

[CAROL GARCIA]

Jornalista, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e doutoranda no mesmo programa. Diretora científica da Modus Marketing e Semiótica com vasta experiência internacional como *cool hunter*. Repórter especial de *L'Officiel Brasil*. Coautora do livro *Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos* (Anhembi Morumbi, 2005).
E-mail: carol.garcia@modusmkt.com

Divulgação Puro Corazón



Tramando visibilidades



Em tempos de crise mundial, a América Latina não se intimida. Curiosamente, virou foco de atração dos fundos de *private equity* globais¹: ou seja, a região está se tornando alvo de investimentos estrangeiros de peso, fato aparentemente inusitado. Afinal, crise é com ela mesma: passamos por crises de identidade, crises políticas e, claro, muitas, mas muitas crises econômicas. No entanto, sempre soubemos persistir. Nesse movimento, fazemos nascer o novo do improvável juntando nossas mãos e tecendo novos caminhos de sobrevivência. Sob esse aspecto, a moda dá exemplo com o esforço das cooperativas de artesãos e designers que se unem num processo de efervescência criativa, como abundam exemplos do Uruguai ao Peru. Nas terras que se debruçam sobre a linha do Equador para depois se esparramar dos Andes ao Polo Sul, os fios se trançam sob bordados e estampas registrando modos de vida, da mesma forma que o papel recebe a tinta e documenta um momento preciso com marcas que sobrevivem mais do que o próprio autor da mensagem. Tal como as mitológicas Moiras fiam destinos diferentes para os seres humanos na sua Roda da Fortuna², também artesãos e indústrias têxteis tecem imagens que vão além da existência individual ou do contexto social em que foram produzidas, impelindo-as a uma pós-vida.

Sabemos que, por aqui, os ancestrais das primeiras investidas no ramo têxtil foram os entrelaçamentos de fibras vegetais e animais, originalmente focados na fabricação de cestos. Mas a contínua experimentação de desenhos e a construção de teares acabaram por engendrar novas texturas, permitindo a obtenção de telas flexíveis que deram origem aos tecidos. A palavra tecido, do latim *texere*, já era amplamente utilizada pelos romanos para designar o ato de construir, trançar ou enredar. Graças a essas múltiplas interpretações, o termo foi empregado para todo e qualquer invólucro capaz de expressar e estender a presença humana no mundo: de cabanas a cestas, de tapetes a véus. Ao desenvolver essas tramas, o homem também encontrou outras formas de materializar as paisagens de sua existência, promovendo sua capacidade comunicativa e sua sobrevivência simbólica.

Seguindo esses preceitos, é possível dizer que as imagens presentes nos têxteis constituem uma metáfora da própria fragilidade humana e do enfrentamento em relação ao medo da morte. Utilizando o têxtil como mídia no intuito de permitir sua autoexpansão, o corpo representa a si mesmo, ao mesmo tempo em que reflete, com a imagem construída, percepções do seu entorno. Ainda que confeccionados em materiais precários, invariavelmente sujeitos a condições de conservação precárias e ao uso constante, os tecidos incorporam, carregam e comunicam valores, crenças e sentimentos, em boa parte expressos nas imagens que circulam na sua superfície. Reportando-se aos antigos cientistas árabes³, o pesquisador alemão Hans Belting enfatiza que a imaginação ocorre dentro do corpo, "mídia viva"⁴ para o qual a porta de entrada é o olhar, ou seja, o despertar de memórias e recordações que engatilham percepções do mundo. É exatamente assim que as tecelãs latinas criam com a força de suas agulhas novos olhares sobre si e encantam um mundo em crise. Há um instinto de sobrevivência simbólico, estreitamente ligado à cultura, nas ações de grupos como *Manos del Uruguay*, cuja sede está em Montevideu, ou marcas como *Puro Corazón*, estabelecida em Lima.

Gestos nobres

"Manos", como é carinhosamente chamada a iniciativa dos "hermanos" uruguaios, se desenvolve num dos setores mais desprotegidos do universo feminino: o das mulheres do interior, que têm pouca ou nula visibilidade, mas conhecem como ninguém o trabalho manual com agulha e lã. Com uma história de mais de 40 anos, a entidade sem fins lucrativos é símbolo de uma maneira de fazer e sentir o país. Investindo de maneira permanente no desenvolvimento integral da mulher do campo (laboral, profissional e social), a entidade preocupa-se em não desalojá-la de seu *habitat*. A opção é por uma verdadeira dispersão geográfica da produção de tricôs e fel-tros feitos à mão, com a complexidade que significa distribuir o trabalho quase em domicílio. Trazendo e levando protótipos, corrigindo e ensinando as artesãs a conquistarem sua cidadania, "Manos"



parte da fiação e tintura manual de lãs rústicas para criar xales, blusas, gorros e outros mimos para os dias de frio da moçada elegante. Hoje, 33 localidades dos quatro pontos cardeais do país vizinho abrigam grupos em 17 cooperativas, com mais de 5 mil pessoas já capacitadas por programas de formação integral e 350 sócias, cifra que triplica durante a safra de exportações. O resultado se vê em suas seis lojas próprias, na capital e nos principais resorts uruguaios, e inclui ainda itens de artesanato em couro e madeira. Também passa pelas coleções de Marc Jacobs ou Donna Karan, para quem criam peças exclusivas, gerando mais de 36 mil quilos de tecidos fiados à mão.

Num mundo com sabor artificial de baunilha, "Manos" tem uma história para contar e uma equipe de design disposta a percorrer o interior a fim de explicar com carinho, a cada artesã, como desenvolver determinada peça. Moda, afinal, é trabalho de equipe. A designer colombiana Carolina Restrepo e seu marido Jean-Edouard Tromme sabem muito bem disso. Companheiros na vida e no trabalho, ambos criaram em Lima, Peru, uma das iniciativas mais bacanas de que se tem notícia: Puro Corazón. A ideia não é nova, mas consegue gerar novidades. Puro Corazón surgiu quando ambos entraram em contato com um grupo de artesãs integrantes de um projeto que buscava eliminar a violência doméstica em Ayacucho, nos Andes peruanos, a partir da geração de renda com o uso de técnicas tradicionais. Hoje, muitas bolsas e acessórios depois, ambos estenderam sua rede a todo o país andino, incluindo homens e mulheres no processo produtivo de patchworks e bordados com sabor inca e design inclusivo. "Acreditamos em inteligência intuitiva e espontaneidade. Temos fé nas pessoas e em que colocarão seu talento com honestidade onde houver chance", diz Carolina, com uma calma impressionante em meio a um estande lotado de compradores durante a ColombiaModa 2009⁵. Aparentemente, o mercado também comparte dessa crença porque o produto, além de socialmente responsável, é bonito e, sobretudo, benfeito. Puro Corazón enamorou, com as formas, cores e arte popular do Peru, muitos lojistas mundo afora: Emirados Árabes, França, Itália, Estados Unidos, Canadá, Japão, Venezuela, Panamá e Colômbia têm a presença da marca, assim como ela também está nas mãos das pessoas que fazem a diferença. Nas suas, quem sabe?

[62]

NOTAS

^[1] A pesquisa *Latin American Private Equity Confidence* (Deloitte, 2009), que entrevistou 54 empresas representantes de um total de 61 organismos de investimento, revela que, no início do segundo trimestre de 2009, o Brasil configurava-se como o mercado com as melhores perspectivas de investimento de fundos estrangeiros (28%), seguido de Colômbia (24%), México (16%), Chile e Peru (ambos com 14%). Segundo atesta a *Emerging Markets Private Equity Association* (Empea), neste ano o país tomou da Índia o segundo lugar na preferência dos investidores, ficando atrás apenas da China. Para saber mais, acesse: <www.deloitte.com.br>.

^[2] Na mitologia grega, são justamente as Moiras, conhecidas como tecelãs do destino, que enrolam as pontas soltas da existência num tear especial, a Roda da Fortuna. Clotho é aquela que tece: ela segura o fuso e controla as linhas da vida em seu percurso. Lachesis avalia os compromissos de cada indivíduo, distribui entre os homens seus respectivos destinos e sorteia quem parte para o reino da Morte. Átropos, que tem sob sua égide o poder de romper o fio da vida com sua tesoura encantada, dirige o momento final.

^[3] O professor Hans Belting ministrou uma aula especial para membros do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (Cisc) em 31 de agosto de 2008, durante visita ao Brasil. As reflexões citadas foram extraídas dos ensinamentos compartilhados nessa ocasião, apontados pela autora.

^[4] O termo "mídia viva", que ora utilizamos, foi originalmente adotado por Hans Belting.

^[5] A ColombiaModa, realizada na cidade de Medellín, é, hoje, a mais importante feira do setor na América Latina, graças a uma mobilização em torno do ecodesign e da inserção de uma área para jovens talentos da região, com a presença de 8500 visitantes e 65 milhões de dólares em volume de negócios na edição 2009. Foi lá que conheci Carolina Restrepo e Puro Corazón, além da marca Hijos de Misericórdia, também estabelecida no Peru e há algum tempo hit nas boutiques francesas. Mas... isso é um bom assunto para a próxima edição de *dObras*! Para saber mais, acesse: <www.inexmoda.org.co/colombiamoda>.

SAIBA MAIS

www.manos.com.uy

www.mipurocorazon.com