelo corpo que o veste. E, junto com este “top dentado”, o *look* da “putinha terrorista” inclui também três outros acessórios cortantes: uma gargantilha (a “gargantilha-lança”), um bracelete (o “bracelete-lança”) e ainda o “popcretinho”, objeto da série Bixinhas usado à guisa de leque.

Figura 10 – flyer da série “Putinha Terrorista”



Fonte: imagem divulgação

Assim como o *top*, estes três acessórios – gargantilha, bracelete e leque – são itens comumente associados à feminilidade. São ainda, historicamente, signos de refinamento e distinção de classe. No Brasil, o leque esteve presente desde o período colonial no guarda-roupa da mulher rica, como lembra Emanuel Araújo (2013, p. 54). Na releitura de Lyz Parayzo, ele é tornado também arma de luta, metálica e cortante. Poderíamos interpretar essa releitura a partir da intelectual feminista Anne McClintock, que afirma que “as roupas são os signos visíveis da identidade social, mas estão permanentemente sujeitas ao desarranjo e ao roubo simbólico” (McCLINTOCK, 2010, p. 112). A “putinha terrorista” de Lyz Parayzo, ao usar gargantilha, bracelete e leque ressignificados em armas, promove o roubo simbólico de que fala a autora, usando desses objetos tão tradicionais na moda feminina para exigir que a sociedade cisnormativa ao menos reflita sobre seus preconceitos e cis-violências.

Essa ambivalência dos itens de moda cortantes de Lyz Parayzo está presente também em outros, largamente discutidos na historiografia da moda. É o caso do *corset*, peça que carregou durante muito tempo uma imagem de opressão sobre corpos femini-

nos. A discussão artística proposta por Lyz para o *top*, o bracelete, a gargantilha e o leque guarda alguma semelhança com visão acadêmica de autores como Kunzle ([1982] 2013), Steele (1985, 1996) e Entwistle (2000) a respeito da dupla narrativa presente no uso do *corset*. Com suas amarrações, esta peça também teria feito parte da expressão sexual de mulheres na era vitoriana: muitas delas teriam valorizado a sensação de constrição que aquela peça produzia, proporcionando excitação sexual. Seu uso, então, era uma “prática sexualmente expressiva, até mesmo libertadora, especialmente para as mulheres, pois representa uma alternativa à feminilidade assexuada que dominou a cultura vitoriana” (ENTWISTLE, 2000, p. 196). A ambivalência no uso do *corset* é reconhecível no top dentado, que concomitantemente repele e atrai, agride e convida.

No *flyer* seguinte (figura 11), Lyz traja vermelho e exhibe um escudo metálico com forma de estrela, além dos seus “brincos-bixinha”, confeccionados em prata. O visual da artista é complementado por cabelos loiros, olhos e sobrancelhas fortemente maquiados, batom vermelho, meia arrastão e botas de salto. Lyz ironiza e relê os estereótipos do corpo feminino adornado para a sedução: ela se adorna, mas ao fazê-lo emprega signos (como a cor vermelha, que ressalta na composição) que remetem tanto à sedução feminina como ao campo político da esquerda. “Bixas, travestys e sapos da América Latina, uni-vxs!”, conclama o texto do *flyer*, parodiando a célebre frase do Manifesto do Partido Comunista de Marx e Engels (1986, p. 45). O escudo, por sua forma, alude por sua vez a um conhecido símbolo do campo partidário brasileiro de esquerda. Ele aparece descrito no texto do *flyer* como um apetrecho bélico para a “luta armada contra o fascismo”. Pode ser lido também como arma contra a violência de gênero e o transfeminicídio, em um país em que, com frequência, “a motivação da violência advém do gênero” (BENTO, 2017, p. 232). A “putinha terrorista” deste *flyer*, em suma, se veste, adorna e maquia citando conhecidos signos de moda que objetificam o corpo feminino, mas ao mesmo tempo o faz como maneira de fortalecimento, resistência e luta política, numa inversão e ressignificação desses mesmos signos.

Figura 11 – flyer da série “Putinha Terrorista”

Lyz Parayzo

PUTINHA COMUNISTA
A NOVA ÉGUA DO APOCALIPSE

*Estamos em guerra!
Bixas, Travestys e Sapas da
América Latina Uni-vxs!*

Serviços da comuna cuir:

- Aulas sobre feminismo e ideologia de gênero.
- Distribuição de jóias e apetrechos bélicos para autodefesa e luta armada contra o Fascismo.
- Construções de manuais para execução de críticas institucionais a partir de ações estéticas e políticas.
- Exercícios de transfiguração dos imaginários que naturalizam a objetificação de corpos não brancos e não (cis-hetero) normativos.
- Táticas de infiltração e repolitização das narrativas hegemônicas a partir das experiências do corpo.

Mais informações:

(11)3397-4002

Rua Vergueiro, 1000 - Liberdade, São Paulo



Fonte: imagem divulgação

No último flyer analisado (figura 12), uma “arma dura para unhas” é o produto anunciado, descrito como um “apetrecho para sobrevivência em sociedades patriarcais, uma joia bélica para corpos bélicos”. Seu sentido é apreendido na observação da imagem, em que fica claro que “arma dura” se refere tanto a uma simbólica armadura, vestimenta bélica imprescindível para a autodefesa da travesti, quanto ao seu órgão sexual, que com frequência também é sua arma na batalha travada nas ruas por sobrevivência.

Figura 12 – flyer da série “Putinha Terrorista”

Rua Gonçalves Ledo 11 e 17, centro



UnhaNavalha #1 - experiência n2

LyzParayzo
a putinha terrorista

contra o machQ-astral

Arma dura para unhas/cor

Apetrecho para sobrevivência em sociedades patriarcais, uma jóia bélica para corpos bélicos

preço sob consulta

(21) 2222 - 1651

Fonte: imagem divulgação

Este é o único *flyer* em que a artista não aparece de corpo inteiro. Mostra-se apenas o essencial para dar sentido ao jogo de palavras. Na parte visível de seu corpo, Lyz veste meias sete oitavos pretas, e uma saia curta na mesma cor, que se encontra levantada de forma a deixar à vista a genitália. Em uma das mãos, com unhas longas e pintadas de claro, ela empunha uma gilete, enquanto na outra exhibe sua joia denominada “UnhaNavalha #1”. Falo, gilete, navalha, saia curta, meia sexy: estão reunidas na foto as armas mais usuais das travestis sujeitas à prostituição, em sua guerra por sobrevivência nas ruas. Lyz dialoga assim com a memória de dois instrumentos largamente utilizados no Brasil como arma protetiva por travestis marginalizadas, e os traz para a linguagem da Moda. A navalha é há muitas décadas um recorrente instrumento de defesa, como ilustrado, por exemplo, em Morando (2020). Quanto à gilete, Quinalha (2021) relata como, a partir da década de 1980, com o advento da epidemia de aids, muitas travestis, quando abordadas por policiais, tinham por prática usá-la para automutilar-se, uma vez que o contato com sangue repelia e

evitava que fossem arrastadas para os camburões. João Silvério Trevisan (2018) complementa:

às vezes até coletivamente, nas celas ou em delegacias, praticavam cortes nos próprios pulsos, braços, pescoços e até órgãos genitais, com pedaços de gilete cuidadosamente metidos debaixo da língua. Era assim que conseguiam ser transferidos [sic] para hospitais, de onde podiam sair com mais facilidade (TREVISAN, 2018, p. 385).

Vê-se assim, nos três *flyers analisados*, a maneira como elementos ou itens de moda – entre os quais se incluem diferentes acessórios e objetos vestíveis criados pela própria artista – são empregados para dar visibilidade a uma importante e histórica pauta política, relacionada aos direitos de cidadania de um grupo minorizado. Nessa mobilização da Moda para produzir arte, Lyz Parayzo certamente corrobora o que aponta a socióloga Diane Crane, a respeito de um crescente diálogo entre esses dois campos: “A arte e a moda – que eram, no passado, bem distintas enquanto conceitos sociológicos – estão se tornando mais parecidas. A recepção de novas obras de arte está se assemelhando à de novas tendências de moda” (CRANE, 2011, p.130).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão das seções anteriores está longe de compreender toda a obra de Lyz Parayzo. Por intermédio dela, contudo, tivemos acesso a diferentes trabalhos da produção recente da artista – as séries “Bixinhas”, “Próteses Bélicas” e “Putinha Terrorista” – a fim de verificar como a linguagem da moda é mobilizada em uma produção artística profundamente política e ativista.

Se uma conclusão é possível, a análise nos mostra como Lyz Parayzo não cria objetos de moda para o mundo da arte, tampouco arte para o mundo da moda, mas produz uma arte e uma moda que se complementam e se fortalecem mutuamente como instrumento de ativismo político. Ela desenha e produz artefatos que tanto podem ser vestidos – como bracelete ou brinco, por exemplo – como também expostos (e o têm sido em mostras de instituições relevantes como MASP, IMS, etc.), e cuja apreciação é instigada de diferentes formas – como na realização de performances, por meio da distribuição de panfletos – sempre a serviço das reivindicações da população transvestigênere, tão sujeita a processos de marginalização, preconceito estrutural e violência. Ao fazer isso, evidencia e reforça o papel político da Moda e de seus códigos no combate a esses processos.

A análise aqui apresentada certamente tem limitações, a principal delas sendo, talvez, o fato de ter-se circunscrito à apreciação visual das obras. Os achados e a discussão aqui apresentados poderiam ser certamente enriquecidos ouvindo-se a percepção da própria artista, e mesmo de seu público. Está aí um possível caminho de continuidade para esta pesquisa, que está apenas iniciada.⁵

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emanuel. A arte da sedução: sexualidade feminina na colônia. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

BENTO, Berenice. **Transviad@s**: gênero, sexualidade e direitos humanos. Salvador: EDUFBA, 2017.

CRANE, Diana. **Ensaaios sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Senac, 2011.

ENTWISTLE, Joanne. **The fashioned body**: fashion, dress, and modern social theory. UK: Polity Press, 2000.

FERREIRA, Debora Armelin. A arte como arma em território hostil: enfrentamentos nas produções de Lyz Parayzo. **Cidades, Comunidades e Territórios**, Lisboa, n. 39, p.1-17, 2019.

KUNZLE, David. **Fashion and Fetishism**: Corsets, Tight-Lacing and Other Forms of Body-Sculpture. London: The History Press, 2013.

LATTAVO, Patrícia. A participação do espectador: de Lygia Clark à contemporaneidade. **O Fermento Revista**, 02 dez. 2020. Disponível em: <http://ofermentorevista.com.br/2020/12/02/100-anos-de-lygia-clark/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Global Editora, 1986.

McCLINTOCK, Annie. **Couro Imperial**: Raça, Gênero e Sexualidade no Embate Colonial. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

MOMBAÇA, Jota. Rumo a uma redistribuição desobediente de gênero e anticolonial da violência! In: PEDROSA, Adriano; MESQUITA, André (Org.). **Histórias da sexualidade**: antologia. São Paulo: Edições MASP, 2017. p. 301-310.

MORANDO, Luiz. **Enverga mas não quebra**: Cintura Fina em Belo Horizonte. Uberlândia: O Sexo da Palavra, 2020.

5 Brune Carvalho. Doutora em Língua e Literatura Francesa pela USP, com estágio realizado na Biblioteca Nacional da França, onde pesquisou o tema da escuta na literatura. Tradutora, revisora e crítica literária, integra hoje a equipe do Centro Cultural Literário Escrevedeira, ministrando oficinas de escrita criativa e cursos de literatura. email: bdecarvalho7@gmail.com

PASTORAL DA MULHER DE BELO HORIZONTE (2012, nov. 30). **A propaganda da prostituição perante a legislação penal**. Disponível em: <http://pastoraldamulherbh.blogspot.com/2012/11/a-propaganda-da-prostituicao-perante.html>. Acesso em: 10 jun. 2022.

PEDROSA, Adriano; RJEILLE, Isabella; LEME, Mariana (Org.). **Histórias das mulheres, histórias feministas**. São Paulo: Edições MASP, 2019.

QUEIROZ, Tania; MOSS, Angela. Lyz Parayzo: artista do fim do mundo. **Performatus**, Inhumas, vol. 5, n. 17, n.p., 2017.

QUINALHA, Renan. **Contra a moral e os bons costumes**: a ditadura e a repressão à comunidade LGBT. São Paulo: Cia. das Letras, 2021.

STEELE, Valerie. **Fashion and eroticism**: ideals of feminine beauty from the victorian era through the aazz age. Oxford: Oxford University Press, 1985.

STEELE, Valerie. **Fetish**: fashion, sex & power. Oxford: Oxford University Press, 1996.

TINOCO, Bianca. “Eu sou o melhor que eles têm”: a potência de Lyz Parayzo, puta-pornô-terrorista. **Anais do XXXVIII Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte**, Florianópolis, 2019.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021.

Data de submissão: 14/06/2022

Data de aceite: 27/08/2022

Data de publicação: 19/09/2022



SEMIÓTICA DO CORPO, DA MODA E DA COMUNICAÇÃO

Semiotics of the body, fashion and communication

Sémiotique du corps, de la mode et de la communication

**Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design,
concedida em 23 de maio de 2022; Pacaembu, São Paulo, e Heliópolis, Garanhuns.**



Fonte: acervo pessoal dos entrevistados – Recife, 2015

Nomes dos entrevistados(as): Ana Claudia Mei Alves de Oliveira¹ e Marcelo Machado Martins²

Nome do GT coordenado pelo entrevistado e anos em que foi ofertado no Colóquio de Moda: GT3: Corpo, Moda, Comunicação (2009 e 2013 a 2022)

Entrevistador (a):

Relate sua breve trajetória profissional.

Ana Claudia: Graduada em Língua e Literatura Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1975) e graduada em Publicidade e Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1976). Mestrado (1983) e Doutorado (1989) pela PUC-SP:PEPG em Comunicação e Semiótica. É membro do Conselho de Ex-Presidentes da ANPAP: Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas; Vice-presidenta da FEDROS – Federazione Romanza di Semiotica; membro da Diretoria da ASSIBERCOM – Associação Ibero-americana de Comunicação (2019-2023), na qual coordena a DTI 7: “Estética dos discursos mediáticos”. Membro da ABES: Associação Brasileira de Estudos

1 <http://lattes.cnpq.br/2458418074368433>; <https://orcid.org/0000-0002-7179-1546>; anaclaudiamei@hotmail.com

2 <http://lattes.cnpq.br/9084914012461108>; <https://orcid.org/0000-0002-5846-4559>; machadomartins@yahoo.com.br

Semióticos. Consultora *ad hoc* da FAPESP, CAPES, CNPq e PUC-SP:PIPEQ. Membro do Conselho Científico da ABEPEM – Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, e no Colóquio de Moda organiza com Marcelo Machado Martins o Gt3: “Corpo, moda, comunicação”. Professora Titular da PUC-SP: FAFICLA, na qual atua na Graduação e na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica. Dentre seus objetos de pesquisa estão: Fundamentos teóricos da Semiótica estrutural; Semiótica, estética e estesia, Figuratividade e arranjos plástico-ritmo-estésicos; Semiótica visual; Semiótica da moda e do corpo; Semiótica da mídia, Semiótica sincrética, Semiótica das práticas da vida urbana; Semiótica da cidade. É líder do Centro de Pesquisas Sociossemióticas – CPS, que codirige com Eric Landowski (CNRS, França), no âmbito do qual mantém a formação e aprofundamento teórico em rede de investigadores, e desenvolve vários acordos internacionais e nacionais para o desenvolvimento da pesquisa semiótica. É Diretora da revista *Acta Semiotica* e parecerista de vários periódicos nacionais e internacionais.

Marcelo: Formado em Letras, com especialização em Língua Portuguesa; Mestre e Doutor em Semiótica e Linguística Geral. Professor titular do Núcleo de Comunicação e Design da Universidade Federal de Pernambuco. Vice-presidente do Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda; coordenador do GT 3, “corpo, moda e comunicação” do Colóquio de Moda, e membro da Diretoria da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM). Parecerista – e por vezes, coeditor – da *Revista Dobra[s]* e da *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*.

Entrevistador (a):

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda?

Ana Claudia: Desde o 1º Colóquio de Moda, em 2005, realizado na cidade de Ribeirão Preto, no *campus* do Centro Universitário Moura Lacerda, organizado por Maria de Fátima Mattos e Kathia Castilho, a trajetória de minhas investigações de uma semiótica do corpo, da moda e semiótica do corpo vestido estiveram ligadas ao Colóquio de Moda. Foi ele o locus de partilha dos desenvolvimentos temáticos do corpo com gestualidade, postura, cinetismo em relação à moda que, em articulação, performam nos processos interacionais do contexto social e ganham circulação nas diferentes mídias. São muitos anos de edificação de uma semiótica que se ocupa das práticas sociais do corpo vestido, das marcas e produtos da indústria da moda, do consumo da moda, da edificação de padrões estéticos nos arranjos do plano da expressão para concretizar o plano do conteúdo e construir os sentidos dos diferentes tipos de enunciados. Estudos que correlacionam as abordagens semióticas do que se esteticamente se sente e inteligivelmente se conhece e reconhece

nos arranjos das passagens entre sensível e inteligível. Agradeço o companheirismo de Marcelo Machado Martins e sua enorme capacidade de estar junto em múltiplas tarefas que essa coordenação de GT exige. Sem ele, esse GT não teria continuado e guardaria tantas vidas nele formadas.

Marcelo: O Colóquio de Moda confunde com a minha própria formação, de um momento pós-doutorado. Fiz mestrado e doutorado na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP (Semiótica e Linguística Geral). Durante meus estudos formativos da pós-graduação, participei da efervescência da criação do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da PUC-SP, numa época de muito trabalho por partes dos nossos professores, que não mediram esforços para consolidar o Centro como um espaço de excelência em Semiótica, inclusive com forte direcionamento para a internacionalização, como o é até os dias de hoje. Por causa dos meus estudos em Semiótica, desde quando entrei para o CPS, a professora Ana Claudia, sempre muito atenciosa e gentil comigo, me “puxava” para discutir temas e objetos que iam muito além do que eu pesquisava, e eu encarava aquilo como uma possibilidade de aplicar o meu parco conhecimento das teorias em outras áreas. Aos poucos, foi sendo construído em torno da professora Ana Claudia um espaço para estudos sobre moda, consumo, vitrinismo/*visual merchandising*, e eu participava das discussões dos pesquisadores desse grupo, sendo chamado para assistir a apresentações, ministrar minicursos, dividir disciplinas em cursos, ser coautor: essas coisas do mundo acadêmico que são os nossos caminhos para a consolidação de um nome, de uma pesquisa, de um “nós numa área”. Então, o Colóquio teve a sua primeira edição em 2005, mesmo ano em que eu me doutorei; participar dele “de longe” e, depois, com o GT da Ana Claudia. Eu o considero de uma relevância ímpar para mim, porque eu aprendi na base daquela coisa do “se fazendo”: “eu aprendi aprendendo”. Do mesmo modo que os meus cursos de pós me formaram, me deram a oportunidade de estudar fora do país, o CPS e o Colóquio me colocaram “no campo” – e a campo – para além dos objetos com os quais eu me debruçava na minha área de conforto. Depois, veio o Congresso de Iniciação Científica com a Taísa Viera Sena, com as orientações dos alunos em diversas áreas dentro da Moda, mas aí já é uma outra história – de formação, também.

Entrevistador (a):

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado?

Ana Claudia: Fomos levados pelo entusiasmo de, na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, estarmos então em 2004 formando há mais de uma

década mestres, doutores e estarmos recebendo pós-doutores no campo da semiótica, moda, corpo e comunicação. A efetivação do GT nasceu dessa impulsão de orientandos engajados em suas instituições de ensino de moda e da arte na graduação para que ousássemos mais e criássemos o referido GT.

Marcelo: Em 2004, já havia um burburinho crescente sobre um “grande evento de estudos e pesquisas em moda” que seria audaciosamente “nacional”, e hoje é internacional, inclusive. Eu acompanhei de longe, porque estava prestes a terminar a minha tese e, na sequência, prestar concurso na Federal. Mas a Kathia Castilho, com quem eu trabalhava no curso de Cultura de Moda *online* da Anhembi Morumbi, me atualizava dos fatos. Em 2005, ela me ligou para confirmar que tinha um grupo “empreendendo” este novo projeto, o Colóquio – e a professora Ana Claudia estaria nele; a Kathia me convidou para integrar esse grupo. Como eu tinha acabado de me mudar para Pernambuco, para Garanhuns, porque tinha sido aprovado para trabalhar na UFRPE: UAG, não participei presencialmente da primeira edição, e nem das seguintes, porque, assim que entrei na Federal assumi cargos de gestão na Unidade que tinha acabado de ser implantada no interior do Agreste pernambucano. Mas eu estava sempre lendo alguns documentos do Colóquio e também enviando trabalhos, que eram apresentados pela própria Kathia e pela Sylvia Demetresco, com quem eu escrevi muito para o evento. Em 2010, no Colóquio de São Paulo, conheci o GT da professora Ana Claudia, que o coordenava com a Cintia Sanmartin Fernandes. Nesse ano, acompanhei os trabalhos desse GT, e a professora me convidou para ficar com ela. Aceitei, e no ano seguinte foi a minha estreia, sozinho na coordenação do GT, no Colóquio de Maringá, e, desde então, depois de ter dado conta dessa prova de fogo, a professora formalizou o convite, e estamos juntos anualmente por este Brasilão. Em 2014, a ABEPEM me convidou para presidir, juntamente com a Taísa Vieira Sena, o Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda (CIC_DEM) – na época, “Brasileiro”, até 2019; e lá fiquei até 2022, quando troquei de posição com a Taísa, tornando-me o vice-presidente do Congresso.

Entrevistador (a):

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

Ana Claudia: O GT 3 Corpo, moda, comunicação foi e é um incentivador dos debates de áreas que se entrecruzam, e as teorias semióticas os iluminam como objetos de pesquisa. A importância no debate geral é então muito significativa para todos, em especial, os novos, que encontram um campo já consolidado.

Marcelo: Eu prefiro responder à questão pensando nos GTs em geral, porque, além de tudo que eles fazem – e fazem muito bem – do ponto de vista da circulação de saberes e de práticas acadêmicas, além de serem um espaço das primeiras experiências de apresentação de trabalhos de pós-graduandos, pós-graduados (e de graduandos e especialistas, no CIC_DEM) bem como para o recebimento de um “aval” dos pares, principalmente em pesquisas em desenvolvimento; eu destaco a importância da *convivialidade* – se não relacionada à moda propriamente, pelo menos dos que a estudam e a pesquisam por caminhos diversos, complementares e por vezes tão antagônicos. E isso é interessante: muitos estudam a moda e o consumo, por exemplo, e levantam uma bandeira enorme da antimoda e do anticonsumo: coisas que talvez só no próprio espaço plural e inclusivo do Colóquio se expliquem mesmo! Bom, mas essa convivialidade é importante porque, às vezes, muitas vezes, a gente fica restrito, pesquisando ou estudando isoladamente em nossos centros, restritos à nossa bolha e ao nosso conforto; participar dos GTs, então, é uma renovação em todos os sentidos – fora que, como um dos “bendito és o fruto entre as mulheres”, é uma experiência impagável conviver com tantas mulheres dispostas a mudar o mundo e que acreditam piamente que suas pesquisas e estudos nos ajudam a entender um pouquinho mais e melhor o ser humano no espaço social.

Entrevistador (a):

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

Ana Claudia: Não tenho dúvida em afirmar que o Colóquio de Moda é uma solidariedade entre áreas diversas que foram se agrupando em distintos GTs abertos ao diálogo e com trocas muito significantes para a constituição do campo de estudos da moda que ganhou uma impulsão no Brasil que é impar no mundo. O GT3 tem como especificidade a abordagem das teorias semióticas. Predominantemente, a semiótica como teoria geral do sentido desenvolvida em torno do teórico Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores como Jean-Marie Floch, nas teorizações da plástica da expressão, e de Eric Landowski da sociossemiótica com seus regimes de interação, sentido e risco. Mas também acolhe abordagens de outras semióticas e teorias do discurso. Sua importância é mostrar as teorias das linguagens em ação interpretativa da produção de sentido dos imbricamentos do corpo, da moda e da comunicação. É, pois, uma importância de destaque no cenário brasileiro que tem projeção internacional.

Marcelo: De algum modo, o nosso GT acabou congregando pessoas que estudam semiótica(s). Com certeza, por causa das nossas orientações nas pós-graduações,

passamos a juntar pessoas que estudam moda e áreas afins, mas do ponto de vista da(s) semiótica(s). E aqui temos que pluralizar o termo, porque recebemos trabalhos das mais diversas teorias semióticas, embora nossa principal atuação seja com a semiótica discursiva de A. J. Greimas, expandida por aportes de autores brasileiros muito importantes para o desenvolvimento desse “campo” de pesquisa: a própria professora Ana Claudia, por exemplo, mas também o pesquisador Eric Landowski, com suas proposições sobre regimes de sentido. Vez ou outra aparece algum trabalho que foge dessa “regra implícita”, e nossa leitura – inclusive porque quem acompanha o GT espera isso – é a de tentar semiotizar os trabalhos que nos são enviados. Não fazemos isso intuitivamente durante ou após as apresentações: temos um tempo de leitura e reflexão sobre os trabalhos desde que eles são aprovados para as apresentações. Então, o que eu posso dizer? O GT cumpre um duplo papel: o de manter acesa a chama “semiotizante” do mundo acadêmico, mas especificamente com temas relacionados à moda, ao corpo e à comunicação. São esses três vieses de estudo e de pesquisa – moda, corpo e comunicação – com os quais lidamos com relação a regimes de sentido, construção de identidades, simulacros, dizer verdadeiro, subjetividades, estratégias de marcas, rituais de consumo etc.

Entrevistador (a):

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido a contribuição do GT? Como? Por quê?

Ana Claudia: Em larga medida o GT, desde o seu início, é um polo que congrega a semiotização da moda que circula nas várias mídias, da impressa, televisual, audiovisual às mídias digitais. O GT centralizou apresentações e debates sobre essas distintas linguagens e a organização dos modos de expressão na concretização dos conteúdos. Em outra vertente, ele congregou estudos sobre os pontos de venda em seus posicionamentos na rua, galeria e *shopping center*, com as suas vitrinas e o estabelecimento de jogos de visibilidade entre o dentro e o fora. No sentido alargado, a moda foi tratada como modos de vida, uma das práticas sociais que permite a exploração das interações dos corpos na cidade, com caracterizações da subjetividade e dos processos identitários. No âmbito da sociabilidade de sujeitos nos espaços e tempos da cidade, a caracterização dos modos de consumos é de grande relevo para a compreensão da intencionalidade que rege as determinações do social, assim como dos modos de pertencimento e dos vínculos. No eixo de tratamento das organizações discursivas, o GT agregou os estudos de interdiscursividade, intertextualidade, intersemiotividade, em especial, entre moda e arte. Ainda, digno de nota, foi o estabelecimento de diálogos entre a teoria semiótica e as várias disciplinas das ciên-

cias humanas e sociais que se entrecruzam no abrangente campo multidisciplinar do corpo e da moda. Os debates do GT possibilitaram amadurecer as questões trabalhadas quer em publicações acadêmicas de artigos, dissertações, teses quer em publicações diversas. Por todas essas razões, sem dúvida, essas publicações que saíram das instituições de ensino e pesquisa pós-graduados entraram nas faculdades de moda reoperacionalizadas para o ensino nos vários cursos.

Marcelo: Bom, desde antes do Colóquio, lá no fim dos anos 1990, quando comecei a participar do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da PUC-SP, por indicação da professora Ana Claudia, que era uma das diretoras do CPS, eu acompanhei a produção dos trabalhos de dissertação e tese de duas de suas orientandas, Kathia Castilho e Sylvia Demetresco, respectivamente *Moda e Linguagem* e *Vitrinas: construção de encenações*. Esses trabalhos, um tempo depois, foram revisados e publicados no formato de livro. Em 2003, 2004, eu fui convidado para trabalhar no Cultura de Moda da Anhembi Morumbi; para tanto, elaboramos material didático, escrevemos artigos sobre os conteúdos e os publicamos. Ainda com essas duas colegas, em coautoria com a Kathia publiquei *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*; e revisei e prefaciei o *Vitrina em diálogos urbanos*, da Sylvia. Sempre sob a tutela da professora Ana Claudia. Então, por mim, o GT da Ana Claudia, que na época da orientação da Kathia e da Sylvia tinha acabado de voltar da França, trazendo nas malas a moda como um “novo” objeto de estudo e de pesquisas acadêmicas – pela abordagem da semiótica: quadrado semiótico, narratividade, enunciação. Com efeito, acabou sendo, principalmente no início da minha atuação nele, uma extensão desses trabalhos de escrita iniciais, sobretudo porque muitos dos pesquisadores que participavam dele vinham das orientações da professora Ana Claudia e também de trabalhos que eu, a Kathia e a Sylvia desenvolvíamos nos cursos da Anhembi Morumbi. Eu pude acompanhar de perto, ao vivo e em cores, esses livros citados sendo pedidos por bibliotecas do Brasil inteiro, bem como vários artigos do nosso GT, que são lidos nos cursos de Moda, de Design de Moda, mas também em diversos outros. E, aqui, tenho que reconhecer, para o registro: ao longo dos anos, a gente acompanha o desenvolvimento do GT de uma perspectiva importante, qual seja, a da construção de um profícuo pensamento científico, no caso da professora Ana Claudia, que tem sido edificado – na área do “corpo, moda, comunicação”, a partir do próprio GT.

Entrevistador (a):

Na sua opinião, como foram as 2 edições online do GT?

Ana Claudia: Circunstancialmente a pandêmica da COVID-19 tem forçado a comunidade de estudiosos e de educadores a se organizar para apresentações e debates por meio de edições online. Não considero que essa fórmula substitua as interações face a face e, em presença, dos eventos. As edições do GT são marcadas por alongados debates para além daqueles do tempo de apresentação do trabalho. A profundidade desses ricos debates, o híbrido não consegue acompanhar. Assim, vamos nos adequando e nos aperfeiçoando em dar o nosso melhor, mas ainda faltam muitos patamares da riqueza do presencial.

Marcelo: Acho que vou contra a corrente, mas não me sinto confortável em dizer que foi tudo bem. Como, às vezes, pelo telefone, a comunicação no online fica também truncada, um diz-que-me-diz, um dito pelo não dito; e essas coisas acabam atrapalhando um pouco o que havia sido planejado, altera os ânimos dos envolvidos. Fora que o tempo de trabalho da organização do evento nesse outro formato é sobre-humano, para dar conta de a gente *assistir* e *assistir às* apresentações, mediar as mesas, dentre outros afazeres. Foi importante a ABEPEM manter os dois eventos: o primeiro, em 2020, só com os GTs, com a inclusão das sessões do Congresso de Iniciação Científica no segundo, em 2021 – mas acho que houve muito sacrifício com relação à força de trabalho mesmo. Por outro lado, o que é positivo é que os eventos aconteceram e as pesquisas foram apresentadas – e mais: os pesquisadores continuaram a ter espaço de “produção” e de “visibilidade” durante o nefasto período do isolamento social que vivenciamos.

Entrevistador (a):

Quais são seus projetos para avançar e amadurecer o GT e, conseqüentemente, o debate na área da Moda?

Ana Claudia: Já fazemos muitas atividades fora do GT de modo que os tempos integralizados de nossa prática nos dias do Colóquio são muito enriquecidos pelas reverberações conceituais que são testadas em forma de hipóteses para afirmá-las ou não e daí chegar às generalizações. A metodologia requer debates aprofundados e acho que é nela que mais precisamos nos aprofundar. Meus projetos são de contribuir com o emprego da teoria semiótica com procedimentos teóricos bem elucidativos para a formação de quadros

sempre novos de investigadores no campo da semiótica do corpo, da moda e da comunicação.

Marcelo: Ainda precisamos desbravar o “mundo”. O universo digital está aí; se antes com certa timidez, agora, durante e depois da Covid-19, mostrou “com força” para o que veio, mostrou com força suas potencialidades e possibilidades. Não penso só do ponto de vista das relações humanas, das relações de comunicação humana, mas a própria comunicação homem-máquina e, no caso do GT, para além da comunicação, os discursos e práticas de produção e de consumo de moda, de *modus*, de corporalidades. O metaverso está aí, já em pleno funcionamento: um mundo paralelo em que as pessoas estão fundando outros modos de existência – e de sobrevivência. Nosso GT trata dessas questões também, porque elas envolvem nosso escopo: “corpo, moda, comunicação”. Por exemplo: antes pensávamos em “modificações corporais”, sob a pele, na pele e sobre a pele física; agora, para além das marcas no corpo físico, de tatuagens a escarificações e inserção de próteses diversas, têm-se as reconstruções de corpos e aparência promovidas pelo digital: são *faces* de *selfies*, bem alinhadas e bem organizadas esteticamente; são as modificações de proporções e cores do corpo e da roupa – e do cabelo, e dos acessórios, e dos objetos circundantes –, disponibilizadas pelos diferentes filtros; são as espacialidades e as temporalidades reconstruídas por simulacros que inserem o sujeito do mundo em nichos identitários que ainda precisam ser mais estudados e compreendidos – e tudo isso perpassando novos motes de estudo e de pesquisa que ganham tanto espaço nas redes sociais digitais: os próprios movimentos sociais, com destaque para o movimento negro, feminista, e da população LGBTQIA+, por exemplo; o (maior) envolvimento do sujeito com a política; os estudos das celebridades e das subcelebridades; os trabalhos de *fan-academic* etc.

Entrevistador (a):

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda

Ana Claudia: Acho que o que eu gostaria de frisar é que ser pesquisador é ter a vida toda imersa nos temas de estudo que problematiza. A pesquisa nos absorve justamente porque ela vive em nós e, por meio de nós, ela se exterioriza traduzida em linguagens. Precisamos zelar muito para que a pesquisa faça sentido, seja debatida e sirva, de fato, com procedimentos que possam ser bem reoperados para iluminar o objeto de estudo. Todo esse fazer precisa de muito empenho e é animado pela enorme paixão que move o pesquisador que não teme a se arriscar para ousar e abrir novos caminhos.

Marcelo: Como mensagem de alguém que foi “devorado” pela área, eu diria: “Seja bom, muito bom na sua especialidade primeira! ‘Empenhado’ seria um termo mais adequado.”. Depois, é preciso que os interessados estudem e entendam, façam correlações entre os movimentos de moda ao longo do tempo: o que é roupa, o que é vestuário, o que é moda, o que é tendência – o que isso tudo significa no corpo – e fora dele. Qual é o papel do “pano” que veste ou do corpo despido de um pano que o veste para uma determinada sociedade, para uma determinada cultura. No caso da produção de moda, essas coisas são fundamentais para a elaboração de projetos centrados no usuário. E mais: é preciso se dedicar aos estudos do cinema, de todas as formas de arte, como expressão de um corpo espacial e temporalmente marcado; o importante, não só o dizem essas manifestações, mas o *como* elas dizem. Eu penso que ajuda muito conjecturar – com anotações pessoais mesmo, escrevendo sobre, fotografando – os modos como se formavam o pensamento, e seu avesso, em uma época, e se há relações com o hoje. Essas coisas nos ajudam a ver o mundo dos estudos e pesquisas de outra maneira. E mais: acho que as pessoas não devem se intimidar com as pesquisas que propõem, cujo desejo de realizá-las “brotou das profundezas do âmago” do pesquisador, porque, por mais simples que sejam, os temas estão sendo revestidos por um caráter acadêmico, como também a abordagem, os resultados, as releituras bibliográficas; por mais óbvia que sejam, não tem problema: os pesquisadores estão dando um corpo “científico” para explicar a obviedade. E, lógico, não poderia deixar de dizer: “Conheça os professores, assista a palestras, minicursos: apaixone-se por essa gente inteligente que com o saber nos leva para outra dimensão (existencial, inclusive)”. Por fim, eu diria: “Tudo é estudável!”, desde que seja com um orientador *integrado* – e não *apocalíptico*, porque são perfis completamente diferentes.

Data de submissão: 03/07/2022

Data de aceite: 01/08/2022

Data de publicação: 03/10/2022



GT TRAJE DE CENA, TRAJE DE FOLGUEDO

GT scene costume, folguedo costume

GT disfraz de escena, disfraz de folguedo

**Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design,
concedida em 14 de junho de 2022, em São Paulo e Rio de Janeiro.**

Fausto Viana e Carolina Bassi, Rio de Janeiro, 2019.



Fonte: Acervo dos autores.

Fausto Viana¹ e Carolina Bassi de Moura²

GT 11 – Traje de Cena, Traje de Folgado (13 edições, desde 2009).

1 Link do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8433918896586792>, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4823-3626> e faustoviana@uol.com.br

2 Link do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1344038745304969>, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4444-1815> e carolina.moura@unirio.br

Entrevistador (a):

Relate sua breve trajetória profissional.

Fausto Viana: Eu sou formado em artes cênicas pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, com habilitação em cenografia. Fiz depois meu mestrado e doutorado na mesma instituição, sempre tendo em mente a criação dos trajes de cena. Minha preocupação parece ter sido sempre esta: traje de cena, criação, memória, conservação... Talvez possa ser visto como algo obsessivo, mas também dirigi e fiz cenografia (no sentido da construção de cenários, já que figurino é cenografia...) para diversos espetáculos. Já dei aulas de interpretação, história do teatro e, já na USP, a partir de 2001, aulas de cenografia e figurino. Fiz também um mestrado e mais na USP em Moda e um novo doutoramento em museologia na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, em Lisboa, Portugal.

Carolina Bassi: Sou formada em Audiovisual pela UNESP, mestre e doutora em Artes Cênicas pela USP. Sempre tive um interesse especial pela poética da construção de personagens e narrativas, nos mais variados meios. Comecei trabalhando com fotografia e cinema de curta metragem, mas logo migrei para a área da cenografia e da direção de arte, ampliando meu trabalho principalmente para o cinema de longa metragem e o teatro, além da ficção seriada para TV e publicidade. Iniciei minha trajetória como docente em 2011, ministrando aulas para os cursos de graduação em Cinema e em Rádio e TV da Universidade Anhembi Morumbi (SP, de 2011 a 2012), e de Artes Cênicas da Universidade Federal de Ouro Preto (MG, de 2015 a 2016), de pós graduação em Cenografia e Figurinos e em Direção de Arte do Centro de Belas Artes (SP, de 2011 a 2016), e de formação técnica em Direção e em Direção de Arte da Academia Internacional de Cinema (SP, de 2011 a 2016). Desde 2016, sou professora do bacharelado em Cenografia e Indumentária da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), e atuo como coordenadora deste curso, desde 2021.

Entrevistador (a):

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda? **Entrevistados:**

FV: A Kathia Castilho, minha patrona mor (risos), me convidou para dar uma palestra sobre figurino lá pelos idos de... 2007? De lá para cá não houve mais jeito de me desligar do Colóquio, porque eu simplesmente adoro. É um grande momento de discussão sobre o tema.

CB: Conheci o Colóquio de Moda em 2009, por intermédio do professor Fausto Viana, meu orientador de mestrado, naquela época. Eu estava desenvolvendo uma pesquisa sobre a construção plástica dos personagens cinematográficos, a partir da obra do cineasta italiano Federico Fellini e, a partir daquele ano, o Colóquio de Moda passou a ter um Grupo de Trabalho voltado exclusivamente para o *traje de cena*. Apresentar meu trabalho a pessoas de outras localidades, trocar impressões, referências, ver outros trabalhos, foi muito estimulante. Desde então, participo sempre! A parceria com Fausto Viana na coordenação do *GT Traje de cena, Traje de Folguedo* começou em 2017, quando ele me fez o convite, que aceitei com muita alegria!

Entrevistador (a):

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado? **Entrevistados:**

FV e CB: O *GT Traje de cena, Traje de Folguedo* foi criado pelo professor Fausto Viana, em 2009, com o intuito de compartilhar e aprofundar os conhecimentos em torno do traje de cena. Mais tarde, o título do GT incluiu os “trajes de folguedo”, por compreender as intersecções possíveis entre os dois universos. A mudança aconteceu depois de nossa publicação *Traje de cena, traje de folguedo* (2014)³ em que abordamos os dois temas.

Entrevistador (a):

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

FV e CB: A importância do nosso GT para os estudos da indumentária cênica e das visualidades da cena no Brasil é muito grande! Desconhecemos, em nosso país, outro grupo que esteja pesquisando e compartilhando conhecimentos na área do figurino há tanto tempo. Somos um GT que tem membros assíduos, de diferentes localidades brasileiras e que tem ganhado sempre novos adeptos! Esperamos que, também quantitativamente, o grupo continue só aumentando, assim como só temos visto aumentar a qualidade de nossas pesquisas.

Entrevistador (a):

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido a contribuição do GT? Como? Por quê?

³ VIANA, Fausto, BASSI, Carolina. *Traje de cena, traje de folguedo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

FV e CB: Acreditamos que com os aprimorados debates em torno do traje de cena e do traje de folguedo ao longo de todos esses anos, os estudos estejam se ampliando também nas universidades, uma vez que os pesquisadores são provenientes de escolas superiores de diversos estados brasileiros. Além disso, nossas publicações têm podido ser material de pesquisa e referência para estudantes, professores e profissionais da área em todo o país. A publicação seriada, *Dos Bastidores eu vejo o mundo – cenografia, figurino, maquiagem e mais*, iniciada em 2017, é um bom exemplo, pois tem ampliado e aprofundado as pesquisas apresentadas no GT e seu *download* pode ser feito de forma gratuita pelo *Portal de livros abertos* da USP.

Entrevistador (a):

Na sua opinião, como foram as 2 edições online do GT? **Entrevistados:**

FV e CB: É bem verdade que temos saudades da presença das pessoas – isto é insubstituível, claro - mas, em nossa opinião, as edições *online* também têm sido um sucesso! Se já conseguíamos unir pesquisadores de todo o país antes, agora, com a facilidade dos encontros pela internet e, graças à organização sempre impecável do evento, temos conseguido de maneira muito dinâmica vivenciar a partilha dos trabalhos e o calor dos debates.

Entrevistador (a):

Quais são seus projetos para avançar e amadurecer o GT e, conseqüentemente, o debate na área da Moda?

FV e CB: Quando olhamos em perspectiva, percebemos que o *GT Traje de cena, traje de folguedo* amadureceu bastante o nível de suas pesquisas, desde a sua criação. Vemos também o quanto o GT contribuiu para a qualidade dos estudos de todos aqueles que participam ativamente dos encontros, apresentando e publicando seus trabalhos, mas também para os estudos daqueles que têm podido, pelo menos, acompanhá-lo, seja presencialmente, virtualmente nos dois últimos anos, e/ou lendo nossas publicações. Para continuar avançando, gostaríamos de aumentar o número de pesquisadores participantes! Achamos também que um grande avanço na nossa proposta de GT foi a proposta de um tema anual, que não exclui outros trabalhos sobre o tema traje de cena. Por exemplo, para 2022 lançamos o tema Teatros negros, e isso é muito bacana porque depois ele vira uma publicação complementar ao GT do Colóquio. Isso só é possível por conta da participação

dos integrantes do *Núcleo de traje de cena, indumentária e tecnologia* da Universidade de São Paulo, do qual nós dois, Fausto e Carolina, por exemplo, fazemos parte. O *GT Traje de cena, traje de folguedo* expande suas atividades desta maneira também, não atuando apenas no período oficial do Colóquio. E tudo isso, como já dissemos, fica *online* para *download* gratuito.

Entrevistador (a):

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda

FV: Embora possa parecer deslocado, minha mensagem é: votem direito, com consciência, com análise, com critério. Combatam, lutem, critiquem. Sem bons políticos eleitos e com diversidade, com a eleição de mulheres e negros, por exemplo - não há educação. Sem educação, há pouca esperança.

CB: Mando uma mensagem para a futura geração de pesquisadores em traje de cena e traje de folguedo! Que se mantenham curiosos e atentos à novas manifestações da cena, mas que também não se esqueçam das manifestações ancestrais... O nosso campo de observação e investigação é vastíssimo e há muito o que ser estudado nesta área. Há também muitas linguagens! Desenvolvam suas pesquisas e tragam para o nosso GT, venham compartilhar suas descobertas e inquietações conosco! E, sim – votem com critério.

Data de submissão: 01/07/2022

Data de aceite: 15/08/2022

Data de publicação: 03/10/2022



**ENTREVISTA COM COORDENADORAS:
ALINE MONÇORES E DEBORAH CHRISTO**

*Interview with Coordinators:
Aline Monçores e Deborah Christo*

*Entrevista a Cordinadores:
Aline Monçores e Deborah Christo*

Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design,
concedida em 30 de junho de 2022, no (a) Rio de Janeiro.



Fonte: Acervo pessoal das entrevistadas.

Nomes dos entrevistados (a) Aline Monçores¹ e Deborah Christo²

Nome do GT coordenado pelo entrevistado e anos em que foi ofertado no Colóquio de Moda:

GT – DESIGN DE MODA (2009 a 2016) – coordenado pelas prof^a Kathia Castilho e prof^a Mônica Moura

GT - PRÁXIS DE MODA - análise crítica das práticas do design de moda (2017, 2018)

**GT – TEORIA E PRÁTICA DO DESIGN DE MODA (2019, 2020, 2021) GT 12 –
FRONTEIRAS E RELAÇÕES DA MODA (2022)**

1 <http://lattes.cnpq.br/4551145758052523>, <https://orcid.org/0000-0003-1940-6484>; amoncores@gmail.com

2 <http://lattes.cnpq.br/5648112849584104>; <https://orcid.org/0000-0002-4244-7543>; deborahchristo@gmail.com

Entrevistador (a):

Relate sua breve trajetória profissional.

Aline – Iniciei na Moda como assistente de estilo com 17 anos, em seguida fui vitrinista e depois designer, só em 2001 ingressei na área acadêmica. Minha primeira atuação foi no Senai-Cetiqt como consultora em projetos nacionais para as empresas de confecção e pesquisadora de tendências do Instituto de Design na mesma instituição. Essa atividade alimentou minha pesquisa de mestrado (2004 a 2006) e foi base para participar do Observatório de Consumo, também do Senai-Cetiqt, onde meu interesse pelos estudos de consumo se aguçou e passou a fazer parte da minha tese e pesquisa. Hoje, sou Doutora (2012) e Mestre (2006) em Design (PUC-Rio), especialista em Marketing de Moda (UAM SP, 2005), Bacharel em Moda (UVA-RJ, 1999). Atuo como docente de graduação e pós-graduação no Brasil, fui coordenadora geral do curso de Graduação em Moda da UVA-RJ e dos cursos Design Trends Forecast (PUC Rio) e Saper Fare em Pesquisa de Tendência (IED-Rio). Pesquiso sobre consumo e tendências, com diferentes projetos têxteis artesanais e estudos sobre processos criativos em Moda. Participei com capítulo no livro “Consumo: práticas e Narrativas”, participo do comitê científico no Colóquio de Moda e Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, sou coordenadora do GT12, parecerista nas revistas dObra[s] e ModaPalavra, membro associado da ABEPEM, e também autora e organizadora do livro “Tendências - mitos, métodos e experiências sobre consumo e futuros”.

Deborah – Sou formada em desenho industrial pela ESDI-UERJ e atuei como designer de produto e designer gráfica em diversas empresas, escritórios de design e como profissional autônoma. Em 2001, entrei para o mestrado em design da PUC-Rio, estudando a relação entre o campo da arte e o campo do design e isto me levou para a vida acadêmica, para a pesquisa, para a sala de aula e para a moda, pois, como os cursos de moda e estilismo estavam adequando seus projetos pedagógicos às diretrizes curriculares dos cursos de design, comecei a ministrar disciplinas específicas do currículo de design no curso de design de moda da Faculdade SENAI/CETIQT, no Rio de Janeiro. Lá, além de professora dos cursos tecnológicos, de graduação e de pós-graduação relacionados a Moda, Figurino e Modelagem, atuei também como coordenadora do curso de design de moda. Esta prática acadêmica me levou ao doutorado, em 2010, porém, desta vez para estudar a relação entre design, moda e arte. Neste momento passei a atuar como professora do curso de design da PUC-Rio e do curso de Moda da Universidade Veiga de Almeida – RJ. Em 2013, defendi minha tese de doutorado que foi transformada no livro “Estrutura e Funcionamento do Campo de Produção de Objetos do Vestuário no Brasil” da Editora

Estação das Letras e Cores. Além dele, escrevi um capítulo do livro “Design de Moda: Diversos olhares”, organizado por Dorotéia Pires, da Editora Estação das Letras. Atualmente sou professora adjunta do Departamento de Desenho Industrial da EBA-UFRJ. Além disso, sou parecerista das revistas científicas Dobras (ABEPEM), Iara (SENAC-SP), ARCOS Design (ESDI-UERJ), Estudos em Design (PUC-Rio) e Projética (UEL) e faço parte do Grupo de Pesquisa “Gestão, negócios, moda e carnaval: desenvolvimento de produto, circulação e ensino na cadeia de vestuário”, do projeto “Escolas de Artes e Ofícios no Brasil: história, propostas formativas e continuidades na formação do Bacharelado em Design de Moda” (UDESC) e do projeto de extensão “Herético Parlatório do Design” (EBA-UFRJ)

Entrevistador (a):

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda? **Entrevistados (as):**

Aline – eu comecei a participar do Colóquio em 2007, quando já estava no processo de doutorado e sempre foi uma experiência gratificante. Meu primeiro impacto com o evento foi ver quantas pessoas, como eu, estavam buscando trocas sobre teorias e pensamentos no campo da moda. Essa foi minha maior descoberta, a segunda foi estar com pessoas que eu já admirava como professores e autores. Sem dúvida, a profa Káthia Castilho, profa Mônica Moura e a profa Maria de Fátima Matos foram influências fundamentais na minha pesquisa e no meu pensamento sobre o campo. Depois o evento se tornou quase um ritual anual, onde eu podia encontrar, conversar e conhecer o trabalho dos colegas e trocar muitas ideias. Hoje vejo que o Colóquio é um marco histórico no pensamento de moda do país e da estruturação de um campo, da Moda brasileira.

Deborah – Eu participo do Colóquio de Moda desde o primeiro evento, em 2005, em Ribeirão Preto (SP), quando fui dar uma palestra sobre a relação entre design e moda, substituindo a professora Lu Catoira, com quem eu trabalhava no curso de Design de Moda da Faculdade SENAI/CETIQT. Eu já tinha participado de outros eventos científicos, porém fiquei impressionada com o espaço para discussões e debates que encontrei. A partir deste evento, fui a quase todas as edições e normalmente apresentando resultados de pesquisas ou reflexões sobre a relação entre design, moda e arte. Por conta disso, comecei a participar deste GT, quando ele era coordenado pelas professoras Káthia Castilho e Mônica Moura. E fui convidada por elas a participar como debatedora. Em 2017, fui convidada, junto com a professora Aline Monçores, a assumir a coordenação do GT, propondo um novo nome para ele. O Colóquio sempre foi para mim um lugar de estímulo a reflexão, a pesquisa e ao estudo. Mas o Colóquio também é um espaço de lembranças pessoais

muito boas, tanto pelos encontros divertidos com pessoas queridas, como pelos momentos com meu marido e filho. Como nós dois atuamos na mesma área e somos pesquisadores, várias vezes levamos nosso filho para as salas e auditórios do evento. No Colóquio nosso filho mamou, dormiu, andou. Ele era quase um mascote do evento.

Entrevistador (a):

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado?

Aline – pelo que me lembro o GT12 começa com as professoras Kathia Castilho e Mônica Moura, eu comecei a participar em 2007 apenas assistindo, 2 anos depois passei a debatedora, cheguei a coordenar com a profa Mônica e um pouco depois já estava fazendo dupla com a profa Deborah, minha parceira!

Deborah – O GT foi criado pelas professoras Káthia Castilho e Mônica Moura em como GT – DESIGN DE MODA. Nas primeiras edições do Colóquio de Moda, apesar de existirem coordenações nas salas das apresentações de trabalho, os trabalhos apresentados não eram organizados em Grupos de Trabalho com coordenações definidas. Tenho registro do GT – Design de Moda existir a partir de 2009. Em 2011 passei a participar como debatedora. E em 2017, fui convidada, junto com a professora Aline Monçores, a assumir a coordenação do GT, propondo um novo nome para ele, GT - PRÁXIS DE MODA - análise crítica das práticas do design de moda. Em 2019, alteramos o nome do GT para GT – TEORIA E PRÁTICA DO DESIGN DE MODA (2019, 2020, 2021) e em 2022 resolvemos alterar novamente o nome para GT 12 – FRONTEIRAS E RELAÇÕES DA MODA.

Entrevistador (a):

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

Aline – Acho que nosso GT12 foi e ainda é fundamental na contribuição teórica do campo, pensando seus limites, suas atuações, seu papel diante de tantas áreas do design... o GT vem mudando seu perfil ao longo dos anos, mas sempre mantendo um caráter crítico que considero fundamental.

Deborah – O GT teve grande importância na reflexão sobre as questões que surgiram no processo de adequação dos cursos de moda e estilismo para cursos de design de moda, pois era um espaço para se pensar sobre aproximações, diferenças, dificuldades,

conflitos, contribuições e fronteiras entre a moda e o design. Hoje, apesar da relação entre design e moda aparentemente não apresentar tantos conflitos, o GT ainda é um espaço importante para pensar os limites e fronteiras da prática do design de moda e para refletir sobre como se estabelecem as noções e valores associadas à moda e ao design.

Entrevistador (a):

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido a contribuição do GT? Como? Por quê?

Aline – Não sei seria somente por nosso GT (risos) mas acredito que o evento Colóquio como um todo colaborou de forma fundamental para essa mudança no ensino de moda. Começando por nós professores, quando refletimos frequentemente sobre o que fazemos e como fazemos e onde fazemos estamos de algum modo nos transformando também, e isso se reflete na sala de aula. Por isso a importância fundamental do evento. Acredito que nosso GT contribui nesse aspecto mais crítico e questionador de reflexão da área e suas práticas, que nosso principal foco.

Deborah – Difícil afirmar que apenas o nosso GT melhorou os índices do ensino de moda no país. Mas é possível afirmar que termos um espaço sério para a troca de conhecimentos e pesquisas da área, efetivamente contribui para a melhoria do ensino e da formação de moda no país.

Entrevistador (a):

Na sua opinião, como foram as 2 edições online do GT?

Aline – Achei bem bacana, tanto pela acessibilidade que proporcionou quanto pela flexibilidade, já que muitos participantes (e nós também) pudemos assistir a vários outros GTs e trabalhos. O que foi fantástico! Mas tenho saudades de encontrar os colegas do evento pessoalmente, tomar um café e conversar sobre o mundo, a moda e a academia de moda brasileira! Rs

Deborah – Apesar das dificuldades que a pandemia trouxe, as duas edições online do Colóquio de Moda tiveram grandes benefícios. Como os GTs não aconteciam todos ao mesmo tempo, como no evento presencial, era possível assistir trabalhos em diferentes GTs, ampliando as trocas. Além disso, o Colóquio passou a ter um alcance maior, viabilizando inclusive uma maior participação de pesquisadores que estão fora do Brasil.

Entrevistador (a):

Quais são seus projetos para avançar e amadurecer o GT e, conseqüentemente, o debate na área da Moda?

Aline – desde 2020 estamos pensando em formas de melhorar e até mesmo adaptar o nosso GT para questões mais atuais, já fizemos algumas alterações nas ementas anteriores e este ano estamos testando um novo formato de proposta. Esperamos ter o retorno dos participantes para pensarmos a próxima edição, e novas alterações, quem sabe em 2023?

Deborah – Constantemente, nós analisamos os resultados do GT e a cada edição fazemos ajustes com o intuito de melhorar o espaço de debate e reflexão que o GT pode proporcionar. Também temos como projeto futuro, gerar uma publicação das apresentações, artigos e pesquisas apresentadas em nosso GT.

Entrevistador (a):

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda

Aline – Nem sempre encontramos respostas para todas as perguntas, as vezes as perguntas ou as respostas não são claras, mas acho que o que vale mesmo a pena é o questionamento que mantém sua mente viva!

Deborah – Pesquisar e ter sempre a mente aberta para questionar as certezas e se permitir ver outras respostas.

Data de submissão: 02/07/2022

Data de aceite: 13/08/2022

Data de publicação: 03/10/2022



GT - 10 MODA ,SUSTENTABILIDADE E INCLUSÃO

GT 10 - fashion, sustainability and inclusion

GT 10 - moda, sostenibilidad e inclusión

**Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design,
concedida em julho de 2022;**



Fonte: perfil lattes das entrevistadas.

Nomes dos entrevistados(as): Ana Mery Sehbe De Carli ¹ e Suzana Barreto Martins²

Nome do GT coordenado pelo entrevistado e anos em que foi ofertado no Colóquio de Moda: GT10: Moda, sustentabilidade e Inclusão

Entrevistador (a):

Relate sua breve trajetória profissional

Ana Mery: Meu envolvimento com moda é de longa data, eu nasci nesta cultura. Meu avô e meu pai foram imigrantes libaneses e mascates, na Serra gaúcha, antes de iniciarem em, 1927, uma indústria de confecção que se tornou muito grande, atingindo a marca de 4.000 colaboradores diretos, na década de 80, do século XX. A Kalil Sehbe S.A. Indústria do Vestuário, nos seus 75 anos de existência, destacou-se no mercado nacional, com a marca Alfred, confeccionando moda alfaiataria com alta qualidade. E, internacionalmente, seus blazers, casacos, as jaquetas de lã e de couro foram exportadas, durante

¹ <http://lattes.cnpq.br/3426240653398672>; <https://orcid.org/0000-0002-9168-0018>; sdecarli@terra.com.br

² <http://lattes.cnpq.br/0071417904869981>; <https://orcid.org/0000-0002-4574-2441>; suzanabarretomartins@gmail.com

décadas, para os EUA, a Rússia, o Canadá, a Alemanha e o Japão. Eu iniciei na empresa coordenando o setor de desenvolvimento de produto de moda (feminino e masculino) para o mercado interno e externo. Foi intensa a experiência adquirida nos 30 anos de indústria. Na academia, iniciei em 1993 ministrando a disciplina Gerência de Produto de Moda, no recém-implantado curso de Tecnologia em Moda e Estilo da Universidade da Caxias do Sul (UCS). Gostei de ser professora e logo fiz mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica na PUC/SP, consolidando meu contínuo entusiasmo com a moda e ampliando a perspectiva empresarial com mais pesquisa e conhecimento. No final da década de 90, estava com dedicação exclusiva na UCS; além de dar aulas, implantei quatro cursos de pós-graduação *lato sensu* e fui diretora do Centro de Artes e Arquitetura (1998/2007). Com muito orgulho, Suzana Barreto Martins e eu fundamos o GT Moda e Sustentabilidade em 2009, e até hoje somos coordenadoras.

Suzana: Meu envolvimento com a moda iniciou em janeiro de 1992, quando fui convidada a ministrar um módulo no curso inaugural *Design Têxtil e Moda*, do Centro Italiano, hoje Centro Europeu. Havia recentemente retornado ao Brasil, após finalizar uma especialização em Materiais e Processos Têxteis e mestrado em Ergonomia, na Universidade Nacional Autônoma do México e logo criei o ateliê *Têxtil-Artear Design*, em Curitiba, de acessórios de moda e produtos para design de interiores, a partir do tingimento de fibras naturais, que se transformavam em superfícies têxteis e tecidos que fabricava nos meus teares. O mencionado curso inaugural era composto por dois módulos, *design têxtil e moda*, que seria dividido com uma especialista da área de moda, que não era nada menos que Dorotéia Pires; conhecemo-nos naquela ocasião e nossa afinidade de trabalho logo se fez presente. O resultado foi tão animador, que, em seguida, ministramos um curso mais extenso, alcançando grande visibilidade por terem sido pioneiros na cidade. Na sequência, Dorotéia e eu fomos sócias do escritório de design “Muro de Expressão” e paralelamente éramos docentes no curso de Design de Produto e Gráfico na PUC de Curitiba. O coordenador, Edison Ogg, já em 1993 desejava criar um curso de design de moda na PUC; no entanto, a moda ainda enfrentava resistência de colegas que não viam a moda como uma área do design. Enquanto docente das disciplinas Ergonomia e Desenvolvimento de Produto, percebia a dificuldade dos alunos em determinar requisitos ergonômicos e materiais adequados para seus projetos, e o mesmo ocorria na disciplina de Materiais Têxteis que ministrava na especialização em Design de Moda, na Universidade Estadual de Londrina e, intuitivamente, introduzi a ergonomia a essas disciplinas. No começo dos anos 2000, ao iniciar o doutorado em Engenharia de Produção na UFSC, decidi sistematizar essa experiência e tratar a ergonomia no vestuário; desenvolvi a *metodologia OIKOS para avaliação da usabilidade e do conforto no vestuário*; assim, fui pioneira ao tratar a ergonomia na

moda, com defesa de tese em 2005. Essa pesquisa resultou na obra *Ergonomia, usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia OIKOS*, editada em 2019 pela Estação das Letras e Cores. Felizmente, após a minha defesa, algumas teses surgiram no mesmo programa, com temas que permeavam a ergonomia, o vestuário e a moda. Como exemplo cito a tese de Lucas Rosa, onde fiz parte da banca; sob a orientação da saudosa Anamaria de Moraes, que, carinhosamente, chamava Dorotéia e eu como as “meninas da moda”, e sempre foi grande entusiasta da aplicação da ergonomia na moda. Durante o doutorado, percebi que ergonomia também interferia no ciclo de vida dos produtos de moda e, por sua vez, a sustentabilidade, devido à falta de conexão emocional produto-usuário, já que estes não promoviam prazer no uso, em decorrência de inadequações ergonômicas e eram descartados com facilidade. Assim, em 2007, iniciei pós-doutorado com o intuito de entender os impactos ambientais do setor têxtil e de moda. Então, a sustentabilidade para mim fechou o trinômio: ergonomia, moda, design para a sustentabilidade, temas indissociáveis e sobre os quais pesquiso e trabalho desde então.

Entrevistador (a):

Qual a história pessoal de cada coordenador com o colóquio de moda?

Ana Mery: Nas minhas viagens para pesquisas em moda, quando atuava na indústria, a quantidade da oferta de roupas de moda, nas diversas faixas de preço e diversos tipos de comércio, começou a “latejar” na minha cabeça: Quem poderia estar comprando tantas e tantas novidades que abarrotavam cada vez mais as araras das lojas? Quem era a fada-madrinha que sumia com tudo que não era comprado ou era descartado precocemente? Quem era responsável pela a obsolescência programada ou percebida? Inquieta com estas questões, e leitora curiosa do que surgia a respeito de sustentabilidade e da moda resolvi, no segundo semestre de 2008, com o apoio da coordenação do curso de Moda da UCS e dos alunos, desenvolver, na disciplina de Gerência de Produto de Moda, uma coleção fundamentada nos **Rs** da sustentabilidade: reduzir, reciclar, reutilizar e redescobrir (o último r acrescentado por nossa conta). Assim o artigo *Sustentabilidade: uma prática no ensino de Moda*, que relatava a experiência, foi publicado na revista *Dobras* (v. 3, n. 6, jun. 2009). A partir daí, com análise crítica do trabalho realizado, o foco dos meus estudos se deslocou para Moda Sustentável. Formalizar o interesse na pesquisa em sustentabilidade foi uma necessidade que congregou alguns professores do Centro de Artes e Arquitetura da UCS, então criamos o grupo de pesquisa: Design, Sustentabilidade e Tecnologia, que tive o prazer de coordenar junto ao CNPq, de 2012 a 2015.

Suzana: Após o término do pós-doutorado em Design Sustentável em 2008, iniciei meu trabalho como docente e pesquisadora na UEL, e o tema com o qual trabalhei no pós-doc. o transformei em projeto de pesquisa que passou por três fases, sendo a primeira (2009-2012) com foco no *upcycling*; a segunda (2012 a 2015), com ênfase em inovação de processos, que resultou em quatro patentes de invenção, concedidas pelo INPI, para obtenção de novos materiais a partir da poliamida; e a última (2015 a 2022) com enfoque na logística reversa e no desenvolvimento de sistema de coleta e modelo de negócio para cooperativas de materiais recicláveis. Os resultados iniciais das pesquisas foram publicados já em 2008, com o primeiro artigo na revista *Dobras, A moda a caminho da sustentabilidade*, v. 2, e, na sequência, criamos o Grupo de pesquisa *Design, Sustentabilidade e Inovação*, para divulgação de nossas pesquisas. Desde então comecei a participar das edições do Colóquio de Moda e apresentar os avanços das nossas pesquisas com os temas ergonomia, moda e sustentabilidade.

Entrevistador (a):

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado?

Ana Mery: Em 2009, conversando com a minha amiga querida Káthia Castilho, líder da Abepem e do Colóquio, falei sobre minha inquietação crescente com o excesso de novidade e de consumo na moda. Era uma urgência; eu senti a necessidade de introduzir conscientização sobre a sustentabilidade econômica, ambiental e social e as possibilidades emergentes de reduzir, reciclar e reutilizar, na prática e no ensino de moda. Foi uma mudança de foco bem significativa na minha vivência em moda. A Káthia restabeleceu o elo entre a Suzana Barreto Martins e eu. Acertamos na primeira conversa e, em 2009, já oferecemos o GT Moda e Sustentabilidade no Colóquio de Recife. Além da parceria nos projetos, a amizade se consolidou.

Suzana: Após algumas participações no Colóquio de Moda, Káthia Castilho fez o irresistível convite de criar um GT tratando de Sustentabilidade na Moda, com minha querida amiga e parceira de longa data, Ana Mery, que a havia conhecido em 2002 em um congresso do P&D na UnB, em Brasília, quando lançava seu livro *Sensacional da Moda*. Nossa sintonia foi imediata. Neste P&D, Ezio Manzini foi palestrante e ministrou o curso Sistema Produto + Serviço. Na sequência, tive a oportunidade de participar de outro curso com este mesmo tema ministrado por Carlo Vezzoli, no Núcleo de Design Sustentável, da UFPR, por convite de Aguinaldo do Santos, uma das referências em design sustentável no país. Esse tema me fascinou, pois, até então (2002), era pouco conhecido e discutido no Brasil.

Entrevistador (a):

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

Ana Mery e Suzana: O GT nasceu pequeno, sua estreia no Colóquio de Recife (2009) conseguiu sensibilizar cinco pesquisadores, ou melhor, três, porque Suzana e eu estávamos entre os cinco. Nos anos de Colóquio presencial, 2009 a 2019, vimos o aumento exponencial na submissão de artigos para o GT e dos *posters* para a Iniciação Científica. O número total de trabalhos selecionados para apresentação cresceu onze vezes nesse período; enfim, a adesão ao GT Moda Sustentabilidade e Inclusão consolidou-se.

Nesses anos, orientamos pesquisas de mestrado e doutorado, participamos de bancas de pós-graduação *stricto sensu*, sobre a temática da Sustentabilidade e Inclusão. Nesse período, surgiu o *Fashion Revolution*, mais militante e fundamentado na sustentabilidade social e também o SUSTEXMODA da USP, evento internacional, coordenado pela Profa. Francisca Dantas Mendes. Surgiram livros nacionais, traduções de livros estrangeiros, artigos, conferências, congressos, encontros, grupos de pesquisa e parcerias interdisciplinares. E, um dado importante: a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) registrou, na busca por palavras-chave “Moda Sustentável”, nos últimos 10 anos (2012/2022): 12.232 dissertações de mestrado e 3.739 teses de doutorado. (disponível em <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>). Além da movimentação acadêmica, as conferências internacionais para o meio ambiente e as alarmantes catástrofes divulgadas, em tempo real, pelas mídias, mobilizavam a agenda política da sustentabilidade.

Os livros organizados pelas coordenadoras do GT, com predominância de artigos e/ou capítulos sobre sustentabilidade e inclusão, contribuíram para o debate da sustentabilidade na moda: DE CARLI, Ana Mery; MANFREDINI, Mercedes. **Moda em sintonia**, 2010; DE CARLI, Ana Mery; VENZON, Bernardete. **Moda sustentabilidade e emergências**, 2012; MARTINS, Suzana Barreto; DE CARLI, Ana Mery. **Para todos**, 2018.

Livros de terceiros que vale citar e, principalmente, relacionar as datas de edição, para constatar um concentrado de conhecimentos de moda e sustentabilidade, que despontaram entre 2010 e 2020: FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**, 2011; BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**, 2012; GWILT, A. **Moda sustentável: um guia prático**, 2012; SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**, 2014; QUARESMA, D. M. M.; VALENTE, P. S. **No contínuo da sustentabilidade**, 2018.

Sem falar nas clássicas publicações que passaram a fazer parte da bibliografia essencial dos cursos de Design de Moda: MANZINI, E. **Design para inovação social e**

sustentabilidade, 2008; MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**, 2002; VEZZOLI, C. **Design de sistemas para sustentabilidade**, 2010; VEZZOLI, C.; KOHTALA, C.; SRINIVASA, A. **Sistema produto + serviço sustentável**, 2018; SAMPAIO, C. P. et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão ambiental**, 2018; SANTOS, A. et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão social**, 2019; SANTOS, A. et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão econômica**, 2019. Estas publicações da série Design para a Sustentabilidade, disponíveis em licença aberta, são resultado da produção coletiva de pesquisadores de diferentes universidades brasileiras que integram a Rede LeNS Brasil (Learning Network on Sustainability), a qual é apoiada pela Comunidade Econômica Europeia por meio do Programa Erasmus +; e a mais recente: VEZZOLI, C.; CONTI, G. M.; MACRÌ, L.; MOTTA, M. **Designing sustainable clothing systems: the design for environmentally sustainable textile clothes and its Product-Service Systems**, 2022.

A mobilização internacional para políticas de desenvolvimento sustentável, orquestradas pela ONU, impulsionaram o GT e motivaram os jovens a ampliarem sua visão em relação à sustentabilidade, ao considerar as dimensões ambiental, social e econômica.

Entrevistador (a):

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido à contribuição do GT? Como e por quê?

Ana Mery e Suzana: Além da produção científica dos pesquisadores gerada pelos artigos selecionados para apresentação nos colóquios, depois publicados nos Anais, e dos *posters* de iniciação científica, foram realizadas mesas-redondas e conferências em simpósios, colóquios e congressos, com a presença de pesquisadores internacionais, dentre eles: Elena Salcedo, Alison Gwilt, Carlo Vezzoli. A sustentabilidade passou a ser trabalhada com mais atenção nos cursos de moda, de forma transversal, optativa ou regular, a exemplo da disciplina Sustentabilidade, que compõe a grade curricular desde 2009, do curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina e, desde então, ministrada por Suzana Barreto Martins, docente e pesquisadora nessa Instituição.

A inclusão na moda sempre esteve presente, como parte do Design Universal, porém de maneira menos saliente, até que, no 14º Colóquio de Moda, na PUCPR, houve uma mesa coordenada

intitulada *Design Universal e Inclusão*, que trouxe à pauta temas como: Design Universal, Design e Tecnologia Assistiva e Universidade para Tribos Indígenas

Entrevistador (a):

Na opinião das coordenadoras como foram as duas edições *online*?

Ana Mery e Suzana: Nosso GT esteve presente na Sessão de Abertura do Encontro dos GTs, 2020, *online*, com a apresentação da mesa temática “Consumo Suficiente e Bem viver”. Na edição *online* de 2021, tivemos a apresentação de trabalhos, durante três dias; a participação foi concorrida e com muita interação. O formato *online* tem vantagens e desvantagens. Como vantagem principal, destacamos a atenção concentrada nas apresentações, bem como a possibilidade de abranger número maior de participantes das várias regiões do país e, como desvantagem, a falta de interação e trocas presenciais, tão importantes para a formação de novas parcerias e o estreitamento de laços.

Entrevistador (a):

Quais os projetos dos coordenadores para avançar e amadurecer o GT, consequentemente, o debate na área da Moda?

Ana Mery e Suzana: Em curto prazo, a participação no colóquio de 2022. Para 2023, estaremos presentes, coordenando o dossiê: Moda Sustentabilidade e Inclusão da revista *Moda Palavra*. Com orgulho salientamos o recém-iniciado (maio 2022) **BRT - Banco de Resíduos Têxteis**, sistema de logística reversa de resíduos industriais e pós-consumo, coordenado pela Profa. Dra. Suzana Barreto Martins, apoiado pela UEL e pela iniciativa privada. O sistema BRT implementado em uma Cooperativa de Materiais Recicláveis, na cidade de Londrina, é um modelo de negócio socioambiental para geração de trabalho e renda para os cooperados, e comprova que a universidade pode liderar e desenvolver ações e práticas de extensão sustentáveis. O projeto pode ser replicado em outras cidades e regiões do país.

Entrevistador (a):

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda

Ana Mery e Suzana: Alguns dramáticos radicais demonizam a moda pelo alto valor dado à novidade, pelo seu caráter efêmero e pela promoção do rápido desuso, pela obsolescência programada ou percebida. Repetem, insistentemente, que a indústria da moda é o segundo setor que mais contribui para a poluição ambiental. Esse fato deve servir

de estímulo e desafio aos novos *designers*, para incluírem o valor sustentabilidade como condição indispensável nos seus projetos. Muitos nichos de sustentabilidade na moda podem ser explorados, e muitos *cases* existem; por isso, é importante que alunos incentivados por professores-pesquisadores estudem, pensem e insistam em inovação de resultado sustentável. As grandes ações: reduzir, reutilizar e reciclar, combinadas com as fases do processo produtivo: pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte - que vêm sendo banidos pela Logística Reversa e mais amplamente pela Economia Circular, são pontos de partida para o pensamento criativo dos novos *designers* para a inovação em Sistemas, Produtos ou Serviços Sustentáveis. Aí está a atual novidade da moda, que se solidifica como um caminho sem volta.

O equilíbrio deve ser cultivado, pois a moda para o consumidor tem um efeito psicológico de renovação e de incentivo à autoestima. Ela demonstra um cuidado estético pessoal, dá certa segurança, alimenta o amor-próprio e faz viver a beleza. Estes valores positivos devem ser considerados, no mesmo tempo em que se promove a sustentabilidade e o consumo responsável.

Data de submissão: 17/07/2022

Data de aceite: 28/09/2022

Data de publicação: 03/10/2022

