





entrevistas

[ DENISE PITTA | CARLOS SIMÕES ]

Denise Pitta é uma das criadoras e editora do portal *Fashion Bubbles*, dedicado a moda, consumo e *lifestyle*. Estilista, graduada em Moda e Artes Plásticas, atuou em diversas empresas de moda e teve marca própria de lingerie, a Lily. Também desenvolveu algumas pesquisas sobre História e Identidade Brasileira na Moda.

**E-mail:** [denise@fashionbubbles.com](mailto:denise@fashionbubbles.com)

Carlos Simões é estilista, coordenador de Moda, consultor nas áreas Têxtil e de Confeção, professor, palestrante e responsável por treinamento e capacitação profissional para a indústria têxtil e de confecções. Está inserido entre os primeiros profissionais a implantar cursos de moda no Brasil e o primeiro seminário de moda no Senac, em 1986. Consultor do Programa Texbrasil da ABIT. Editor de moda da revista *ITTPress*.

**E-mail:** [carlosamsimoes@terra.com.br](mailto:carlosamsimoes@terra.com.br)

# Laís Pearson

Foto: Denise Pitta



Laís Pearson na *São Paulo Fashion Week*, Verão 2014.

Laís Pearson, um ícone da moda brasileira, foi a primeira coordenadora de moda do Brasil e participou ativamente da implantação dos cursos superiores de moda no país, assim como de um dos primeiros *bureaux* de estilo.

Nesta entrevista, vamos percorrer sua trajetória, lembrando os principais fatos que marcaram sua vida, entrelaçados a acontecimentos marcantes da moda brasileira.

## Como tudo começou...

Laís Helena da Fonseca Pearson nasceu em 3 de julho de 1927, na capital paulista. Era o final dos chamados "anos loucos", como ficou conhecida a década de 1920, com toda sua efervescência tecnológica e cultural. No Brasil, a Semana de Arte Moderna revelou ao mundo ocidental uma série de valores culturais brasileiros, trazendo as primeiras reflexões sobre o que seria nossa identidade. Entretanto, apesar de tantos movimentos culturais em busca das raízes brasileiras, a moda aqui seguia os ditames da França, a despeito do clima e das diferenças de estação.

Lais Helena, filha única de Paulo Guimarães da Fonseca, natural da capital paulista, e Aracy da Fonseca, de Campinas, estado de São Paulo, passou parte da infância e da adolescência entre o Brasil e a Europa. A mãe, aristocrática, adorava moda, frequentava os desfiles de Paris e as casas de luxo no Brasil, e foi cliente dos primeiros costureiros brasileiros.

D.: Qual sua memória mais antiga relacionada à moda?

L.: Minha avó contava que recebia catálogos da Galleries Lafayette, *magasin* famoso de Paris. Em criança, cheguei a ver alguns de seus velhos exemplares. Ela encomendava os modelos de seu agrado, que levavam semanas, às vezes meses, para chegar ao Brasil. Porém, como os estilos em nosso país, naqueles tempos, eram mais duradouros do que hoje, esse atraso não impedia que minha avó estivesse sempre vestida na última moda.

### A infância entre o Brasil e a Europa e o balé

Em 1929, aconteceu o *crash* da bolsa de Nova York, provocando uma recessão mundial sem precedentes que marcou toda a década de 1930, anos de crise que marcaram a infância de Pearson. Bailarina desde pequenininha, com apenas oito anos, fez sua primeira apresentação no Municipal de São Paulo.

D.: Além dos seus estudos fundamentais, como você chegou à Europa e como foi sua trajetória no balé?

L.: Bem, além da minha formação escolar, eu adorava balé. Eu me formei em balé, em São Paulo. Na época, não me lembro muito bem, mas, talvez incentivada por alguém da minha família, escrevi uma carta endereçada à princesa Elizabeth Alexandra Mary de Windsor, atual rainha da Inglaterra. Quando seu pai, George VI, estava doente, a princesa Elizabeth já o representava em diversos eventos públicos. No dia 6 de fevereiro de 1952, com a morte precoce do rei, Elizabeth II, com 27 anos, assumiu o trono.

Passados seis meses, recebi uma carta dizendo que o meu pedido tinha sido aceito pela princesa e o Conselho Britânico tomaria todas as providências burocráticas para minha viagem e estada. Eu estudei na Sadler's Wells Ballet School, atual Royal Ballet School. Ou seja, estudei balé sob os auspícios da atual rainha da Inglaterra.

### O balé e os anos de guerra

Os anos 1940 foram marcados pela Segunda Guerra Mundial, apogeu de Hollywood e, depois da Grande Guerra, a criação do *ready-to-wear* lançado nos Estados Unidos, que, em Paris, transformou-se no *prêt-à-porter*, "roupa pronta para vestir", um grande passo para a democratização da moda.

Enquanto isso, no Brasil, Carmen Miranda, vestida por Alceu Penna, foi a primeira brasileira a lançar moda em âmbito internacional e criou também a primeira fantasia genuinamente brasileira: a baiana.

Como a guerra bloqueou as importações de bens de consumo, o Brasil foi obrigado a impulsionar sua indústria têxtil e de confecções.

D.: Pela convivência com as artes, era visível sua aproximação com a moda, ainda mais com sua mãe por perto?

L.: Não tenho dúvidas! Na época, recebemos um convite do rei George VI, pai da rainha Elizabeth [cuja história foi contada no filme *O Discurso do Rei*], para participarmos da primeira Garden Party, pós-guerra, no Palácio de Buckingham. Minha mãe foi vestida, digamos, de forma um pouco exótica ou extravagante, e o *look* mereceu profunda atenção da princesa Margareth, através das trocas de olhares entre elas, fazendo ruborizar a princesa, que quebrou o protocolo ao sorrir. Em 1947, assisti, entre outros, ao desfile de Christian Dior para o lançamento da coleção *New Look*. Por aí se vê a influência da moda na minha vida. Minha mãe também era cliente do Dener [1937-1978, um dos costureiros pioneiros da moda brasileira]. De vez em quando, quando queria mostrar novamente a roupa para uma cliente depois dos desfiles, ele me chamava para desfilas suas criações particularmente.

D.: E o balé ficou só na formação ou você realmente dançou?

L.: Posso dizer que eu usei o balé, não só como atividade artística, mas para ampliar meu relacionamento ou *networking* [risos]. Minha mãe ficou morando comigo todo o tempo que permaneci na Europa. Estamos falando dos anos de 1940, mais precisamente 1946, o pós-guerra. Fui convidada pelo Ballets Russes du Colonel de Basil, companhia russa, para fazer uma turnê pela Inglaterra, França e Bélgica, onde dancei para os monarcas. Vale destacar que o Coronel de Basil foi o substituto de Serguei Diaghilev, notável empresário e crítico de balé que manteve na sua companhia nomes como Nijinski e Anna Pavlova. Mas após um pequeno acidente, trinquiei o pé e conseqüentemente perdi a segurança ao dançar. Em outubro de 1948, me casei com John Pearson.



Fotos: Carlos Simões

Laís Pearson (jovem).

### "Anos dourados" e a vida de casada

No panorama nacional, os anos 1950 começaram em clima de democracia, situação econômica favorável expressa em grande desenvolvimento industrial e tendências nacionalistas. Com os chamados "anos dourados", surgiu também a TV Tupi e a concepção de uma nova capital federal, Brasília. Na música, a Bossa Nova.

Foi na década de 1950 que a moda assistiu a uma profusão de eventos, como os desfiles, e aos primeiros questionamentos a respeito de se criar uma moda brasileira. Nessa década, consolidaram-se boutiques, costureiros, como Dener Pamplona de Abreu, e profissionais como Gil Brandão, que se destacou como modelista. A indústria fortaleceu-se, e foi criada a Fenit – Feira Nacional da Indústria Têxtil.

[128]

D.: Os anos 1950 foram marcados pelo surgimento do movimento da Bossa Nova, a construção de Brasília; esses fatos influenciaram a moda brasileira?

L.: Na década de 1950, começou a surgir de fato uma identidade mais brasileira; uma adaptação nos modelos, porque até então eram praticamente só costureiras. A partir da Fenit do Caio de Alcântara Machado, em 1958, a coisa começou a mudar de figura. Saindo um pouco do amadorismo.

D.: E sua vida pessoal?

L.: Nesse período, fui dona de casa e tive três filhos: Paul, Virgínia e Daphne. Frequentava desfiles de moda acompanhando minha mãe e também ia a desfiles em Paris.

À direita, Virgínia, à esquerda, Daphne, e ao centro, Laís.



## Finalmente, a carreira na moda

No cenário brasileiro, a década de 1960 teve início com uma crise econômica gerada pelo desenvolvimento rápido, sustentado por meio de grandes emissões de dinheiro e de empréstimos externos que desencadeou um processo inflacionário, e foi decisivamente marcada pelo golpe militar, em 1964.

A Rhodia, grande empresa têxtil, realizava magníficos desfiles shows do tipo *Brazilian Style* para promover a alta-costura nacional. Surgiu também a Jovem Guarda, resposta nacional ao fenômeno dos Beatles, ditando sua moda própria e lançando grifes.

Para Laís, o fim dessa década foi um marco. Já com os filhos grandes e entediada, depara-se com anúncio de jornal oferecendo uma vaga para quem entendia de moda, gostava de viajar e falava inglês, perfeita para ela, sem sombra de dúvidas.

D.: Como você iniciou sua trajetória profissional na moda?

L.: Em 1969, cansada de ser dona de casa, li um anúncio no jornal que abria uma vaga para Fashion Coordenator. Nem eu nem eles sabíamos ao certo o que era. Mas era necessário falar alguns idiomas e entender de moda. Era para mim, pensei. Eu estudei na Europa e fui ao desfile do *New Look* de Dior, em Paris. E antes disso ia com minha mãe aos desfiles de alta-costura. Minha mãe também era cliente do Dener. Sendo assim, eu achava que entendia tudo de moda. Quando eu não entendia absolutamente nada. De qualquer forma, consegui a vaga e caí no "pote de mel" da moda e nunca mais saí.

D.: Em qual empresa começou a trabalhar? Conte-nos mais sobre sua função como Coordenadora de Moda.

L.: Na Lurex do Brasil, empresa multinacional. Faziam fios metálicos. Na época, estavam entrando no Brasil. Precisavam de alguém que fosse uma Coordenadora de Moda, função que exigia ensinar às malharias e às tecelagens a trabalhar com o fio que seria usado nos tecidos. Em palavras de hoje, poderia dizer que também era uma espécie de promotora, porque também entrava em contato com costureiros, apresentando o novo tecido. Enfim, era uma série de coisas, que eu não sabia nem por onde começar, nem como fazer. Meus patrões também não sabiam o que era uma Coordenadora de Moda, sendo assim, importaram um técnico de marketing e de merchandising da Inglaterra – a empresa era sediada lá – para me ensinar o que eu tinha de fazer. Nesse espaço de tempo, para não ficar sem nenhuma função, eu traduzia os boletins técnicos.

[129]

D.: Como você se tornou uma Coordenadora de Moda?

L.: Comecei a pesquisar, a estudar. Meu pai era catedrático da Politécnica, me ensinou um pouco da parte química e também sobre tingimentos. Não existia, na época, nenhuma faculdade de Engenharia Têxtil. E foram os engenheiros da Politécnica que me deram alguma noção de maquinário para que eu começasse a traduzir todo aquele mundo novo. Naquelas traduções, eu aprendia horrores. Veja que eu não sabia sequer a diferença entre um tecido de tear e um tecido de malharia.

D.: Este foi seu debut profissional. E daí para frente?

L.: As portas se abriram. Fui para a Mafisa para trabalhar com comercialização de fibras têxteis sintéticas e depois para a Fisiba, Fibras Sintéticas da Bahia, instalada no Polo de Camaçari, na Bahia. Mas foi na Celanese do Brasil, filial da empresa americana que produzia fios de náilon, que teve o início do desenvolvimento dos processos de comunicação da moda e onde eu participei ativamente de quase todos os desfiles e lançamentos de moda na Europa, momento em que fiz muitos amigos, como Pierre Cardin, André Courrèges, Jean-Charles de Castelbajac, entre outros.

D.: No final dos anos 1960, como é que foi fazer moda juntamente com a ditadura militar e com toda a repressão cultural?

L.: A ditadura militar nunca interferiu no setor. A única coisa que acontecia era a inflação tremenda dos anos 1970 e 80, que era uma coisa monstruosa. Nas feiras têxteis, na Fenatec [Feira Nacional de Tecelagem], por exemplo, o cliente ia à Feira, via o tecido, e caso não comprasse e pagasse na hora, quando ele voltasse, à tarde, o preço era outro. Mas na moda nunca se sentiu interferência muito grande.

## Laïs e jornalismo de moda

O "milagre brasileiro" desencadeou uma atividade econômica acelerada e a efervescência das representações da moda no Brasil na década de 1970.

Na moda nacional, acentuou-se a profissionalização. As butikues se firmaram e criaram suas próprias confecções. Surgiu a tanga, nascida em 1974, em Ipanema, logo exportada para outros países.

Momento de destaque de Zuzu Angel, precursora em retratar o instinto de nacionalidade em suas criações e, também, a primeira criadora de roupas brasileiras a vender sua produção em Nova York. Os anos 1970 foram sinônimo de crescimento e internacionalização da economia brasileira, dessa forma deixou de ser interessante falar de "moda autenticamente brasileira" como estratégia de venda das grandes produtoras de matéria-prima.

D.: Como começou sua trajetória no jornalismo de moda?

L.: Trabalhei com Augusto Fernandes de Azevedo, fundador da primeira revista profissional de moda do Brasil, o *Guia Oficial da Moda Brasileira*, um trabalho notável e de grande importância na época para o sistema da moda brasileira. Ele também foi o fundador do CBM – Centro Brasileiro da Moda, do qual fui a presidente por muitos anos. Na sequência, eu criei e também fui a *publisher* da revista *Trends*, um caderno didático de orientação de moda que por vários anos circulou em todo o território nacional e internacional, traduzindo tendências da Europa. Era uma espécie de *bureaux* de estilo. Foi um belo trabalho que estreitou as relações dos negócios da moda entre o Brasil e a Europa.

D.: E o que eram os *bureaux* de estilo?

[130] L.: Durante anos e anos, depois do surgimento do *prêt-à-porter* de Paris, houve necessidade da criação de profissionais que ensinassem às confecções o que elas deveriam fazer. Era preciso organizar a moda. Então, surgiram os *bureaux* de estilo, que nada mais eram do que cadernos didáticos em que a moda era toda definida por tema. "Em tal temporada vamos trabalhar com tais e tais temas...", e todo mundo seguia, porque se não fizessem daquela forma as confecções não iriam vender. Os temas é que guiavam as Coordenadoras de Moda; os *bureaux* de estilo ditavam as tendências de moda. Em 1968, quando eu comecei a trabalhar, já existiam os *bureaux* de estilo. Durante todo o tempo em que eu trabalhei nas multinacionais, eu não podia ir a uma Feira sem estar coberta de tendências dos pés à cabeça. Cada dia era uma roupa, cada dia era uma tendência. Eu era "o tema vivo". Os Coordenadores de Moda tinham que se vestir de acordo com as tendências. Eu trabalhei no topo da pirâmide, tinha que ensinar às fiações, das fiações às tecelagens, das tecelagens às malharias, das malharias às confecções, das confecções às lojas, até finalmente chegar ao público final! Eu tinha que ensinar isso.

D.: Quanto tempo levava para que as peças saíssem do projeto e fossem disponibilizadas ao público?

L.: Levava praticamente 24 meses para a coleção que estava sendo produzida chegar até as pessoas. Eu também andava vestida com roupas antecipadas. Ia para a Feira. Se a Feira estivesse mostrando verão, eu já estava vestindo o verão do ano seguinte. Eu tinha que estar sempre vestida de acordo com os temas que estávamos trabalhando. Eu montava também os painéis de tendências que começavam por cores, tecidos e estilos. Quando trabalhava no *Guia Oficial*, eu estudava com grupos de pessoas que trabalhavam nas indústrias que definiam as tendências das cores, depois as tendências de tecidos, depois as tendências de estilo.

## As faculdades de moda

Os anos 1980 trouxeram o fim da ditadura militar, a inflação tomou conta da economia nacional, motivando momentos de tensão e angústia, pois os preços aumentavam vertiginosamente de minuto a minuto. Surgiram as tribos urbanas, a Fenatec e um fato muito importante: o aparecimento das primeiras faculdades de moda no Brasil.

D.: E sua participação nos primeiros cursos superiores de Moda?

L.: Durante meu trabalho à frente da revista *Trends*, em meados dos anos 1980, empreendedores da área de educação resolveram criar cursos na área da moda. Eu fui uma das pioneiras a passar meu conhecimento e ajudá-los na organização dos cursos. Também viajei para os Estados Unidos e Europa para fazer a pesquisa do currículo do curso superior de moda por encomenda da Abrajeans (atual Abravest) e do Dr. Gabriel Rodrigues, da então Faculdade Anhembi Morumbi. Foi um bellissimo trabalho!

### Os anos 1990 e a imprensa internacional

A abertura do mercado para os importados e a crise econômica ocasionada pelo Plano Collor, este era o panorama do início dos anos 1990, quando o produto brasileiro sofria severa concorrência. Entretanto, a moda do Brasil passou a ter voz no cenário internacional, ainda que timidamente. O mercado absorvia os profissionais graduados em moda e grandes eventos, como *Phytoervas Fashion* e *Morumbi Fashion*, tiveram destaque. Modelos brasileiras despertavam a atenção no mercado internacional.

D.: E a *Trends*?

L.: Fechei a *Trends* pois percebi que era mais importante para o mercado brasileiro encontrar sua vocação e não copiar a moda estrangeira. Então, decidi que era hora de reportar para uma publicação europeia aquilo que produzíamos aqui. Foi quando iniciei um trabalho de divulgação do "Made-in-Brazil" na legendária publicação britânica *International Textiles*, iniciativa que se estendeu por cerca de 15 anos.

### Os anos 2000

No novo milênio, a moda brasileira se profissionaliza ainda mais. Em 2001, a *São Paulo Fashion Week*, promovida por Paulo Borges, adotou um formato nos moldes dos eventos internacionais. O *Fashion Rio* ressuscitou o papel dos estilistas cariocas, cujo desempenho fora muito importante na divulgação da moda nacional nos anos 1970.

A economia brasileira ganha outro dinamismo, e o país deixa de lado o estigma de subdesenvolvido, passando a figurar entre as maiores economias do mundo. O Brasil desperta a atenção, nossa cultura entra na moda e inspira coleções de grandes marcas internacionais. Mas na moda brasileira continuamos a nos questionar: o que nos faz brasileiros, existe uma identidade na moda nacional?

Em 2009, Pearson participou do desfile de Ronaldo Fraga na *São Paulo Fashion Week*, onde o estilista privilegiava na passarela idosos e crianças em detrimento dos modelos jovens.

Atualmente, Laís Pearson é colaboradora em diversos veículos da mídia, entre eles o *Fashion Bubbles*, site de moda e *lifestyle* e, aos 86 anos, ela permanece como um exemplo de jovialidade e elegância e é presença cativa nos eventos de moda.



Foto: Denise Pitta

Laís Pearson acompanhada pelo estilista Samuel Cirmansck, para quem ela deu o primeiro emprego.