

volume 11 número 23 maio 2018

Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda

dobras

abepem
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA

e-ISSN 2358-0003

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>

EQUIPE EDITORIAL**EDITORA CIENTÍFICA**

Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio, Universidade Federal de Juiz de Fora e Diretora de Pesquisa e Publicações da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda – Abepem

EDITORA EXECUTIVA

Profa. Dra. Adriana Tulio Baggio, Universidade Tecnológica Federal do Paraná e Centro de Pesquisas Sociossemióticas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

COMITÊ EDITORIAL

Profa. Dra. Ana Paula Cavalcanti Simioni, Profa. Dra. Kathia Castilho e Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio

DIRETORIA DE PESQUISA E PUBLICAÇÕES DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA – ABEPEM

Profa. Dra. Kathia Castilho, Profa. Dra. Mônica Moura e Profa. Dra. Tula Fyskatoris

ASSISTENTE EDITORIAL

Ana Luiza Monteiro

CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Agnes Roccamora (London College of Fashion), Profa. Dra. Ana Claudia de Oliveira (PUC-SP), Profa. Dra. Ana Cristina Broega (UMinho), Prof. Dr. Andrea Semprini (IULM), Profa. Dra. Caroline Evans (Central Saint Martins), Profa. Dra. Denise Berruezo Portinari (PUC-Rio), Prof. Dr. Fausto Viana (EACH-USP), Prof. Dr. Frederic Godard (INSEAD – França), Profa. Dra. Giulia Ceriani (Università di Siena), Profa. Dra. Ivana Guilherme Simili (UEM), Profa. Dra. Kathia Castilho (Abepem), Profa. Dra. Maria Eunice Souza Maciel (UFRGS), Profa. Dra. Mirian Goldenberg (UFRJ), Profa. Dra. Regina Root (William Et Mary), Profa. Dra. Renata Pitombo (UFRB), Profa. Dra. Rita Andrade (UFG), Profa. Dra. Sofia Pantouvaki (Aalto University – Finlândia).

NOMINATA DOS PARECERISTAS DA EDIÇÃO 23

Adriana Tulio Baggio (Universidade Federal Tecnológica do Paraná), Adriane Shibata (Universidade da Região de Joinville), Adriano Mol (Universidade do Estado de Minas Gerais), Agda Carvalho (Universidade Anhembi Morumbi), Alécio Rossi (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – São Paulo e Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), Amanda Queiroz Campos (Universidade Federal de Santa Catarina), Ana Claudia Maynardes (Universidade de Brasília), Ana Neuza Botelho Videla (Universidade Federal do Cariri), Ana Paula Celso de Miranda (Universidade Federal de Pernambuco), Ana Paula de Campos (Universidade Estadual de Campinas), Ana Paula Vosne Martins (Universidade Federal do Paraná), Ana Pessoa (Fundação Casa de Rui Barbosa), Andrea Portela (Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora), Carla Maria Camargos Mendonça (Universidade FUMEC), Clara Vilarinho (Universidade Federal de Juiz de Fora), Claudia Liliana Fernández Silva (Universidade Pontifícia Bolivariana – Colombia), Cristiane Zovin (Faculdade Casper Libero), Cynthia Hansen (Universidade da Região de Joinville), Cyntia Tavares Marques de Queiroz (Universidade Federal do Ceará), Daniela Schmitz (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Denise Castilhos de Araujo (Universidade Feevale), Edilene Matos (Universidade Federal da Bahia), Emanuela Mora (Università Cattolica del Sacro Cuore), Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva (Universidade Federal do Ceará), Fabiana Jordão Martinez (Universidade Federal de Goiás), Fernanda Thomaz (Universidade Federal de Juiz de Fora), Helena Rugai Bastos (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Janiene Santos (Maryville University), Jenny Sánchez (El Colegio de México), Jorge Miklos (Universidade Paulista), Lilyan Berlim (Escola Superior de Propaganda e Marketing e Universidade Veiga de Almeida), Luciana Crivellari Dulci (Universidade Federal de Ouro Preto), Mara Rubia Sant'anna (Universidade Federal do Estado de Santa Catarina), Marcelo Machado Martins (Universidade Federal Rural de Pernambuco), Marcos Cardão (Universidade de Lisboa), Maria Eduarda Guimarães (Centro Universitário Senac – São Paulo), Maria Idelma Vieira D'Abadia (Universidade Estadual de Goiás), Mariana Bassi Sutter (Universidade de York), Marlyvan Moraes de Alencar (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), Olga Pepee (Universidade Estadual de Maringá), Raúl Romero Medina (Universidad Internacional de La Rioja), Rita Andrade (Universidade Federal de Goiás), Ronaldo Oliveira (Universidade Federal do Paraná), Rosane Muniz Rocha (Centro Universitário Belas Artes de São Paulo), Rosane Preciosa (Universidade Federal de Juiz de Fora), Suzana Avelar (Universidade de São Paulo), Virginia Kistmann (Universidade Federal do Paraná), Vivian Orsi (Universidade Estadual Paulista), Wladimir Machado (Universidade Federal do Vale do São Francisco).

CONTATO

dobras@abepem.com.br

www.dobras@abepem.com.br

CAPA

Marcelo Max a partir de fotografias de Mike Ribeiro da série *The faces we care*

Imagens do miolo da revista:

Mike Ribeiro da série *The faces we care* (@ikemon – Instagram / e-mail mikemovie@gmail.com)

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Estação das Letras e Cores Editora

Revisão: Ana Carolina Carvalho e Márcia Moura

Direção de Arte | Produção Gráfica: Marcelo Max

REVISTA DOBRAS

ISSN impresso 1982-0313 | e-ISSN 2358-0003 vol. 1 nº 1 da Dobras/2007.

ESTAÇÃO DAS LETRAS E CORES

Rua Cardoso de Almeida, 788, cj. 144 - CEP: 05013-001 – São Paulo – SP www.estacaolettras.com.br

- 4 *Apresentação*
[Maria Claudia Bonadio | Adriana Tulio Baggio]
- dossiê] 7 *Dossiê apresentação*
[Luz Neira García]
- 10 *Beauty Ideology in Latin America*
[Erynn Casanova]
- 22 *“The Land of the Most Beautiful Natural Resources”
Miss Universo: Representaciones de El Dorado y el Traje Típico Colombiano*
[Andrés Leonardo Caballero Piza]
- 41 *A beleza do divino: vestes como ornamento na imaginária cristã*
[Fuviane Galdino Moreira]
- 57 *A Stitch in Time: Embroidered Textiles from Mexico*
[Rebecca Devaney]
- 88 *Se pinta e se veste: a segunda pele indígena*
[Poliene Bicalho]
- artigos] 101 *A morte de James Lee Byars: imagem da (des)aparição de si*
[Angélica Adverse]
- 122 *Roupas em fluxos desviantes: a moda e suas narrativas*
[Luísa Mendes Tavares]
- 140 *Moda agênero: uma proposta de moda que desconstrói
as fronteiras de gênero?*
[Janara Morena | Fernanda Ribeiro Coutinho | Denise Berruezo Portinari]
- 157 *Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia
de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil*
[Ana Paula Medeiros Teixeira dos Santos | Marinês Ribeiro dos Santos]
- 182 *Reflexões sobre a profissão de modelo:
a categoria do exótico na moda e na Antropologia*
[Lara Virgínia Saraíva Palmeira]
- 197 *The Intervened Wardrobe: Making Visible the Agency of Clothes*
[Julia Valle Noronha | Danielle Wilde]
- 218 *Moda pelo avesso: compartilhamento de produção acadêmica
para transformação de realidades*
[Nayara Chaves Ferreira Perpétuo]
- 235 *Monitoramento de cor*
[Mônica Neder]
- 254 *Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro*
[Márcia Siqueira Costa Marques]
- resenhas] 272 *Investigaciones hispanas de moda e indumentaria: avances
metodológicos, generadores de conocimiento y nuevas herramientas.
¿existen vínculos de éstas con los estudios en Iberoamérica?*
[Martha Sandoval Villegas]
- 278 *Fashion Victims: The Pleasures and Perils of Dress in the 19th Century*
[Aline Lopes Rochedo]

A dObra[s] 23 está no ar e, por isso, é hora de comunicar algumas novidades! A principal delas é que agora temos duas editoras trabalhando para produzir a revista. Além de Maria Claudia Bonadio, que, desde 2014, vem atuando como editora do periódico, a partir deste número, Adriana Baggio também passa a desempenhar essa função. Assim, Maria Claudia tornou-se editora científica e Adriana, editora executiva da revista. O presente número é, portanto, resultado desse trabalho em parceria. Para quem não a conhece, Adriana Tulio Baggio é doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e, atualmente, realiza pós-doutorado na Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

A outra boa-nova é que, desde o início deste ano, a revista está presente nos indexadores *Diadorim*, *Dialnet* e no *Google Scholar* ou, em português, *Google Acadêmico*.

Nesta edição, as fotografias que estão na capa e nas aberturas das seções são da série *The faces we care*, do fotógrafo Mike Ribeiro, composta de registros de manequins de vitrines de diversos lugares do mundo, como Nova York e Bilbao. Quem quiser conhecer mais sobre o trabalho de Mike pode seguir o perfil do fotógrafo no Instagram, para tanto, é só procurar por @ikemon na rede social.

O dossiê sobre cultura de moda na América Latina, organizado pela pesquisadora independente e doutora em História da Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo Luz Neira García, abre este número com artigos elaborados por pesquisadores brasileiros, latino-americanos e latino-americanistas – na sequência deste texto está disponível a apresentação do dossiê escrita por sua organizadora, Luz Neira García.

Já a seção de artigos livres inicia-se com *A morte de James Lee Byars: imagem da (des)aparição de si*, de Angélica Oliveira Adverse, cujo texto discute a estética da desapareição a partir de performances realizadas por Byars, falecido em 1997. Se nesse trabalho as vestes divinizam o corpo do artista em suas atuações de aparecimento e desaparecimento, no artigo *Roupas em fluxos desviantes: a moda e suas narrativas*, Luísa Mendes Tavares questiona a aglutinação ou a diluição das memórias nos trajes a partir da colocação, em diálogo, de vozes tão dissonantes como aquelas oriundas das vivências pessoais e das fontes teóricas.

O pensar a moda como manifestação de identidades sexuais, culturais e regionais está na base de três artigos desta edição, o que confirma a relevância desse campo para a discussão de certas práticas e discursos sociais. O primeiro deles, *Moda agênero: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gênero?*, de Fernanda Ribeiro Coutinho, Denise Berruezo Portinari e Janara Morena da Silva Oliveira, aborda a apropriação da teoria *queer* pela

moda tanto em seus aspectos teóricos quanto de mercado; já em *Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil*, Ana Paula Medeiros Teixeira dos Santos e Marinês Ribeiro dos Santos vinculam à discussão de gênero as questões de raça por meio da apresentação de ações afirmativas baseadas na ressignificação do corpo feminino negro; a tríade se completa com o trabalho de Lara Virginia Saraiva Palmeira, *Reflexões sobre a profissão de modelo: a categoria do exótico na moda e na Antropologia*, que analisa as articulações entre o discurso do exotismo e as relações de poder na profissão de modelo a partir de um estudo de caso realizado em Fortaleza (CE).

O comportamento do consumidor de moda e o papel do designer e de outros agentes da cadeia nesse processo, especialmente quando se fala de sustentabilidade de recursos e de valores simbólicos, é tema que permeia os trabalhos de Julia Valle Noronha e Danielle Wilde e de Nayara Chaves Ferreira Perpétuo. As duas primeiras autoras apresentam um método para promover engajamento mais ativo entre os consumidores e as peças de vestuário no artigo *The intervened wardrobe: making visible the agency of clothes*; e em *Moda pelo avesso: compartilhamento de produção acadêmica para transformação de realidades*, Nayara Perpétuo mostra esse engajamento como resultado de um projeto de extensão que aproximou a produção científica do cotidiano de uma comunidade do Maranhão.

[5]

A indústria da moda e suas tendências marcam presença nesta edição com os artigos *Monitoramento de cor*, de Mônica Neder, e *Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro*, de Márcia Siqueira Costa Marques. Neder apresenta as reiteraões de padrões cromáticos nas semanas de moda do Rio de Janeiro e de São Paulo entre os anos de 2013 e 2016, enquanto Marques discute como o uso da inteligência artificial na moda pode ser visto como uma macrotendência à qual os agentes devem ficar atentos para enfrentar as inevitáveis mudanças no setor.

Encerrando esta edição, **dObras** apresenta a resenha de Aline Lopes Rochedo para a exposição *Fashion Victims: The Pleasures and Perils of Dress in the 19th Century*, no Bata Shoe Museum de Toronto. Inicialmente, a exposição ficaria em cartaz até junho de 2016, completando dois anos de exibição. Mas, devido ao sucesso, foi estendida até abril deste ano. Para as leitoras e os leitores de **dObras** que não puderam acompanhar a palestra de Alison Matthews David, uma das curadoras da exposição, no 13º Colóquio de Moda, em 2017, a resenha é uma oportunidade de conhecer outras *vítimas* da moda que não aquelas retratadas pelo senso comum de alguns discursos do consumo.

Boa leitura e boas reflexões!

Maria Claudia Bonadio
Editora Científica

Adriana Tulio Baggio
Editora Executiva

dossie



Cultura de Moda na América Latina

Cultura de moda na América Latina! É com grande satisfação que publicamos este dossiê que, há aproximadamente um ano, teve início com a chamada de artigos e colaborações para este número. A pretensão de fazer emergir pesquisas que problematizassem a moda no nosso continente era uma ideia que vinha sendo pensada a partir de algumas descobertas importantes até então desconectadas.

O primeiro impulso resultou de uma pesquisa realizada na Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo. Em fevereiro de 2016, foram concedidas três bolsas de iniciação científica para alunos que realizariam uma pesquisa qualitativa e quantitativa sobre a oferta de ensino superior em Moda em algumas regiões geográficas específicas, com o objetivo de mapear o ensino superior de Moda. Os resultados finais, apurados em maio de 2017, indicaram o funcionamento de cem cursos superiores de Moda nos países hispano-americanos e 214 somente no Brasil. Todos esses cursos e instituições tanto produzem quanto requerem conhecimento que faça cada vez mais sentido diante das questões locais, motivo primeiro para a organização deste dossiê.

[7]

A segunda motivação ou ideia decorreu da percepção cada vez mais clara da dificuldade de fazer com que pesquisas que partem da América Latina tenham alcance global. Tanto os eventos internacionais quanto as publicações das grandes editoras científicas dificilmente possuem representantes da América Latina publicando ou apresentando suas pesquisas. Isso não quer dizer que eles não existam nem que sejam raros, mas, certamente, não têm nem a presença nem a relevância proporcionais e merecidas da nossa produção científica. Barreiras linguísticas e geográficas contribuem para que a cultura de moda latino-americana seja pouco ou mal conhecida internacionalmente e, por causa disso, este dossiê também tem a missão de promover essas questões e pesquisas para um grupo maior.

Por fim, mas sem esgotar as motivações, este dossiê ainda deseja estimular a reflexão sobre a cultura de moda em nossos países. É claro que qualquer pesquisa sobre moda que parta de um objeto ou de um problema que surge em nossa região é certamente latino-americana, mas a ideia vai um pouco mais além. Seria a de (re)considerar, ao menos eventualmente, o papel que a dimensão geográfica ocupa nas certezas e incertezas de nossas pesquisas sobre moda. Aspira-se que essa reflexão ocupe também o território da criação e da produção de moda.

Os artigos recebidos, e que teremos a sorte e o prazer de lê-los a seguir, respondem às descobertas previamente mencionadas. Todos eles refletem as

questões anteriormente apontadas, o que indica a necessidade cada vez maior de se discutir a moda dentro e a partir do contexto latino-americano.

O primeiro artigo do dossiê é uma importante contribuição de Erynn Casanova, professora da Universidade de Cincinnati, nos Estados Unidos. *Beauty ideology in Latin America* desenvolve-se a partir da formação e do estabelecimento dos padrões de beleza na América Latina que são utilizados por diferentes indústrias culturais, da televisão aos cosméticos passando pela indústria do vestuário.

A beleza latino-americana tanto é um tema relevante que o segundo artigo deste dossiê parte dos desfiles de *Miss Universo* para tratar da elaboração/criação dos trajes nacionais das *misses* da Colômbia, ou seja, considera a beleza como símbolo da nação. No artigo *The land of the most beautiful natural resources: Miss Universo: representaciones de El Dorado y el traje típico colombiano*, Andrés Leonardo Caballero Piza mostra como elementos considerados representativos da expressão da cultura colombiana, que se alicerçam nos recursos naturais da terra, tornam-se trajes que identificam a nação. A beleza da mulher latina é potencializada por técnicas e materialidades tidas como originais da Colômbia que chegam até nós pelos livros de história, pelos mitos e por outros recursos simbólicos.

No mesmo caminho dos trajes nacionais, Fuviane Galdino Moreira traz uma pesquisa inédita sobre as vestes das padroeiras no artigo *A beleza do divino: vestes como ornamento na imaginária cristã*. A partir do estudo das vestes de duas padroeiras latino-americanas, a autora discute alguns costumes vestimentares das imagens religiosas de modo a apontar particularidades que se manifestam de acordo com a origem das imagens. O artigo demonstra também a necessidade de tomar essas imagens como objetos de estudo dentro do campo dos têxteis.

Rebecca Devaney dá sequência à reflexão sobre a materialidade têxtil na América Latina com o artigo *A stitch in time: embroidered textiles from Mexico*. O texto é resultado de pesquisa e prática *in loco* durante uma longa jornada no México, a qual colocou a autora em contato com diferentes técnicas, estilos, práticas, processos etc. do artesanato têxtil mexicano. A ênfase do artigo está nas atividades de aprendizagem e transmissão das competências técnicas e estéticas do bordado dentro das comunidades visitadas e de sua transformação em objetos representativos da cultura mexicana.

O dossiê termina com o artigo de Poliene Bicalho cobrindo uma imperdoável lacuna nos estudos sobre a cultura de moda brasileira. A autora contribui com este dossiê com o artigo *Se pinta e se veste: a segunda pele indígena* e esclarece alguns elementos fundamentais para melhor caracterizar e compreender *a segunda pele indígena* dentro dos estudos da moda no Brasil que se dirigem a essa questão. A urgência da discussão desse tema é inegável diante da dificuldade que os pesquisadores do campo da Moda enfrentam ao tratar da relação do indígena com a ornamentação corporal. Não se deve esquecer de que essa é uma particularidade que caracteriza o Brasil e toda a América

Latina e, até onde temos visto, a presença de culturas vestimentares diferentes da europeia (especificamente as indígenas) tornaram-se temas complexos e pouco presentes nos estudos mais disseminados.

Na seção de resenhas, Martha Sandoval colaborou com o texto *Investigaciones hispanas de moda e indumentaria: avances metodológicos, generadores de conocimiento y nuevas herramientas*, produzido a partir de sua participação no I Coloquio de Investigadores de Textil y Moda, organizado no museu têxtil de Terrassa (Barcelona), em novembro de 2017. Seu olhar focou a questão latino-americana e, como destacou a autora, a dificuldade de inserir nos debates espanhóis a participação de temas ou problemas dos países hispano-americanos. Sua análise comprova a necessidade de globalizar nossas pesquisas.

A princípio, qualquer estudo que se detivesse sobre um objeto ou uma questão proveniente do continente latino-americano poderia ser considerado parte deste dossiê. Contudo, o objetivo dessa chamada de trabalhos foi reunir artigos que assumissem um *olhar geográfico*, isto é, que mostrassem o impacto da dinâmica econômica, social e cultural da região sobre a cultura da moda aqui experienciada. Com isso, não houve a intenção de isolar as questões latino-americanas das de outras regiões: ao contrário, procura-se mostrar como esses temas fazem parte de uma cultura de moda global e a necessidade de entrelaçá-los às pesquisas científicas mais consolidadas.

[9]

Antes de finalizar esta apresentação, devo agradecer o convite para organizá-la, bem como a todos os pesquisadores que dedicaram seu tempo à leitura dos artigos que agora compõem o dossiê. Tanto autores quanto avaliadores de diferentes nacionalidades e idiomas dedicaram seu tempo e seu conhecimento para este projeto.

Boa leitura!

LUZ NEIRA GARCÍA

Pesquisadora independente.

E-mail: luz.neira.garcia@outlook.com

Beauty Ideology in Latin America

Ideologia da beleza na América Latina

[ERYNN MASI DE CASANOVA]

Professora Associada de Sociologia da University of Cincinnati.

E-mail: casanoen@ucmail.uc.edu

[abstract] While empirical studies provide details about the local practices and interpretations of beauty, it makes sense to discuss Latin American beauty ideology or ideologies in general because of the shared history of colonialism and the way that beauty images travel easily across national borders in this region today. These images do not dictate, but do inform, the way that women (and men) fashion their bodies in Latin American societies. The purpose of this essay is to develop a theory of Latin American beauty ideologies that is grounded in but moves beyond the empirical research on this topic. Rather than providing an exhaustive typology, I suggest some concepts worth considering, with the aim of stimulating academic debate and discussion. I identify two main aspects of beauty ideology: 1) the embrace of artificiality; and 2) racial mobility.

[II]

[keywords]

beauty; embodiment; cosmetic surgery; race; Latin America.

[resumo] Na medida em que estudos empíricos apresentam detalhes sobre práticas locais e interpretações sobre a beleza, é necessário discutir a ideologia de beleza ou ideologias em geral na América Latina, pois elas são compartilhadas com a história do colonialismo e o caminho que as referências de beleza viajam facilmente entre as fronteiras nacionais atualmente. Essas imagens não ditam, mas informam o caminho no qual a mulher (e o homem) constrói seu corpo nas sociedades latino-americanas. O propósito deste artigo é desenvolver uma teoria das ideologias da beleza latino-americana que se apoia e se move através de uma pesquisa empírica. Além de apresentar uma exaustiva tipologia, alguns conceitos devem ser considerados com o objetivo de estimular o debate acadêmico e a discussão. São identificados dois aspectos da ideologia da beleza: 1) a aceitação da artificialidade; e 2) a mobilidade racial.

[palavras-chave] beleza; personificação; cirurgia cosmética; raça; América Latina.

Why does beauty matter? Ideas about beauty shape how people – particularly women – feel about their bodies, how they present themselves in social settings, and how they perceive the bodies of others. Ideas and images circulate globally, and are also generated, received, and interpreted locally. We may embrace some images and reject or adapt others. Even young consumers are able to critically analyze the images of beauty they encounter rather than simply accepting and imitating them.

To study beauty sociologically, scholars pay attention to both idealized images and people's everyday embodied practices, including those related to faces, bodies, hair, dress, and personal style. As a feminist scholar, I also ask what beauty ideology means for women's everyday lives. Is beauty a form of power? Is there room for agency or resistance within culturally-mandated beauty regimes? How do Latin American women themselves view beauty (and fashion) and their participation in it?

[12]

I focus here on feminine beauty, not because men are not preoccupied with their appearance, but because of the strong link between beauty and womanhood. This link is not unique to Latin America, but it does manifest in ways that are particular to local and regional cultures that still bear the stamp of Iberian conquest and colonialism and its aftermath, half a millennium *después*. While empirical studies provide details about the local practices and interpretations of beauty, it makes sense to discuss Latin American beauty ideology in general because of this shared history of colonialism. Today beauty images travel easily across national borders, a process facilitated by those shared languages imposed by the colonizers.

By beauty ideology I mean a system of interconnected and mutually reinforcing ideas and ideals, a system that is often propagated by society's elites but subscribed to by many others. When circular logic and tautologies are used to describe some social phenomenon or practice, ideology is probably at work. In contemporary Latin America, people equate beauty with wealth and whiteness (or near-whiteness): this is part of beauty ideology. Although beauty ideology is hegemonic and mostly benefits members of the upper and middle classes, we can identify counter-ideologies or alternative definitions of beauty, for example, in devout Protestants' shunning of bodily adornment, or the increasing popularity of natural hairstyles for women of African descent. And while these forms of self-presentation break with dominant beauty ideologies, with profound implications for individuals' sense of self and their interaction with others, these alternatives do little to disturb those dominant ideologies.

Before discussing two dimensions of Latin American beauty ideology, I want to clarify some key concepts. French sociologist Pierre Bourdieu's term *physical capital* emerges from his work delineating the differences in how people of different social classes carry, present, and train their bodies (BOURDIEU, 1986; BOURDIEU, 1978). Social theorist Chris Shilling and others have extended Bourdieu's ideas to show how people can use the body itself as capital. They can reap social and economic rewards by transforming that physical capital into (economic) capital, usually in the form of money, obtained through jobs or partners that value their appearance (SHILLING, 2003). This transformation can be cyclical and seemingly infinite, as people use economic capital to increase their physical capital, which can then be converted into more economic capital. Physical capital can also shape how people are treated in everyday interactions, as those deemed more attractive may be respected or deferred to more, especially since physical capital is linked to class status. In societies marked by rigid class boundaries, a situation common throughout Latin America, the acquisition and reproduction of physical capital is a way to get ahead or stay ahead. Physical capital must be visible, on display, in order to be transformed into capital. This aspect of display recalls Thorsten Veblen's concept of *conspicuous consumption*, in which elites make sure that everyone around them can see the evidence of their wealth. Veblen also perceived the importance of the body in conspicuous consumption, using the example of wealthy women's ostentatious fashion and the symbolic role of servants in telegraphing a household's high status (VEBLEN, 2016 [1899]).

[13]

Beauty ideology is built on the particular forms of race relations and social constructions of race in Latin America. Within and among countries, regional and demographic variations exist. Yet, since colonial times, whiteness and Europeaness have been privileged markers of elite status. The idea that whiteness can be achieved is also rooted in those early encounters between Europeans and non-Europeans in Latin America. This achieved whiteness can be found at the core of the early nationalisms in the region, emerging toward the end of the 19th Century, as the official glorification of *mestizaje/mestiçagem* provided scant cover for the real political and racial project of *blanqueamiento/branqueamento*, or whitening. This incremental whitening may be phenotypic, through choosing whiter partners or encouraging European immigration so that each generation contributes to the project of 'bettering the race' [*mejorar la raza*], or it may be cultural, through a change in one's embodied practices and cultural affiliations. In the Andes, for example, the idea of leaving indigenous identity behind by becoming a modern, urban person – including a change in dress and self-presentation – still thrives. Ecuadorian president Guillermo Rodríguez Lara said as recently as the 1970s, 'we all become white when we accept the goals of the national culture' (SEMELSKI, 2007). Beauty ideology must be viewed in the context of this discourse of racial mobility and the political projects related to whitening (e.g., encouraging European migration), but also in the connection between race and class, which is summed up with the phrase 'money whitens' [*o dinheiro embranquece*]¹. Racial mobility is possible but risky, as a person can never control completely how they are

perceived by others. Physical capital, regardless of how much time one spends developing it, can fall short. The important point here is that racial identification and socioeconomic status are strongly correlated.

Ideals of beauty and beauty practices may differ by location, but there does seem to be, if not a Latin American aesthetic or look, a Latin American ideology of beauty. In this essay, I focus on two main aspects of this beauty ideology: 1) the embrace of artificiality; and 2) the equation of beautifying the body with whitening it. These two tenets of beauty ideology share the goal of transforming the body, and a recognition that the body is as much an unfinished cultural project as a natural biological organism. These tenets feed directly into bodily practices, justified by the implied rhetorical question: if you could do something to appear prettier, richer, or whiter, why wouldn't you?

Embracing the artificial

In this essay, I do not use the term 'artificial' in a pejorative sense; I am not making moral judgements. Neither do I mean to imply that an alternative, 'natural' body is possible. Scholars of the body and embodiment caution us against assuming that a 'natural,' pre-social body exists. From birth, if not before, our bodies are shaped by interventions that are based on social and cultural imperatives. All of our bodies are thus modified and manipulated in ways that could be classified as artificial. Here I am more concerned with whether women attempt to hide the work that they put into their appearance, to make their beauty seem natural, or whether they want that work to be seen and acknowledged. To embrace the artificial is to reject the natural body as an ideal and to proudly display the ways that you have enhanced and embellished your appearance.

[14]

Recent research on feminine beauty in Latin America often points to the time, effort, and expense invested into transforming the body (CASANOVA, 2004; EDMONDS, 2010; JAFAR; CASANOVA, 2013; MORENO FIGUEROA; RIVERS-MOORE, 2013; NICHOLS, 2016; OCHOA, 2014). One of the most common colloquial phrases I have heard in my own research on beauty and bodies in Spanish-speaking Latin America is '*No hay mujer fea, sino mal arreglada*' – there are no ugly women, just poorly groomed ones². This phrase also exists in Portuguese. Translations of the descriptor of *arreglada* and the verb it stems from, *arreglarse*, are necessarily incomplete, as the term does not just comprise grooming and hygiene. The non-reflexive form of the verb *arreglar* is typically used to refer to fixing objects: it is something you do to broken bicycles or car engines. The reflexive form is related: you fix yourself by fixing yourself up. The requirement to be *arreglada* is an assertion that women's bodies in their natural, unadorned state are flawed or broken, unacceptable for public display, until they are fixed through beautifying practices. Being *arreglada* is the minimum standard for women to participate in society, and it is easier to achieve than being beautiful (*bella* or *bonita*). Depending on the context, the actual embodied practices involved in becoming *arreglada* may involve professional hairdressing and manicures/pedicures, dressing in clothing that is

seen as fashionable, using makeup, and constricting fatness through the use of undergarments such as girdles.

The imperative for women to discipline and manipulate their bodies through beautifying practices is not unique to Latin America. Women around the globe participate in these activities. However, in many Latin American societies, being *arreglada* or beautiful requires effort that is meant to be seen. The socially acceptable feminine body is not a natural blessing or state of flawlessness: it is the result of the conscious and conspicuous cultivation of physical capital through beauty practices. The so-called natural body is not the ideal; the ideal is a groomed and beautified – a blatantly artificial – body. In her study comparing the transformations of cisgender women's bodies in beauty pageants to the transformations undertaken by transgender women (many of whom are sex workers) in Venezuela, Marcia Ochoa highlights this embrace of artificiality (OCHOA, 2014). Both groups of women – and other women who are neither trans nor beauty queens – are described as subscribing to an ideal of 'spectacular femininity' that is crafted rather than simply displayed (OCHOA, 2014). In this context, artifice is embraced rather than denied or devalued, as it is in some contexts with different beauty ideologies, such as the U.S., which prizes beauty that appears to be 'natural'.

[15]

What are the concrete practices of consumption that artificially enhance women's bodies and transform economic capital into physical capital, often with the hopes of garnering even more economic capital? When listing examples of these practices, we see that socioeconomic status and disposable income constrain women's abilities to participate in them. Makeup is an obvious place to begin. Makeup use is associated with being urban, professional, or middle-class. Yet the flexible payment plans facilitated by the direct selling of cosmetics has had the opposite effect, democratizing makeup by allowing women of lower classes to obtain it (CASANOVA, 2011). In many Latin American countries, these direct sales beauty businesses are profitable and influential. Despite this increased access to cosmetics, women's practices may be constrained or deemed illegitimate. In my research on domestic employment, for example, I have found that it is common for employers of domestic workers to forbid them to use makeup, which reinforces class-specific notions of feminine beauty and excludes these workers' bodies from artificial beautification (CASANOVA, 2013). Domestic workers' bodies, already assumed to be ugly, are denied the right to be beautiful, which maintains the distinctions separating lower-class bodies from middle-class or elite bodies.

Every neighborhood and town has small, locally-owned beauty businesses that help women in their quest to be *arreglada*: nail salons or itinerant nail artists, hair salons, and small boutiques. And let's not forget the *fajas*: girdles and 'support' undergarments. Leonisa, a Colombian company whose business model combines retail stores with direct and online selling, is a rapidly-growing beauty business that now operates in at least 12 countries. The mainstay of Leonisa's catalog are the dozens and dozens of 'shapers', girdles, corsets, butt-lifting panties, and bras. All of these garments are designed to discipline feminine bodies in

the quest for beauty. Cosmetic surgery, which is cost-prohibitive for many Latin American women, is another route to beauty. While some cosmetic surgery procedures are declining in the U.S. (notably breast augmentation), surgery rates are growing throughout Latin America, where the 'plastic look' is often seen in the media (EDMONDS, 2010; HERRERA CAICEDO, 2012). An oft-cited example of the idealization of cosmetic surgery as a route to economic capital is the *telenovela*, originally Colombian, called *Sin Tetas No Hay Paraíso*, or in the more demure rendering of the title, *Sin Senos No Hay Paraíso* [Without Tits/Breasts there is No Paradise], whose protagonist longs for breast implants so that she can be attractive to wealthy narco-traffickers. The ideal is an artificially enhanced beauty, which is seen as a reasonable goal in the social world of the show.

There is not enough space in this brief essay to list many other trendy beautification practices and products that periodically come and go in Latin America (with echoes in the Latin American diaspora in the U.S. and elsewhere): garments that make you sweat to slim down, so-called Japanese hair-straightening techniques, butt-lifting jeans, *baba de caracol* [snail slime] face creams, diet drinks and recipes, perfume, precarious high heels, and so on. These products and services are all ways for women to participate in Latin American beauty ideology.

[16]

While I am describing a general Latin American beauty ideology, there are obviously important regional and local variations in how this ideology plays out, and for example, the degree of artificiality that is encouraged or tolerated. The stakes for presenting a beautiful body are raised in what I call 'beauty capitals' – places that are stereotyped as having concentrated populations of beautiful women, where cosmetic surgery and success in international beauty pageants are seen as part of the national identity. Based on evidence in research and analysis of popular culture, it would make sense to place Colombia, Venezuela, Argentina, and Brazil in this category of beauty capitals. Cosmetic surgery is commonly part of the beauty discourse in each of these countries, and Colombia and Venezuela have long track records of success in high-profile pageants such as Miss Universe (EDMONDS, 2010; NICHOLS, 2016; STANFIELD, 2013; NEWTON-FRANCIS; VIDAL-ORTIZ, 2013; SUTTON, 2010).

How much money women have certainly limits their ability to participate fully in the embrace of artificiality. A common re-write of the *No hay mujer fea* saying is: 'No hay mujer fea, sino mujer sin plata' [there are no ugly women, just women without money]. By replacing the seemingly attainable goal of being *arreglada* with the goal of having money to beautify the body, this phrase lays bare the transformation of economic capital into physical capital and back again. The aspiration to middle-class or elite status, and the high levels of economic inequality throughout most of Latin America, thus provide the background to the embrace of artificiality. By showing the effort and expense involved in becoming *arreglada* or beautiful, you embody conspicuous consumption. Those who see you know that

you could afford those fashionable clothes, that surgery, those perfectly manicured nails (never damaged by physical labor).

Is the embrace of artificiality, or the embrace of beauty ideology itself, a foregone conclusion? Is participation in beauty regimes completely mandatory? Of course not. We do see examples of resistance to beauty ideology, and the creation of alternative ideals. Two easily identifiable examples include the modest dress adopted by some Protestant/Evangelical women, and the natural hair movement in black communities (CARPENEDO, 2018; HORDGE-FREEMAN, 2015; PINHO, 2009). The women involved in these social groups and communities may reject the ideals of beauty portrayed in the media and reinforced through social interaction, instead adopting counter-ideals that allow them a sense of religious, racial, or political identity. It is precisely a rejection of artificiality and an embrace of 'natural' or understated beauty that characterizes these alternative beauty ideologies. Yet they are less widespread than the dominant beauty ideology, and these alternative images of beauty rarely reach mass media audiences.

Beautifying as racial mobility

[17] In the introduction to this essay I mentioned the nationalist goal of whitening that had roots in the colonial era, became widespread as Latin American countries won their independence, and continued into the 20th and 21st centuries. These ideas continue to influence people's behavior: you can not only aim to have children who are whiter or lighter than you, but also make changes in your own appearance that could make people perceive you as white(r). In contrast to the U.S. racial order, in which a sharp line divides Americans with African ancestry from Americans who are considered white, there are greater possibilities for moving between categories in the racial orders of Latin American societies. And movement usually means moving up into the higher status categories of white or *mestizo/a*, a process of racial mobility. This logic of status and wealth being tied to whiteness, which dictates that if you have money you should look white and that in order to get money you should look white, is pervasive.

In this context, physical transformation through skin-lightening techniques, hair styling, or cosmetic surgery seem like a reasonable response to social pressures and ideologies of race and beauty. The ideal of whitening or lightening, as well as 'correcting' facial features associated with nonwhite ancestry, remains strong throughout Latin America³. It is important to note that facial features, hair texture, dress, and body shape are all part of how people are categorized racially, not just skin color⁴. Depending on their resources, there are a number of practices women can engage in to try to build up their physical capital through racial mobility.

The least invasive steps toward racial mobility involve changes to dress and hair. Stereotypes exist about the types of hair that black people or indigenous people have, and people can alter their hair so that it departs from

those stereotypes through styling, straightening, or using weaves or wigs. In countries where indigenous people —especially women— are associated with *traje típico* (traditional dress), people can change their dress. In addition to changes in hair or dress, women can wear makeup that changes the tone of their skin or the appearance of their features, for example, contouring their nose to make it look thinner and more stereotypically European. They can lighten their dark eyes with colored contacts. While skin-lightening products are not as visible in this part of the world, many moisturizers or face creams include sunscreen or lightening agents. Then there are surgical methods for embodying *blanqueamiento*: altering the shapes of noses, lips, cheeks, and eyes in order to avoid stigmatizing racialization. In Latin America, the language used to describe such surgeries blatantly places whiter features at the top of an aesthetic hierarchy (EDMONDS, 2010; HERRERA CAICEDO, 2012; JARRÍN, 2017). For example, it is not unusual for plastic surgeons to lament the shape of the 'negroid' or 'indigenous' nose.

While the link between beautifying and whitening the body is strong in Latin America, whitening creams are not widely advertised, and the strongest products are rarely used. How can we explain this puzzle? The scholarly literature on race and beauty addresses the global popularity of skin-lightening products throughout the world, especially in South and Southeast Asia (PARAMESWARAN; CARDOZA, 2009; JONES, 2011; NAKANO GLENN, 2008; SARASWATI, 2012). In the research on beauty in Latin America, however, skin-lightening products (usually creams or lotions) are almost never mentioned. I wrote an entire book on the business of cosmetics in Ecuador and never encountered the types of strong and potentially dangerous whitening creams that are popular in other parts of the world. Although some cosmetics ads mention lightening the skin as a goal, the offensive images associated with advertisements for whitening creams in Asia and Africa are not often seen in the Latin American context. And Latin America is not seen as a potentially profitable market for these products. In articles and reports about the growing market potential in skin-lightening products, demand in Africa and Asia is said to be increasing, fueling cosmetics companies' expansion into those areas with these products⁵. Latin America, despite its idealization of white or light beauty, is almost never mentioned in these discussions. Why not? Although we need more research on this question, I suggest that it is because racial mobility through other types of physical transformation is seen as achievable. If you have the right features, hair, and clothes, your skin does not have to be pale, as racial appearance is the sum of these physical characteristics. While dark skin is stigmatized, brown skin is not always stigmatized. If other racialized signifiers (dress, features, hair, even manner of speech) can be manipulated, then these products are not needed.

As with the embrace of artificiality, the racial mobility aspect of beauty ideology is expressed in mass media, including advertisements for cosmetic surgery (which is a key beautifying practice in evidence in beauty pageants and media depictions of beauty). But it is also expressed in everyday interactions among people, who weigh in on each other's looks, romantic part-

ners, and bodily practices (HORDGE-FREEMAN, 2015). Despite slight increases in the number of darker-skinned or nonwhite people depicted on television and in movies, the ideal of feminine beauty that dominates is still white or white-mestiza, when it isn't blonde and light-eyed.

Men and Trans Women: Further Research is Needed

Although this essay has focused on feminine beauty as performed by cisgender women (as does most of the literature on this topic), beauty does not only concern them. We know that transgender women also engage in beautifying practices and often subscribe to aspects of the beauty ideology I describe here. The stakes for trans women, an already stigmatized population, are higher than for cis women and their performances of beauty are more likely to be criticized. Although the literature that exists certainly delves into trans women's engagement with the artificiality aspect of beauty ideology (KULICK, 1998; OCHOA, 2014), it would be interesting to see how the idea of beautifying as racial or class mobility manifests in these social groups. In addition, the existing studies on trans women's embodiment tend to focus on sex workers, so we should also be careful about generalizing from this group to trans women not engaged in this occupation. We need more research on how trans women in Latin America think about and practice beauty.

[19]

Although the word 'beauty' is almost never used to describe men, men also engage in beautifying their bodies. There is very little research on how men, especially heterosexual men, think about beauty or attractiveness in relation to their own bodies. In general, studies of Latin America rarely address men's embodiment at all. In one case study set in Lima, Peru, young men who were committed to fashionable dress rejected the embrace of artificiality and worked to achieve a look of meticulous dishevelment [*'desarreglo meticuloso'*] (VILLA, 2015). This example stands in opposition to the way that women often expect their effort to beautify or *arreglar* their 'natural' bodies will be recognized and reward. These men's rejection of artifice while embracing particular masculine ideals of embodiment and engaging in beautifying practices does not challenge the Latin American beauty ideology I have discussed here, but rather confirms its strong association with women and femininity. In this case, elite men were not trying to move between racial or class categories, but to display physical capital (through conspicuous consumption of luxury/designer fashion) and maintain high status. The intersectional dynamics of men's beauty behaviors are a potentially rich topic for social research.

Conclusion: Transforming Bodies Through Enacting Beauty Ideology

Social hierarchies position some bodies as superior to others. Women's bodies are seen as naturally deficient and in need of artificial correction and enhancement before they can be presented in public. Bodies of lower-class women or women with darker skin and less-European features are stigmatized others, and this stigma is often internalized. This stigma both justifies and maintains their low status. The inherent unfinished-ness of women's bodies, and the loathing of poor or brown bodies, drive many to attempt to transform their bodies in order to increase their physical capital. The techniques and practices used to beautify bodies may differ for people of different

socioeconomic status, but they all involve some effort to transform the body into something, if not beautiful, then at least socially acceptable. These practices may involve simple styling of the hair, buying particular types of clothing, or more drastic interventions, such as surgical alteration of the body. Some practices give women the opportunity to participate in conspicuous consumption, blending the display of physical and economic capital.

Transformation is an essential element of both aspects of Latin American beauty ideology described here: the embrace of artificiality and beautifying as racial (or class) mobility. Women's body-transforming practices are by now well-documented in the academic literature. But the aspects I focus on here are by no means exhaustive, and are also adapted or rejected in particular local contexts. Future research should not only show how beauty ideologies are enacted or resisted by individual people and communities, but should also aim to delineate other aspects unique to contemporary Latin American beauty ideology. For example, the links between fashion production, consumption of fashion, and beautiful bodies in Latin America are also ripe for further research.

Recebido em: 15-02-2018

Aprovado em: 07-03-2018

NOTES

¹ What would the alternative look like? In the United States, moving into the white racial category is not often seen as a goal, and even if it were, rigid racial boundaries make it difficult.

² Discussions of the meanings of *arreglada* focus on Spanish-speaking countries such as Ecuador and Mexico (CASANOVA, 2004; HOFMANN, 2013). Though an equivalent term, *arumada*, exists in Brazil, I have not encountered scholarly analysis of it. Thank you to an anonymous reviewer and the special issue editor for highlighting this point.

³ See Hordge-Freeman (2015) and Jarrín (2017) on the pathologizing of nonwhite facial features in Brazil.

⁴ See Pinho's (2009) discussion of the importance of features and hair texture in Brazil.

⁵ For example, see market reports at <http://www.strategyr.com/MarketResearch/Skin_Lighteners_Market_Trends.asp or <https://www.pnnewswire.com/news-releases/skin-lightening-products-market-growing-fascination-for-fair-skin-to-spur-the-growth-of-global-market---future-market-insights-665159303.html>> or Rehman (2017).

REFERENCES

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, John. (Ed.) *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press, 1986.

_____. Sport and social class. In: *Social Science Information*, v. 17, p. 819-840, 1978.

Bourdieu, P. 1978. 'Sport and social class.' *Social Science Information* 17:819-840. Bourdieu, P. 1978. 'Sport and social class.' *Social Science Information* 17: 819-840. CARPENEDO, Manoela. Collective memory in the making of religious change: the case of 'emerging Jews' followers of Jesus. In: *Religion*, v. 48, n. 1, 2018.

CASANOVA, Erynn Masi de. Embodied inequality: the experience of domestic work in urban Ecuador. In: *Gender & Society*, v. 27, n. 4, p. 561-585, 2013.

_____. *Making up the difference: women, beauty, and direct selling in Ecuador*. Austin: University of Texas Press, 2011.

_____. No ugly women: concepts of race and beauty among adolescent women in Ecuador. In: *Gender & Society*, v. 18, n. 3, p. 287-308, 2004.

EDMONDS, Alexander. *Pretty modern: beauty, sex, and plastic surgery in Brazil*. Durham: Duke University Press, 2010.

HERRERA CAICEDO, Casandra Paola. *Cuerpos en re-construcción: el consume de cirugía estética en la ciudad de Ambato*. Quito: FLACSO Ecuador, 2012.

HOFMANN, Susanne. Aesthetic labor, racialization, and aging in Tijuana's cosmopolitan sex industry. In: JAFAR, Afshan; CASANOVA, Erynn Masi de (Eds.). *Global beauty, local bodies*. New York: Palgrave Macmillan, p. 23-50, 2013.

HORDGE-FREEMAN, Elizabeth. *The color of love: racial features, stigma, and socialization in black Brazilian families*. Austin: University of Texas Press, 2015.

JAFAR, Afshan; CASANOVA, Erynn Masi de. *Global beauty, local bodies*. New York: Palgrave Macmillan, 2013.

JARRÍN, Álvaro. *The biopolitics of beauty: cosmetic citizenship and affective capital in Brazil*. Berkeley: University of California Press, 2017.

JONES, Geoffrey. *Beauty imagined: a history of the global beauty industry*. New York: Oxford University Press, 2011.

KULICK, Don. *Travesti: sex, gender, and culture among Brazilian transgendered prostitutes*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

MORENO FIGUEROA, Mónica; RIVERS-MOORE, Megan (Eds.). Beauty, race, and feminist theory in Latin America and the Caribbean. In: *Feminist Studies*, v. 14, n. 2, 2013.

NAKANO GLENN, Evelyn. Yearning for lightness: transnational circuits in marketing and consumption of skin lighteners. In: *Gender & Society*, v. 22, n. 3, p. 281-302, 2008.

NEWTON-FRANCIS, Michelle; VIDAL-ORTIZ, Salvador. ¡Más que un bocado! (More than a mouthful): comparing hooters in the United States and Colombia. In: JAFAR, Afshan; CASANOVA, Erynn Masi de (Eds.). *Global beauty, local bodies*. New York: Palgrave Macmillan, p. 59-82, 2013.

NICHOLS, Elizabeth Gackstetter. *Beauty, virtue, power, and success in Venezuela 1850-2015*. New York: Lexington Books, 2016.

OCHOA, Marcia. *Queen for a day: transformistas, beauty queens, and the performance of femininity in Venezuela*. Durham: Duke University Press, 2014.

PARAMESWARAN, Radhika; CARDOA, Kavitha. Melanin on the margins: advertising and the cultural politics of fair/light/white beauty in India. In: *Journalism and Communication Monographs*, v. 11, n. 3, p. 213-274, 2009.

PINHO, Patricia. White but not quite: tones and overtones of whiteness in Brazil. In: *Small Axe: A Caribbean Journal of Criticism*, v. 29, n. 13/2, p. 39-56, 2009.

REHMAN, Maliha. Getting rich from the skin lightening trade. In: *New York Times Business of Fashion Blog*, 2017. Available at: <<https://www.businessoffashion.com/articles/global-currents/profitting-from-the-skin-lightening-trade>>. Accessed on: 6th February 2018.

SARASWATI, L. Ayu. Cosmopolitan whiteness: the effects and affects of skin-whitening advertisements in a transnational women's magazine in Indonesia. In: *Meridians*, v. 10, n. 2, p. 15-41, 2010.

SEMELSKI, Brian. Sons of Indians and Indian sons: military service, familial metaphors, and multicultural nationalism. In: CLARK, Kim; BECKER, Marc (Eds.). *Highland Indians and the state in modern Ecuador*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2007.

SHILLING, Chris. *The body and social theory*. London: Sage, 2003.

STANFIELD, Michael. *Of beasts and beauty: gender, race, and identity in Colombia*. Austin: University of Texas Press, 2013.

SUTTON, Barbara. *Bodies in crisis: culture, violence, and women's resistance in neoliberal Argentina*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2010.

VEBLEN, Thorstein. *The theory of the leisure class*. [S.l.]: Pantianos Classics, 2016 (1899).

VILLA, Julio. Desarrreglarse: un arte. Belleza masculina en jóvenes de sectores altos de Lima. In: KOGAN, Liuba (Ed.). *Belleza, musculatura y dolor*. Lima: Universidad del Pacífico, 2015.

“The Land of the Most Beautiful Natural Resources”

*Miss Universo: Representaciones de
El Dorado y el Traje Típico Colombiano*

*Miss Universe: Representations of El Dorado
and the Colombian National Costume*

*Miss Universo: Representações
do El Dorado e o Traje Típico Colombiano*

[ANDRÉS LEONARDO CABALLERO PIZA]

Mestre em Artes, Cultura e Linguagens pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

E-mail: pizart@msn.com

[resumen] A través de los conocidos "trajes típicos" se ha representado la cultura de los países en el concurso de Miss Universo. Este artículo analiza cómo a partir de los trajes utilizados por las concursantes de Colombia, específicamente aquellos inspirados en la orfebrería precolombina, se ha hecho una construcción distinta a la difundida por los medios, que busca transmitir una imagen favorable del país. Por una parte este estudio muestra lo positivo de utilizar la transmisión de la cultura como herramienta política y publicitaria y, por otra, hace una reflexión sobre la sexualización de la cultura a través de la exhibición y cosificación del cuerpo de la mujer. La investigación usa como fuentes primarias recursos audiovisuales y recortes de prensa.

[palabras clave]

traje típico; traje nacional; concurso de belleza; identidad.

[23]

[abstract] The culture of different countries has been represented by the contestants of Miss Universe by using the so called national costumes. This article explores how certain aspects of Colombian culture have been showcased, specifically by those costumes inspired in pre-Columbian jewelry. The national costumes have revealed a better image of Colombia, different of what have been spread on other media. Although it is noteworthy how culture can be used as an advertising and political tool, this article reflects on the sexualization of culture, as well as on the commodification and commercialization of women's bodies. The research is based on audiovisual files and press clippings.

[keywords] typical costume; national costume; beauty pageant; identity.

[resumo] Por meio dos conhecidos "trajes típicos" tem-se representado a cultura dos países no concurso de Miss Universo. Este artigo analisa como, a partir dos trajes utilizados pelas concorrentes da Colômbia, especificamente aqueles inspirados na ourivesaria pré-colombiana, tem-se feito uma construção distinta daquela difundida pela mídia que procura transmitir uma imagem favorável do país. De uma parte este estudo mostra o lado positivo de utilizar a transmissão da cultura como ferramenta política e publicitária e, de outra, reflète sobre a sexualização da cultura através da exibição e coisificação do corpo da mulher. A pesquisa tem como fontes primárias recursos audiovisuais e recortes de imprensa.

[palavras-chave] traje típico; traje nacional; concurso de beleza; identidade.

Introducción

Desde 1958 Colombia ha enviado su delegada al Miss Universo, certamen de belleza creado en 1952 en Palm Beach, California y patrocinado por *Catalina Swimsuits*. Fue la primera vez que el país concursaba y ha sido también el primer triunfo internacional del país en un concurso de belleza. Con Luz Marina Zuluaga se fortaleció una imagen positiva de Colombia:

La victoria de Luz Marina en el Miss Universo atrajo un poco la atención de los medios de comunicación para Colombia y sus bellas mujeres, incrementándose el potencial para el turismo internacional. Fundada en 1957, *Colombia Turística*, la revista nacional oficial de turismo, distribuida nacional e internacionalmente, usó fotografías de modelos y reinas de belleza como propaganda para promover los negocios y la nación. (STANFIELD, 2013, p. 109)¹

[24]

Exponer la belleza femenina de Colombia lleva a la promoción turística del país, siendo el cuerpo de la mujer parte de ese paisaje exótico o tropical que representa e identifica al país en el extranjero. ¿Cómo se aprovecha el cuerpo de reinas² y modelos para proyectar una buena imagen del país? En el Miss Universo, el desfile en *National Costumes* o traje típicos – su traducción en español por parte de la industria del entretenimiento en Iberoamérica –, se configura como un dispositivo que, desde la propia performance y los elementos plásticos que integran estos trajes, exhibe riquezas y valores nacionales. La imagen del país es representada a través de trajes que pueden hacer alegoría, en el caso de los países latinoamericanos, a un pasado indígena, a la celebración de la biodiversidad, a lo carnavalesco y lo tropical, a la valoración de lo artesanal o a una mirada nostálgica hacia la vida campesina.

Así, dichas imágenes y representaciones refuerzan la idea de un exotismo y/o tropicalismo latinoamericano, entendiéndose los trajes típicos como los únicos y singulares de un territorio (SEGALEN, 2017, Posición 522 de 1126), que en los concursos de belleza, sobresalen con particulares exuberancias que lo exotizan: en el caso colombiano, por ejemplo, se ostenta el oro precolombino³, recorte de este artículo. Además, también hay que tener en cuenta la propia condición del país al estar ubicado en el trópico, ya que de esta manera entran en juego los prejuicios que su localización geográfica implica, considerando que estos trajes son presentados en un escenario más americanizado (estadounidense) que occidentalizado.

Al momento de iniciar la ceremonia para coronar a una nueva Miss Universo, se realiza una apertura donde todas las *misses* o candidatas se presentan con sus trajes típicos, conocida en el concurso como *The Parade of Nations*, con el fin de conocer a las candidatas de cada país o territorio, donde cada una de ellas exclama su nombre y el lugar que representan. En algunas de estas aperturas, especialmente de 1992 a 1997, las *misses* tuvieron la oportunidad de pronunciar algunas palabras por las cuales se destacase el país representando: de manera alegre y con un inglés particular, las candidatas exclamaron sus riquezas naturales, históricas o culturales por las cuales se podían destacar sus naciones.

Las palabras de presentación de Claudia Elena Vásquez, representante colombiana en 1996, mientras lucía un traje con un Poporo Quimbaya⁴ en la cabeza fueron: "Buenas Noches, *proudly representing the land of the most beautiful resources, I am Claudia Vásquez from Colombia*" (MISS UNIVERSE 1996), aprovechando la ocasión para mostrar los "bellos recursos naturales" existentes en el país. ¿Cuáles serían las riquezas naturales publicitadas?

Es a través de la televisión que se proyectan estas representaciones de la nación, materializadas en "fantasías" y catalogadas como *National Costumes*. Esos términos serán aclarados en el primer segmento de este artículo, siendo estos registros audiovisuales y otras fotografías del evento, las que funcionan como fuente primaria para analizar el concepto y plasticidad de dichos trajes. También se tiene en cuenta blogs, foros y páginas especializadas en concursos de belleza, administradas por fans de estos certámenes, que compilan, digitalizan y posibilitan el acceso a dichos registros audiovisuales.

[25]

En lo que corresponde a este artículo, se analizarán los *National Costumes* cuyo referencial para la distinción del país, fue la reactivación del mito de El Dorado. Es decir, los desfiles de trajes que ostentaron la riqueza en oro del país a través de la orfebrería precolombina, producción artística existente en el actual territorio nacional antes de la llegada de los españoles, cuyas riquezas fueron saqueadas por estos colonizadores y posteriormente recuperadas y valorizadas por la arqueología ya en el siglo XX.

Los españoles, y aun muchos europeos, se ilusionaron ávidamente por descubrir la maravillosa Manoa, la ciudad del oro, torreada y murada, con arcos, palacios y fuentes, todo de alabastro; el Reino del Dorado, donde hasta los peñascos y guijarros eran de oro puro; en una palabra, «aquel gran tesoro del Dorado [...], el cual dicen por encarecimiento ser tan grande y rico, que hay riscos de oro fino y cuajado naturalmente, como tienen piedras una cantera. (VILLA POSSE, 1993, p. 43)

Nociones preliminares: National Costume, traje típico

¿De dónde viene la idea de crear trajes típicos o trajes nacionales? ¿Cuál es el origen de tal inspiración y cuáles son sus usos en la vida cotidiana? Antes de definir lo que se conoce en el concurso de Miss Universo como *National*

Costume, es importante mencionar que diferentes investigadores de la moda y el vestuario, han empleado términos como traje fijo, traje tradicional, traje regional y vestido étnico para referirse a aquellas ropas cuya producción y empleo están más relacionadas a un contexto geográfico y cultural, distanciadas del mercado de la moda. También es importante señalar que dichos investigadores emplean tanto el término *national costume* como el de *national dress* (traje nacional/vestido nacional), sin precisarse alguna distinción.

Autores como Simmel (1911), Flügel (1966), Lipovetsky (1990), Eicher (1999), Entwistle (2002), Taylor (2004), Maxwell (2014), entre otros, coinciden al definir estos términos como una "moda estable" vestida por los habitantes de determinado lugar, tratándose de una "no moda", como lo conceptualiza Hollander (1996), ya que se desarrollan y se transforman a partir de ciertas costumbres y comportamientos geográficamente limitados. Si bien los trajes nacionales suelen estar inspirados en las anteriores definiciones, es importante comprender y diferenciar lo que se entiende por *national costume*, denominado a veces como *national dress* y conocido también mayoritariamente en la lengua española como "traje típico", cuya traducción literal del inglés sería traje o vestido nacional, para entender posteriormente lo que sería el uso de este término dentro del propio concurso.

[26]

Lou Taylor advierte que el término vestido "nacional" (*national dress*) lleva consigo significados que van más allá de lo étnico. Ese traje realmente "soporta el peso de la representación de toda una nación" (2004, p. 213), convirtiendo el término en una palabra que se confunde con el vestido del campesino y que Lou Taylor cataloga como "traje étnico", pero que, en conclusión, "proviene de lo urbano, de un saber, de una conciencia intelectualizada del concepto de nación. Sus fuentes son urbanas, politizadas, elitistas y educadas" (2004, p. 213), inventado por otras esferas de la sociedad y no por sus propios usuarios y creadores:

El proceso de invención de un vestido "nacional" usualmente envuelve la apropiación de estilos rurales como algo romántico y de iconos utópicos de la lucha democrática y la restauración de la cultura nacional. Los estilos se basan en elementos étnicos que siempre se modifican si no se inventan artificialmente. (TAYLOR, 2004, pp. 213-214)⁵

Partiendo de la anterior definición, podría pensarse la idea del traje típico como un concepto, más allá de ser un vestido en el sentido literal de la palabra, que es creado y adaptado para despertar sentimientos nacionalistas, donde la inspiración, que si bien puede ser étnica o rural, se diferencia por el hecho de representar a una nación: se trata de un traje inventado para forzar una idea de unidad nacional, donde los ciudadanos se ven obligados a aceptar dichos trajes como su vestido oficial para presentarse y distinguirse frente a otras naciones.

El traje nacional, conectado con el concepto socio-político de estado-nación y las fronteras políticas, identifica a los ciudadanos con su país. A veces el traje nacional se ha originado como el vestido de un grupo étnico en un estado-nación, compuesto por varios grupos étnicos. (EICHER; SUMBERG, 1999, p. 301)⁶

Aunque determinado traje étnico no sea el empleado por la totalidad de los habitantes de un territorio política y geográficamente delimitado, ello no impide su apropiación como un traje nacional, ya que, como lo señalan Johanne Eicher y Barbara Sumberg "el vestido es a menudo una significativa y visible marca de etnicidad, se usa para comunicar la identidad de un grupo o individuo entre la interacción de grupos de persona" (1999, p. 301). Es lo que sucede en el Miss Universo, donde las misses desfilan como individuos que representan sus lugares de origen: "inventar un traje nacional fue uno de los caminos para desarrollar una identidad nacional" (KARLSONE, 2014, p. 135)⁷ impulsado por parte de diversos intelectuales en el proceso de creación de las naciones europeas en el siglo XIX, como una estrategia visual para unificar la identidad nacional, creándose, por ejemplo, vestidos empleados por las mujeres, "especialmente para demostrar su patriotismo a través de su vestuario" (EARLE, 2008, p. 164)⁸.

Según Rebecca Earle, "en Europa, el traje nacional y la – cultura nacional –, generalmente derivan de una visión romántica del folclor arraigado en la tierra y ejemplificado por el campesinado" (2008, p. 164). Ello refirma la idea de que, a partir de lo rural, se establece una identidad nacional, con un sentimiento de añoranza en palabras de Hobsbawm: un "pasado, real o inventado, al cual se refieren, impone prácticas fijas, como la repetición" (2002, p. 8), donde tal vez "el declive de la – costumbre – transforma invariablemente la – tradición – con la que habitualmente está relacionada" (2002, p. 9).

Tal vez un ejemplo recurrente para ilustrar el traje nacional, en dicho sentido, sea el *kilt* para los Highlands en Escocia. Según Hugh Trevor-Roper, "cuando los escoceses se juntan para celebrar su identidad nacional, la afirman abiertamente por medio de un determinado aparato nacional distintivo" (2002, p. 23). Se trata de un traje que funciona como elemento de unificación en la medida que se le atribuye gran antigüedad, la cual es transportada de lo tradicional a un "aparato distintivo nacional":

es simplemente un vestido moderno, diseñado en principio, y después utilizado, por un industrial inglés cuáquero que lo suministró a los *highlanders* con la finalidad de preservar su tradicional forma de vida pero a la vez facilitar su transformación: para sacarlos de los brezales y meterlos en la fábrica. (TREVOR-ROPER, 2002, p. 31)

Parece que cuando un traje sale de su región y es presentado en otra esfera, éste pierde sus características tradicionales y acaba convirtiéndose en un elemento que de alguna manera encarna un patrimonio intangible y construido para determinada comunidad. Su finalidad acaba siendo la exhibición del

traje como tal, más allá de sus orígenes, un elemento portable y accesible que unifica a determinado grupo y "que hoy en día los escoceses y supuestos escoceses llevan, con entusiasmo tribal, desde Texas hasta Tokio" (TREVOR-ROPER, p. 48), tratándose a su vez de una estrategia que acaba visibilizando un territorio cuando es extraído de sus límites geográficos.

En resumidas palabras, la idea de tener un traje nacional fue concebida para identificar a los ciudadanos de un país, aunque varios grupos étnicos existan en el territorio delimitado (EICHER; SUMBERG, 1999, p. 303), siendo este un símbolo o emblema nacional como lo son los himnos nacionales, las banderas, los escudos, en palabras de Hobsbawm:

También está claro que se crearon nuevos símbolos y concepciones como parte de movimientos nacionales y de estados, como el himno nacional [...], la bandera nacional, [...], o la personificación de "la Nación" en un símbolo o una imagen, ya fuera oficial, como en el caso de la Marianne o de la Germania, o no oficial, como en los estereotipos de John Bull, el delgado Tío Sam yanqui y el "German Michel". (2002, p. 9)

El traje nacional ofrece distinción, y es esta la que resalta en el concurso de belleza, tratándose de una exaltación de lo étnico a través de medios tecnológicos como la televisión. "El vestido étnico simboliza una identidad colectiva, identificando al portador tanto dentro como fuera de la comunidad" (BAIZERMAN; EICHER; CERNY, 2008, p. 128)⁹. Finalmente, el historiador Alexander Maxwell (2014), reafirma que la invención de estos trajes nacionales tuvo como trasfondo la inclusión del campesinado en tales proyectos nacionalistas a través de la "nacionalización" de sus ropas, donde poco significado tenía para los propios campesinos, además de ser sus vestimenta de uso cotidiano, llevadas del campo a la ciudad.

Por lo anterior, también habría que delimitar lo que podría entenderse desde el propio concurso de Miss Universo por *National Costume*, más aún cuando la transmisión en español, como ya se ha mencionado, los presenta como "trajes típicos" y no su traducción literal "trajes nacionales". En el 2017, la organización del certamen presentó a una serie de estos trajes como "inspirados por las atracciones turísticas más visitadas en sus países, hasta tributos a las figuras más famosas de sus países" (MISS UNIVERSE ORGANIZATION, 2016), señalándose que los trajes típicos en esa pasarela, son inspirados en los emblemas nacionales, personificaciones históricas, alegoría a las riquezas naturales, trajes de inspiración étnica y, finalmente, apropiaciones y customizaciones de trajes que de alguna manera se vincularían al estricto concepto de "traje nacional" de origen pastoril. Desde lo anterior, se puede entender los *National Costumes* del Miss Universo como fantasías, es decir, disfraces alegóricos que en el concurso funcionan como trajes que resaltan ciertos valores nacionales. En algunos casos no están ligados a los trajes ya existentes de inspiración campesina; se trata entonces de fantasías que presentadas en el concurso quieren hacerse ver como las nacionales o las características del país

que representan tratándose realmente de un traje inventado para ser desfilado en el concurso. Ello tampoco excluye la presentación de trajes folclóricos, a modo de nacionales, especialmente por parte de países europeos, donde justamente se originó el término *national costume*.

En lo que compete a este texto, diferentes han sido los trajes que Colombia ha mostrado en el Miss Universo como su *National Costume*, transitando entre representaciones rurales o "campesinas", inspiraciones indígenas y la ostentación de los recursos naturales, mientras que otros trajes han sido creados directamente por artesanos. ¿Cómo se muestran estos trajes en la televisión? ¿Con que recurrencia aparecen las inspiraciones anteriormente identificadas? Como ya se mencionó, en este artículo abordaremos los trajes típicos cuyos referentes visuales remiten a la celebración de la orfebrería precolombina, teniendo en cuenta que el propio país no ha establecido como tal un traje nacional, siendo los vestidos presentados en el Miss Universo, atuendos y fantasías que específicamente funcionan en dicha ocasión para distinguir al país de los demás participantes del certamen.

Campesinas a la Pasarela: Híbridos Precolombinos

Cuando Colombia envió su primera delegada al Miss Universo, Luz Marina Zuluaga (RAIMUNDINHO JUNHOR, 2009) vistió un tradicional vestido campesino andino¹⁰, el cual comparte características formales con la Ñapanga, nombre designado a las mujeres del sur que vestían un atuendo similar en los departamentos de Nariño y Popayán en la frontera con Ecuador, país con el que se comparte tal vestimenta. Su vestido estaba adornado con collares y un arreglo floral en la cabeza, fue complementado con zapatos de tacón alto, y no con alpargatas o cotizas, que son el calzado original. Además, su falda también fue decorada con detalles florales, una alusión tanto al campo como a la riqueza floral nacional.

La imagen de una Colombia campesina fue empleada para representar al país en los primeros años de su participación en el concurso, apareciendo ocasionalmente en pasarela. Con variaciones y apropiaciones del mismo, se quería exponer la imagen de una joven campesina que, más blanca que trigueña o mestiza, identificase a los colombianos. El traje fue empleado de manera continua en el concurso entre 1977 y 1986, reapareciendo en 1988 y por última vez en 1996.

En el Miss Universo, las mujeres colombianas que representan al país usualmente son hijas de distinguidas familias y grupos empresariales. Paradójicamente se vistieron de campesinas, mostrando el país como un lugar que amablemente se interesaría por el desarrollo rural, cuando en la historia colombiana el conflicto armado interno ha devastado y desplazado considerablemente a esta población con fines económicos y políticos (NIÑO PAVAJEAU, 1999), ocurriendo masivas migraciones a la ciudad. Así, los trajes rurales son lucidos de manera festiva, y se apropió de ellos a modo de fantasías en un evento americanizado.

Si se rastrean las acuarelas realizadas por los viajeros europeos que visitaron el territorio hacia el siglo XVIII y siglo XIX, puede encontrarse en las mujeres retratadas vestidos campesinos de estructura y modelaje similar a los usados por la Señorita Colombia: se trata de una blusa que deja los hombros y parte del pecho al descubierto, algunas con mangas abultadas y una falda redonda y ancha que acentúa las caderas y define la cintura.

En una ilustración realizada por José María Gutiérrez de Alba (1875), las mujeres visten sombreros y una manta cubre su pecho. El traje rural es extraído de la vida cotidiana en los parajes andinos, los cuales también son empleados hoy en día al momento de celebrar fiestas folclóricas nacionales. En la medida que el modelaje básico de la blusa es apropiado y empleado en danzas típicas como el Sanjuanero y el Bambuco – con faldas voluminosas decoradas cuyo tamaño permite un característico movimiento que es parte esencial del baile –, se presenta variedad de texturas y colores en su tela que responden a las decoraciones que cada grupo folclórico le realiza a sus vestidos (PERIÓDICO EL TIEMPO, 2015). Así, el gran tamaño de las faldas campesinas empleadas en las danzas es aprovechado para incorporar ornamentos y estampados: en el *National Costume* sucede algo similar, pues se aprovecha este espacio para hibridar otros conceptos con el traje. Nuevamente hay que destacar el tocado floral de la cabeza, el cual se usa tanto en el traje típico como en el de las danzas, funcionando como decoración del peinado que remite a la riqueza y añoranza del campo

[3º]

Es pertinente señalar que de todas las campesinas que desfilaron como Colombia, en Miss Universo 1970, María Luisa Riascos desfiló la pieza inferior del vestido con algo que podría ser identificado como una "mini falda campesina" (MISS UNIVERSE 1970), pues diferente a sus demás compatriotas, realizó su performance con una falda corta y reducida, encima de la rodilla, en conjunto con los demás elementos del vestido, reduciendo este traje rural a una seductora pieza que además estaba decorada con figuras y diseños precolombinos en su superficie. El peinado de la reina tampoco contó con el detalle floral, y su calzado estuvo compuesto por unas sandalias de plataforma.

Aunque en tal ocasión la Señorita Colombia incorporó algunos elementos novedosos. Es importante resaltar que las estampas, bordados y ornamentos de inspiración precolombina que lució, serían empleados con frecuencia para decorar las faldas de los trajes presentados entre 1977 y 1983, teniendo en cuenta que a mediados de los años setenta (entre 1971 y 1975), también había predominado el uso de trajes de inspiración indígena. Después de esta presentación, no se usaron más faldas campesinas "cortas", y así los vestidos posteriores retomaron el largo tradicional y la amplitud de las faldas.

De esta manera, las misses no estaban únicamente personificando el campo, pues las faldas fueron aprovechadas como lienzos para exaltar en las representaciones la riqueza cultural y el pasado precolombino del territorio nacional. De tal manera, se combinan la herencia colonial a través del traje de la ñapanga empleado por las mujeres mestizas y el pasado indígena, por medio de la ostentación de la orfebrería. Shirley Saenz (ARCHIVO CROMOS, 1992),

en el Miss Universo 1978, y Julie Paulie Sáenz (ARCHIVO CROMOS, 1983), en el Miss Universo 1983, desfilaron faldas con estampados que visualmente hicieron referencia a motivos étnicos. La blusa no presentó significativas variaciones, mientras que la falda dio cuenta de una mezcla entre, una idea de lo étnico, más que lo indígena, y el encuentro con lo rural, sin olvidar que el traje campesino es una referencia mestiza. La falda contó con diversas franjas doradas que hicieron alusión al oro colombiano, como si la leyenda de "El Dorado" cobrase vida, proyectándose la nación como un territorio bañado en tales riquezas: si bien se hace una referencia al pasado y la riqueza indígena, la idea también es mostrar al país como una fuente natural del preciado metal, remitiéndose también a la técnica de la filigrana. Otros dibujos estampados en la falda dan cuenta de la influencia del dibujo precolombino, ya que son similares a las inscripciones encontradas en las cerámicas de las culturas precolombinas (BALLESTAS, 2010, pp. 322-324).

Anterior a Julie Sáenz, ya en 1982 Nadya Santacruz (MISS UNIVERSE 1982) lució una falda con estampados que hicieron referencia a la orfebrería precolombina, específicamente en referencia a los Pectorales antropozoomorfos (THE BRITISH MUSEUM, 2013) encontrados en el Tolima, región central del país, los cuales actualmente se encuentran en exposición permanente en el Museo de Oro en Bogotá. De igual forma, la falda de Nadya Santacruz incluyó en el borde superior del estampado franjas étnicas similares a las de la Shirley Sáenz, conservándose también esta característica que con lazos brillantes presenta patrones de dibujos precolombinos lineales presentes en la cerámica, así como franjas doradas que remiten a la filigrana. Hasta 1985 aparecieron en la pasarela del Miss Universo, campesinas cuyos vestidos hicieron referencia a lo precolombino y, desde ese año y hasta 1988 otras fueron las versiones de campesina en el escenario.

[3^I]

En 1985, Sandra Borda lució una falda completamente dorada donde predominó el uso de encajes blancos, con flores bordadas alrededor de tonos morado y azul al inferior de su falda: dicho atuendo ganó el premio al mejor traje típico en el Miss Universo. En 1996 apareció de nuevo una campesina con alegorías al tesoro precolombino en su traje, se trató de Lina María Gaviria, quien lució un traje con objetos dorados que, imitando el oro, también rindieron homenaje al pasado orfebre del territorio nacional.

Respecto al traje típico inspirado en la ropa de la campesina, podríamos distinguir estos atuendos como dispositivos que, además de estar inspirados en un vestido tradicional y común para los colombianos de la región andina, llamasen la atención del público internacional a través de la customización del traje con piezas de "oro", rindiendo tal vez un homenaje a la población rural que, por ejemplo, "a principios de 1969 un grupo de campesinos halló en una cueva de Pasca (Cundinamarca) la célebre balsa muisca que hoy conserva el Museo del Oro como parte del patrimonio nacional" (SÁNCHEZ CABRA, 2003, p. 27). El vínculo de lo rural con lo precolombino se reafirma en la medida que la mayoría de estos tesoros se encontraban en el campo.

Precolombinas, indias y doradas

Otros trajes típicos desfilados en el Miss Universo, diferentes al modelo de la campesina, también hicieron alusión al oro: en 1967, Elsa María Garrido desfiló una trusa enteriza dorada, marcando su definida silueta femenina como si se tratase de una musa bañada en oro, representando a Colombia. Al año siguiente, Luz Elena Restrepo ganaría el Premio al Mejor Traje Típico en el Miss Universo con un traje titulado "Princesa Sinuana" (SALAMANCA, 2006), cuyo modelaje incluyó un híbrido entre piezas occidentales y un taparrabos junto a un tocado de plumas en la cabeza (BARRANQUILLA BICENTENARIO, 2012). Su traje hizo homenaje a la cultura precolombina del Sinú, la cual también fue rica en la producción de orfebrería en oro.

El traje de Luz Elena fue completamente dorado, y el nombre de su vestido hizo referencia al pasado precolombino de tal región del país, ubicada en el litoral caribe. Su traje se compuso de un blazer negro con pedrería dorada, con mangas largas y brillantes, siendo lo que remite al pasado indígena la parte inferior de su fantasía, ya que se trata de un taparrabos-minifalda que desciende de la parte inferior del pecho con una silueta precolombina estampada. Además, su conjunto también estuvo acompañado por un bastón o flecha que pudo resaltar una actitud guerrerrista de la cultura representada y posteriormente extinta y colonizada. El tocado con plumas blancas en medio de sustentado por una bisutería negra y dorada dieron el volumen a su fantasía, al igual que su capa dorada. El oro es representado aquí como la riqueza de un pasado precolombino que es ostentado a través de una princesa indígena occidentalizada, en la medida que partes de su traje corresponden al modelaje de pizas occidentales y a su vez es presentado en un concurso internacional de belleza.

[32]

En 1971 y 1975, nuevamente dos Señoritas Colombia representaron al país como un territorio indígena cuyo pasado es motivo de exaltación nacional. Piedad Mejía (GOMEZ, s.f.) y Martha Lucía Echeverry (MISS UNIVERSE 1975), vistieron trajes de dos piezas, dejando parte del abdomen al descubierto. El traje vestido en 1971 se compuso de una especie de "strapless" manga larga con brillos dorados, mientras que la parte inferior se compuso de una falda de tiras con cintas doradas que dejaban entre ver las piernas de la candidata, como si se tratase de una fantasía compuesta por lianas naturales. En su cabeza la reina llevó unas cintas metálicas doradas onduladas, a manera de una corona u accesorio jerárquico. Por otro lado, el traje de 1975 fue más escotado, de mangas cortas y un taparrabo que de igual manera aprovechó el formato de la pieza para estampar una figura precolombina. El traje se compuso de encajes dorados y nuevamente un accesorio en la cabeza cuyo especial tocado en oro remite a una princesa precolombina, acompañada de plumas con los colores nacionales que rodean el preciado emblema dorado y una capa dorada similar a la del traje presentado en 1968. Los aretes de la concursante eran frutas tropicales ornamentales.

Así, reinas de belleza vestidas de indígenas "doradas" han aparecido en la historia certamen, siendo una de las más recientes la desfilada en el 2010,

donde se hizo referencia a una "india de oro": Natalia Navarro, oriunda de Cartagena, apreció con un atuendo dorado que hizo referencia la India Catalina¹¹ (KAUSHIK, 2010). En tacones dorados y con brazaletes y canilleras de oro en sus extremidades, la reina encarnó sonriente esta figura histórica, vistiendo un taparrabos y un brasier dorado con una pluma metálica en la cabeza. Su traje fue construido a partir de piezas de joyería Tikuna (COLPRENSA, 2010), pueblo indígena asentado al sur del país de tradición artesanal. Aunque en tiempos coloniales era poco probable que una india se vistiese de oro, es interesante resaltar este vestido como un híbrido, nuevamente, entre el pasado precolombino, la historia colonial y la riqueza nacional, teniendo en cuenta que para el 2010, Colombia estaba cumpliendo 200 años de independencia de la entonces Corona Española.

Finalmente, tal vez uno de los trajes de inspiración indígena de mayor destaque, fue el desfilado por Claudia Elena Vásquez en 1997, el cual contaba con un Poporo Quimbaya en su cabeza (MIRANDA, 2015) realizado en "oro y en barro" (REDACCIÓN EL TIEMPO, 1997). Los accesorios y complementos fueron brazaletes, encajes y lentejuelas doradas que hacían juego con la valiosa pieza de la orfebrería precolombina, acompañados de un traje tejido a mano, denotando la una milenaria tradición artesanal, que adornado con plumas incitaba también a la encarnación en una figura antropozoomorfa. En su presentación, Claudia Elena Vásquez definió a Colombia como "the land of the most beautiful natural resources" y, ese año, ganó el Premio a *The Best National Costume*, recibiendo la prensa colombiana tal galardón como "Un premio con el brillo del oro" (REDACCIÓN EL TIEMPO, 1997).

[33]

El Poporo Quimbaya es uno de los tesoros precolombinos que mayor atención ha recibido por parte de la cultura y el patrimonio nacional (SÁNCHEZ, 2004). Este instrumento ceremonial indígena estaba labrado en la moneda de 20 pesos, así como también ha funcionado como emblema de diferentes comitivas internacionales que han representado al país. Además, fue la pieza con que se inició la colección oficial del Museo del Oro hacia 1939, de cual le sucedió la creación del Museo (BANCO DE LA REPÚBLICA, 2013) y también se presume que es una de las piezas de arte precolombino más fotografiadas. ¿Por qué exponer la orfebrería precolombina en un concurso de belleza, materializada a modo de trajes típicos?

En 1892 el entonces presidente de Colombia, Carlos Holguín Mallarino, le regaló a la reina de España, María Cristina de Habsburgo-Lorena, 122 piezas precolombinas hechas en oro que los historiadores han denominado como el "Tesoro Quimbaya". El 4 de mayo de 1893 se materializó en Madrid la entrega de esta colección de antigüedades, que salió del país como parte de las exhibiciones realizadas en la Madre Patria para celebrar el cuarto centenario del descubrimiento de América. Desde entonces han estado en un museo de la capital española. (LAVERDE PALMA, 2014)

La preservación del Patrimonio Colombiano ha sido una preocupación de comienzos del siglo XX, pues como se refleja en la anterior citación, la idea de preservar el patrimonio del territorio nacional aún no era concebida en el siglo anterior. Pocos años antes de la celebración del primer centenario de la independencia nacional, hoy en día el regalo realizado por el entonces Presidente de Colombia a la "Madre Patria", continúa siendo tema de discusión entre arqueólogos e historiadores, ya que varias querellas se han ido a los tribunales con el fin de repatriar esas piezas.

El Oro y sus objetos han funcionado como un dispositivo que habla bien del país, valorizando tales riquezas, atrayendo de dicha manera la atención internacional. Sólo hasta 1939, cuando nace el Museo del Oro, el país comienza a interesarse por salvaguardar ese patrimonio, ya que estos artefactos circulaban en el territorio de manera libre, siendo su fundición uno de sus destinos finales. De igual manera, diferentes piezas de la orfebrería precolombina se encuentran hoy en día en el extranjero, dado el escaso interés nacional de la época por presévalas, siendo conservadas y adquiridas por museos extranjeros. De esta manera, el Banco de la República se hace al frente de la tarea: "Detrás de la compra del poporo había una clara preocupación oficial por proteger una riqueza que comenzaba a entenderse como parte del patrimonio nacional" (SÁNCHEZ CABRA, 2003, p. 3).

[34]

Si bien el museo fue creado en 1939, este no fue abierto al público sino hasta 1960. Anterior a dicha fecha, entre 1944 y 1959, el museo solo estuvo "[...] abierto principalmente a visitantes especiales, incluidos jefes de Estado y otros dignatarios oficiales extranjeros, miembros de misiones comerciales, militares y diplomáticas y colombianos famosos y distinguidos" (SÁNCHEZ CABRA, 2003, p. 9). Entre las célebres personalidades que visitaron el museo se encuentra la Señorita Colombia 1958, Luz Marina Zuluaga (BANCO DE LA REPÚBLICA, 1989, p. 65); la entonces Miss Universo registró una visita al espacio en 1959. La visita de la reina a un museo, cuya entrada era restringida, confirma por qué en las décadas posteriores la Señorita Colombia expondría la orfebrería precolombina como un patrimonio materializado en trajes típicos, siendo el vestido una vitrina que visualmente referenciaría a Colombia como la cuna del tesoro precolombino. Según Gustavo Santos "el Museo del Oro se había convertido ya desde sus inicios en un espacio que interesaba 'muy particularmente a extraños, a turistas que de lejanas tierras vienen a visitarnos con la esperanza de encontrar aquí cosas nuevas, exóticas, que en otras partes no hayan visto'" (SÁNCHEZ CABRA, 2003, p. 13), las campesinas precolombinas que más adelante viajarían a Estados Unidos y otros lugares del mundo, funcionaron como arreglos museográficos que en pasarela desfilaban el patrimonio nacional, siendo expuesto en diversos lugares del planeta y visto por misses de otros países y territorios.

Comenzaba a verse que Colombia no era sólo "un país de cafres", como lo describió algún político. También era el país de El Dorado, y esto introducía un motivo de orgullo en la génesis de los colombianos. Era una reafirmación positiva de

la nacionalidad, y por eso se le mostraba “muy particularmente” a los extraños. Si en algún momento los poporos, pectorales y narigueras de los antiguos habitantes de Colombia comenzaron a convertirse en símbolos de identidad nacional, de una identidad rica, compleja y contradictoria, ese momento fue aquél. (SÁNCHEZ CABRA, 2003, p. 13)

Así como el Museo del Oro se convirtió en esa gran vitrina para las personalidades nacionales e internacionales en sus inicios, ya en la década de 1960 el museo abriría sus puertas al público en general y en 1968 se instalaría en el edificio que funciona actualmente. Justamente durante la década posterior, años de 1970, se insistiría en la proyección y preservación de dicho patrimonio en el concurso de belleza con los trajes típicos que, permeados de dorado, recrearon la imagen de un país rural y ancestral: un híbrido que buscaba proyectar una favorable imagen nacional.

Por otro lado, es importante mencionar que en la década de 1990 (BOTERO, 2004) el Museo del Oro pasó por un momento de modernización. Se presentó el Poporo como traje típico en 1997 y en la misma década se había creado su página web (REDACCIÓN EL TIEMPO, 1996), además de la renovación museográfica de la década del 2000, cuando se llevó a cabo la ampliación de su espacio físico. La presentación de los trajes típicos alusivos al oro, de alguna u otra manera, acabaron relacionándose con los proyectos de conservación patrimonial impulsados por el gobierno colombiano a través del Museo. De este modo, los tesoros de la cultura precolombina estuvieron en los ojos tanto de espectadores internacionales como nacionales, siendo mostrado orgullosamente como el gran patrimonio nacional.

[35]

Desfile para legitimar: patrimonios vestibles

Es necesario pensar como estas alegorías a los tesoros y la herencia material y cultural precolombina acabaron convirtiéndose en dispositivos que legitiman el patrimonio nacional y consolidan una identidad nacional. La presentación de estas imágenes no únicamente proyecta determinadas imágenes de la nación, sino que además legitiman lo que allí es representado como un patrimonio vivo que es desfilado y personificado por una figura femenina que encarna y representa el ideal de belleza femenino de determinado lugar.

En el Miss Universo desfilan diversas nacionalidades con variados símbolos patrimoniales: bienes, riquezas o costumbres. Eso convierte a dicho escenario en una pasarela multicultural que busca la distinción de cada territorio a través de la mujer y de un traje típico que funciona como un dispositivo plástico y visual que distingue a cada una de ellas. De esta manera, “los concursos de belleza crean un espacio compartido de símbolos y prácticas que definen la etnicidad y la feminidad en términos de una identidad nacional”¹² (BANET-WEISER, 1999, pp. 6-7). En el caso de las misses colombianas, se valoriza el patrimonio histórico precolombino por parte de sus ciudadanos y la promoción de estos para el público internacional, vestidos que cuando

aparecen en la pasarela, acaban mediatizando lo exhibido, garantizando así que los ciudadanos conozcan parte de su cultura por medio de la televisión.

Hay que tener en cuenta que el modo en que se presenta el traje típico en la pasarela es carnavalesco: las misses aparecen sonrientes y con emoción representan a sus naciones. El contexto que en que se presentan estas fantasías básicamente está reduciendo a las culturas o ideas representadas; celebrar el patrimonio precolombino de manera festiva al mismo tiempo remite al exterminio de las culturas de tal patrimonio en el periodo colonial. Esta presentación de los trajes nacionales, a modo celebración, respondería a lo que Stanley Fish denomina "la boutique multicultural", donde la diversidad cultural "se caracteriza por su relación superficial o cosmética con los objetos de su afecto. [...] admiran, o aprecian, o disfrutan, o simpatizan con ingenio o (por lo menos) – reconocen la legitimidad de – las tradiciones de otras culturas diferentes a las suyas"¹³ (1997, p. 378).

Si bien en algunos casos la artesanía está presente en la realización de estos trajes típicos, es importante señalar que algunos atuendos acaban convirtiéndose en fantasías. En primer lugar porque no son trajes oficialmente reconocidos como los nacionales o típicos del país y en segundo lugar, porque son vestidos creados para tal ocasión. Son trajes imaginados e inventados para sorprender en la pasarela, apropiándose de diversos elementos de la cultura material para generar una imagen, más que positiva, pintoresca de la nación.

[36]

El traje típico se convierte en un patrimonio vestible, donde "el Estado se hace cargo del pasado – o mejor, del pasado que lo legitima – y le deja el futuro a la industria cultural" (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 307). La Señorita Colombia y el Concurso Nacional de Belleza, estarían entonces autorizados y legitimados por el propio país para representar a la nación a través de las formas aquí presentadas. En ellas se potencializa el patrimonio a partir de la industria del entretenimiento, visibilizando lo que el colombiano promedio apreciaría en el museo.

El uso del traje típico en el concurso de belleza procura transmitir símbolos que puedan estar en riesgo de olvido y decadencia. Así, las naciones estarían aprovechando tal pasarela como un vehículo para que los espectadores, tanto nacionales como internacionales, accedan a una parte de la cultural del país representado, promoviéndose un acceso a la diversidad cultural y un sentido de pertenencia individual y colectivo (UNESCO, 2014). El traje típico se instala en un espectáculo que lo legitima, como si se tratase de "monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico" (UNESCO, 2014, p. 134), materializados en fantasías románticamente conocidas en el concurso como *National Costumes*.

En ese sentido, los trajes típicos en el concurso de belleza se convierten en dispositivos que conmemoran el patrimonio cultural a partir de "bienes vestibles" transformados en fantasías, siendo monumentos efímeros que aparecen

en el concurso personificados por una mujer e idealizados para identificar a la nación. Así, la invención de estas fantasías recrea, a partir de su visualidad y performance, espacios para la memoria, donde se imponen y se mediatizan símbolos identitarios, respondiendo a, como lo indicaría Jaques Le Goff, una "lucha por el dominio del recuerdo y de la tradición, esta manipulación de la memoria" (1982, p. 182). Esas invenciones, materializadas en trajes típicos o fantasías y teatralizadas en un reinado de belleza, pretenden crear y exportar identidades, en este caso, valorizándose la orfebrería precolombina y la herencia indígena como un patrimonio que enorgullezca a sus ciudadanos, en un país donde los pueblos originarios, herederos de las tradiciones precolombinas, son una población que en la historia colombiana han sido víctimas de la violencia y el desplazamiento forzado:

Los indígenas, en particular, además de lo anterior, han sido violentados en sus derechos colectivos relacionados con su autonomía territorial ya que sin su consentimiento los grupos armados de uno u otro bando, como también el ejército, han utilizado sus territorios. Las autoridades indígenas tradicionales han sido desconocidas por todos ellos y los dirigentes de las organizaciones indígenas han sido víctimas de todos los actores armados. Es tal la confusión y la degradación del conflicto que en varias masacres de indígenas no se ha logrado saber si los autores fueron paramilitares, ejército, guerrilla, narcos o delincuencia común. (UNICEF, 2003, p. 43)

[37]

La visibilización del campo y lo indígena solo aparece en el espectáculo, que remite al mito El Dorado. Esa creencia de que en las profundidades de la selva del Nuevo Mundo existía un reino bañado en oro, es revivido medio siglo más tarde a través de fantasías doradas que buscaron seducir al público internacional. La referencia a los tesoros precolombinos no son únicamente los atuendos desfilados, también lo son el cuerpo de estas mujeres que sexualizan el patrimonio y a través de sus figuras acaban siendo cosificadas y expuestas como parte de esa riqueza nacional que puede ser explorada, admirada y deseada.

Por último, sólo resta decir que el recorte aquí presentado, agrupa únicamente una serie de trajes típicos con un referente en común: el oro precolombino. Otros tipos de trajes típicos presentados como *National Costume* en el Miss Universo, relacionan al país desde lo indígena y lo artesanal hasta la exaltación de la fauna y la celebración del carnaval, siendo este texto un fragmento de las formas en que se imagina y se representa a Colombia en plataformas internacionales como el concurso de Miss Universo.

Recibido em: 16/10/2017

Aprovado em: 29/01/2017

NOTAS

¹ Traducción libre del autor.

² En Colombia, a las misses se les conoce popularmente como reinas de belleza, a la Señorita Colombia se le dice "La Reina" y el Concurso Nacional de Belleza también es conocido como "El Reinado".

³ En este texto se entenderá por Precolombino, a todas las manifestaciones y expresiones de la cultura material realizada por los pueblos originarios que habitaron el actual territorio colombiano.

⁴ El Poporo Quimbaya, es uno de los tesoros precolombinos que mayor atención ha recibido por parte de la cultura y el patrimonio nacional en Colombia. En la Cultura Quimbaya, el Poporo era un objeto ceremonial empleado para triturar las hojas de coca (mambeo) y así transformarlo en polvo (mambe) para sus celebraciones religiosas.

⁵ Traducción libre del autor.

⁶ Traducción libre del autor.

⁷ Traducción libre del autor.

⁸ Traducción libre del autor.

⁹ Traducción libre del autor.

¹⁰ Hay que aclarar que la Región Andina es una de las seis regiones naturales de Colombia que comprende la zona centro-oeste del país, abarcando desde la frontera con Ecuador hasta el nororiente en la frontera con Venezuela, recorriendo la cordillera de los andes.

¹¹ Popularmente, la India Catalina es un personaje histórico de la historia colonial colombiana. Destacada por servir de traductora entre los indígenas y los conquistadores españoles, desde niña Catalina, su nombre hispanizado, recibió educación española y fue evangelizada. Su figura es recordada por servir la mediadora entre indígenas y españoles para la fundación de Cartagena de Indias hacia 1533. Hoy en día existe una escultura de la India que se encuentra en el casco antiguo de la ciudad, existiendo figuras miniaturas que sirven como souvenir, siendo un símbolo de la ciudad natal de la Señorita Colombia que vistió su fantasía.

¹² Traducción libre del autor.

¹³ Traducción libre del autor.

REFERENCIAS

ARCHIVO CROMOS. Julie Pauline Saenz, Señorita Colombia 1982. In: *Revista Cromos*, n. 3415, 28 jun. 1983. Disponible en: <<http://www.colarte.com/colarte/foto.asp?idfoto=194448>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

_____. Shirley Saenz Stames, Señorita Colombia 1977. In: *Revista Cromos*, n. 3903, 16 nov. 1992. Disponible en: <<http://www.colarte.com/colarte/foto.asp?idfoto=135770>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

BAIZERMAN, Suzanne; EICHER, Joanne B.; CERNY, Catherine. Eurocentrism in the study of ethnic dress. In: EACHER, Joanne B.; EVENSON, Sandra L.; LUTIZ, Hazer A. (Ed.). *Visible self: global perspectives on dress, culture and society*. New York: Fairchild Publications Inc., 2008. Disponible en: <<https://conservancy.umn.edu/handle/11299/170552>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

BANCO DE LA REPÚBLICA. Datos curiosos sobre algunos "objetos maestros" del Museo del Oro. In: *Noticias de la Actividad Cultural del Banco de la República*, 11 mar. 2013. Disponible en: <<http://www.banrepultural.org/blog/noticias-de-la-actividad-cultural-del-banco-de-la-rep-blica/datos-curiosos-sobre-algunos-objeto>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

_____. *Museo del Oro. 50 Años*. Bogotá: Departamento Editorial Banco de la Republica, 1989. Disponible en: <<http://www.banrepultural.org/blaavirtual/arqueologia/museo-del-oro-50-anos>>. Acceso en: 4 oct. 2017.

BANET-WEISER, Sarah. *The most beautiful girl in the world: beauty pageants and national identity*. Berkeley: University of California Press, 1999.

BARRANQUILLA BICENTENARIO. 45 Años de la Corona de Luz Helena Restrepo. In: *Blog Oficial Consejería para el Bicentenario de Barranquilla*, 12 nov. 2012. Disponible en: <<http://barranquillabicentenario.blogspot.com.br/2012/11/45-anos-de-la-corona-de-luz-helena.html>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

BOTERO, Clara Isabel. La renovación y ampliación del Museo del Oro del Banco de la República en Bogotá, Colombia, 2004-2007. In: *Boletín Museo del Oro*. N. 52. Bogotá: Museo del Oro, Banco de la República, 2004. Disponible en: <<https://publicaciones.banrepultural.org/index.php/bmo/article/view/4943>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

COLPRENSA. Natalia está lista para Miss Universo. In: *El Colombiano*, 21 jul. 2010. Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/historico/natalia_esta_lista_para_miss_universo-EVEC_97542>. Acceso en: 15 oct. 2017.

EARLE, Rebecca. Nationalism and national dress in Spanish America. In: ROCES, Mina (Ed.). *The politics of dress in Asia and the Americas*. Brighton: Sussex Academic Press, 2008.

- EICHER, Johanne B.; SUMBERG, Barbara. World fashion, ethnic, and national dress. In: EICHER, Joanne B. (Ed.). *Dress and ethnicity: change across space and time*. Oxford: Berg Editorial, 1999.
- ENTWISTLE, Joanne. Teorías sobre la moda y el vestir. In: *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Paidós, 2002. cap. 2.
- FISH, Stanley. Boutique multiculturalism, or why liberals are incapable of thinking about hate speech. In: *Critical Inquiry*, v. 23. n. 2, invierno 1997.
- FLÜGEL, J. C. *A psicología das roupas*. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.
- GOMEZ, Jose. Piedad Mejía Señorita Colombia 1970. In: *La Rama del Tamarindo*, sin fecha. Disponible en: <<http://laramadeltamarindo.blogspot.com.br/p/piedad-mejia-senorita-colombia-1970.html>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- GUTIÉRREZ DE ALBA, José María. Tejedores y vendedores de sombreros de jipijapa. *Varias poblaciones de Santander. Tipos colombianos* N° 11. 1875. Acuarela sobre papel blanco., 16 x 25 cm. Disponible en: <<http://babel.banrepcultural.org/cdm/singleitem/collection/p17054coll16/id/420>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- HOBSBAWM, Eric. La invención de la tradición. In: *La invención de la tradición*. Barcelona: Editorial Crítica, 2002.
- HOLLANDER, Anne. II. O trabalho de moda. Moda, não-moda e antimoda. In: *O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1996.
- KARLSONE, Anete. The creation of ethnicity: national costume as reconstruction or construct? En: *Tradition & Contemporarity*, Klaip da, Klaip dos universitetas, v. 9, 2014.
- KAUSHIK. Miss Universe 2010 national costumes (full set). In: *Amusing Planet*, 20 ago. 2010. Disponible en: <<http://www.amusingplanet.com/2010/08/miss-universe-2010-national-costumes.html>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- LAVERDE PALMA, Juan David. El tesoro Quimbaya podría ser repatriado. In: *El Espectador*, 3 mayo 2014. Disponible en: <<https://www.elespectador.com/noticias/judicial/el-tesoro-quimbaya-podria-ser-repatriado-articulo-495818>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- LE GOFF, Jacques. *El orden de la memoria: el tiempo como imaginario*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1982.
- LIPOVETSKY, Gilles. *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1990.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- MAXWELL, Alexander. Folk costumes as a national uniforms. In: *Patriots against fashion: clothing and nationalism in Europe's age of revolutions*. Basingstoke, Reino Unido: Palgrave Macmillan, 2014.
- MIRANDA, John. !AND COLOMBIA ALSO WON... THE BEST NATIONAL COSTUME. *John Miranda – Fashion Designer*, 15 ene. 2015. Disponible en: <<http://miranda-voguish.blogspot.com.br/2015/01/and-colombia-also-wonthe-best-national.html>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- MISS UNIVERSE 1970. (2014). Video de YouTube añadido por MISS MEXICO. (En línea). Disponible en: <https://youtu.be/_Tslgc7J3HM>. Acceso en: 15 oct. 2017. (8:05).
- MISS UNIVERSE 1975. Parade of Nations. (2016). Video de YouTube añadido por The Gret Channel. Disponible en: <<https://youtu.be/DkMmA3Lr7AQ>>. Acceso en: 15 oct. 2017. (2:24).
- MISS UNIVERSE 1996. (2014). Video de YouTube añadido por MISS MEXICO. (En línea). Disponible en: <<https://youtu.be/ZSu5dhc3W6w>>. Acceso en: 15 oct. 2017. (2:29).
- MISS UNIVERSE ORGANIZATION. *What to expect from this year's national costume competition*. 26 ene. 2016. Disponible en: <<https://www.missuniverse.com/post/2013>>. Acceso en: 25 oct. 2017.
- NIÑO PAVAJEAU, José Francisco. Las migraciones forzadas de población, por la violencia, en Colombia: una historia de éxodos, miedo, terror, y pobreza. In: *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona (ISSN 1138-9788), n. 45 (33), 1 ago. 1999. Disponible en: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn-45-33.htm>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- PERIÓDICO EL TIEMPO. El sanjuanero, el baile que suena al Magdalena, 25 jun. 2015. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16005043>>. Acceso en: 15 oct. 2017.
- RAIMUNDINHO JUNIOR. Traje típico – Miss Universo 1958. In: *Misses en manchete*. 10 feb. 2009. Disponible en: <<http://missesemmanchete.blogspot.com.br/2009/02/traje-tipico-miss-universo-1958.html>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

REDACCIÓN EL TIEMPO. La cultura precolombina al alcance de las manos. *Periódico El Tiempo*, 9 sept. 1996. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-494138>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

_____. Un premio con el brillo del oro. *Periódico El Tiempo*, 15 mayo 1997. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-571045>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

SALAMANCA, Juana. Belleza colombiana. Un siglo de soberanas. In: *Revista Credencial Historia*, Credencial Historia, n. 196, abr. 2006. Disponible en: <<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/abril2006/belleza.htm>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

SÁNCHEZ CABRA, Efraín. El Museo del Oro. In: *Boletín Cultural y Bibliográfico*, Banco de la República, v. 40, n. 64, 2003. Disponible en: <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/975>. Acceso en: 15 oct. 2017.

_____. El poporo quimbaya. In: *Revista Semana*, 6 jul. 2004. Disponible en: <<http://www.semana.com/especiales/articulo/el-poporo-quimbaya/79618-3>>. Acceso en: 15 oct. 2017.

SEGALEN, Víctor. *Ensayo sobre el exotismo: una estética de lo diverso*. Madrid: La Línea del Horizonte Ediciones, 2017. (E-book).

SIMMEL, George. A moda. In: *IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v. 1, n. 1, 2008. Primera edición en alemán publicada en 1911.

STANFIELD, Michael Edwards. *Of beast and beauty: gender, race, and identity in Colombia*. Austin: University of Texas Press, 2013.

TAYLOR, Lou. Ethnographical approaches. In: *The study of dress history*. Manchester: Manchester University Press, 2004.

TREVOR-ROPER, Hugh. La invención de la tradición: la tradición de los Highlands en Escocia. In: HOBBSAWM, Eric. *La invención de la tradición*. Barcelona: Editorial Crítica, 2002.

UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Patrimonio. In: *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual Metodológico*. París: UNESCO, 2014. Disponible en: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002296/229609s.pdf>>. Acceso en: 14 oct. 2017.

UNICEF. *Los pueblos indígenas en Colombia: derechos, políticas y desafíos*. Bogotá: UNICEF, Oficina De Área Para Colombia y Venezuela, 2003.

VILLA POSSE, Eugenia (Compiladora). *Mitos y leyendas de Colombia*. Quito: Editorial IADAP, 1993. v. 3.

A beleza do divino: vestes como ornamento na imaginária cristã

*The beauty of the divine: vestments as an
ornament in the Christian imaginary*

[FUVIANE GALDINO MOREIRA]

Doutoranda em Artes Visuais pelo programa de pós-graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

E-mail: moreira.fuvi@hotmail.com

[resumo] As roupas das esculturas cristãs são caras aos estudos dos têxteis. Qualificados como ornamentos por Bonne (1996), os tecidos investigados aqui se conectam a traços do conceito de beleza inspirado na Antiguidade grega. Este artigo propõe uma interpretação sobre o contato entre a História da Arte Sacra e a História do Vestuário a partir da análise dos modos vestimentares de duas padroeiras da América Latina: Nossa Senhora dos Anjos, da Costa Rica, e Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, de Porto Rico. Ambas são objeto de nossa pesquisa de doutorado. A teoria desse estudo se fundamenta em obras advindas da história medieval que continuam repercutindo em períodos mais recentes.

[42]

[palavras-chave]

vestuário das esculturas sacras; ornamento; beleza; padroeiras da América Latina.

[abstract] The clothes of the Christian sculptures are dear to textile studies. Qualified as ornaments by Bonne (1996), the tissues investigated here connect themselves to the traces of the concept of beauty inspired by the Greek antiques. This paper proposes an interpretation about the contact between the History of Sacred Art and the History of Dressing, from the analysis of the dressing modes of two patronesses from Latin America: Our Lady of Angels, from Costa Rica, and Our Lady Mother of Divine Providence, from Porto Rico. Both are objects of our doctoral research. The theory of this study is based on works from the Medieval History that continue reverberating in more recent periods.

[keywords] vestments of sacred sculptures; ornament; beauty; patronesses from Latin America.

Introdução

A vestimenta, nos seus aspectos de ornamento e no seu sentido de belo, atua como um emblema. É capaz de exprimir um determinado status social e evidenciar a elevação sagrada de um determinado objeto. Quando utilizado como adorno de cunho religioso, esse artefato acaba enfatizando, de maneira ostensiva, a dignidade do ambiente em que se encontra e/ou da pessoa ou objeto que o recebe. Pode servir, dessa forma, como verdadeira insígnia de exaltação humana e do campo celeste.

A abordagem das proposições acerca do tecido e do ato de vestir, especialmente na imaginária cristã, requer certos cuidados teóricos e metodológicos. O estudo de roupas e tecidos como fontes ou documentos primários fornece subsídios para o esclarecimento de aspectos históricos, culturais e sociais, podendo abranger os campos filosóficos e teológicos, quando vistos à luz da arte sacra.

[43]

Assim, apesar de o traje ter sido durante muito tempo esquecido pelos historiadores, é hoje um tipo de objeto que retorna com mais veemência às investigações históricas e sociológicas (CASSAGNES-BROUQUET; DOUSSET-SEIDEN, 2012). A história do vestir testemunha em profundidade as civilizações, podendo revelar a existência de códigos variados.

Ao considerarmos, dessa forma, a indumentária como um dos códigos culturais da sociedade, ressaltamos que, além das importantes funções que desempenha ao proteger e adornar um indivíduo ou objeto, a roupa também é uma linguagem destinada a significar algo. Nesse âmbito dos vestuários, tanto os objetos quanto as diversas maneiras de vesti-los, exibi-los, olhá-los e interpretá-los ganham sentido ao se tornarem um tipo de reflexo de determinadas normas sociais.

Aos têxteis conferimos, portanto, a capacidade de "personificar" e "humanizar" os ambientes nos quais o ser humano vive (SCHOESER, 2003), inclusive a imaginária sacra. E de maneira análoga, atribuir identidades individuais ou coletivas aos sujeitos. É válido ressaltar que esses artefatos podem se adequar a determinados tempos históricos e contextos geográficos, ratificando a identidade de povos diversos. Destacamos alguns tipos de materiais usados na fabricação dos tecidos desde a pré-história, perpassando a Idade Média, uma vez que o foco desta pesquisa são as roupas consideradas sagradas, especialmente as que vestem os *santos*.

A dimensão cultural do têxtil “é ainda mais evidente quando se apreende a função de ornamentação da vestimenta ao acrescentar um valor estético a uma abordagem altamente utilitária” (DENIZEAU, 2011, p. 24, tradução nossa). No cenário medieval, “a beleza exterior, o enfeite, o lustre (em latim, *decor*) deve concordar de um ponto de vista estético e axiológico, com a eminência do objeto ou da pessoa que é honrada” (BONNE, 1996, p. 45, tradução nossa). Lembramos que *decus* pode ser traduzido como uma forma de beleza honorífica. Por esse motivo, convém que o ofício divino e a casa de Deus sejam ornamentados de uma forma digna de sua glória e em harmonia com a aparência dos celebrantes, havendo, por isso, uma preocupação com as formas de representação daquilo que tem caráter divino e que, conseqüentemente, abarca a Igreja e as estatuárias sacras.

No que concerne à aplicação desse caráter de ornamento aos estofos, os liturgistas admitem que os panos podem encarnar as virtudes e as boas obras que embelezam o homem. Além disso, sabe-se que, a partir do século VIII, os têxteis vinham dependurados nas paredes das igrejas e nas colunas, hábito comum ainda hoje na Europa, nas épocas de festividades cristãs (BAVOUX, 2012).

Portanto, durante a Idade Média, técnicas, suportes, pinturas, vitrais, esmaltes, tecidos, pedrarias e ourivesaria eram empregados para transformar uma basílica num templo da cor (PASTOUREAU, 1989) por causa da riqueza e da beleza necessárias para venerar Deus. O efeito de luz, por exemplo, projetado a partir das cores dos vitrais, poderia fazer com que o fiel se sentisse num mundo transcendental, obtendo uma sensação de maior proximidade com o ser supremo.

[44]

Quanto à vestimenta da(o)s santa(o)s, é sabido que, durante muito tempo, essa prática devocional, existente no mundo cristão desde o Medievo, teve sua importância ignorada pelos historiadores, historiadores da arte e antropólogos do cristianismo. Albert-Llorca (2013) nos informa de que foi a partir da década de 1990 que o ato de vestir as estatuárias com roupas de tecido começou a ser estudado com maior veemência, sobretudo na Itália. Mas também ressaltamos aqui que Trexler (1991), em *Habiller et déshabiller les images: esquisse d'une analyse*, traz uma grande contribuição para a compreensão dos usos e das funções das vestes na imaginária católico-cristã.

Quanto à Itália, em 1993, a título de exemplo, despontou-se o trabalho coletivo de uma pintora chamada Riccarda Pagnozzato (apud ALBERT-LHORCA, 2013), que revelou a importância dessa imagem cultural por meio de um livro sobre 56 virgens vestidas, denominado *Madonne della Laguna: simulacri “vestire” dei secoli XIV-XIX*, realizado com o subsídio de um minucioso exame dos arquivos diocesanos que possibilitou a compreensão dos significados sociais e religiosos dessa estatuária.

Também evidenciamos a atuação de Elisabetta Silvestrini por seus estudos sobre o ato de vestir as figuras antropomórficas. Entre seus livros, mencionamos

estes dois: *Donne madonne dee. Abito sacro e riti di vestizione, gioiello votivo, "vestitrici": um itinerario antropológico in area lagunare veneta*, de 2003; e *Simulacri vesti e devozioni: etnografia delle statue "da vestire" della provincia di Latina*, publicado em 2010 (apud ALBERT-LLORCA, 2013).

Nota-se, a partir disso, uma preocupação com o destino das esculturas sacras vestidas e aqui incluímos aquelas que dispõem de espécies de mostruários nos quais suas vestes são acomodadas, como é o caso da padroeira da Costa Rica, Nossa Senhora dos Anjos, apresentada no decorrer deste trabalho. E, mesmo na roupa da padroeira de Porto Rico, Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, as cores dos panejamentos podem ser suscetíveis de variação conforme o tempo litúrgico e as intervenções sofridas pela imagem. Vale frisar que essas duas estatuárias estão integradas na pesquisa de doutorado em andamento, a partir da hipótese de que as vestes das esculturas sacras auxiliam no entendimento de hábitos e práticas sociais.

Ressaltamos que as fotografias e as informações expostas sobre essas representações devocionais fazem parte do levantamento de dados das vestes das padroeiras da América Latina realizado via telefone e e-mail, conforme o seguimento de nossa investigação. Atenta-se, de todo modo, para que o arsenal têxtil aqui exposto e acionado não desapareça e/ou seja omitido pelos estudiosos.

[45]

Tecidos: ornamento e beleza

Os tecidos são fontes primárias para estudos históricos (COPOLLA, 2005) tendo em vista que eles, desde os tempos da Antiguidade, indiciavam certa distinção social e econômica, contribuindo para determinar a função do indivíduo na sociedade. Tendo esses artefatos como objeto de estudo da História da Arte Sacra, consideramos os tecidos e suas motivações, seus modos e suas finalidades abarcados em seu valor histórico e em sua amplitude artística.

Assim, o artefato em questão, normalmente, recebe pouca atenção historiográfica da História da Arte. Provavelmente, os arsenais têxteis são capazes de descrever discursos que, conforme Foucault (apud COPOLLA, 2013, p. 95), no decorrer dos tempos:

[...] se tornam conhecidos como [...] unidades [que] formam domínios autônomos, embora não independentes; regrados, embora em contínua transformação; anônimos e sem sujeito, ainda que integrem tantas obras individuais.

Incluídos no universo da ornamentação, os tecidos caminharam ao longo do tempo com variadas tipologias de criações artísticas da humanidade, "da formação social, econômica, política e cultural" (COPOLLA, 2013, p. 95), que, detentoras de uma atenção privilegiada pela sociedade, velavam esse artefato já pouco valorizado em sua funcionalidade e beleza. Ao considerar o estofado como ornamento, recordamos que a ornamentação, durante muito tempo,

foi observada como um gênero artístico inferior, utilizado unicamente para decorar os quadros ou cobrir a superfície de objetos e edifícios, como afirma Bonne (1996).

Acerca disso, é importante lembrarmos que, se, por um lado a palavra *ornamentum* (BONNE, 1996) na Idade Média remetia a algo útil, ao bom funcionamento de um objeto, também era utilizada para designar as relações imateriais ou espirituais condicionadas às virtudes do homem ou mesmo de sua alma. Assim, o ornato, apesar de muitas vezes ser marginalizado na relação estabelecida com o seu suporte, já nesse período histórico era visto como um complemento destinado a suprir, numa imagem, com a sua força estética, a reivindicação do sagrado e a idealização de uma dada autoridade.

Bem antes disso, sabe-se que desde os tempos da Pré-História, o homem cobre e enfeita o corpo, levando-o ao manejo de peles de animais e fibras vegetais. No caso destas, formando uma vestimenta elaborada à base de fios que designariam os tecidos. Assim, uma das primeiras técnicas têxteis pode ter sido o fio trançado, usado sob a forma de cordões ou cordas já no Paleolítico Superior. Uma das fibras vegetais mais empregadas para a elaboração de tecidos foi o linho *usitatissimum*, cultivado exclusivamente para o uso na confecção de fibras têxteis e característico dos climas moderados do Mediterrâneo. No caso de artigos provenientes de animais, umas das fibras mais empregadas advém da lã e dos pelos de cabra e de camelo (HARO, 2012).

[46]

Da Antiguidade ao século XI, de acordo com Coppola (2007), a produção de tecidos destinava-se às trocas de mercadorias entre diversos povos concentrados no Baixo Mediterrâneo. Destacam-se, nessa vertente, o linho egípcio, os algodões da Índia e a seda da China. Enquanto na Idade Média, entre os séculos XII e XIV, houve uma diversificada produção têxtil que fez surgir novos profissionais voltados à execução de vestimentas, tais como "costureiros, alfaiates de calças, chapeleiros, bordadores e trabalhadores de metais" (COPPOLA, 2005, p. 18).

Durante a Idade Média, as qualidades de panos destinados às vestes sagradas não estavam determinadas. Contudo, constata-se a preferência por algumas variedades de tecido de acordo com o padrão do vestuário. Mas, somente após o Concílio de Trento (1545-1563), houve uma regulamentação dos tipos de panejamento que poderiam ser usados para a confecção das indumentárias. Entre as deliberações estabelecidas, foi decidido que as casulas tinham de ser obrigatoriamente de seda; e a lã, o linho, a seda e os fios de metais preciosos deveriam ser os elementos utilizados nos têxteis da ornaria sagrada (CRISTÓVÃO, 1992).

Podemos perceber assim que, da mesma forma que acontece nos ambientes profanos, busca-se igualmente nos cenários católico-cristãos "exibir a suntuosidade das sedas e veludos, pela beleza das vestes dos mantos e paramentos eclesiásticos" (COPPOLA, 2007, p. 4). Com isso, esse contexto religioso acaba enfatizando a materialidade do objeto em consonância com a criação

de imagens mentais, nas quais o fiel evoca, a partir do que lhe é visível, o invisível do ser transcendental.

A hierarquia do bispado da Igreja ocidental teve seus motivos têxteis inspirados no que lhe era apresentado por Bizâncio (Igreja oriental) que, por meio de Ravena e Veneza, introduzia no mundo europeu variadas regras sobre os trajes eclesiásticos. Identificamos, assim, o cuidado da Igreja com a escolha e o uso de produtos ornamentais que fossem capazes de atender diretamente à necessidade de uma boa visibilidade estética do que seria o campo celeste. "Deves, primeiro, tornar-se todo divino e todo belo, se pretendes contemplar o deus e o belo [...] Pois, jamais um olho viu o sol sem se tornar semelhante ao sol, nem uma alma poderia ver o belo sem se tornar bela" é o que nos diz Plotino (2004, p. 33). Busca-se, nesse sentido, uma conformidade da aparência do cenário terrestre com o mundo sobrenatural, alçando-se, portanto, a possibilidade de se alcançar a presença divina por intermédio da beleza ornamental.

Por meio do exemplo do Abade de Saint-Denis e da sua descrição acerca dos feitos de reconstrução e enriquecimento de sua abadia, destacamos à categoria de *ornatus* o poder radiante de Deus que, presente na beleza do ornamento, permitiria, então, a transposição do ser humano, a partir das "coisas materiais", ao espaço imaterial e transcendental: "[...] pelo dom de Deus, de maneira anagógica fui transportado [...] do espaço inferior a este espaço superior" (SCHMITT, 2007, p. 81).

[47]

Sendo assim, interpretamos que a ideia de beleza pode igualmente ser atribuída ao conceito de *Ornatus*, uma vez que esta palavra também "foi utilizada para designar objetos e vestimentas litúrgicas que permitem a celebração do culto" (BONNE, 1996, p. 45, tradução nossa). Encontram-se, nessa conceituação, todos os apetrechos de uma igreja (relicários, cortinas, pinturas, esculturas...) dotados de importantes significações rituais ou emblemáticas.

Acerca disso, é interessante salientar que o tecido também se manifesta no cenário religioso de uma forma mais peculiar, como evidenciam as imagens "arqueiopitas" (produzidas por vontade divina), sem a intervenção humana (*acheiropoieton*, feito sem as mãos). Identificamos dois tipos arqueiopitas. De um lado, "estão os ícones pintados por intervenção angélica, como os retratos da Virgem atribuídos a São Lucas". E de outro, "as imagens produzidas por contato direto com o corpo de Cristo, como um decalque ou uma fotografia; por exemplo, a Verônica e o Santo Sudário" (MAMMÌ, 2012, p. 122).

No que concerne a Verônica, a transmissão de sua tradição remonta ao século X, sendo, de acordo com Mammi (2012, p. 125), a mais reverenciada das relíquias romanas. Originalmente "exposta num pilar da nave central de São Pedro (onde está agora uma escultura barroca de Giovanni Battista Mochi, representando Santa Verônica), perdeu-se durante o saque de Roma de 1527". Por isso, atualmente, essa imagem é conhecida por meio de reproduções de diferentes estilos e épocas, que, apesar dessa diversidade, carregam traços comuns.

No caso do Santo Sudário, é uma peça de linho guardada na Catedral de Turim, na Itália, desde o século XIV. De acordo com Moroni e Barbesino (2005, p. 25), “[...] o Sudário reproduz em tamanho natural a imagem frontal e dorsal de um corpo humano”, pano que se acredita ter envolvido Jesus no sepulcro e que hoje aparece como uma espécie de decalque do Salvador.

Podemos perceber, desse modo, que esses arsenais têxteis, viabilizados aqui pelos conceitos de beleza e ornamento, têm, em suas diferentes qualidades, um papel importante para o conhecimento de nossa humanidade. Por isso, ratificamos ser válido o esboço deste estudo, afirmando ser esse um assunto que nos possibilita acenar para pesquisas futuras congêneres, mais aprofundadas, acerca de suas diferentes formas de representação.

Vestidas das esculturas sacras

Também as imaginárias religiosas devem ser vestidas seguindo os preceitos sociais sobre ornamentação e beleza. Diferentes tipos de mulheres vestiram as estatuárias ao longo da história europeia. Na Espanha moderna, essas personagens recebem o nome coletivo de Camareiras e, devem, dependendo da região, possuir um status social elevado. “Se Maria deve ter ricas vestimentas – disse uma disposição recente de uma confraria espanhola –, [...] as camareiras que as trajam devem ser ricas” (TREXLER, 1991, p. 210, tradução nossa), de modo que essa grandiosidade do vestuário manifeste a honra familiar daquelas pessoas conhecidas por vestirem as esculturas sacras.

[48]

Sugere-se, dessa forma, outra identidade além daquela intrínseca à própria imagem. Assim, a nobre roupa poderia, nesse contexto, ser uma condição essencial para a realização de milagres, uma vez que “a beleza de toda imagem [atrai] devotos e essa popularidade resulta em milagres” (TREXLER, 1991, p. 211, tradução nossa).

A respeito da primeira imagem milagrosa do Peru, em Lima, era comum vestir as esculturas com um estilo semelhante ao das nobres damas. Tem-se a seguinte assertiva: “[...] os belos materiais nos ajudam a ascender ao fervor espiritual” (CALANCHA apud TREXLER, 1991, p. 211, tradução nossa). Nesse caso, especificamente, o que moviam os fiéis eram “as maravilhosas rendas, os bordados, e os brocados, ‘um uso espanhol’” que certa mulher laica, Dona Joana, teria adicionado à roupa dessa estatuária sacra (TREXLER, 1991, p. 211, tradução nossa). O resultado desses feitos culminou com a ação tomada pelo Concílio de Lima (1576) de excetuar essa representação à proibição das Nossas Senhoras serem trajadas como mulher.

Quanto à aparência vestimentar da imaginária religiosa, citamos a Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, imagem de vestir que mede 124,5 x 60 x 60 cm, datada de 1852 e considerada padroeira de Porto Rico em 19 de novembro de 1969. Essa escultura porta vestuário longo, manto e mantilha, e o Menino Jesus veste uma túnica, ambos com cingulo na cintura, como mostra a ilustração abaixo (Figura 1).



Figura 1: Imagem de vestir – Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, restaurada em Sevilha (Oficina de restauração Filter e Rabadán, 2008-2009). Fonte: Balvanera (22 fev. 2017).

O traje atual dessa representação de Nossa Senhora é usado para solenidades litúrgicas e foi confeccionado em 2010 pelas monjas do Santíssimo Sacramento e da Imaculada, do mosteiro da Imaculada, em Hatillo, Porto Rico. É interessante ressaltar a mudança de vestes que pode ocorrer numa iconografia religiosa de acordo com as diferenças de tempo, local e das intervenções sofridas pela imagem, como mostram as figuras que seguem (Figura 2). No lado superior esquerdo, está a escultura original, de 1891. Na parte superior, no centro, encontra-se a imagem depois de restaurada, em 2010. No canto superior direito, a imagem de Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, de 1846, venerada em sua capela na Basílica de Jesus de Medinaceli, em Madri (Espanha). E na parte inferior, a imagem de Nossa Senhora Mãe da Divina Providência, localizada na Basílica de Medinaceli, portando vestidos de diferentes cores, segundo o tempo litúrgico.

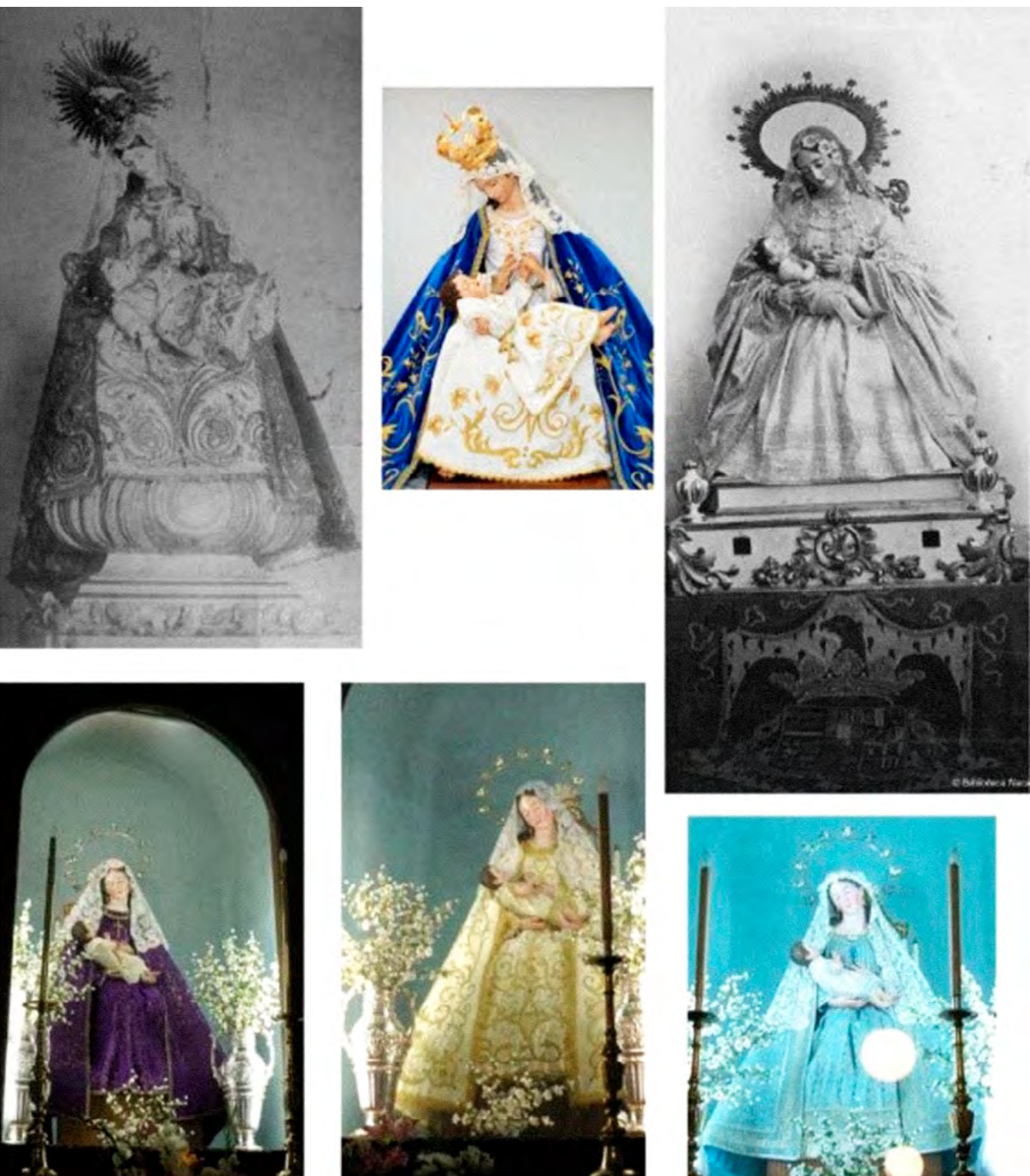


Figura 2: Representações de Nossa Senhora Mãe da Divina Providência. Fonte: Balvanera (22 fev. 2017).

Como dito, também interessante é a existência de espécies de vitrines para acomodar as roupas de algumas devoções religiosas, como é o caso de Nossa Senhora dos Anjos, uma escultura de pedra que mede 16 x 7,5 cm, encontrada em 2 de agosto de 1635, e considerada padroeira da Costa Rica em 24 de setembro de 1824 (Figuras 4 e 5). Todos os anos, um vestido é escolhido para ser usado ao longo de um ano, como mostra a Figura 3. A seleção é feita a partir do momento em que as pessoas oferecem a roupa à Maria em sinal de agradecimento a um milagre concedido. Mas também há casos em que a

congregação religiosa, por dada razão, projete uma veste e a ofereça à Virgem. Alguns vestidos removidos são devolvidos à pessoa que o fez. Outros são guardados, como mostram as Figuras 4 e 5.



Figura 3: Preparando Nossa Senhora dos Anjos para vesti-la com o manto. Fonte: Vargas (6 fev. 2017).

[5^ª]



Figuras 4 e 5: Armários com alguns mantos de Nossa Senhora dos Anjos. Fonte: Vargas (3 fev. 2017).

A imagem de Nossa Senhora dos Anjos utilizou um vestido com a bandeira e o escudo da Costa Rica no ano de 2010, na comemoração dos 375 anos de sua descoberta. A cerimônia da vestimenta é realizada no dia 1º de agosto de cada ano, presidida pelo bispo de Cartago. Anualmente, o desenho muda, seja ou não um evento especial de celebração. Muitas pessoas levam seus próprios vestidos, uma espécie de arquétipo do traje de Nossa Senhora dos Anjos, para a cerimônia da veste (Figuras 6 e 7), de forma que o bispo faça uma oração e os abençoe com água benta.



[52]

Figuras 6 e 7: Mantos confeccionados pelos fiéis para serem abençoados na cerimônia da veste. Fonte: Vargas (6 fev. 2017).

A partir disso, num longo deslocamento temporal para o medievo, relembramos que, no fim da Idade Média e no início dos tempos modernos, os diferentes tecidos e vestimentas ofertados à Virgem deviam ser colocados aos pés ou no altar de Maria antes de serem postos sobre ela. Esses presentes tinham a identificação do doador, como uma espécie de propaganda e/ou o testemunho de um desejo cumprido. A confraria florentina D'Or San Michele, por exemplo, ordenava, em 1333, que os mantos dados à Nossa Senhora deviam ficar diante do altar durante, no mínimo, oito dias antes de serem distribuídos.

Na literatura, não encontramos referências frequentes sobre homens cristãos e leigos que tenham trajado ou despido um(a) "santo(a)". Normalmente, como acontece até hoje, são os sacerdotes, no que concerne ao gênero masculino, que têm autorização para vestir as imagens, inclusive, muitas vezes, eles são envolvidos num processo de identificação com a devoção religiosa pelo "fato de portarem as roupas que já foram usadas pelas esculturas" (Trexler, 1991, p. 198, tradução nossa) em determinadas épocas e localidades.

Em Tournai (Bélgica), tanto no medievo quanto no início dos tempos modernos, quando os padres da catedral da cidade recebiam das mãos do conde de Flandres a doação de um manto para a Virgem, eles tiravam o antigo manto e, imediatamente se cobriam com ele, quando não o mantinham como ornamento do altar ou o usavam para vestir Maria novamente, em outra ocasião. De acordo com Trexler,

[...] o fato de o clero poder vestir um manto removido de uma escultura é particularmente significativo porque, segundo o liturgista Guillaume Durant que escrevia no século XIII, fora alguns eclesiásticos, não importava outra coisa que um manto em seu túmulo. (Trexler, 1991, p. 198, tradução nossa)

[53]

Ainda em tempos medievais, portanto, verificam-se o uso de sedas que envolviam as relíquias e os estofos que decoravam as tumbas dos santos, que igualmente serviam para enfeitar os altares e a igreja. Certamente, acreditava-se que esse artefato têxtil das esculturas de culto poderia funcionar como um paramento eterno para o clero, havendo, desse modo, uma associação entre os trajes dos sacerdotes e os das imaginárias religiosas. Apesar de essa prática ter sido proibida no século XVI, permanece na Espanha, onde "no santuário aragonês de Pilar, os mantos são especialmente confeccionados para esse propósito" (Trexler, 1991, pp. 198-199, tradução nossa). Após serem santificados pelo contato com a imagem de culto, os mantos são finalmente colocados num depósito, onde ficarão até serem utilizados por aqueles que estão prestes a morrer.

Dizer que uma pessoa morreu sob o manto de Nossa Senhora do Pilar seria uma maneira honrosa de relatar uma morte. Por esse motivo, de acordo com Gabriel Llopart apud Trexler (1991), algumas confrarias foram fundadas no início da época moderna com o objetivo de garantir que os confrades fossem cobertos pelo manto da escultura de culto no leito de morte. Na Itália e em Mallorca (Espanha), a iconografia do manto corresponde, às vezes, ao mesmo traje da confraria. Assim, a utilização dessas peças sobre as estatuárias pode constituir variações acerca de uma identidade, na qual tanto a imagem vestida quanto o ato de vesti-la incorporam significados sociais condizentes com a valorização atribuída às pessoas que têm a função de trajar ou possuir a veste de uma escultura divina.

Vestir as representações de divindades é uma prática antiga. "Os atenienses ofereciam, de quatro em quatro anos, a Atena, um novo *peplos* ricamente

urdido". Além disso, "no auge da pintura bizantina, os ícones pintados eram habitualmente cobertos com placas de metal adornados com gemas, deixando visíveis somente o rosto e as mãos" (TORRES apud PEREIRA, 2014, p. 49).

Na historiografia, há autores que defendem que o costume de vestir esculturas nos cultos cristãos tem origem na baixa Idade Média, uma vez que se tem conhecimento de documentos de exemplares desde o século XIII, encontrando-se, principalmente, sinais dessa categoria escultórica no sul da Europa (Itália, França e Península Ibérica) e, posteriormente, nos países da América Latina, como apresentamos neste trabalho a padroeira de Porto Rico, uma imagem com complementação de vestes, e a da Costa Rica, de pedra com complementação de vestes.

Sabe-se também que no século XII já se colocavam coroas metálicas nas representações da Virgem. E no século XIII apareceram as primeiras doações de mantos (PEREIRA, 2014). De todo modo, as habituais oblações à Maria, incluindo joias em sinal de agradecimento, vão se sobressair no século XIV, configurando-se como uma prática intensiva no XVI e atingindo o seu auge no XVIII, e que permanece no XXI.

Considerações finais

O estudo do artigo têxtil e de suas produções vestimentares no contexto religioso nos dá uma visão mais abrangente sobre a relevância desse tipo de artefato para diferentes saberes, tais como a História, a História da Arte e a Teologia cristã. Aplicados em ambiências diversas, os panos acabam designando uma realidade que vai além de sua aparência física, evocando a presença de algo invisível, neste caso, que advém do mundo celestial, conforme o pensamento cristão.

Por meio de Schmitt (2007), que mostra a necessidade de a imagem suscitar um sentimento de adoração da Trindade, inspirando-nos aos gestos da prece cristã, acrescentamos às funções de determinadas figuras uma dimensão afetiva, tal como ocorre com a Verônica (tecido que teria enxugado o rosto de Cristo no Calvário) e o Santo Sudário. Os têxteis, então, nessa conjuntura, são considerados relíquias, pois têm uma participação na prática devocional daqueles que acreditam numa reprodução milagrosa das feições do Cristo e de outras divindades.

Também ressaltamos que a noção de beleza na concepção cristã, aplicada aos tecidos e citada aqui a partir da visão de Plotino (2004), medeia uma relação mais profunda entre o fiel e o divino, conferindo à arte uma importância metafísica e espiritual na qual o sentimento religioso leva ao desejo de unificação com o divinal, atrelado à existência de um caráter racional que tende a direcionar o homem e todas as coisas ao campo celestial. Isso vai ao encontro de nossa interpretação baseada na ideia de que o ato de se vestir corrobora uma ação de embelezamento de si mesmo, sendo uma forma persuasiva de favorecer a comunicação com o outro.

É por essa mesma vertente que consideramos as vestes das esculturas católico-cristãs como um tipo de ornamento, demonstrando que a qualidade conferida pelo ornato pode ser vista como uma forma de aferir ao artefato um aumento de valor. E, neste caso, confere ao indivíduo uma possibilidade de ficar mais próximo do ser celeste. Nesse sentido, como abordado ao longo desta investigação, para algumas sociedades, os milagres de Nossa Senhora em determinados tempos e culturas estariam relacionados com a aparência da própria imagem de devoção, devendo ser *bela e mais ricamente adornada*.

Destacamos igualmente o fato de a vestimenta participar da elaboração de uma identidade de acordo com as características da pessoa que a veste, observa-a e, dessa maneira, a interpreta. Consideramos aqui a vigência dessa aproximação com o ser divino por meio dos artigos têxteis, no momento da morte, em vista dos sacerdotes que ansiavam ter em seu túmulo o manto sagrado da Virgem. Assim, a permissão para trajar esse tipo de estatuária é dada de forma criteriosa e pode variar de acordo com a posição social, moral e/ou de gênero.

Também salientamos a existência de tipos de vitrines para as vestes da padroeira da Costa Rica, tal como existe para o ser humano, o que sugere uma inclusão dos costumes humanos no seio de uma ambiência que é ao mesmo tempo material e imaterial. No caso da padroeira de Porto Rico, observamos uma alteração da veste após a intervenção de restauração, assim como a possibilidade de mudança das cores dos vestidos da estatuária de acordo com os eventos litúrgicos.

As indumentárias, desse modo, podem fixar uma personalidade e um papel cultural no espaço social, fazendo parte de diferentes contextos de nossa realidade. Daí a sua relevância como objeto de estudo para o entendimento das relações humanas, nesse caso, especialmente, a partir de sua associação com as esculturas e os outros objetos da religiosidade do catolicismo.

Recebido em: 15-10-2017

Aprovado em: 15-12-2017

REFERÊNCIAS

ALBERT-LLORCA, Marlène. Les statues habillées dans le catholicisme. Entre histoire de l'art, histoire religieuse et anthropologie. In: *Archives de sciences sociales des religions*. Paris, n. 164, pp. 1-12, 2013. Disponível em: < <http://assr.revues.org/25380>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

ALFARO, Héctor Balvanera. 2/3: Solicitud de información sobre la patrona Nuestra Señora de la Divina Providencia. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <hbalvanera@arqsj.org> em 22 fev. 2017.

_____. Solicitud de información sobre la patrona Nuestra Señora de la Divina Providencia 2-3. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <hectorbalvanera@hotmail.com> em 1 mar. 2017.

_____. 1/3 Solicitud de información sobre la patrona Nuestra Señora de la Divina Providencia. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <hbalvanera@arqsj.org> em 22 mar. 2017.

BAVOUX, Nadège. *Sacralité, pouvoir, identité. Une histoire du vêtement d'autel (XIIIe – XVIe siècle)*. 2012. "856 [853]"f. Thèse (Doctorat en Histoire Medieval). Centre de Recherche en Histoire et Histoire de l'Art. Italie et Pays Alps. L'École Doctorale des Sciences de l'Homme, du Politique et du Territoire, Université de Grenoble, Grenoble, 2012. Disponível em: <https://tel.archivesouvertes.fr/file/index/docid/871317/filename/29896_BAVOUX_2012_archivage_1_.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2017.

BONNE, Jean-Claude. Les ornements de l'histoire (à propos de l'ivoire carolingien de saint Remi). In: *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, Paris, ano 51, n. 1, pp. 37-70, jan/fev. 1996. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1996_num_51_1_410833>. Acesso em: 10 abr. 2017.

CASSAGNES-BROUQUET, Sophie; DOUSSET-SEIDEN, Christine. Genre, normes et langages du costume. In: *Clio. Femmes, genre, histoire*. Saint-Denis La Plaine, n. 36, pp. 7-18, 2012. Disponível em: <<https://clio.revues.org/10714>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

COPPOLA, Soraya Aparecida Álvares. *Costurando a memória: o acervo têxtil do Museu Arquidiocesano de Arte Sacra de Mariana*. 2005. 220 f. Dissertação (Mestrado em Artes) – Programa de Pós-Graduação em Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

_____. *Cultura material têxtil: uma história concisa da arte e da moda*. In: 3º COLÓQUIO DE MODA, 3., 2007, Belo Horizonte. *Anais Colóquio de Moda*, pp. 1-6. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/3-Coloquio-de-Moda_2007/4_08.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2017.

_____. *Nos caminhos do sagrado: conhecimento e valorização como conservação dos acervos têxteis arquidiocesanos de Mariana/MG e São Luis do Maranhão*. 2013. 395 f. Tese (Doutorado em Artes) – Programa de Pós-Graduação em Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

CRISTÓVÃO, Francisco da Silva. Tecidos medievais portugueses de vestes litúrgicas. In: *Didaskalia*. Lisboa, v. XXII, pp. 165-175, 1992. Disponível em: <<http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/16765/1/V02201-165-175.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

DENIZEAU, Laurent. Le nu et le vêtu. In: CANÉVET, Mariette (entretien). *Le vêtement*. Lumière Et vie. Lyon, n. 292, pp. 21-30, 2011. Disponível em: <http://www.lumiere-et-vie.fr/resources/cariboost_files/LV_292_num_C3_A9ro_complet.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2017.

HARO, Maria Irene Ruiz de. Orígenes, evolución y contextos de la tecnología textil: la producción del tejido en la prehistoria. In: *@rqueología y territorio*. Granada, n. 9, pp. 133-145, 2012. Disponível em: <<http://www.ugr.es/~arqueologyterritorio/PDF9/8-RuizdeH.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2017.

MAMMÌ, Lorenzo. *O que resta: Arte e crítica de Arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

MORONI, Mario; BARBESINO, Francesco. *Santo Sudário: a impossibilidade de falsificação*. São Paulo: Celebris, 2005.

PASTOUREAU, Michel. L'Église et la couleur, des origines à la Réforme. In: *Bibliothèque de l'école des chartes*. Paris, v. 147, n. 1, pp. 203-230, 1989. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/bec_0373-6237_1989_num_147_1_450535>. Acesso em: 19 jul. 2017.

PEREIRA, Diana Rafaela Martins. *Imagens de vestir em Aveiro: a escultura mariana do século XVIII à contemporaneidade*. 285 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2014.

PLOTINO. Enéadas. In: LICHTENSTEIN, Jacqueline. (Org.). *A pintura: textos essenciais: O belo*. Tradução de Paula da Cunha Corrêa. São Paulo: Editora 34, 2004. v. 4.

SCHMITT, Jean-Claude. *O corpo das imagens: ensaios sobre a cultura visual na Idade Média*. Bauru: Edusc, 2007.

SCHOESER, Mary. *World textiles. A concise history*. London: Thames Et Hudson, 2003.

TREXLER, Richard C. Habiller et déshabiller les images: esquisse d'une analyse. In: DUNAND, Françoise; SPIESER, Jean-Michel; WIRTH, Jean (Dir.) *L'image et la production du sacré*. Actes du Colloque de Strasbourg (20-21 jan. 1988). Paris: Meridiens Klincksieck, 1991, pp. 195-231.

VARGAS, Gustavo Rojas. Solicitud de información sobre la patrona. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <oficina1@santuaronacional.org> em 1 fev. 2017.

_____. Solicitud de información sobre la patrona. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <oficina1@santuaronacional.org> em 3 fev. 2017.

_____. Solicitud de información sobre la patrona. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <oficina1@santuaronacional.org> em 6 fev. 2017.



A Stitch in Time: Embroidered Textiles from Mexico

*Um ponto no tempo:
tecidos bordados do México*

[REBECCA DEVANEY]

Pesquisadora, artista e facilitadora.

E-mail: rebecca.devaney@gmail.com

[abstract] This paper will describe the methodology of a research project undertaken to investigate the craft techniques, aesthetic styles and cultural significance of embroidered textiles in Mexico. It will outline the research proposal, preliminary research, the development of a framework for field research, the process of planning the itinerary, the criteria for purchasing the textiles, contextual research and the research journey. The dissemination of the research through public exhibition will be presented in conclusion.

[58]

[keywords]

embroidery; tradition; craft; exhibition; Mexico.

[resumo] Este artigo descreve a metodologia de um projeto de pesquisa que teve o objetivo de investigar técnicas, estilos e significado cultural dos bordados no México. Destaca-se a proposta da pesquisa, a pesquisa preliminar, o recorte da pesquisa, o processo de planejamento do itinerário, o critério para a compra dos tecidos, a pesquisa contextual e a jornada da pesquisa. A apresentação da pesquisa através de sua exibição pública é apresentada na conclusão.

[palavras-chave] bordado; tradição; artesanato; exibição; México.

Research Proposal and Preliminary Stages of Research

The theoretical framework for this project was developed during research into the use of embroidered costume to express cultural identity and fictional or personal narrative while studying a Master of Fine Art in Textile Art and Artefact at the National College of Art and Design, Ireland. The objective of this project was to assess the feasibility of undertaking a research trip to investigate the craft techniques, aesthetic styles and cultural significance of hand embroidered textiles in Mexico and exhibiting the findings in Ireland on return. Key centres of production were initially identified as Tenango de Doria, Hidalgo, Juchitán, Oaxaca and Pátzcuaro, Michoacán. The proposal outlined the intention to devise a framework for the dissemination of research findings through public exhibition of written, photographic and textile documentary material. The action research would mainly consist of informal interviews and conversations with craftspeople, textile scholars and ethnographers. This qualitative research was to be underpinned by study visits to relevant museums and universities to provide an academic, historical and sociological context. Funding was generously awarded by the *Thomas Dammann Junior Memorial Trust* and the research trip (Figure 1) was conducted over a relatively short five weeks period from the 1st of July to the 4th of August 2015. Over the course of the journey a general overview was gained into the current practices in hand embroidery amongst the communities that were visited and it was possible to present this in the ensuing exhibitions. Whilst the research is stimulating in the overview it provides, it indicates a wealth of investigative possibilities that would be interesting, and in some cases where the traditional practices are in danger, critical to document further.



Figure 1 – Preliminary Itinerary, 2015. Illustration by Rebecca Devaney.

The idea for the project had emerged as a result of an evening spent sitting amongst three generations of a Mexican family. Under the watchful eye of their grandmother, work continued late into the night to complete the embroidery for a gala costume. Stories of romance, adventure and sorrow were shared by the women of the family and it was a glimpse of the intimacies that are often revealed by women when they embroider. This had been observed previously from the aspect of an embroidery teacher in Ireland (Figure 2) as students consistently share their personal stories, experiences and thoughts whilst engaged in the action of embroidery. It was hoped that the research project would provide the opportunity to document the private as well as public narratives that are expressed by the craftspeople who create traditional embroidered costumes in Mexico.



Figure 2 – Rebecca Devaney teaching at an embroidery workshop, Textile Workshop Dublin, 2010. Source: Rebecca Devaney personal archive.

The preliminary research involved finding examples of similar research projects, establishing contact with Mexican textile scholars and institutions as well as identifying the necessity for any safety precautions prior to departure. *Costumes of Mexico* (SAYER, 1985), *Embroidered Textiles: A World Guide to Traditional Patterns* (PAINE, 1990) and *Mexican Textiles* (FREUND, 2009) were consulted as references of research with similar objectives and facilitated the tentative outline for the approach to the field methodology that involved travel to communities and informal interviews to document the style, techniques and cultural significance of embroidered textiles. Robert Freund, the author of the latter and an independent textile researcher who has undertaken extensive

research and documentation of indigenous costume throughout Mexico over a fifteen years period was consulted in regards to the validity of the proposed itinerary in providing an overview of the diverse styles of embroidered costume in Mexico. Freund (2009) kindly suggested further areas that may be included in the itinerary but advised that given the time constraints the areas indicated would suffice to provide an overview of the variety of embroidered textiles currently produced in Mexico today.

The importance of establishing contact with a Mexican textile scholar was crucial to the preliminary research. At the textile symposium *Make 2: Remaking Tradition* hosted by the Crawford College of Art and Design and the Cork Institute of Technology (Ireland, 2015), the keynote address *The Role of the Traditional in the Crossings of Contemporary Art Practice* was presented by Yosi Anaya, researcher and teacher at the Instituto de Artes Plásticas at the Universidad Veracruzana, Xalapa, Mexico. Anaya kindly offered an invitation to use the library of the research institute at the Instituto de Artes Plásticas to finalise the itinerary and she strongly recommended that the trip be extended from two to five weeks if funding was awarded. There are several institutions dedicated to the restoration, conservation, collection and exhibition of textiles in Mexico. Contact was established with Señor Hector Manuel Meneses Lozario, director of the Museo Textil de Oaxaca which has an extensive programme dedicated to textiles from Oaxaca and beyond. Lozario kindly sent the programme for the summer of 2015, and strongly recommended that a visit to the Centro de Textiles del Mundo Maya, Chiapas, be incorporated in to the itinerary if possible.

[61]

The Mexican Ambassador to Ireland, His Excellency Carlos García de Alba kindly reviewed the itinerary in regards to safety and ease of travel. On his recommendation the Irish Ambassador to Mexico, Her Excellency Sylvia Hyland was informed of the dates and itinerary.

The research trip began at the Instituto de Arts Plásticas at the Universidad Veracruzana, Xalapa, Mexico where access was given to the library of the research institute as well as to the private library and textile collection of Yosi Anaya. At this stage the trip had been extended to five weeks and following the advice of Anaya, the itinerary was expanded to include Veracruz, Puebla and Chiapas. Practical factors such as time, distance and budget were the inevitable considerations in planning the itinerary and the advice of Anaya in this regard was invaluable due to her experience in conducting similar research projects.

In order to make logistical travel plans the advice of Maestro René García Hernández (Figure 3), the General Director of the Galería de Arte Popular de la Secretaría de Turismo de Veracruz was most helpful. Hernández is a specialist in the ethnographic study of textiles and costumes amongst the indigenous communities of Veracruz and has carried out extensive field research in documenting their textile heritage and traditions. Hernández emphasised that it was crucial to consider the remote location, inaccessibility and ex-

treme weather conditions of some of the centres of production and where possible to visit government funded centralised craft centres in towns and villages, rather than risking travel complications. He explained that in Mexico indigenous peoples are classified as those whose culture and language were in existence prior to the arrival of the Europeans in the 16th century. Today indigenous groups are identified by their linguistic family and the most numerous include the following; Nahuatl, Maya, Zapotec, Mixtec, Otomí, Totonac, Tzotzil, Tzeltal, Mazahua, Huastec, Ch'ol, Chinantec, Purépecha, Mixe, Tlapanec and Tarahumara. Within these linguistic families there are numerous dialects and there are many more linguistic groups throughout the country. During a tour of the Galería de Arte Popular, Xalapa, Hernández was able to visually identify not only the indigenous group and geographical region, but also the village that each embroidered or woven textile was produced in from their idiosyncratic use of colour and motifs. He recommended a study visit to the Museo Nacional de Antropología in Mexico City to gain a visual understanding of the geographical location of the indigenous groups and their diverse aesthetic styles of embroidery in order to finalise the itinerary for the research trip.



Figure 3 – Maestro René García Hernández, Galería de Arte Popular, Xalapa, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

It was understood that the field research would be dependent on certain levels of chance as there were few opportunities to contact the craftspeople in advance to arrange interviews. Given the short timeframe of the journey, interviews would only be possible with the willingness of the craftspeople to participate in the project with very little notice. The feasibility of this methodology of field research was tested at this stage with two trips which are outlined below.

Nicolás Xochihua Gonzalez, El Tajín, Veracruz



Figure 4 – Veracruz, Mexico. Illustration by Rebecca Devaney.

[63] The first trip was to the *El Centro de las Artes Indígenas de Papantla* which was established to preserve the traditions of the Totonac culture in the state of Veracruz (Figure 4) in 2007. The centre is recognised by UNESCO on their list of Intangible Cultural Heritage and includes sixteen *Casas Escuelas* where Totonac elders share their cultural knowledge and traditions with younger generations. The *Casa del Mundo del Algodón* is dedicated to teaching cotton cultivation, spinning, weaving, embroidery and natural dyeing techniques. Public transport was taken from Xalapa to Poza Rica and then on to Papantla along the Costa Esmeralda. A *colectivo* was taken to the UNESCO World Heritage site El Tajín to see the performance of the *Danza de los Voladores* (Figure 5) which is a Pre-Hispanic ceremony performed by Totonac men to appease the rain god Xipe Tótec. As part of their vocational training the performers must embroider their own costumes in the traditional Totonac style and this is one of the reasons that the men of Papantla are renowned for their embroidery skills.

Figure 5 – *Danza de los Voladores* showing performers in their hand-embroidered costumes, El Tajín, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

From El Tajín a taxi was taken to the Parque Takilhsukut where the centre is located but, unfortunately, the Casa del Mundo del Algodón was closed due to preparations for an event. When the research project was explained to the staff at the centre they kindly arranged for a visit to the house of one of the teachers Señor Nicolás Xochihua Gonzalez (Figure 6). An interview was conducted with Gonzalez at his home and afterwards two embroidered textiles representing the Totonac style were purchased.

At the age of seven Gonzalez was sent into the jungle by his mother to find a rare yellow spider web. According to Totonac beliefs, if the cobweb was spun and worn as a bracelet it would make him successful and talented at whatever he endeavoured to do. Gonzalez chose embroidery and today he is considered a master of his craft.



Figure 6 – Señor Nicolás Xochihua Gonzalez and his mother, El Tajín, Veracruz, 2015.
Photography by Rebecca Devaney.

Gonzalez described how the Totonac style of embroidery is infused with meaning from their cosmivision. The flowers and foliage rendered in the embroidered textiles reference visual depictions of *The Tree of Life* which is represented by the Ceiba tree in Mexico. The embroidered textiles are created using mainly *Punta Relleno* and *Pato de Gallo* stitches. The traditional *huipiles* are rendered in monochrome blues, reds or yellows and have been worn by Totonac women since Pre-Hispanic times. The *blusas* that were introduced to the indigenous traditional costume by the European colonisers also feature flowers and foliage from *The Tree of Life*. They are rendered in vibrant and cheerful colour schemes using mercerised and synthetically dyed cotton embroidery floss (Figure 7). The sleeves are adorned with colourful bands of ribbon and small pleating details. The *huipiles* and *blusas* reserved for family members are embroidered with yarns harvested from the cotton

plants cultivated in their garden and dyed with natural plant and insect dyes (Figure 8, Figure 9, Figure 10, Figure 11).



Figure 7 – Cotton embroidery floss cultivated and hand dyed using natural dyes by members of the Gonzalez family, El Tajin, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

[65]

Gonzalez was passionate about his work at the Casa del Mundo del Algodón, where the elders and students meet to discuss the mythical and historical importance of cotton. This rich dialogue forms the backbone that sustains and nourishes the creative work. The workshops are held on Saturdays so that the young girls can go to school during the week in their nearby villages. There are ten teachers and approximately twenty to twenty-five students. When the students graduate they often continue as teachers in their own communities. The oral transmission of heritage using a system of informal education ensures the craft and tradition are preserved and continued amongst the community.



Figure 8 – Traditional Totonac huipil, Nicolás Xochihua Gonzalez, El Tajín, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.



Figure 9 – Detail of Traditional Totonac monochrome huipil with floral and foliage motifs from The Tree of Life. Needlework in Punta Relleno using synthetically dyed mercerised cotton on manta fabric, Nicolás Xochihua Gonzalez, El Tajín, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

[66]



Figure 10 – Traditional Totonac blusa, Nicolás Xochihua Gonzalez, El Tajín, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.



Figure 11 – Detail of Traditional Totonac blusa with floral and foliage motifs from The Tree of Life. Needlework including Punta Relleno using synthetically dyed mercerised cotton, Nicolás Xochihua Gonzalez, El Tajín, Veracruz, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

Señor Vicente Ezequiel José, San Nicolás, Tenango de Doria, Hidalgo

[67]



Figure 12 – Hidalgo, Mexico. Illustration by Rebecca Devaney.

The second trip was to Tenango de Doria in Hidalgo (Figure 12), a centre for a style of embroidery created by the Otomí indigenous group. Public transport was taken from Xalapa, Veracruz to Tulancingo, Hidalgo across the Sierra Madre Oriental. As the regular bus was full it was necessary to take a slower connection and overnight in Tulancingo. The following morning public transport was taken to Tenango de Doria (Figure 13) and when no commercial centres were found in the town, a visit to the local government office revealed that the embroidered textiles are only sold once a week on market day. The re-

search project was explained again and a helpful member of staff arranged for transport to a nearby village via *colectivo* to visit the house of Señor Vicente Ezequiel José. An interview was conducted with José in his home and an embroidered textile representative of the Otomí style of decoration was purchased.

[68]



Figure 13 – San Nicolás with the Cueva de las Pinturas in the background, Tenango de Doria, Hidalgo, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

High above the clouds in the Sierras of Hidalgo a style of embroidery began in the Otomí village of San Nicolás in the 1960s when Doña Otilia Cruz was inspired by the zoomorphic motifs found in ancient cave paintings nearby. It is famed for its depiction of strange and fantastical animals that seem to dance or float in surreal compositions, surrounded by flowers and foliage. The original colour schemes were black and red and today they are monochrome, rainbow stripes or blocks of cheerful colour. They are rendered in *Punta Relleno* or *Pato de Gallo* stitches that are so neat the reverse of the embroideries is almost as beautiful as the front.



Figure 14 – Señor Vicente Ezequiel José, San Nicolás, Tenango de Doria, Hidalgo, 2015.
Photography by Rebecca Devaney.

José asked Doña Otilia to teach him and so she took him to the nearby caves to see the paintings that inspired her. Whilst the original meaning of the zoomorphic motifs (Figure 14) was a mystery to them, they thought that they were perhaps an expression of the nature, beauty and cosmovision that their ancestors wished to record. José worked hard to perfect the techniques she showed him and his creative flair became famous. At the time the municipality of Tenango de Doria was experiencing an economic downturn and increased levels of emmigration. According to José, the employment generated by the commercial success of the embroidered textiles has regenerated the municipality in recent years. It is organised into a system whereby there are several people who design the patterns for the embroidered textiles and then distribute them to women in the community who complete the needlework in their homes. The embroidered textiles are created for interior products such as cushions, bedspreads and table-runners rather than costume (Figure 15).



Figure 15 – Detail of embroidered table runner with *Pato de Gallo* stitch in mercerised cotton, Vicente Ezequiel José, Tenango de Doria, Hidalgo, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

[70]

José opened a little orange box to unfold a beautiful hot pink silk scarf with a parade of vibrant animal and foliage motifs, and in the centre was the famous Hermes logo (Figure 16). He proudly recounted how the Hermes design team had travelled all the way from France to find him with the help of the Museo de Arte Popular in Mexico City. They commissioned a series of designs for a limited edition of scarves called *Din Tini yä Zuë* which means 'man's encounter with nature' in the Otomí language. José emphasised that while the collaboration brought a certain amount of acclaim for his creative talents, what is of crucial importance to him is how his embroidered textiles have become a source of employment and regeneration amongst his community.



Figure 16 – Vicente Ezequiel José showing the Hermes scarf *Din Tini yä Zuë* featuring his designs, Tenango de Doria, Hidalgo, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

The feasibility of conducting field research in this manner had been established as both viable and effective following these two trips. The fruitfulness of the research highlighted themes such as; the oral transmission of the craft of embroidery, embroidery as a traditional and intergenerational practice, initiatives to renew, preserve and develop the craft, the impact of colonisation on traditional costume, the cultural significance of symbols and motifs, communities that have organised the craft of embroidery to provide a means of subsistence and employment, the appropriation of indigenous costume by the fashion industry. These themes and several others were manifest throughout the journey and it was apparent that the research could be framed in various contexts such as sociological, historical, anthropological, gender studies, or material culture. Of most interest and value however, was the documentation of the narratives of both craftspeople. These provided an understanding and subsequent appreciation of the embroidered textiles from a personal and intimate perspective. The intention at this stage was to gather research that could be disseminated in a manner that would create a connection between the craftspeople, their embroidered textile and the audience member by exhibiting their narratives alongside their work.

Contextual Research

Given the qualitative nature of the field research and its focus, it was important to incorporate quantitative research to provide contextual information. Study visits were conducted throughout the research journey to identify areas of interest, inform the itinerary and to provide contextual understanding of the field research. As well as the Museo Nacional de Antropología, visits were conducted to the Museo Franz Mayer, Museo de Arte Popular and Museo Nacional de Historia in Mexico City, the Galería de Arte Popular in Veracruz, Museo Textil de Oaxaca in Oaxaca, Centro de Textiles Mundo Maya in Chiapas and Museo de Arte Popular Poblano in Puebla.

[71]



Figure 17 – Pueblos Indios De Hoy, Miguel Covarrubias, Mural Mapa de Mesoamérica, Museo Nacional de Antropología, Mexico City, 2015.

The Museo Nacional de Antropología in Mexico City is arranged over two floors with Pre-Hispanic anthropological displays in the ground floor halls and ethnographic displays of contemporary indigenous groups in the first floor halls. The study visit focused on the first floor where the exhibition begins with *Pueblos Indios de Hoy* (Figure 17), providing a comprehensive overview of the history, customs, cosmovisions and contemporary lifestyle of the current indigenous groups in Mexico. The outstanding displays continue across another ten halls and are organised by geographical area including Gran Nayar, Purécherio, Otopame, Sierra de Puebla, Oaxaca, Pueblos Mayas de la Planicie y las Selvas, Pueblos Mayas de las Montañas, El Noroeste, Los Nahuas. As traditional indigenous costume is used by anthropologists and ethnographers as a means of identifying the cultural, social and ethnic origins of the indigenous people there was a hall dedicated to textiles.

Whilst the diversity of traditional costume in Mexico is astounding, women's dress generally consists of a *blusa* (blouse) or *huipil* (a loose, sleeveless tunic), a *quechquémitl* (a unique garment made of two rectangles of cloth that are joined in such a way that a distinctive triangle is formed front and back) or a *rebozo* (a shawl) and a *falda* (skirt). In Pre-Hispanic times these garments were traditionally made of hand-woven fabrics using natural fibres such as maguey, agave and cotton. The Europeans introduced sheep and silk-worms adding wool and silk to the available materials. Natural dyes came from bark, plants, flowers, seeds, insects and molluscs. The colours often express important meanings as blue and green signify fertility, abundance, life and water; yellow signifies the movements of the universe, corn and the death of vegetation; and red signified blood and life.

[72]



Figure 18 – Centro de Textiles Mundo Maya, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, 2015.
Photography by Rebecca Devaney.

Textile crafts had significant cultural importance amongst the Pre-Hispanic people and spinning and weaving were integral parts of daily life for women. Baby girls were presented with the utensils for these crafts at three

to four months, they began learning the techniques at four years of age and the utensils were buried with women to take to the after-life. In the indigenous cosmivision textiles and the women who created them, were protected by goddesses.

The Aztecs revered Xochiquétzal, who was said to be the first to spin and weave thread on a backstrap loom and she was worshipped by women. The Mayas believed that the Moon Goddess Ixchel was the patron of spinning and her daughter, Ichebelyax was the patroness of embroidery (Figure 18). The study visit to the Museo Nacional de Antropología was invaluable as it facilitated a visual understanding of the geographical location of the indigenous groups and their diverse aesthetic styles of embroidery. This made it possible to devise an itinerary that was intended to enable the curation of a collection of embroidered textiles that were selected to represent the stylistic diversity amongst indigenous groups in regards to design, motifs, use of colour, needlework and fabrics.

The Museo Franz Mayer holds an extensive collection of decorative arts as well as temporary exhibitions such as the *El rebozo. Made in Mexico* exhibition (Museo Franz Mayer, Mexico City, 2015). The influence of European colonisation on the styles, techniques and materials used in the production of decorative arts, including embroidered textiles, was evident in the displays at the museum. The circulation and dissemination of European fashions to the New World was showcased at the *Hilos de Historia* exhibition which showcased fashion and accessories from the 18th to the 20th century (Museo Nacional de Historia, Mexico City, 2015). European influence was explored further at *In Octacatl, in Machiyotl: Dechados de Virtud y Entereza* (Museo Textil de Oaxaca, 2015), an exhibition of embroidery samplers that highlighted the juxtaposition of Pre-Hispanic culture and European techniques on the development of embroidery in Mexico in the 18th century (Figure 19). Spanish styles and techniques of embroidery were introduced in the convent schools established by the missionaries and these were already infused with Egyptian, Persian, Slavic and Oriental influences.

[73]



Figure 19 – Detail of 18th century embroidery sampler, *In Octacatl, in Machiyotl: Dechados de Virtud y Entereza* Museo Textil de Oaxaca, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

The Bishop Vasco de Quiroga arrived in New Spain in the 16th century and was so inspired by Thomas More's *Utopia* (1516), he organised a system of training amongst the indigenous Purépecha artisans whereby each village specialised in an area of craft production. According to Señor Juan Ceja Juárez, the resident textile scholar at the Casa de las Artesanías, Morelia, Michoacán, this system is still in effect today and is one of the reasons the embroiderers of Michoacán are considered to be amongst the most skilled in Mexico today. The European Trade Routes brought Asian influences with imported textiles from China and the Philippines which was displayed in *Xaba Luláa: Trajes, Tlacoyales y Tocados* (Palacio Nacional Oaxaca, 2015) (Figure 20) an exhibition of the indigenous gala costumes worn during the Guelaguetza Festival in Oaxaca. In the outstanding exhibits of the Centro de Textiles del Mundo Maya, Chiapas, African influences introduced as a result of the slave trade were explored in the designs, motifs and colour schemes of some of the exhibits. It was decided to include examples of embroidered textiles that would illustrate this fusion of European, Asian, African, Persian and Oriental influences if possible.



Figure 20 – *Xaba Luláa: Trajes, Tlacoyales y Tocados*, Palacio Nacional Oaxaca, Oaxaca City, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

The Museo de Arte Popular facilitated a greater understanding of contemporary craft practices in Mexico and it was apparent that embroidered textiles was thriving as the traditional work of master craftspeople were exhibited alongside the relatively new styles, designs and motifs that have been developed by younger generations. In the exhibition *El Delirio del Color: Oaxaca en los Años 1960* (Museo Textil de Oaxaca, 2015) (Figure 21), the impact, adaptation and innovation of new materials to the craft was explored. Traditional colour schemes in embroidered textiles had been revolutionised with the arrival of synthetically dyed mercerised cotton in the 1960s. The naturally dyed threads in muted and harmonious colours were eschewed as artisans enthusiastically embraced the new materials available with dazzling results as showcased. The rupture, renewal and revival of a textile tradition amongst an indigenous community was explored in the exhibition *Mirar por el Ojo de un Aguja* (Museo Textil de Oaxaca, 2015) (Figure 22).



Figure 21 – *El Delirio del Color: Oaxaca en los Años 1960*, Museo Textile de Oaxaca, Oaxaca City, 2015. Photography by Rebecca Devaney.



Figure 22 – *Mirar por el Ojo de un Aguja*, Museo Textile de Oaxaca, Oaxaca City, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

The detrimental effects of societal change on the continued practice of traditional embroidered textiles was emphasised by Señor Jesús Vázquez Segura, an ethnographer at the Museo de Arte Popular Poblano, Puebla. In the course of his career documenting the festivals, customs and traditional costumes of indigenous communities in Puebla he has witnessed a rapid decrease in young women learning the textile techniques of their ancestors. In order to illustrate current practice of traditional techniques in embroidered textiles it was necessary to document creative developments and innovations, preservation and continuity as well as rupture and decline.

The criteria for forming the collection of embroidered textiles involved purchasing directly from the craftspeople where possible and the prices quoted

were not negotiated or bargained down. In order to gain an understanding of the support available to craftspeople it was recommended to include co-operatives and government initiatives in the development of the collection. The co-operatives visited included the La Casa de las Artesanías, Palacio Huitzimengari and La Casa de los Once Patios in Michoacán (Figure 23), the Casa de las Artesanías de Oaxaca in Oaxaca (Figure 24), Sna Jolobil and La Casa Escuela Tradiciones, Chiapas and Sitaltsin Women's Co-operative in Puebla.



[76]

Figure 23 – La Casa de los Once Patios, Patzcuaro, Michoacan, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

The Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) was established by the Mexican government in 1974. Its mission is to support, promote and develop Mexican craft through a nationwide programme of financial funding, education and conferences. Commercial opportunities are provided for craftspeople at retail outlets and markets with prices that accurately reflect the time, cost of materials and levels craftsmanship involved in each piece. Standards of traditional craftsmanship are maintained through the organisation of competitions at state and national level. These competitions also serve to encourage artistic creativity and innovation amongst the craftspeople through categories of awards. There is great prestige amongst the craftspeople in winning these competitions and many of the embroidered textiles in the collection are prize-winning at state or national level.



Figure 24 – ARIPO Artesanías e Industrias Populares de Oaxaca, Oaxaca City, 2015.
Photography by Rebecca Devaney.

The Artesanías e Industrias Populares de Oaxaca (ARIPO) is dedicated to supporting the traditional crafts of Oaxaca through an extensive programme of research, promotion and providing commercial opportunities for craftspeople of the region. María López López a researcher at ARIPO, emphasised that their policy is to speak to craftspeople directly in order to identify the day-to-day obstacles that prevent the continuing practice of traditional crafts. López described how the costs of travel to towns and cities was too expensive for people living in remote villages and so they are forced to sell their work at unethical prices to *revendedores* or middle-men. Those who can afford to reach the towns and cities find that the costs of renting a shop and the time involved in running one, takes away from their time in the studio. As a result of this research ARIPO organizes the annual craft fair *Encuentro Artesanal* to coincide with the *Guelaguetza Festival*. Craftspeople from across the state of Oaxaca are invited to apply for a stall and are selected based on the levels of their craftsmanship. If successful, ARIPO funds the costs of travel and stall-rental for the craftspeople thus alleviating some of the difficulties encountered in generating commercial opportunities.

The Research Journey

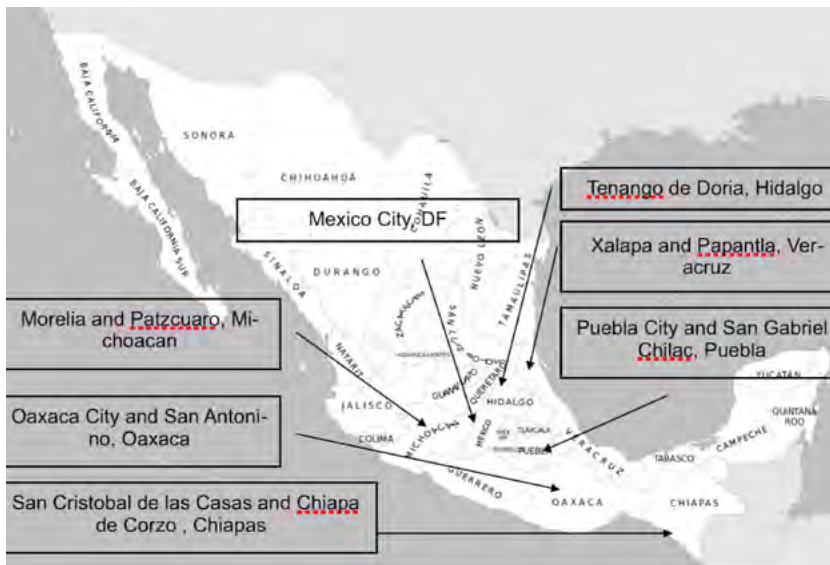


Figure 25 – The Research Journey, 2015. Illustration by Rebecca Devaney.

[78]

Due to the nature of the research, the journey was not always linear and involved a certain amount of retracing steps at times (Figure 25). As the interviews were held at the convenience and generosity of the craftspeople, stays were extended in some places to facilitate their schedules. At other times the research in certain areas proved unfruitful or impossible and so the itinerary was changed. For example, it was intended to visit the Zapoteca community in Juchitán by making the arduous journey to the Tehuantepec Isthmus of Oaxaca however, all of the craftspeople from that area had travelled to Oaxaca City to participate in the *Encuentro Artesanal* and so interviews were arranged and conducted at their stalls. In another instance, it was intended to travel to the Tzetzal community in Aguacatenango however following study visits to the Centro del Mundo Maya and Sna Jolobil co-operative in San Cristóbal de las Casas it transpired that the indigenous craftspeople refuse to sell their traditional embroidered *blusas* and instead sell a commercial version to tourists. When the nature of the research project was explained to craftspeople who were members of the co-operative an agreement was made to conduct an interview and purchase a traditional embroidered *blusa* under very strict conditions.

As mentioned, the journey began in Xalapa, Veracruz where it was possible to purchase an example of Huasteca embroidered textiles created by Señora Ana Bautista Delacruz from the Galería de Arte Popular. This style is famed for the large and colourful floral motifs created using cross-stitch needlework that feature on the square necklines and sleeves of *blusas*. As previously discussed, an example of traditional Totonac embroidery was purchased from Señor Nicolás Xochihua Gonzalez in Papantla, Veracruz and Otomí contemporary embroidery from Señor Vicente Ezequiel José in Tenango de Doria, Hidalgo.

The journey continued to Mexico City to conduct study visits over a period of three to four days and once the itinerary was finalised, travel continued west to Michoacán to investigate Purépecha traditional embroidery. An example was purchased from Señora Francisca Torres Hinojosa (Figure 26) in Morelia featuring a style that is famed for the rose blossoms that are often surrounded by an intricate geometric border in cross-stitch needlework. They are generally rendered in harmonious colour schemes that decorate the collars and sleeves of the traditional ungaro garment worn by women. In Pátzcuaro, several embroidered samplers were purchased from Señora Rosalia Barriga (Figure 27) depicting scenes of everyday life and celebrations that were traditionally created by Purépecha mothers as heirlooms for their daughters.

[79]



Figure 26 – Detail of embroidered rebozo, Francisca Hinojosa Torres, Morelia, Michoacan, 2015. Photography by Rebecca Devaney.



Figure 27 – Detail of embroidered historia, Roselia Barriga, Patzcuaro, Michoacan, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

Oaxaca was next on the itinerary to coincide with the dates of the Guelaguëtza Festival and it was possible to view embroidered textiles from throughout the state of Oaxaca at the *Encuentro Artesanal*. An embroidered traditional gala *huipil* was purchased from Señora Teresa Lopez Jiménez (Figure 28) from the Zapotec town Juchitán. The style is made famous in recent years by Frida Kahlo, is celebrated for the influence of Chinese silk embroidery and is renowned for the large colourful flowers embroidered in graduating colour tones using satin stitch in mercerised cotton embroidery floss on a velvet or satin background fabric.



Figure 28 – Detail of embroidered gala huipil, Teresa Lopez Jimenez, Juchitan, Oaxaca, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

An embroidered *huipil* (Figure 29) in the Tacuate style featuring tiny embroidered animals such as eagles and scorpions was purchased from Señora Efigenia García who had travelled from San Andrés, Oaxaca. The Baile de Piña from Tuxtepec is one of the most celebrated performances during the Guelaguëtza and a costume featuring the bright bands of embroidered flowers and flounces of lace edging was purchased from Veronica Salazar. An embroidered long-sleeved *blusa* featuring the distinctive panels of geometric cross stitch patterns and *haz-me-si-puedes* needlework techniques associated with the Zapotec village of San Vicente Coatlán was purchased from Señora Dorothea Cruz Antonio. At La Casa de Artesanías de Oaxaca an embroidered *huipil* was purchased from Santa María Huazolotitlán, a Mixteco village in the Costa region of Oaxaca with a large population of African descendants which has influenced their idiosyncratic style featuring bold and bright colours in block geometric shapes around the collars and birds such as roosters in the centre.



Figure 29 – Detail of embroidered huipil, La Casa de las Artesanias de Oaxaca, Oaxaca City, Oaxaca, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

[81]

A trip was made to San Antonino, a nearby village that is renowned for their traditional embroidered *blusas* depicting pansies, butterflies and birds in satin embroidery floss with crochet detail on the sleeves. An embroidered *blusa* was purchased from Señora Antonina Cornelio Sánchez (Figure 30), who is a recognised Grand Master of Craft in Oaxaca.



Figure 30 – Detail of embroidered blusa, Antonina Cornelio Sanchez, San Antonino, Oaxaca, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

Travel continued to Chiapas to investigate traditional Tzotzil embroidery in San Juan Chamula and purchase an example from Señora María Patishtan Licanthon. The hand embroidery techniques are in decline amongst the Tzotzil community as the style of tight rows of chain stitch that feature on their *blusas* can be replicated by a sewing machine. At the Sna Jolobil co-operative in San Cristóbal de las Casas it was possible to purchase an example of Tzeltal embroidery from Aguacatenango. The satin *blusa* was created by Señora Andrea Méndez Méndez (Figure 31) and features floral motifs and decorative bands of stitches in cotton embroidery floss.



Figure 32 – Detail of embroidered quechquemitl, Beatriz Bello Martinez, Hueyapan, Puebla, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

And the last part of the journey was to San Gabriel Chilac in Puebla to re-search their renowned style of embroidery rendered completely in tiny beads. Whilst an interview was conducted with Señora Yolanda Camarillo Hidalgos, it was not possible to purchase an example because the tradition is in decline as no-one is learning the techniques today and the embroidered textiles have become heirlooms amongst the young women of the community.

Bordados: An Exhibition of Embroidered Textiles from Mexico

The research has been disseminated to date through exhibition, presentation and online publication. The embroidered textiles, photographs, interviews and contextual research gathered over the course of the research journey have been exhibited at the Paris Sorbonne University Abu Dhabi (Figure 33, Figure 34, Figure 35), the Sharjah University College of Art and Design (United Arab Emirates, 2017) and the Mexican Embassy to Ireland (Ireland, 2016). Extracts of the research have been presented at the International Committee of Museums and Collections of Costume annual meeting, *The Narrative Power of Clothes* (London College of Fashion, 2017), and the online research forum, *Dressing the New World* (THÉPAULT, 2017). It is due to be presented at upcoming seminars in the *Institut Français de la Mode* and the *Musée Quai Branly* in Paris, France.

[83]



Figure 33 – *Bordados: An Exhibition of Embroidered Textiles from Mexico*, Paris Sorbonne University Abu Dhabi, United Arab Emirates, 2017. Photography by Rebecca Devaney.

[84]



Figure 34 – *Bordados: An Exhibition of Embroidered Textiles from Mexico*, Paris Sorbonne University Abu Dhabi, United Arab Emirates, 2017. Photography by Rebecca Devaney.



[85]

Figure 35 – *Bordados: An Exhibition of Embroidered Textiles from Mexico*, Paris Sorbonne University Abu Dhabi, United Arab Emirates, 2017. Photography by Rebecca Devaney.

The exhibition includes eighteen embroidered textiles and gives a visual overview of the cultural significance, aesthetic styles and craft techniques of embroidered textiles in the regions of Mexico that were visited. The portraits and narratives of the craftspeople are displayed alongside the corresponding embroidered textile. The accompanying written material is illustrated throughout with photographs that provide a visual reference for the descriptions of the research journey, some memories and reflections of the researcher, contextual and cultural background as well as interviews with textile scholars, ethnographers, anthropologists, government officials and co-operative managers. A common sentiment shared by the craftspeople was that the threads of their embroidered textiles are infused with their emotions, thoughts and experiences and that the textiles document a specific period in their lives as expressed through their choice of stitches, colours and design. An object made by hand is embedded with a story, be it personal, cultural or historical, but that story is often obscured once it leaves the craftspeople's studio for consumption by a customer, curator, gallery visitor, student or scholar. To convey these stories is to create a connection between the craftspeople and the consumer by continuing the narrative thread.

Conclusion



[86]

Figure 36 – Detail of embroidered blusa, Antonina Cornelio Sanchez, San Antonino, Oaxaca, 2015. Photography by Rebecca Devaney.

Over the five weeks of the research journey twenty-four interviews were conducted with craftspeople, members of co-operatives, textile scholars and ethnographers and eighteen examples of embroidered textiles were purchased. The possibilities indicated for further areas of study and investigation are extensive; the oral transmission of the craft of embroidery, embroidery as a traditional and intergenerational practice, initiatives to renew, preserve and develop the craft, the impact of colonisation on traditional costume, the fusion of influences in aesthetic styles introduced during colonisation and the trade routes between Europe, Asia, Africa and America, the cultural significance of symbols and motifs, communities that have organised the craft of embroidery to provide a means of subsistence and employment, the role of embroidery in providing financial independence to women, the appropriation of indigenous costume by the fashion industry (Figure 36). The wealth of museums, cultural institutions and libraries throughout Mexico facilitated the

social, cultural, historical and economic research that provided a contextual reference for the field research.

The field methodology proved to be highly productive despite the complications and constraints encountered in regards to time, travel, budget, language, initiating contact and arranging meetings with craftspeople in advance. These considerations necessitated flexibility with planning and adaptability towards obstacles. It is recognised that the most valuable aspect of the research is the documentation of the narratives of the craftspeople. And while a certain amount of serendipity was involved in these rich encounters, the research was made possible by the generosity of time, hospitality and kindness I was honoured to receive from the craftspeople.

Recebido em: 02-12-2017

Aprovado em: 23-01-2018

BIBLIOGRAPHY

FREUND, Robert (Ed.). Mexican Indigenous Textile Project. Mexican Textiles, 2009. Available at: <www.mexicantextiles.com>. Accessed on: 18 Feb. 2015.

GARCÍA, Lourdes et al. *La magia de los hilos: arte y tradición en el textil de Veracruz*. Xalapa: Universidad Veracruzana, 1995.

KARASIK, Carol; MORRIS, Walter. *Maya threads: a woven history of Chiapas*. Loveland, CO: Thrums Books, 2015.

MORRIS, Walter; KARASIK, Carol; SCHWARTZ, Janet. *Textile guide to the highlands of Chiapas*. Loveland, CO: Thrums Books, 2012.


PAINE, Sheila. *Embroidered textiles: a world guide to traditional patterns*. London: Thames and Hudson, 1990.

SAYER, Chloe. *Costumes of Mexico*. Austin: University of Texas Press, 1985.

THÉPAULT, Corinne. "B" for Bordados: an exhibition of embroidered textiles from Mexico. Blog post, 21 Sept. 2017. Available at: <<http://dressworld.hypotheses.org/337>>. Accessed on: 21 Sept. 2017.

VELA, Enrique (ed.). *Textiles del México de ayer y hoy*. In: *Arqueología Mexicana*, v. 19, Ciudad de México, 2005.

_____. *Atlas de textiles indígenas*. In: *Arqueología Mexicana*, v. 55, Ciudad de México, 2014.



Se pinta e se veste: a segunda pele indígena

Painting and dressing: the indigenous second skin

[POLIENE SOARES DOS SANTOS BICALHO]

Docente da Universidade Estadual de Goiás (UEG-CCSEH/Anápolis) e do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Territórios e Expressões Culturais do Cerrado (TECCER) na mesma universidade.

E-mail: poliene.soares@gmail.com

[resumo] A pintura corporal, para a maioria dos povos indígenas que a praticam no Brasil, simboliza uma segunda pele social e cultural carregada de sentidos e significados distintos e diversos, variando de etnia para etnia. O objetivo deste artigo é identificar e analisar os povos e as pinturas corporais dos grupos que as tomam como expressão maior de suas artes, interpretando-as também como um tipo muito peculiar de vestimenta, com ênfase nos povos indígenas do Cerrado. Nesse sentido, entende-se que a arte de vestir-se para o indígena ultrapassa a beleza, porém ele busca por ela incessantemente; é algo muito, muito além do cobrir-se as vergonhas, mas pode ter essa intenção em situações eventuais, rituais ou ainda cotidianas, o que varia de povo para povo, de cultura para cultura, das histórias de contato específicas; é algo além do cobrir-se do frio ou do refrescar-se diante do calor dos longos tempos de seca do Cerrado, e o calor certamente moldou o *habitus* indígena de estar rotineiramente mais despido que vestido.

[89]

[palavras-chave]

vestimenta indígena; pintura corporal; artes indígenas.

[abstract] Body painting, for most of the indigenous people who practice it in Brazil, symbolizes a second social and cultural skin, loaded with different effects and meanings, ranging from ethnicity to ethnicity. The purpose of this article is to identify and analyze the people and the bodily paintings of groups that take this act as a major expression of their arts, also understanding the practice as a very peculiar type of attire; and with emphasis on the indigenous people of the Cerrado. In this sense, it is understood that the art of dressing for the indigenous is something beyond beauty, but also seeks for it incessantly; is something far, far beyond the cover of shame, but it can also have that intention in occasional, ritual or even everyday situations, which varies from people to people, from culture to culture, from specific contact histories; is something beyond the cover of the cold or the cooling off in the heat of the long dry times of the Cerrado, and the heat certainly cast the indigenous *habitus* of being routinely more naked than dressed.

[keywords] indigenous clothing; body painting; indigenous arts.

A arte de vestir-se para os indígenas sempre cumpre o papel de comunicar algo. Desse modo, pesquisar as vestimentas indígenas implica, de antemão, saber que entre as diversas etnias indígenas do Brasil a linha que separa a roupa da pintura, do adorno, do adereço e das plumárias é muito tênue.

O Cerrado brasileiro é o *locus* privilegiado de abordagem deste artigo, logo, as artes das etnias indígenas que habitam as diferentes fitofisionomias desse domínio são os alvos da análise proposta. A área corresponde a 2.036.448 km², cerca de 22% do território nacional, e abriga aproximadamente 80 etnias indígenas¹. Trata-se, portanto, de um importante espaço de produção e reprodução cultural que expressa, na atualidade, diferentes maneiras de ver o mundo e de existir nele. No tempo presente, os Urubu (Kaápor), Bororo, Karajá, Kayabí, Kaxinawa, Rikbaktasa, os subgrupos Kayapó e os altoxinguanos, segundo Nicola e Dorta (AROMÉRI, 1986), são os principais representantes desses dois universos das artes indígenas.

[90]

A pintura corporal e a plumária, desde os tempos do Brasil Colônia² até os dias atuais, representam uma segunda pele, a chamada pele social indígena, pois, ao *vestirem* os corpos com as tintas e penas, uma série de significados e sentidos imprescindíveis estão imbricados, atrelados às explicações de mundo e às continuidades mitológicas e identitárias do grupo étnico que as comportam. Nesse sentido, Maria Claudia Bonadio, em diálogo com Elizabeth Wilson no livro *Enfeitada de sonhos*, de 1985, chama a atenção para o fato de que

[...] em todas as sociedades o corpo é "vestido", pois mesmo que as roupas sejam dispensadas, sempre há alguma camada de indumentária (a palavra pode ser definida como tudo aquilo que encobre, disfarça e reveste) sobre a pele, seja através de tatuagens, pinturas corporais ou adornos. (BONADIO apud MARQUETTI; FUNARI, 2015, p. 179)

A vestimenta indígena, nessa perspectiva, é abordada também como expressão das artes indígenas não apenas pela beleza dos corpos pintados e emplumados, mas também pelo preciosismo e pelos sentidos diversos inerentes à fabricação dos corpos que dela emana. No *Dicionário Houaiss*, vestimenta é: "1 peça de roupa que veste qualquer parte do corpo; 2 roupa us. em cerimônia, liturgia etc.; traje" (2004, p. 758). O segundo significado aponta para o enfoque que as vestimentas indígenas requerem, indubitavelmente. Nesse sentido, Miguel León-Portilla, no prólogo escrito para o livro *De la vestimenta y los hombres: una perspectiva histórica de la indumentaria indígena en México*,

de Claude Stresser-Peán (2012), descreve “com precisão os elementos físicos e rituais destas vestimentas”³ (p. 1), evidencia o sentido e o significado da roupa como indumentária utilizada durante cerimônias, festas, rituais etc.

Não é fácil enumerar e descrever os principais atributos e significados que podem ter o que genericamente chamam vestido ou indumentária. Em primeiro lugar deve notar-se que se trata de algo que se elabora para proteger o corpo da intempérie... Mas, o vestir tem atributos muito além dos meramente utilitários... A indumentária era o espelho em que se refletiam as diferenças sócias, econômicas e de classe. ... se fala da vestimenta, na segunda parte se dirige a atenção a tudo aquilo que é complemento do traje corporal. Abarca desde as várias formas de penteado, os *cactli* ou sandálias, os leques, as joias, mesmo que sejam as pedras semipreciosas, os adornos de metal, os guizos, as conchas e pérolas, assim como outros objetos de coral, madeira, terracota, peles e plumas, todos eles com diversos colares portadores por sua vez de significados. (LEÓN-PORTILLA, 2012, pp. 1; 3; 6)⁴

Diante do exposto, observam-se vários outros adereços e significados, pois, o ato de vertir-se “parece ser, antes de mais nada, uma necessidade para combater os efeitos do meio ambiente. No entanto, o vestuário também é produto de um hábito social (...) ajuda a definir parcialmente os critérios de uma sociedade cujas exigências e regras devem ser seguidas”⁵ (STRESSER-LEÁN, 2012, p. 7). Assim, a roupa que serve para se cobrir, a partir de uma concepção ocidental de pudor, é apenas um desses adereços mais utilizados pelas comunidades indígenas que viveram e vivem ainda hoje situações e histórias de contato mais violentas, intensas e diretas.

Para Bonadio, a própria noção de pudor é relativa, pois sofre variações de tempos em tempos entre diferentes povos. Em vista disso,

também o pudor é visto por muitos como outra das razões que teria levado os indivíduos a cobrirem os corpos, porém, a concepção de pudor não é homogênea e se manifesta de formas muito diferentes nas sociedades. A teoria propagada por Flügel (1976) [...] para a qual o trinômio proteção, pudor e adornos eram os principais motivos que levavam os indivíduos a usarem roupas e adornos, foi bastante popular até a década de 1960; entretanto, a partir de então, diversos estudiosos da moda passam a apontar a comunicação como o fator de maior relevância no vestir. (BONADIO apud MARQUETTI; FUNARI, 2015, pp. 182-183)

Nesse aspecto, a vestimenta indígena, aqui compreendida como uma das formas de expressão das artes desses povos, é importante porque, além de vestir, também comunica, ou seja, transmite mensagens fundamentais quanto

à cosmologia, aos mitos, à identidade e à cultura do grupo étnico específico. Em razão disso, na atualidade, antropólogos e historiadores reconhecem que as "roupas e os adornos, seriam, portanto, objetos utilizados especialmente como forma de comunicação, ou uma forma de definição social do indivíduo" (BONADIO apud MARQUETTI; FUNARI, 2015, p. 183).

Por consequência, a compreensão das artes indígenas, aqui abordadas pelo viés da vestimenta, por meio da pintura corporal e da plumária indígena, foi observada por Karl von den Steinen quando esteve entre os indígenas do Alto Xingu, no século XIX. Berta Ribeiro cita-o nestes termos:

Na opinião de Von den Steinen, o desenho explicativo, feito por meio de gestos ou riscado na areia, é anterior ao "ornamento artístico". "Vemos, e isto é o principal, que aqui, entre os povos primitivos, o desenho serve, como o gesto, *para fazer alguma comunicação*, e não para reproduzir formas graciosas..." (1940, p. 300) ou seja, artísticas. Imediatamente o autor se corrige para afirmar: "Objetar-se-á, talvez, que os índios do Xingu já são artistas, efetivando todos os utensílios com desenhos e ornatos, e que para isso se servem, com facilidade, do desenho como meio de expressão". (STEINEN apud RIBEIRO, 1989, p. 72. grifos meus)

[92]

Els Lagrou também enaltece a especificidade das artes indígenas quanto ao seu caráter *sui generis* de comunicação; logo, não existem apenas para serem contempladas, elas agem "sobre as pessoas, produzindo reações cognitivas diversas" (2013, p. 12). Para essa autora, muito mais do que representar, tais artes agenciam seres, objetos, pessoas, portanto trata-se de formas de comunicação não verbal, expressas no corpo ou nos utensílios utilizados pelo grupo por meio do desenho.

[...] reside na capacidade agentiva da forma, das imagens e dos objetos. A forma não precisa ser bela, nem precisa representar uma realidade além dela mesma; ela age sobre o mundo à sua maneira e surte efeitos. Deste modo, ela ajuda a fabricar o mundo no qual vivemos. (LAGROU, 2013, p. 31)

Com isso quero dizer que o desenho alude a relações, ligando mundos diferentes, e aponta para a interdependência de diferentes tipos de pessoas. Nesta sua qualidade de "veículo apontando para o estar relacionado" reside sua capacidade de agir sobre o mundo: sobre os corpos onde o desenho adere como uma segunda pele e sobre as mentes dos que viajam a mundos imaginários em sonhos e visões, onde a visualização do desenho funciona como mapa, permitindo aos *bedu yuxin*, alma do olho, de homens e mulheres de encontrar a morada dos *yuxibu*, donos dos desenhos. (LAGROU, 2007, p. 66)

Em tal circunstância é que a pintura corporal e a plumária, ao revestirem os corpos, também os fabricam, transformando-os em pássaros, cobras, seres sobrenaturais etc., cumprindo assim o papel de comunicar ao grupo – sem precisar verbalizar – referenciais importantes de sua cultura e concepções de mundo. Assim, além de esbanjar beleza e técnica⁶, suas artes cumprem um importante papel formador no que tange à educação em uma perspectiva ampla e cotidiana; e de pertencimento étnico, fundamentais para a conscientização e a continuidade identitária do grupo, tão instável e periclitante diante do contato intenso e, geralmente, opressor e desigual de algumas etnias com o mundo do não indígena.

É nesse sentido que, para os Boé-Bororo⁷, o *pariko* é mais que um diadema de penas de araras. Além de ser confeccionado com esmero e técnica peculiar, retém importantes significados para o grupo.

Os Borôro aprenderam a confeccionar e a envergar seu vistoso diadema de penas caudais irradiantes de araras, chamado *pariko*, com Baitagogo, ao tempo em que a ordem social da tribo foi instituída. Este herói mítico também estabeleceu a distinção dos padrões decorativos existentes entre as muitas variedades desse ornamento. (DORTA, 1980a, pp.1-9)

[93]

A viseira de penas amarelas da cauda do japu foi igualmente dada aos Borôro por Baitagogo, que a inventou para proteger seus olhos da luminosidade que o incomodava durante a execução de cantos fúnebres. Desse modo, o ornato passou a integrar o vasto patrimônio de enfeites do grupo. (ALBISETTI; VENTURELLI, 1969, pp. 519-531) (DORTA apud NICOLA; FERRARO, 1986, p. 28)

O mesmo pode ser observado em relação à pintura corporal, no sentido mais cerimonial da vestimenta, pois os grafismos e ornamentos que, literalmente, *vestem* os indígenas, personificam a segunda pele social e estabelecem uma relação intrínseca entre artes e corpo, pois, o "corpo para os povos indígenas brasileiros está naturalmente ornamentado por tembetás, enfeites de orelha, braçadeiras, estojos penianos, colares, cocares, *parikos*", grafismos, plumárias etc. (VIALOU; VIALOU apud MARQUETTI; FUNARI, 2015, pp. 24 e 30)

O pintar o corpo é, geralmente, demorado e laborioso, pois demanda tempo e experiência para que a técnica seja executada perfeitamente. Afinal, trata-se de "uma obra de arte culturalmente orientada, na qual o ideal está relacionado à perfeição da técnica e ao prazer estético intimamente ligado a um sentimento de valorização pessoal e grupal". (VIDAL, 1992, p. 147)

Para os Kayapó-Xikrin⁸, entre outros, segundo Lux Vidal, a pintura sobre o corpo é uma forma de decoração com funções mágico-religiosas, que também é elaborada sob o impulso da busca de beleza e perfeição. Assim, a "pintura feita com jenipapo pode ser considerada como vestimenta e representa entre os Kayapó o cotidiano, o normal". (VIDAL, 1985, p. 31)

Os motivos decorativos se adaptam a um suporte plástico, o corpo, que por sua vez é portador de um outro conjunto de significados. Aplicada no corpo, a pintura possui função essencialmente social e mágico-religiosa, mas também é a maneira reconhecidamente estética (*mei*) e correta (*kumrem*) de se apresentar. Estabelece-se aqui uma correspondência entre o ético e o estético. A decoração é concebida para o corpo, mas este só existe através dela. Como afirmam Marcel Mauss e mais tarde Claude Lévi-Strauss, essa dualidade corpo (forma plástica) e grafismo (comunicação visual) expressa outra dualidade mais profunda e essencial: de um lado o indivíduo, e outro o personagem social que ele deve encarnar. Entendida nesse contexto, a decoração é uma projeção gráfica de uma realidade de outra ordem, da qual o indivíduo também participa, projetado no cenário social pela pele que veste. (VIDAL, 1992, p. 144)

Ainda sobre o Kayapó, Berta Ribeiro dialoga com Terence Turner e enaltece o significado simbólico da pele para o grupo, pois a mesma demarca o limiar do individual e do coletivo/social. Assim,

[94]

[...] a pele simboliza o limite que separa o ser psico-biológico do ser social. Nesse sentido, o revestimento da pele com a pintura corporal e/ou sua ornamentação com adornos plumários e outros, tanto quanto uma prática de embelezamento é o modo pelo qual uma sociedade externaliza a socialização dos seus membros e, conseqüentemente, sua incorporação à vida comunitária. Esse conjunto de arranjos que revestem e mutilam o corpo tem para seus usuários valores e significados que o observador só chega a perceber quando se entranha profundamente na cultura dessa sociedade, a ponto de inferir suas representações mentais expressas por essa segunda linguagem, a iconografia da pele e dos artefatos. (RIBEIRO, 1989, pp. 82-83)

Entre os A'uwe-Xavante⁹, a pintura corporal e os ornamentos que a acompanham estão também associados às cerimônias ritualistas do grupo. As cores vermelha e preta (urucu e jenipapo) são predominantes nos traços e pontilhados que compõem os grafismos, cujos significados comunicam muito mais do que um simples observador externo pode compreender. "A pintura em vermelho estaria associada, no pensamento Xavante, à procriação e ao órgão sexual masculino. Na língua Xavante, *bë* (urucu) faz criança; *bî* (pênis) faz criança" (MAYBURY-LEWIS, 1967, p. 241).

Entre os Xavante, a pintura estabelece uma relação direta com a procriação e o órgão genital masculino, pois, na língua A'uwe, segundo Maybury-Lewis (1967, p. 241), citado por Berta Ribeiro, "*bë* (urucu) faz criança; *bî* (pênis) faz criança". Logo,

o rapaz só é considerado sexualmente ativo depois do rito de iniciação quando tem as orelhas perfuradas e passa a usar pequenas cavilhas nelas. O citado autor afirma que, quando o Xavante deseja gerar um filho pinta a cavilha auricular de vermelho. (MAYBURY-LEWIS, 1967, P. 241)

Assim sendo, o estojo peniano, que passa a usar ao ingressar na casa-dos-homens, a cor vermelha e o adorno auricular são signos de fecundidade e procriação dirigidos à reprodução social". (RIBEIRO, 1989, p. 100)

Quanto aos In-Karajá, a pintura corporal, assim como o uso dos adornos, alcança os padrões estéticos mais elaborados também nos momentos rituais. Assim, indígenas que participam mais diretamente dos ritos são os que fazem uso mais frequente da pintura. Durante a iniciação masculina¹⁰, um longo período que pode durar um ano e meio, os *hari*, que são os rapazes solteiros; os *ixywedü* ou *ixytby*, que são os *donos e pais da turma*; e os *jurè*, que são os jovens em processo de iniciação, recebem pinturas e funções específicas no decorrer da iniciação.

Os *hari*, por exemplo, *vestem-se* da maneira como se faz em *Kanawe-bròlara* ou *Berahyti*, o lugar dos *Ijasò*, que, na explicação cosmológica e mitológica do grupo, são aqueles que não emergiram e que ainda permanecem no fundo do Rio Araguaia, "lá onde não há fome, morte ou doenças. Eternamente felizes, as pessoas "lá de baixo", os *Ijasò*, vivem fazendo 'brincadeiras', todos enfeitados e pintados cotidianamente" (TORAL apud VIDAL, 1992, p. 203).

[95]

Por conseguinte, os braceletes e diademas, plumas e adornos, descritos por Fernão Cardim (2009)¹¹ nos primórdios da colonização, assemelham-se aos utilizados pelos indígenas In-Karajá quando se preparam para a Festa de Aruanã (que celebra o abastecimento alimentar do grupo) e para a Festa do *Hetorok* (ritual de iniciação dos meninos no mundo dos adultos) ainda hoje. Nos dois momentos é utilizada uma série de adereços, pulseiras, colares e cordões de algodão tingidos de vermelho no pulso e pinturas corporais feitas com tinta de jenipapo e urucu.

Nesse sentido, a "pintura de corpo, a arte plumária, as danças dramáticas de mascarados, são os campos principais do zelo estético dos índios referidos às artes do corpo" (RIBEIRO, 1986, p. 46). E a pintura, os adornos, os enfeites, enfim, além dessa intensa busca de beleza assegurada no corpo, ressaltam dois aspectos fundamentais: reforçam "os atributos que os diferenciam dos animais" (ibidem), logo, evidenciam os identificadores étnicos do grupo; e significam e explicam sobre a cosmologia de cada etnia, dando sentido e renovando as tradições de culturas que, como quaisquer outras, são também dinâmicas (LARAIA, 2005).

Dessa reflexão, depreende-se que, para o indígena, a pintura/plumária/roupa/adereço não é apenas vestimenta, mas ornamentação e também indumentária. Essa análise permeia três categorias básicas: a vestimenta,

que corresponde à arte plumária, à pintura corporal e ao grafismo, cujas expressões artísticas são mais evidentes; o ornamentar¹², que envolve mais diretamente os usos que os indígenas fazem dos adornos, máscaras rituais, braceletes, brincos, colares, tembetás, botoques labiais, alargadores, estojos penianos etc.; e a indumentária¹³, que seria, de certa maneira, a junção das duas outras categorias.

Considerações finais

As vestimentas indígenas, aqui abordadas como uma de suas expressões artísticas a partir da pintura corporal e da plumária, são, ainda na atualidade, fundamentais para a constituição dos grupos etnicamente diferenciados que habitam o território nacional, visto que os povos indígenas do Cerrado foram priorizados nesta análise. O processo de fabricação dos corpos, nas circunstâncias em que a pele social se evidencia por meio da arte de se pintar e de se ornar, é de extrema relevância para a continuidade dos grupos étnicos, assim como para o fortalecimento de suas respectivas identidades étnicas. Nesse ínterim, os indígenas ainda influenciam campos muito diversos da cultura e das artes em nível regional e nacional.

As contribuições, porém, de suas artes, embora pouco enfatizadas e reconhecidas, são inúmeras como um todo e em campos específicos da comunidade nacional, como na arte de tecer e fiar, nos usos de ornamentos em geral, na arquitetura, no *design* de interiores e na moda; além, é claro, da presença muito marcante da técnica e do modelo de plumária indígena nos adereços utilizados pelas mulheres nas escolas de samba durante o Carnaval, uma das festas profanas mais tradicionais do país e admiradas por todo o mundo. Os estudos sobre tais influências já existem, embora pareçam muito sutis e esparsos.

No campo da moda, em específico, exemplo marcante é a inspiração indígena na criação do espetáculo *Karup*, da companhia de Ballet Stagium (1971), criada em plena ditadura militar (1964–1985). O espetáculo de dança contemporânea, que contou com o trabalho do figurinista Clodovil Hernandes, surgiu depois que "Décio Otero e Marika Gidali resolveram montar um espetáculo sobre o genocídio dos índios" (CARVALHEIRO, 2014, p. 195), em 1977. Os adereços indígenas compuseram a cena e o figurino dos "14 bailarinos vestidos de macacões verdes e de macacões amarelos" (idem, p. 197).

Ainda no campo das influências, Gilberto Freyre (2006) analisa, como uma importante contribuição dos modos de vestir dos indígenas para os brasileiros em geral, a preferência pela cor vermelha, aqui representada pela tinta do urucum, recorrentemente utilizada na pintura corporal e nos adereços indígenas.

O vermelho, nesse caso, teria perdurado como uma importante contribuição da cultura indígena para as vestimentas da população brasileira. Contudo, além da cor, as influências indígenas são de diferentes matizes e graus na cultura nacional como um todo. Os brincos, colares, pulseiras, alargadores e demais adereços, utilizados de diferentes maneiras por homens e mulheres,

são certamente resultado de um processo longo de trocas recíprocas entre indígenas e não indígenas no Brasil e no mundo, pois os primeiros já se ornavam e paramentavam com esses adornos muito antes do português aportar por aqui.

Em suma, enaltecer o legado indígena é uma forma de dar lugar à importância das artes e da cultura indígenas – a partir do viés moldado pela noção de vestimenta – tão pejorativamente observadas, sempre ao longe e com ressalvas; assim como chamar a atenção para as tantas influências pretéritas e atuais das mesmas em muitos aspectos da vivência nacional; e, talvez, possivelmente, alumiar e ampliar as atitudes e posturas respeitadas e reconhecidas das diversidades étnico-culturais dos povos do Cerrado e do Brasil como um todo.

Recebido em: 15-02-2018

Aprovado em: 05-03-2018

NOTAS

¹ Dados do Ministério do Meio Ambiente (MMA). Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>>. Acesso em: 1 mar. 2017 às 6h21h.

² O indígena vestia-se e, em alguns casos ainda se veste, mais do que para cobrir as vergonhas, com as quais tanto se preocupavam os europeus recém-chegados ao paraíso terreal da Terra de Santa Cruz (GANDAVO, 2008). Eles vestiam-se de adereços e adornos com finalidades diversas: ritualísticas, proteção, magia, cura, embelezamento, para as festas etc. Nesse sentido, destacou Fernão de Cardim: "Todos andam nus assim homens como mulheres, e não têm gênero nenhum de vestido [...]. Porém, para saírem galantes, usam de várias invenções, tingindo seus corpos com certo sumo de uma árvore com que ficam pretos, dando muitos riscos pelo corpo, braços e etc., a modo de imperiais" (CARDIM, 2009, p. 179).

³ "Com precisión los elementos físicos e rituales de estas vestimentas" (p. 1).

⁴ "No es fácil enumerar y describir los principales atributos y significados que pueden tener los que genéricamente llaman vestido o indumentaria. En primer lugar debe notarse que se trata de algo que se elabora para proteger el cuerpo de la intemperie... Pero, el vestido tiene atributos más allá de los meramente utilitarios... La indumentaria era el espejo en el que se reflejaban las diferencias sociales, económicas y de rango. ... se habla de la vestimenta, en la segunda parte se dirige la atención a todo aquello que es complemento de lo atavío corporal. Abarca desde las varias formas de peinado, los cactli u sandalias, los abanicos, las joyas, bien sea las piedras semipreciosas, los adornos de metal, los cascabeles, las conchas y perlas, así como otros objetos de coral, madera, terracota, pieles y plumas, todo ellos de diversos colores portadores a su vez de significaciones" (LEÓN-PORTILLA, 2012, pp. 1; 3; 6).

⁵ "Parece ser, antes que nada, una necesidad para combatir los efectos del entorno. Sin embargo, la ropa es también producto de un hábito social (...) contribuye a definir parcialmente los criterios de una sociedad a cuyas exigencias e reglas debe plegarse" (STRESSER-LEÁN, 2012, p. 7).

⁶ "A arte plumária, pelas suas próprias características, requer dos que a ela se dedicam uma habilidade tão apurada que, pode-se dizer, não encontra paralelo em outras manifestações dos indígenas brasileiros. Isto se deve, em grande parte, à delicadeza, ao tamanho e à morfologia do material básico nela empregado, que pede soluções apropriadas para a sua utilização. A elaboração de um artefato plumário envolve técnicas de transformação, que aumentam as potencialidades estéticas oferecidas pelas penas, e técnicas de fixação, que permitem ao plumista exercer plenamente a sua capacidade inventiva" (NICOLA Et FERRARO, 1986, p. 50).

⁷ Boé-Bororo: povo que vive na região do Cerrado do Estado do Mato Grosso, da família linguística Bororo, hoje são cerca de 1.817 pessoas (Siasi/Sesai, 2014). Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/bororo/239>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 10h11min.

⁸ Kayapó-Xikrin: se autodenominam Mebengôkre e vivem atualmente no Estado do Pará, às margens dos rios Cateté e Bacajá, em uma região de mata e floresta tropical densa, porém, com áreas de transição típicas de floresta e Cerrado. Contudo, no passado, um subgrupo dos Kayapó, os Kayapó Sul, viveu em terras dos Goyazes, mas, por causa de intensa violência do contato intercultural (séculos XVII, XVIII e XIX), esse grupo foi dizimado. Hoje são cerca de 1.818 pessoas, falantes da língua Jê. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/xikrin-mebengokre>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 11h6min.

⁹ A'uwe-Xavante: povo que vive no Estado do Mato Grosso e pertence à família linguística Jê. A população atual, segundo dados da Siasi/Sesai, 2014, é de 18.380 pessoas. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/xavante>>. Acesso em: 14 fev. 2018 às 10h17min.

¹⁰ Quando o menino deixa a casa de sua mãe para adentrar a "casa grande", "a casa dos homens, centro da sociedade masculina" (TORAL apud VIDAL, 1992, p. 204), e, só depois de todo o processo, é considerado o rapaz preparado para o casamento, ou seja, para formar uma família.

¹¹ O uso de penas pelos indígenas foi descrito nesses termos por Fernão Cardim: "principalmente durante as festas", na composição dos adornos, tais como os "colares de búzios, de diademas de penas e de umas metaras, pedras que metem no beijo de baixo..."; e "também se empenam, fazendo diademas e braceletes, e outras invenções muito lustrosas, e fazem muito caso de todo o gênero de penas finas..." (CARDIM, 2009, pp. 179; 184-185).

¹² Ornamentar: "Colocar (-se) ornato, enfeite; adornar (-se), decorar (-se). Fig. Tornar atraente, interessante, rico; abrilhantar" (HOUAISS, 2004, p. 536).

¹³ Indumentária: "1. Conjunto de vestimentas us. em determinada época, local, cultura etc. 2. Arte relacionada ao vestuário. 3. O que alguém veste, roupa" (HOUAISS, 2004, p. 413).

REFERÊNCIAS

NICOLA Norbert, FERRARO, Sonia Dorta (Orgs.) AROMÉRI. Arte plumária do indígena brasileiro/ Brazilian indian feather art. Mercedes-Benz do Brasil S.A. São Bernardo do Campo, SP, 1986.

BONADIO. O corpo vestido. In: MARQUETTI, Flávia Regina. FUNARI, Pedro Paulo A. (Orgs.). *Sobre a pele. Imagens e metamorfoses do corpo*. São Paulo: Intermeios; FAPESP, Campinas: UNICAMP, 2015, pp. 19-34.

CARDIM, Fernão. *Tratados da terra e gente do Brasil*. AZEVEDO, Ana Maria de. (Org.). São Paulo: Hedra, 2009.

CARVALHEIRO, Vagner D. G. A atuação de Clodovil Hernandes como figurinista. In: *Anais do I Congresso Internacional de Memória, Design e Moda. Moda Documenta: museu, memória e design*, pp. 195-204, 2014.

FREYRE, Gilberto. *Casa-grande Et senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 51 ed. São Paulo: Global, 2006.

GANDAVO, Pero de Magalhães. *História da província Santa Cruz*. VALLE, Ricardo Martins Et SANTOS, Clara Carolina Souza (Orgs.). São Paulo: Hedra, 2008.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

LAGROU, E. *Arte indígena: agência, alteridade e relação*. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2013.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 18. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

LEÓN-PORTILLA, Miguel. Prólogo. STRESSER-PEÁN, Claude. *De la vestimenta y los hombres: una perspectiva histórica de la indumentaria indígena em México*. Oaxaca, México: Fundo de Cultura Econômica, 2012. pp. 1-13.

RIBEIRO, Darcy. *Arte índia*. In: Ribeiro, Darcy (ed.). *Suma etnológica brasileira*. V. 3: *Arte índia*. Rio de Janeiro: Vozes, Finep, 1986.

RIBEIRO, Berta G. *Arte indígena, linguagem visual*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1989.

STRESSER-PEÁN, Claude. *De la vestimenta y los hombres: una perspectiva histórica de la indumentaria indígena em México*. Oaxaca, México: Fundo de Cultura Econômica, 2012.

TORAL, André. *Pintura corporal Karajá contemporânea*. In: VIDAL, Lux. *Grafismo indígena: estudos de antropologia estética*. São Paulo: Studio Nobel: EDUSP; FAPESP, 1992, pp. 191-207.

VIALOU, Denis; VIALOU, Agueda Vilhena. *No início, era o corpo*. In: MARQUETTI, Flávia Regina. FUNARI, Pedro Paulo A. (Orgs.). *Sobre a pele*. Imagens e metamorfoses do corpo. São Paulo: Intermeios; FAPESP, Campinas: UNICAMP, 2015. pp. 19-34.

VIDAL, Lux. *Grafismo indígena: estudos de antropologia estética*. São Paulo: Studio Nobel: EDUSP. FAPESP, 1992, pp. 191-207.

VIDAL, Lux. *Xikrin*. In: *Arte e corpo*. Pintura sobre a pele e adornos de povos indígenas brasileiros. Rio de Janeiro: FUNARTE, INAP, 1985. pp. 27-37.

SITES:

MMA – Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>>. Acesso em: 13 set. 2017 às 16h58min.

ISA – Instituto Socioambiental – Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/paresi/2044>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 9h32min.

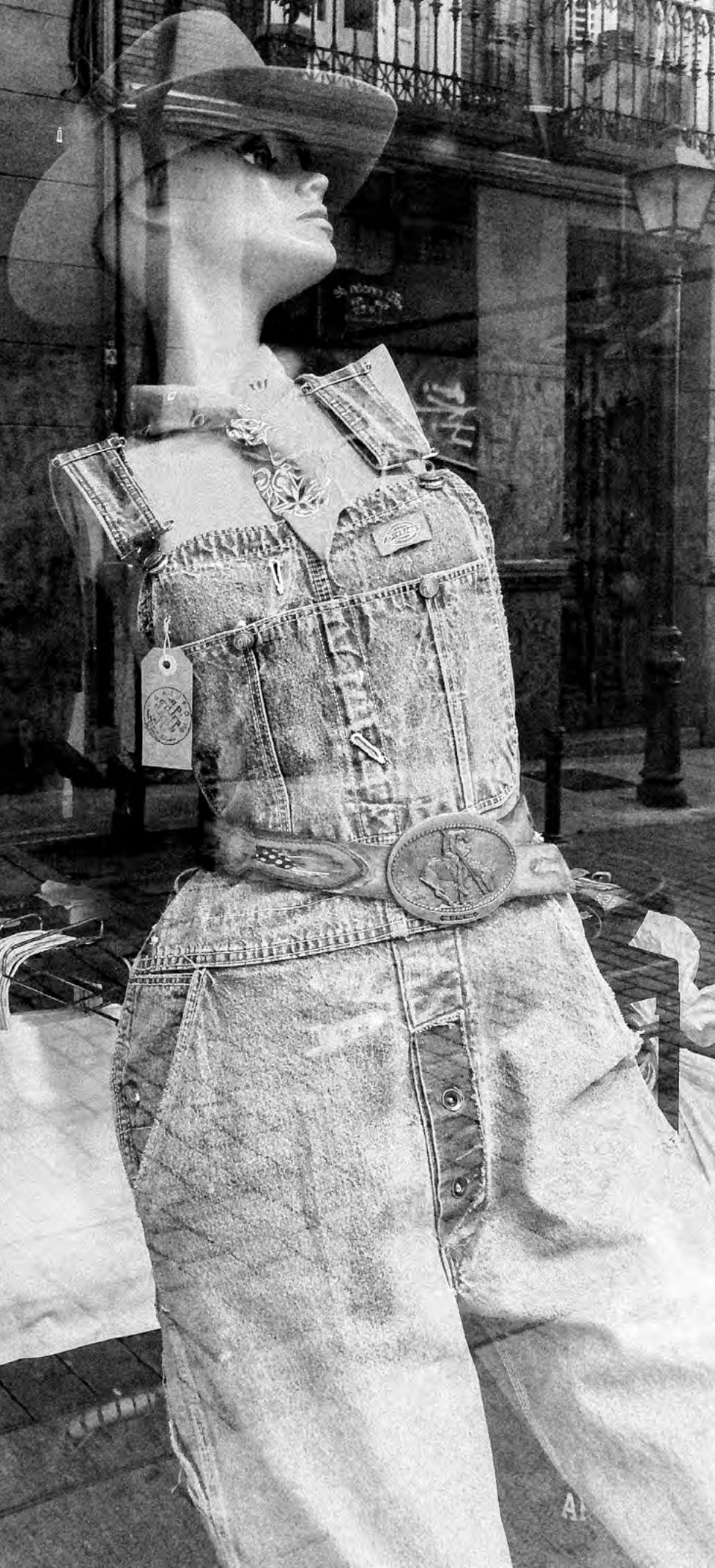
ISA – Instituto Socioambiental – Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/kadiweu/262>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 9h55min.

ISA – Instituto Socioambiental – Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/bororo/239>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 10h11min.

ISA – Instituto Socioambiental – Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/xikrin-mebengokre>>. Acesso em: 11 set. 2017 às 11h06 min.

ISA – Instituto Socioambiental – Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/povo/xavante>>. Acesso em: 14 fev. 2018 às 10h17min.

artigos





A morte de James Lee Byars: imagem da (des)aparição de si

The death of James Lee Byars: image of the (dis)apparition of the self

[ANGÉLICA OLIVEIRA ADVERSE]

Doutora em Arte Visuais (EBA/UFMG). Pesquisadora e professora do curso de pós-graduação *stricto sensu* em Artes da Universidade do Estado de Minas Gerais. Professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

E-mail: adverseangelica@gmail.com

[resumo] O artigo problematiza a noção da estética da desapareição na performance *A morte de James Lee Byars* (1994). Partiremos da fabulação da morte do artista James Lee Byars (1933-1997) para compreender a sua tentativa de figurar a perfeição dos gestos e das formas. Pretendemos examinar a busca do artista pela essência da *presença-ausência*: um corpo por *aparecer* ou como um corpo por *desaparecer*.

[102]

[Palavras-chave]

performance; aparição-desaparição;
veste-ritual.

[abstract] This article problematizes the notion of the aesthetics of the disappearance coming from the performance *The Death of James Lee Byars* (1994). We will begin with the attempt of the figuration of the death of the artist James Lee Byars (1933-1997) to understand his attempt to achieve the perfection of gestures and forms. We want to examine the artist's search for the essence of the *absence-presence*: a body that *appears* and a body that *disappears*.

[keywords] performance; apparition-disappearance;
ritual-clothe.

Introdução

Dias e Noites vagueiam pela eternidade. Assim são os anos que vêm e vão como viajantes que lançam os barcos através dos mares ou cavalgam pela terra. Muitos foram os ancestrais que sucumbiram pela estrada. Também tenho sido tentado há muito pela *nuvemovente* ventania, tomado por um grande desejo de sempre partir. (BASHO, 1997, p. 16)

Todo artista cria para si mesmo um autorretrato. Retratos que revelam, às vezes, uma consciente tentativa de expansão do eu. A atração pela imagem de si ressalta um traço mórbido desse processo de cisão do eu. A percepção de si como imagem cria uma espécie de tensão a partir da qual se configura o desdobramento do corpo material em imaterial. A experiência estética desse duplo está associada à construção do imaginário a partir do qual o sujeito desaparece para ceder lugar à imagem. Algo semelhante ao encantamento de Narciso pela própria face, pois essa atração é responsável por nos fornecer as pistas para compreender o nascimento da imagem sob o signo da morte.

[103]

Se nenhum quadro, nenhuma fotografia, nenhuma representação são verdadeiramente semelhantes é também por uma razão mais geral: é próprio de toda pessoa e, aliás, de toda coisa ser singular e, por conseguinte, rigorosamente inimitável [...] nesse sentido a noção de modelo (ou original) já implica ela mesma um paradoxo porque não há alguma cópia a partir da qual possamos figurar um modelo. O modelo é assim inimaginável. Aquilo que não podemos de modo algum imaginar é, ao mesmo tempo, sabemos, o que Kant considerou como sublime. Ora, o que há de mais sublime do que Deus? (ROSSET, 2012, p. 49)

O autorretrato da (des)aparição de si revela o enigma da imagem, pois explicita para o espectador da cena a fratura desencadeada entre o real e o imaginário. O duplo figurado pela imagem da performance apresenta-se como um *retrato encantado*, não podendo ser comparado à personagem real existente. O jogo com a morte doa visibilidade à impossibilidade da mimese e da representação na ação performática. Logo, a aparição da obra de arte revela a desaparecimento do corpo do artista pela ordem do sublime.

Se, como nos explica Debray (2011), os *efeitos de imagem* são quase sempre dramáticos porque há um domínio sobre o sujeito, o enfrentamento da morte provoca uma ruptura no drama por meio da ação de *morrer em corpo para renascer em imagem*. A dinâmica da transfiguração do corpo em arte apresenta a matéria do corpo em uma dimensão espectral. A organicidade do corpo do artista (rosto, gesto, dimensão, órgãos, carne etc.) desmaterializa-se para que se possa perceber o sistema imaterial dos símbolos. Essa passagem

permite que pensemos sobre a dupla dimensão do corpo, apresentada anteriormente por Schefer (2014), a respeito da mortalidade e da imortalidade dos corpos imaginários.

A performance *A morte de James Lee Byars* (1994) fundamenta-se nessa experiência em que se efetua uma ação do desapossamento de si em favor de uma epifania. Para Byars, a antinomia entre o corpo visível e o corpo em via de desaparecer revelaria na verdade a problemática da sacralização da imagem do artista. Em suma, seria um ato ritual por meio do qual se marcaria o limiar entre o corpo humano (mortal) e o corpo divino (imortal). O desdobramento do corpo do artista pela performance eleva seu corpo à dimensão sacralizada da aura¹, isto é, à afirmação de um elemento cultural da cena apresentada. Essa dinâmica corporal é o acontecimento da cisão de aparição-desaparição do artista, momento em que se revela a ação criadora do corpo artístico. A fratura de um instante, do ato ou conceito perfeito, cuja assunção perpetua momentaneamente o instante da perfeição:

O clarão do ato responde ao satori² do sujeito e essa fulgurância faz da arte a experiência de um acontecimento (*happening*): a obra, a performance é um advento enquanto acontece. Deiscência de um instante, de um ato ou de um conceito perfeitos, cuja assunção perpetua momentaneamente a instantaneidade da perfeição, que surgiu mas que não poderia todavia durar: o *vislumbre é o suficiente, o ver é a dádiva...* (RIBETTES, 1995, p. 15)

[104]

A experiência aurática se fundamentaria no instante da percepção, pela vivência do rito, isto é, da performance. O valor cultural da performance revelaria a transposição de um acontecimento atmosférico da vida para a experiência estética da arte. Trata-se, portanto, de uma personificação da abstrata apresentação do corpo espiritual. Ou seja, a presentificação da dimensão sacralizada do corpo artístico.

Nessa perspectiva, seria possível inferir, sem dúvida, que a sublimidade do corpo artístico se aproxima da ideia grega dos corpos divinos. Lembra-nos Vernant (1987) que, para os gregos, os deuses teriam, assim como os homens, uma panóplia, uma palavra e um corpo. Para representar os deuses, os gregos lhes atribuíam uma existência corporal que era singular a todas as criaturas finitas. A semelhança entre o corpo do homem e o dos deuses constituía para os humanos uma evidência imediata: decifrar, pela invisibilidade do *não visto*, a principal oposição entre o espiritual e o imaterial. A ilusão da semelhança entre os deuses e os homens, ou seja, do corpo imaterial e do corpo material, contribuía para explicitar a fratura entre o real e o mito.

Mas essa afirmação da presença em nós de um elemento não corpóreo, aparentado ao divino, e que somos "nós mesmos", toda essa abordagem materialista do corpo marcam na cultura grega mais do que uma inflexão: é uma espécie de ruptura. (VERNANT, 1987, p. 37)

Ao contrário do jovem herói grego, cujo corpo morto era ocultado em favor da expressão da *bela morte*³ por meio da poesia épica, o performer dá visibilidade à mortificação do seu corpo a fim de alcançar a experiência do sublime. A cerimônia funerária inaugura um rito estético para a celebração do efêmero (na arte e na vida). A abertura ao devir transforma a panóplia do artista em uma epiderme que reflete a transitoriedade dos seres e das coisas no mundo.

Em 1975, Byars escreve o aforismo número 200 no conjunto de mil poemas: "Eu sou um homem momentâneo" (BYARS apud RIBETTES, 1995, p. 12). O acontecimento do instante produz um novo estado de consciência. A essência do dandismo em suas ações performáticas tem como principal objetivo conscientizar o espectador em face da efemeridade do gesto do artista e de sua obra.

Para Byars, o princípio da vida artística consistia em chamar a atenção para o acontecimento do tempo presente. Ele pretendia dar visibilidade aos fenômenos mais invisíveis, como a percepção afetiva e a criação de pensamentos. A prática do gesto de aparição-desaparição revelaria, segundo o artista, a fabulação desse processo de devir⁴ responsável pela transfiguração poética do corpo do artista. O devir seria um modo de agenciamento da subjetividade responsável por testar os limites da nossa existência.

[105]

Vida e morte no espaço da obra

James Lee Byars nasceu em Detroit, em 1933, viveu de maneira nômade ao longo de sua vida, habitando na Ásia, Europa e África. Faleceu no Cairo, em maio de 1997. A viagem ao Egito teria como propósito desenvolver o seu projeto de obra-vida mais simbólico: produzir uma esfera de vidro perfeita, concebida na proporção exata do coração humano.

De acordo com Heil (1995), as reflexões suscitadas por James Lee Byars baseavam-se nas histórias das religiões e dos mitos orientais. Durante o período em que Byars viveu na Ásia, ele apreendeu técnicas espirituais, unificando meditação e criação artística. A filosofia oriental e a arte do origami foram as bases para a sua pesquisa plástica e reflexiva, caracterizando o seu trabalho escultural e performativo. O artista dedicou-se intensamente à pesquisa de formas e cores puras. O valor simbólico do trabalho era uma tentativa de traduzir as virtudes da coragem, a pureza dos afetos e a perfeição do *ethos*. Das tradições órficas egípcias, ele extraiu a compreensão de uma cosmogonia total, utilizando o círculo para apresentar o conceito de transcendência do mundo terreno para o plano metafísico de existência. Daí, pode-se compreender a sua tentativa de criar formas e imagens perfeitas no intuito de revelar o conhecimento pleno de si e do mundo. Desse saber, Byars acreditava que lhe seria revelado o dom de dar *visibilidade* à sutil *desaparição* dos corpos sensíveis.

De acordo com os estudos de Byars, as esferas corresponderiam à perfeição dos ciclos da natureza, sendo compreendidas pelo artista como um tipo

de joia que representava a transfiguração do seu corpo. Por isso, esses objetos, assim como o seu vestuário, tinham um caráter extremamente performativo; eram, em geral, associados às seitas ofídicas e ao culto dos deuses solares.

Byars buscava compor uma iconografia correspondente aos deuses solares, em particular, aos deuses egípcios Rê e Osiris. Impecavelmente elegante, trajava-se com costumes confeccionados em tecidos nobres e por alfaiates sofisticados, transitando entre os mitos do artista sedutor e do dândi elegante, usando tons monocromáticos por influência dos rituais xintoístas e do teatro Noh. Tais referências o conduziam a incorporar uma elegância incomum, expressa por seus gestos e pelas ações performáticas.

Influenciado pelos mitos que teciam narrativas sobre os valores transitórios da beleza e da perfeição, o artista esforçava-se em construir uma identidade performática capaz de apresentá-lo como um *artífice do tempo*. Por essa via, ele foi capaz de apresentar a ideia de perfeição dentro de um mundo imperfeito. O inédito dessa tentativa é que, ao tentar personificar-se como um homem perfeito, transfigurou o seu corpo carnal em substância fantástica da imagem. Apresentando-se como imago do deus-sol, ele metamorfoseou a carne de seu corpo em obra de arte, quer dizer, ele se transformou de maneira alquímica em matéria invisível, reaparecendo como uma perfeita imagem do conjunto de suas obras. Essa experiência foi apresentada pelas obras que narravam a sua morte, em particular, a partir dos trabalhos em que desenvolveu um delicado jogo com a morte.

[106]

As performances idealizadas por Byars objetivavam suscitar a vivência do instante como um dispositivo que permitia ao espectador reconstruir mnemonicamente as cenas visualizadas. O instante e a duração punham o acontecimento das cenas, aludindo ao princípio da *presença-ausente*. Ao longo de sua trajetória artística, Byars colocou em questão a noção do trânsito entre a vida e a morte, conformando o gesto da desapareição do artista à criação da imagem da fugacidade.



Figura 1 – *Byars no MET... invisivelmente*. MET, Nova York, 1971. Fonte: Arriola et al. (2015, p. 130-133).

Em 1971, ele performa a invisibilidade no Metropolitan Museum of Art, em Nova York: *Byars no MET... invisivelmente*. Essa performance fazia parte da

exposição *Um tributo brilhante ao descobrimento do espírito humano*. Vestido com costume rosa e sapatos de plataformas (ambos criados pelo alfaiate North-South), Byars envolveu-se com um véu-estandarte e percorreu os arredores do museu. A ação visou colocar em discussão as políticas de memória e sobrevivência das imagens da arte nas instituições. A invisibilidade do artista torna-se uma alegoria para se pensar a veneração e o culto dos visitantes dos museus aos cânones da história da arte. A opulência da sua aparência refere-se à iluminação meditativa, sendo composta em referência ao guru Prem Rawal (Maharaji)⁵.

A performance *O teatro perfeito* (1975) colocou em questão a condição transitória da existência humana. Nessa ação, os espectadores foram convidados a se reunir em um jardim para, em seguida, ouvir uma voz sussurrante dizer: "O teatro mais perfeito é o olhar". Simultaneamente, o artista aparecia brevemente na linha do horizonte trajado com um costume vermelho e desaparecia na sequência do ato.

As ações eram um convite para a experiência do limite da existência humana e foram baseadas nos conceitos da filosofia zen-budista. Nessa acepção, a morte era entendida por Byars como um estado mental de eterna perfeição. Esse princípio orientava não apenas a linha de seu trabalho; ele norteava, sobretudo, as ações que regiam a estetização da sua existência.

[107]

As experiências propostas por Byars tinham como principal objetivo provocar uma tensão entre a intermitência da aparição-desaparição do artista pela apresentação da sua morte. Parafraseando as palavras de Vernant (1987), pensar a respeito da representação da morte é também refletir sobre a relação do sujeito com o seu outro (o corpo espiritual). Nesse sentido, a morte configura-se como um acontecimento de limiar que marca a separação entre o homem e o herói. Da intermitência entre matéria e espírito estruturam-se os sistemas simbólicos que opõem as criaturas humanas e as divinas.

Nesse sentido, na vida dos homens, a morte não se perfila somente como o termo que sem remissão contorna o horizonte de sua existência. A cada dia, a todo momento, ela está aí, espreitando a vida como a face oculta de uma condição de existência onde se encontram associados, em uma mistura inseparável, dois polos opostos, o positivo e o negativo, o ser e sua privação. (VERNANT, 1987, p. 15)

As pesquisas de James Lee Byars aspiravam a apresentar a plena presença da vicissitude dos corpos no tempo. Mas, verdadeiramente, o que esse ato propõe ao espectador? Seria uma ruptura com o cânone? Por mais retóricas que pareçam as nossas reflexões, elas intentam pensar o sentido da morte como um distanciamento fantasmático da imagem.

Certa vez, ele afirmou que a sua morte cancelaria as suas obras. Se a morte do autor designa igualmente a finitude das suas obras, poderíamos sugerir que Byars recusa indiretamente a condição imortal atribuída a ambos, adotando,

assim, uma atitude filosófica diante da morte. Lembremos que, para a tradição do pensamento antigo (ocidental e oriental), a desapareição da existência seria um modo de se aprender a filosofar: "Filosofar não é outra coisa senão preparar-se para a morte", observava Montaigne em referência aos clássicos (MONTAIGNE, 1996, p. 92). Assim, a imagem da morte de James Lee Byars seria igualmente um desdobramento de seus pensamentos, refletindo o poder da memória imaginativa.

O brilho do sol poente: a morte do herói

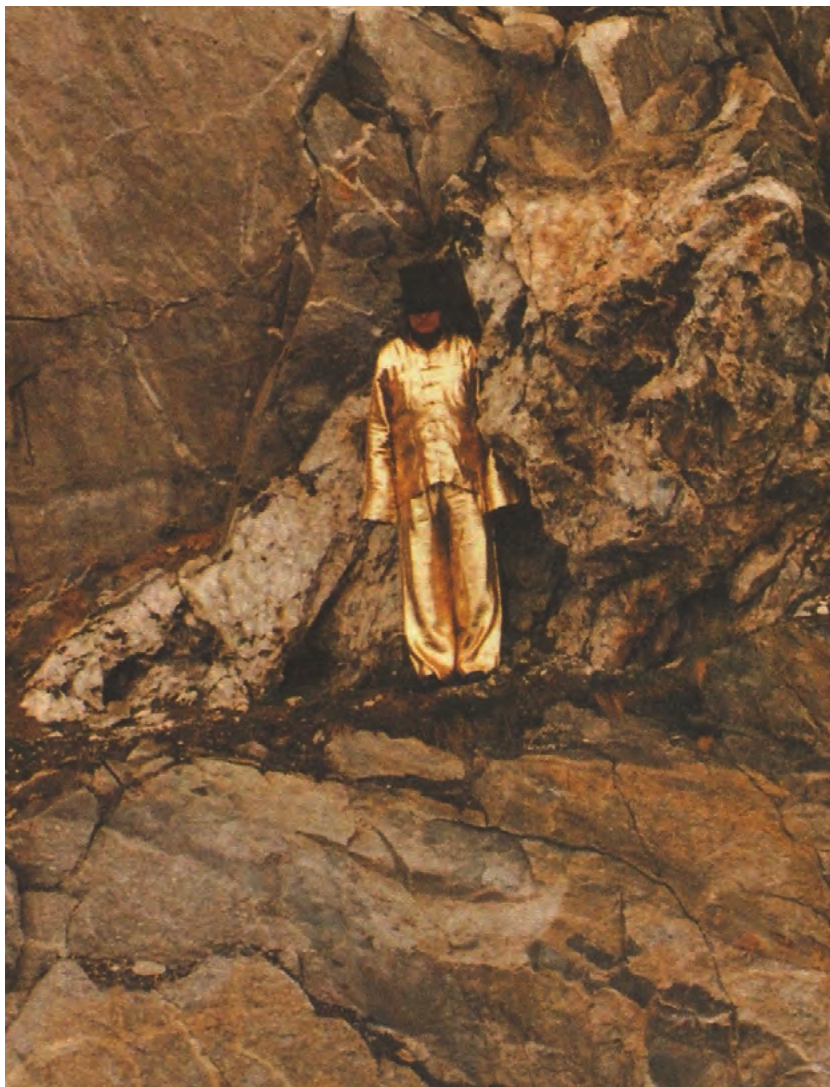
Byars pretendia mostrar que as tradições contemplativas são importantes para aproximar a vida da arte. Suas ações performativas visavam modificar delicadamente a nossa experiência de vida diante da morte. Os questionamentos sobre a travessia atenta da vida para a morte eram formulados com extremo cuidado para que se ritualizasse o vazio como parte de um processo de emancipação e desapego espiritual, pois o poder de morrer por meio da imagem significava que a obra de arte era, em si mesma, uma experiência da morte. Pela performance, o artista afrontava a passagem do tempo e inscrevia sua biografia em uma trama existencial ao abrigo da morte.

[108] O artista utilizava a cor ouro como alegoria da imortalidade solar, uso que justificava a criação de costumes em têxteis, como o lamê e o *bouclé*. A experiência da vida-morte era explicitada pelo rito estético que celebrava a passagem do tempo, sendo prefigurada pela alegoria solar. O sol se transfigurava em esferas por meio da cor dourada de seus costumes e no ouro utilizado para a criação das joias e esculturas. Segundo o artista, a luz solar expressa o triunfo do movimento temporal sobretudo a partir da função da imagem, que nos fornece um código representativo dos ciclos da vida e da morte: o nascer do sol, o meio-dia, o pôr do sol e o seu desaparecimento na noite revelam o registro simbólico que fazemos do devir. Em outras palavras, a alegoria do sol traduz o desafio do artista frente ao drama da existência: a morte, aludida pelo artista também por meio da antiputrefação da pele presente na mitologia egípcia. A reflexão do brilho dizia respeito não só à perfeição absoluta da vida, mas também exprimia, paradoxalmente, a tentativa alquímica de desmaterialização (morte) do corpo.

A alegoria solar presentificada pela cor dourada reafirma a impermanência das coisas e a dimensão efêmera da experiência estética. Há, assim, em cada trabalho desenvolvido por Byars, uma representação da beleza que dura apenas um instante. As indagações que decorrem das imagens solares dizem respeito ao conjunto de sensações que sobrevivem na lembrança. O brilho fulgurante da aurora, do meio-dia ou do ocaso evoca, em forma de imagem, o sentido estético da duração do instante. A reminiscência que se imprime na memória está associada à brevidade da vida, tornando-se, em essência, um dispositivo importante para a compreensão da passagem do tempo.

À meia-noite do dia 24 de junho de 1983, Byars performou *Uma gota de perfume preto*. Ele portava seu costume em lamê dourado e seu rosto estava coberto por um véu. Ele apareceu quase imperceptivelmente diante

das rochas e derramou uma gota de perfume sobre a superfície das pedras: "A evaporação da fragrância vivifica a experiência do gesto sensual do performer, produzindo, naqueles que ali estavam presentes, a memória de um momento único" (FRIEDLI, 2009).



[109]

Figura 2 – *James Lee Byars e o dragão*. Passo da Furka, Alpes suíços, 1984. Fonte: Arriola et al. (2015, p. 260).

A epifania estética suscitada pela obra de Byars aproxima-se da metafísica do dandismo baudelaireano. A tentativa de presentificar a morte do artista corresponde à doutrina ascética defendida por Charles Baudelaire em seu ensaio "O dândi" (1863). Diz Baudelaire:

Em verdade, eu não tinha errado totalmente ao considerar o dandismo como uma espécie de religião. A regra monástica mais rigorosa, a ordem irresistível do Velho da Montanha, que ordena o suicídio aos seus discípulos embriagados [...] homens frequentemente plenos de ímpeto, de paixão e de coragem, de energia contida, a terrível fórmula: *Perinde Ac Cadaver!* [...]. O

dandismo é o último brilho de heroísmo nas decadências [...].
O dandismo é um sol poente, sem calor e pleno de melancolia.
(BAUDELAIRE, 2011, p. 808)

O suicídio ritual proferido pelo "Velho da Montanha" e a alegoria do *pôr do sol* referem-se à sublimidade espiritual do dândi. O enfrentamento da morte é a condição heroica que permite ao artista reinventar-se em meio à indistinção das massas. A alegoria crepuscular figura a sensibilidade do artista moderno frente ao seu esvaecimento na cultura de consumo. O dandismo como sol poente afirma a potência da existência aurática do dândi: "O dândi é imperador de uma moda que não fornece nenhum modelo" (COBLENCÉ, 2016, p. 198). O dandismo tornou-se, a partir da definição baudelairiana, uma delicada resistência frente à vulgarização da vida do espírito na sociedade do capital.

A alegoria do sol poente é análoga ao desejo de partida, à pulsão de morte que transfigura o corpo do artista em *nuvemovente*. Esse processo de fabulação da vida em obra de arte alude ao sentido da morte como o ato de máxima perfeição na vida do herói moderno: "Toda fragmentação do uno, toda cisão do ser, toda distinção de partes significa que a morte entra em cena com a aparição conjunta de uma multiplicidade de existências" (VERNANT, 1987, p. 38).

[110]

Byars apresenta-nos a ideia de que o enfrentamento da morte seria o último brilho de heroísmo do artista em tempo de decadência: seu costume solar esculpia o corpo e a cor ouro transformava o drama da morte em uma delicada imagem de um instante de luz. Assim, perguntamo-nos se em suas vestes esculturais repousam o mistério da iluminação constantemente evocada em seus trabalhos. Seriam as roupas as esculturas materializadas pelo tempo?

O brilho do sol poente fulgura a experiência da bela morte: "Para todo o tempo vindouro, ela faz aceder o guerreiro morto ao estado de glória. E o brilho dessa celebridade, *kléos*, que de agora em diante se vincula ao seu nome e a sua pessoa, representa o termo último da honra, seu ápice, a *areté* [virtude] realizada" (VERNANT, 1987, p. 42). O artista, de modo semelhante ao herói, transforma a sua desapareição em glória para criar uma imagem poética da sua breve existência. Os heróis estarão, desse modo, sempre presentes no espírito dos vivos, irradiando perpetuamente o seu brilho.

Aquilo que as panóplias militares são para o corpo do guerreiro, as maquiagens, os unguentos, as joias, os tecidos brilhantes, os laços de fita no peito são para a mulher. A graça, a sedução, o apelo do desejo, incluídos em sua ornamentação, emanam como sortilégios cujo efeito sobre o outro não é diferente daquele que exercem o encanto do corpo feminino. (VERNANT, 1987, p. 22)

A aparência física do herói é, segundo Vernant (1987), animada pelo seu espírito. A panóplia exalta qualidades e virtudes, sendo a unção de seu valor

pessoal. A elegância de Byars integra-se aos ritos funerários do herói. A brevidade de sua fascinante aparição procura confrontar a obscuridade da cultura da morte no Ocidente. Trata-se, nesse caso, de transfigurar a imagem da morte na cultura contemporânea, em particular, de criar um novo significado para as ações de sua experiência⁶. As vestes esculturais divinizam o corpo do artista, pois o brilho do ouro exprime a rememoração de sua beleza imortal.

(Des)aparição: performance & insubstancialidade

A apresentação do processo de desaparecimento do artista integra as suas pesquisas sobre as figuras da morte. Em 1969, Byars realizou a sua primeira ação com o objetivo de discutir a des-dramatização da morte: *O fantasma de James Lee Byars chama*, realizada na Eugenia Butler Gallery, em Los Angeles. Byars entrava na sala e tentava manifestar a sua aparição espiritual. Ao adentrar no espaço, ele sussurrava lentamente: "O fantasma de James Lee Byars nos chama". Em um átimo, as luzes se apagavam e a imagem do artista desaparecia. A performance tinha uma breve duração, sendo executada em menos de dois segundos. A experiência fantasmagórica coloca em discussão a produção de imagens realizada pela nossa capacidade de memorizar a cena. A tentativa do artista de dissolver-se na realização da performance estrutura as suas reflexões sobre a transição imperceptível entre o real e a imaginação.

[III]



Figura 3 – James Lee Byars e o perfeito epitáfio. Appel Art Center, Amsterdã, 1975. Fonte: Arriola et al. (2015, p. 198).

Essas abordagens podem ser observadas a partir das performances *O perfeito epitáfio* (realizada em Amsterdã, em 1975) e *O filósofo horizontal* (performada em San Francisco para a revista *Zyzyva*, em 1994). Nesses trabalhos, encontramos as alegorias solares referentes à finitude, à efemeridade, à perfeição e aos movimentos cíclicos da vida e da morte. Tais trabalhos anunciam a ritualização da insubstancialidade do corpo-obra do artista.

A performance intitulada *A morte de James Lee Byars*, desenvolvida de forma processual entre os anos 1980 e 1990, tentava incessantemente transformar o sentimento do sujeito diante de sua própria morte. Nesse trabalho, ele introduziu inúmeras questões acerca da efemeridade da experiência estética, negando a perenidade tanto da obra quanto do artista. Para tanto, James

Lee Byars articulou gestos taoistas, rituais xintoístas e zen-budistas, de maneira a enfatizar o instante da sua partida. Dessa maneira, assumia a atitude mística ao declarar: "Eu sou um místico" (1995, p. 47). A ação se constrói partindo dos seguintes princípios conceituais: a articulação entre corpo-matéria, gesto-espço e instante-duração. Byars chama a atenção para o estado de corpo-mente, tentando figurá-lo pelo rigor e pela sutileza da ação. A poética da performance pressupõe o uso do silêncio e do gesto lento como uma estratégia para que o espaço da imagem problematize a experiência do absoluto.



[112]

Figura 4 – *O filósofo horizontal*. Performance para a revista *Zyzzya*, San Francisco, 1994. Fonte: Arriola et al. (2015, p. 227).

Byars cria a imagética da cena por meio de uma linguagem corporal que evidencia artisticamente o instante da morte. Assim, ele determina a si mesmo: "Deite-se calmamente e levante-se silenciosamente"⁷. O artista caminha lentamente trajando um costume de *bouclé* dourado e deita-se no centro de um quarto revestido com folhas de ouro. Em seguida, sua esposa faz uma marcação em cinco pontos de seu corpo com diamantes sintéticos, em referência à quadratura do círculo de Leonardo da Vinci. Suas ações visavam atualizar a experiência de um momento temporal perfeito do homem: sua própria finitude.

O enfrentamento da morte é, segundo Byars, uma ascese a partir da qual se revela o ser mais autêntico. A construção de uma imagem capaz de representar o instante dessa experiência seria uma duplicação dos mistérios humanos: o amor, a experiência do tempo, a criação e a morte. A imagem

do instante da morte resumiria todos esses aspectos da vida, sendo capaz de domesticar o nosso medo da morte. Por isso, ela teria como principal tarefa romper com o maior drama da existência: o nosso medo da morte. Para Byars, a ritualização performática do instante da morte possibilitaria a vivência de uma experiência ainda mais sutil: a estetização da morte pela arte, conforme o aforismo: "A vida é um minuto"⁸ (BYARS, 1999, p. 11).

O fulgor do ato deveria originar um ponto de contato com a experiência ritual de observação da imagem. Para deixar isso mais claro, valeria a pena retomar os detalhes da performance: James Lee Byars concebe para si um mausoléu coberto por folhas de ouro onde igualmente instala uma escultura geométrica. Para si, confecciona um costume em *bouclé* de ouro. Ao adentrar na sala da galeria, há um processo de lenta invisibilidade da imagem do artista à medida que seu corpo se confunde com o brilho da superfície e desaparece suavemente. Ele se deita lentamente no solo e permanece em silêncio por alguns minutos. Portando um traje de luto, sua esposa (assim como a filha de Dibutades⁹) delimita a dimensão do seu corpo com pequenos cristais que sugerem o brilho dos diamantes. O desenho demarca a forma de uma estrela, aludindo à partida do artista. O lugar do seu corpo no solo recebe cinco pedras, marcando a memória de um corpo que ali repousou. Cuidadosamente, ele se levanta contornando circularmente o espaço para, em seguida, deixar a sala.

[113]



Figura 5 – *A morte de James Lee Byars*. Performance, galeria Marie-Puck Broodthaers, Bruxelas, 1994. Fonte: Galeria Michael Werner, Nova York. Disponível em: <<http://michaelwerner.com/artist/james-lee-byars/>>. Acesso em: jan. 2017.

A performance *A morte de James Lee Byars* tem breve duração, como os seus demais trabalhos. A ressonância de sua ausência torna-se potente pela construção poética da cena. Restam aos espectadores pequenos vestígios das folhas de papéis dourados japoneses que se espalham com o vento. A delicadeza dos seus gestos nos faz levantar a seguinte pergunta: a arte será capaz de apresentar a ausência em sua mais pura essência?

Pelos *Fragmentos* de James Lee Byars pode-se compreender esse movimento de transcendência proposto pelo artista: "Eu espero que pessoas experimentem meu modo de praticar a minha própria morte como algo útil para elas mesmas"¹⁰. A performance não deixa de ser uma experiência de travessia de mundos na qual um rito de passagem se efetua, aprofundando nossa relação com a morte e nos transmitindo uma serenidade para enfrentarmos os limites do nosso próprio corpo.



Figura 6 – *A morte de James Lee Byars*. Performance, galeria Marie-Puck Broodthaers, Bruxelas, 1994. Fonte: Galeria Michael Werner, Nova York. Disponível em: <<http://michaelwerner.com/artist/james-lee-byars/>>. Acesso em: jan. 2017.

Para James Lee Byars, a performance ritual deveria transfigurar a experiência do acontecimento no qual a imagem da morte do artista se apresenta para a contemplação do espectador. Isso explica a acuidade do trabalho de construção da sua aparição. A supressão das afecções vulgares diante da morte ordena sua busca pela elegância dândi. Como um sábio diante da morte, ele se veste com o intento de desaparecer. A imortalidade de si é figurada pela alegoria solar: o heroísmo de Byars é sutilmente figurado pela ação vestimentar.

Apresentar a desaparecimento de si é, de certa forma, a tentativa de tornar visível a experiência de invisibilidade da morte. A relação que o artista estabelece antecipadamente com a morte pode sugerir a virtude imaginativa por meio da qual sua coragem é figurada para o espectador. Além disso, sugere uma relação de liberdade que fundamenta uma nova experiência temporal.

Trata-se de olhar algo que, acabando de surgir, já desapareceu. As aparições que o artista manipula, cujo justo momento (*Kairos*) é tão calculado, permitem precisamente isso: um simples olhar basta para perceber o que aparece/desaparece, e essa percepção que erotiza o olhar e questiona o julgamento basta para desencadear a surpresa [...] além da sua qualidade de surpreender o tempo, de concentrá-lo, de alongá-lo, de anulá-lo ou de encurtá-lo uma performance de Byars introduz igualmente à experiência de uma aniquilação, de uma perda e de um luto. (RIBETTES, 1995, p. 15)

[115]

O tema da percepção da ausência e a apresentação do vazio dão-nos uma mostra de como a percepção é a atitude primeira para as performances de James Lee Byars. O cultivo dos modos de percepção orientais tem como objetivo explicitar os fenômenos mais sutis. A partir dessa experiência, configuram-se as reflexões filosóficas sobre a unidade estabelecida entre o efêmero e o imutável que fundamentam a essência das suas obras. A questão do desaparecimento do artista torna-se a ação para que as modificações existenciais da obra se refaçam continuamente.

Ao romper com os cânones de representação para presentificar a experiência da desaparecimento do artista, Byars retoma as técnicas de si das práticas contemplativas orientais. Segundo Cassiano Quilici (2015), tais métodos de performance são espaços privilegiados para a reinvenção do sujeito.

O desenvolvimento ético aparece como um elemento fundamental, já que se trata de levar ao cotidiano uma atitude atenta [...] a ética não se reduz, assim, a um código moral [...] mas é um exercício de atenção no cotidiano, que envolve uma percepção mais refinada da fala, da ação, da intenção envolvida nas atividades [...]. O desenvolvimento e codificação das práticas meditativas nas tradições são de alta complexidade. Há um

minucioso mapeamento dos diversos estágios de concentração e da plena atenção [...]. Estamos assim diante de um conhecimento que se aproxima mais da perícia de um artífice do que da especulação abstrata e desencarnada. (QUILICI; 2015, p. 191-192)

A construção dos gestos refletia a condição absoluta da solidão do artista no ato da criação. Por isso, suas ações não eram compreendidas como uma referência ao *vanitas* ou às imagens do *memento mori*. Ao contrário, assim como os sábios orientais, Byars buscava experimentar a perfeição como uma forma de ação transgressora a partir da qual poderia transfigurar o si.

Para além de um processo de subjetivação, ele compreendia suas performances como reflexões filosóficas. A filosofia é, então, entendida como um exercício libertador do ego. Recriar a si mesmo e modificar a percepção de sua imagem eram uma espécie de epifania do instante por meio da qual ele aproximava arte e vida, uma maneira de transfigurar simbolicamente o momento real e se inserir na sacralidade do vazio.

O trabalho de Byars era uma aventura espiritual, como uma transfiguração suprema para *nadificar* o eu. Por isso, ele compreendia as performances como uma atitude de perfeição por meio da qual ritualizava a sua ausência, fazendo emergir a verdadeira imagem de si mesmo, isto é, a imagem da sua desapareição que *desdramatiza* a morte.

[116]

A figuração mais perfeita da sua imagem é encontrada na apresentação de sua ausência. O encontro inesperado com a morte é, para o artista, um tipo de acolhimento do fluxo temporal. Performar a morte para estabelecer com ela uma inteira relação de liberdade foi, certamente, o fulcro de seu trabalho. A morte é compreendida como uma experiência profunda de cultivo e transformação. A desapareição do artista evocada em suas performances manifesta um desejo maior e mais radical: fazer florescer o conhecimento transformador capaz de apaziguar o medo da morte ou da impermanência das coisas.

A veste-ritual e a morte

De acordo com Byars (1999, p. 29), as formas de vestir dizem respeito a um modo de ser único. A união entre pensamento e modo de ser corresponde às doutrinas orientais em que a aparência física se elaborava pelos exercícios meditativos. Sua imagem traduz esses traços distintivos do pensamento e a visão singular da arte da existência. As técnicas orientais usadas para a produção do si foram responsáveis pela sutileza dos detalhes na concepção da sua aparição nas performances. Nesse sentido, a roupa é entendida como uma veste-ritual, ou seja, ela é responsável por figurar o imaginário cênico do rito de passagem. A roupa é, ao mesmo tempo, extensão do gesto corporal e enunciado não verbal, sendo responsável pela figuração gestual e visual da desapareição do artista. Por isso, ela traz consigo a potência do gesto de fabular para o artista o autorretrato de sua desapareição. Daí surge a ambiguidade da cena, pois o artista concebe a sua veste para (des)aparecer e a roupa reforça

o duplo sentido da performance porque é responsável por dar visibilidade à presença de uma ausência.

Byars porta um costume que enuncia um sistema de ações e significações, a partir do qual a expressão visual da performance amplia os processos perceptivos tanto para o artista quanto para o espectador. Na realidade, essa veste-ritual utilizada na performance seria, simultaneamente, um tipo de monumento e de expressão do gesto de (des)aparição do artista. A finitude é evocada pela roupa na medida em que o artista participa do devir que integra gradativamente os princípios determinados pelo trabalho, conectando seu corpo ao têxtil, o têxtil ao espaço e o instante ao eterno. A veste-ritual torna-se uma espécie de imagem-evento que anuncia o corpo ausente do artista e enuncia a estetização da morte.

O artifício pode aparecer como a expressão de um desafio ao poder divino, tanto no domínio do ambiente, onde ele visa substituir a criação da ordem divina de um paraíso artificial segundo a alma humana, quanto no domínio do costume, pelo qual, para além da beleza, o homem procura esperar por uma vida sobrenatural, mágica e sagrada. (LÉVY-BERTHERAT, 1994, p. 127)

[117]

A elegância de Byars se constituía pelos detalhes absolutamente singulares de sua imagem. Ele dizia encarnar o brilho cósmico da luz solar. O uso frequente da cor ouro era uma tentativa de reforçar o conceito da perfeição que se encontra em um eixo vital da percepção visual. A veste-ritual funcionava como um mecanismo de invisibilidade, como teorizou Charles Baudelaire ao professar o suicídio ritual do dândi: "*Perinde Ac Cadaver!*" (2011, p. 808). Como um astro que declina em seu costume dourado, James Lee Byars enfrenta o desafio de desdramatizar a própria morte: vestir-se de pôr do sol para enunciar a real desmaterialização do corpo. Corpo que simultaneamente se mimetiza com a cor dourada do espaço. Essa essência solar é retomada pelo artista para figurar a experiência da imortalidade: "A vida, ao invés de opor-se à inteligibilidade da morte, deve a ela recorrer para revestir-se da mortalidade-imortal" (THIEL et al., 2005, p. 8).

A veste-ritual afirma a morte iminente do artista, pois estrutura, sobretudo, a indistinção entre o corpo-têxtil ou entre o corpo-espaço. A veste é o limite físico que acentua o ritual de passagem da vida para a morte. Ao vestir-se de forma *camuflada*, o artista desenvolve o ato poético que transforma a morte cotidiana em uma imagem artística. Talvez o teatro mais perfeito seja aquele que consegue transformar a tragédia em poética, pelo qual a morte anunciada do artista é transfigurada em imagem perene da arte. O costume dourado de Byars representa as roupas rituais que marcam o trânsito de um corpo mortal ao imortal. A veste-ritual esconde a decrepitude natural da morte, dando lugar à imagem alegorizada de um deus solar que cria um jogo de similitude entre o corpo e o espaço – o corpo em duplicação que aponta para a perfeição do momento da criação da imagem da morte do artista.

A perfeição não seria nada mais que a vivência de um momento perfeito propiciado pelos gestos da vida, mesmo os mais triviais ou fúteis. A ilimitada sensação de prazer seria uma forma de coreografia suprema da experiência da perfeição, concepção que conduziu seus trabalhos e reflexões críticas sobre a experiência estética na arte.

A presença-ausência da morte só pode ser vista em dupla dimensão, ou seja, pela sua duplicação em imagem: "Nem o sol nem a morte se pode olhar de frente", diz Debray lembrando La Rochefoucauld (DEBRAY, 2011, p. 68). Isso quer dizer que a morte só pode ser visualizada pela lógica do duplo, como na superfície lisa de um espelho. Algumas leituras críticas da arte compreendem a apresentação da morte como uma abordagem simbólica da estética da desapareição.

A confecção de uma veste-ritual nos permite inferir que uma escritura do corpo adentra em um lugar simbólico da perda para fazer da ausência o maior mistério do corpo. Diz Byars: "Eu me visto para a morte" (BYARS, 1999, [no p.]). A precariedade da impermanência cede seu espaço para que se irradie e se manifeste outra lembrança da morte. A arte substitui o lugar antes reservado à natureza. A morte para Byars não é brutal, feia ou trágica. Bela em seu instante de puro fulgor luminoso, configura-se pela expansão do corpo ao têxtil. O fascínio provocado pela apresentação da ausência ultrapassa os limites da representação, o fascínio que neutraliza a verdadeira face da morte, ofuscando-a pelo brilho dourado da superfície. Em Byars, a experiência da morte afirma-se como um acontecimento estranho às delimitações temporais. A morte é aberta à experiência de bela imagem e à experiência do êxtase.

[118]

Para além de uma incomparável intuição do porvir, a performance de Byars anuncia o triunfo da imagem sobre a morte. A imagem da morte afirma-se como uma presença estranha à passagem do tempo, pois coloca em xeque a ideia da destruição e do esquecimento. A partir de sua performance, podemos refletir sobre o sentido da duração e da memória. Talvez o tempo se curve diante das imagens e a figuração da morte doe uma sobrevida à imagem do artista.

O exercício de performar a própria morte instaura na arte uma nova categoria da percepção sensorial. Walter Benjamin (1994, p. 169-170) formulou um conceito para essa experiência, denominando-a de aura: "É uma figura singular [...] a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que esteja. Observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós". Por meio dessa vivência, configura-se uma busca pela semelhança, talvez uma busca pela identidade da soberania do corpo do artista com a sua própria imagem: da semelhança à aparição do autorretrato.

A experiência da morte performada por James Lee Byars participa da tradição mística do fenômeno da aura, mediante o estudo da construção de vestes e imagens que favorecem um tipo particular de acontecimento

perceptivo atmosférico. Tal acontecimento é orientado por uma exigência plástica, espacial e estética. A veste-ritual de Byars é uma potência transformadora do desafio de morrer e nascer. Pretendemos sugerir, portanto, que no trabalho do artista o morrer e o nascer coincidem no ato de se vestir: um duplo movimento no qual o morrer participa da metamorfose própria ao devir-outro e no qual a arte renasce como enigma da imagem da própria vida.

Considerações finais

A performance de James Lee Byars evidencia as ambivalências das formas que revelam os mistérios das coisas legíveis e visíveis, de tudo o que está próximo do mundo material e, ao mesmo tempo, distante, instaurado no plano do espírito. A ideia da morte como rito para a criação da imagem impõe-se como fulcro de suas pesquisas. Por isso, o corpo e a alma são os elementos centrais de seu *theatrum sacrum*¹¹, no qual o corpo do artista transfigura-se em corpo do herói para evocar a emoção do espectador. A morte, dizia Bachelard, é antes de tudo uma imagem e permanece uma imagem (DEBRAY, 2011).

Sobre o cadáver do herói, estendido sem força e sem vida, trans-
parece seu brilho, na excepcional beleza do corpo doravante
inerte e que se tornou, na imobilidade de sua forma, puro objeto
de visão, espetáculo para o outro. (VERNANT, 1987, p. 95)

[119]

Assim, Byars compõe o diálogo entre luz e forma de maneira a sugerir a indistinção entre a matéria e o pensamento. A superfície polida e espelhada do ouro reflete o duplo da morte, protegendo-nos da verdadeira face da morte, que seria apresentada pela ruína ou pela putrefação. A performance de Byars aborda não somente o puro momento da experiência estética; acima de tudo, diz respeito a um modelo de experiência que resiste à morte. A perfeição aspirada pelo artista associa-se à sobrevivência das imagens, garantindo a sua sobrevivência pela exuberância do sublime.

A imagem do sol é, por excelência, uma figuração de como a impressão do tempo configura-se como uma forma de conhecimento perceptivo do movimento na obra de Byars. O sol aparece, desde a Antiguidade clássica, como símbolo cósmico e cíclico da vida-morte-renascimento. A performance *A morte de James Lee Byars* compreende a luz solar como uma alegoria da *morte mais perfeita*, noção intimamente relacionada à vivência de um instante temporal que concilia as impressões sensoriais do efêmero e do eterno. O artista parece entender que o brilho do ouro, tal como o raio solar, reflete a perfeição. Nesse sentido, a ideia de perfeição é capturada na abstrata cor ouro. O ouro resume o intangível e o absoluto, tornando-se uma espécie de cor acontecimento da transitoriedade do eterno. Essas fundamentações, como já observamos, eram provenientes das filosofias orientais. Essas ideias vão ao encontro das proposições estéticas do artista, pois ele acreditava que a arte seria uma via para o absoluto e que a essência da arte não era social, mas sim metafísica.

James Lee Byars era verdadeiramente um místico. Tentou transfigurar os gestos mais irreflexivos do cotidiano em ternura por meio de uma mensagem

filosoficamente espiritual. Ele dizia que o ser humano era a mais perfeita e singular obra de arte, daí a necessidade de se aproximar dos temas concernentes à vida como o nascimento, o amor e a morte.

Recebido em: 14-02-2018

Aprovado em: 21-03-2018

NOTAS

¹ O termo aura tem acepções variadas para Walter Benjamin. Estamos utilizando em nosso texto sua primeira análise, apresentada no ensaio sobre a reprodutibilidade técnica das obras de arte, de 1935. Nesse ensaio, o autor disserta sobre os elementos de culto e contemplação das obras de arte, geralmente associados a uma categoria de percepção no espaço-tempo. A analogia que podemos estabelecer com o trabalho de James Lee Byars dirige-se ao efeito da aparição-desaparição sobre o espectador. A experiência aurática revela, nesse caso, o paradoxo fundamental da aura: "A aparição única de uma coisa distante" (BENJAMIN, 1994, p. 170). Vale como referência nos reportarmos à seguinte passagem: "Do ponto de vista da história da estética, o termo aura somente recebe significado filosófico pelas mãos de Walter Benjamin. Semanticamente, a palavra origina-se na tradução do grego *aúra* para o latim *aura*, que significa sopro, ar, brisa, vapor. Sua ilustração como círculo dourado em torno da cabeça, tal como aparece nas imagens religiosas, talvez derive da identificação vulgar entre o termo grego e o latino *aureum* (ouro), que deu origem à palavra *auréola*. Simbolicamente, entretanto, ambas (aura e *auréola*) indicam um procedimento universal de valorização sagrada ou sobrenatural de um personagem" (PALHARES, 2006, p. 13).

² Estado de iluminação intuitiva procurado no zen-budismo.

³ Segundo Vernant (1987, p. 42), a bela morte é a morte gloriosa do herói (*euklees Thánatos*).

⁴ Aqui, referimo-nos ao processo de agenciamento do corpo do artista, isto é, ao momento de transfiguração do corpo em que se revela a fabulação artística. O *devir não humano* é o instante da apropriação da *irrealidade* no qual o corpo produz a obra de arte. Adotamos aqui a noção de "desterritorialização de si", formulada por Gilles Deleuze e Félix Guattari (2012). O *devir* é a potência do acontecimento da criação que elimina tudo o que enraiza o artista em si mesmo. O trabalho da criação se constitui pelo *devir* impessoal que consubstancia a multiplicidade do criador: "Como diz Deleuze, uma obra de criação não se faz com a subjetividade individual do criador, com o eu privado. Faz-se com os acontecimentos de uma vida" (DIAS, 1995, p. 104).

⁵ Para melhor compreensão da pesquisa de James Lee Byars, ler: *Byars at the MET... Invisible*. In: Arriola, 2015, pp. 131-142.

⁶ Gostaríamos de chamar a atenção para o sentido dessa experiência, uma vez que, ao longo da história do século XX, a morte revelou-se irrepresentável e orientada pela dimensão do sublime. Assim, aqui se revela claramente que o trabalho de James Lee Byars coloca em discussão o empobrecimento da experiência da morte no século XX. Experiência que fora subtraída pelos valores culturais associados às barbáries da nossa história. Retomemos a passagem do texto "*Experiência e pobreza*" (1935): "Em nossos livros de leitura havia a parábola de um velho que no momento da morte revela a seus filhos a existência de um tesouro enterrado em seus vinhedos. Os filhos cavam, mas não descobrem qualquer vestígio do tesouro. Com a chegada do outono, as vinhas produzem mais que qualquer outra região. Só então compreenderam que o pai lhes havia transmitido uma certa experiência: a felicidade não está no ouro, mas no trabalho" (BENJAMIN, 1994, p. 114). Talvez, possamos dizer que a performance de Byars reformula a questão proposta por Walter Benjamin: qual seria o valor do nosso patrimônio imagético se as experiências não se vinculam a nós?

⁷ Citação apresentada no vídeo *The death of James Lee Byars* (1995). In: *The Death of James Lee Byars*, Peter Bronses, 1995, vídeo, 22min35s, inglês e alemão, Argos – Centrum Voor Kunst en Media, Bruxelas.

⁸ "La vie est un minute" (BYARS, 1999, p. 11).

⁹ Plínio consagra, no livro 35 de *Historia naturalis*, as primeiras narrativas sobre o desenho e as impressões da memória. A filha do ceramista Dibutades traça o perfil do amado movida pelo desejo de salvar a lembrança de seu rosto, uma vez que ele partiria para a guerra e poderia, assim como os demais jovens soldados, não retornar. Seu ato gráfico estaria intimamente relacionado ao jogo de presença-ausência da imagem e da memória. Esse gesto inaugura o processo de representação imagética. Em seguida, Dibutades modela o perfil do jovem e concebe o primeiro retrato em relevo da história. Essa narrativa descreve o princípio de constituição da memória pelo dispositivo do esquecimento: a imagem. Afinal, tudo aquilo que é voltado à desapareição torna-se imagem (DUBOIS, 1990, p. 117).

¹⁰ Citação apresentada no vídeo *The death of James Lee Byars* (1995). In: *The Death of James Lee Byars*, Peter Bronses, 1995, vídeo, 22 min 35 s, inglês e alemão, Argos – Centrum Voor Kunst en Media, Bruxelas.

¹¹ Como nos explica Roland Barthes (2001, p. 182), na realidade, o corpo é sempre um estado de espetáculo diante do outro e diante de si mesmo. Para cada época e para cada experiência temporal, os ritos corporais revelam a epifania da transfiguração dos corpos em espírito.

Agradecimentos aos museus que permitiram a publicação das imagens:

Argos – Centrum Voor Kunst en Media, Bruxelas.

Boijmans Van Beuningen – Roterdã

Michael Werner Gallery – Nova York

University of California, Berkeley Art Museum and Pacific Film Archive – Califórnia

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. *Estâncias: a palavra e o fantasma na cultura ocidental*. Belo Horizonte: UFMG, 2007, p. 263.
- ARIÈS, Philippe. *L'homme devant la mort*. Paris: Éditions du Seuil, 1977.
- ARRIOLA, Magali et al. *James Lee Byars: 1/2 an autobiography*. New York: MOMA PS1, 2015.
- BARTHES, Roland. *Le bleu est à la mode cette année*. Paris: IFM, 2001.
- BASHO, Matsuo. *Trilha estreita ao confim*. São Paulo: Iluminuras, 1997.
- BAUDELAIRE, Charles. *Œuvres complètes*. Paris: Robert Laffont, 2011.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas I: arte Et magia; técnica Et política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BLANCHOT, Maurice. *L'espace littéraire*. Paris: Gallimard, 1955, 376p.
- BYARS, James. *Anthology*. Haute-Normandie: Éditions Vitriol, 1999.
- _____. *James Lee Byars*. Paris: Fondation Cartier pour l'Art Contemporain, 1995.
- COBLENCÉ, Françoise. Originalité. In: MONTANDON, Alain. *Dictionnaire du dandysme*. Paris: Honoré Champion, 2016, p.198-199.
- DASTUR, Françoise. *A morte: ensaio sobre a finitude*. Rio de Janeiro: Difel, 2002.
- DEBRAY, Régis. *Vie et mort de l'image*. Paris: Gallimard, 2011.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs*. V. 4. São Paulo: Ed. 34, 2012.
- DIAS, Sousa. *A lógica do acontecimento: Deleuze e a filosofia*. Porto: Afrontamento, 1995.
- DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papius, 1990.
- FRIEDLI, Susanne et al. *James Lee Byars: Im full of Byars*. Berlin: Kerber, 2009.
- HEIL, Heinrich. Perfect is rare. Rare is perfect. In: BYARS, James. *James Lee Byars*. Paris: Fondation Cartier pour l'art Contemporain, 1995, p. 9-43.
- LÉVY-BERTHERAT, Ann-Déborah. *L'Artifice Romantique. De Byron à Baudelaire*. Paris: Klincksieck, 1994.
- MONTAIGNE, Michel de. *Ensaio*. V. I. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- MONTANDON, Alain. *Dictionnaire du dandysme*. Paris: Honoré Champion, 2016.
- PALHARES, Taisa Helena Pascale. *Aura: a crise da arte em Walter Benjamin*. São Paulo: Barracuda, 2006.
- QUILICI, Cassiano Sydow. *O ator performer e as poéticas da transformação de si*. São Paulo: Annablume, 2015.
- RIBETTES, Jean-Michel. L'attitude de la perfection. In: BYARS, James. *James Lee Byars*. Paris: Fondation Cartier pour l'art Contemporain, 1995, p. 45-61.
- ROSSET, Clément. *L'invisible*. Paris: Éditions de Minuit, 2012.
- SÊNECA. *Sobre a brevidade da vida*. São Paulo: Nova Alexandria, 1993.
- SCHEFER, Jean Louis. *Pour un Traité des Corps Imaginaires*. Paris: P.O.L, 2014.
- THIEL, Wolf Günter et al. *James Lee Byars: The White Mass*. Berlin: Köln, 2005.
- VERNANT, Jean-Pierre. *L'individu, la mort, l'amour: soi-même et l'autre en Grèce Ancienne*. Paris: Gallimard, 1987.
- WEINHART, Martina et al. *James Lee Byars: life, love Et death*. Strasbourg: Musée d'Art Moderne et Contemporain de Strasbourg, 2005.

Roupas em fluxos desviantes: a moda e suas narrativas

Clothes in deviant flows: fashion and its narratives

[LUÍSA MENDES TAVARES]

Professora de Design da Universidade Veiga de Almeida.

E-mail: luisamtbr@yahoo.com.br

[resumo] O artigo reflete sobre as distintas potências ativadas pelo uso das roupas, desde as memórias que vão se aglutinando nas peças até os dispositivos de esquecimento presentes em trajes que provocam a mimese com a paisagem. As roupas são abordadas a partir de vivências pessoais e leituras teóricas com uma metodologia que relaciona vozes dissonantes e não hierarquiza as fontes de pesquisa. Por meio de exemplos da moda, da arte e da literatura, desenvolve-se uma narrativa que explora a relação do usuário com o seu traje.

[123]

[palavras-chave]

roupa; moda; memória; mimese; esquecimento.

[abstract] The article reflects on the different powers activated by the use of the clothes, from the memories that are agglutinating in the pieces, to the devices of forgetfulness present in costumes that provoke the mimesis with the landscape. The clothes are approached from personal experiences and theoretical readings, using a methodology that relates dissonant voices and does not hierarchize the sources of research. Through examples of fashion, art and literature, a narrative is developed that explores the user's relationship with his or her costume.

[keywords] clothing; fashion; memory; mimesis; forgetfulness.

Somos apegados aos nossos objetos quase do mesmo modo que ao nosso corpo e a fascinação que as roupas exercem está diretamente associada a essa relação. Os trajes nos acompanham por onde quer que vamos. Estão sempre conosco para manter nossa sociabilidade possível em um mundo condicionado por regras de conduta. Para pensar as roupas, misturam-se vivências pessoais e leituras teóricas com uma metodologia que soma vozes dissonantes e não hierarquiza as fontes de pesquisa. Fazendo um exercício de escrita, baseado nos textos de Mesquita (2008) e Preciosa (2002; 2005), busco usar suas forças para impulsionar uma redação que se desenvolve no campo experimental da composição. O artigo materializa os encontros vestíveis que causam ressonância tanto no corpo de quem veste quanto nos espaços que habitam, consentindo com a ideia de que as roupas articulam uma presença irreversível em nossos modos de vida.

[124]

Roupa memorial

As roupas estão impregnadas de memória, as roupas são memórias (STALLYBRAS, 2008). Enquanto escrevo, reflito sobre as peças que estão ao meu redor. Estão preenchidas de corpos que as modelam e as tornam vivas. Estar na biblioteca é estar vestida. Como todas essas peças chegaram até aqui? Que percurso traçaram? Em quantos porões de aviões estiveram? O vestido que uso, na quente tarde portuguesa, chegou também na mala. E se o chemise que hoje tenho em mim serve para usar em um dia qualquer de biblioteca no verão, e corre o risco de não mais voltar para o Brasil, posso contar todo o seu caminho. Comprei em Teresópolis, lugar que ia habitualmente para fugir das altas temperaturas no Rio de Janeiro e ter mais foco para estudar, com a finalidade de usar no almoço de comemoração do aniversário de 60 anos do meu pai. Usei-o majoritariamente para dar aulas, tanto que seu jeans claro alvejado se tornou branco amarelado. Foi uma desculpa para usar a nova tinturaria que tinha aberto perto de casa, era uma franquia e isso me causava curiosidade: em tempos de descartes, quem tingem roupa? Testei o serviço e agora o chemise está entre um azul-petróleo e um piscina, não escolhi a cor, era a que estava em promoção. Ainda assim, continua com cara de usado e os pespointos que eram imperceptíveis tornaram-se fronteiras brancas marcantes, reforçando que as linhas de poliéster não aceitam tingimento e, assim, perpetuam a memória do vestido.

Stallybras reivindica outro tratamento para as coisas, não enquanto mercadorias fetichizadas que reforçam a imaterialidade do objeto e esvaziam o

seu sentido em nome do valor de troca. Porém, como peças que provocam memórias, saturadas de significado e repletas da presença daquele que delas usufrui, ou seja, é a transfiguração das relações estabelecidas com os objetos, superando a satisfação momentânea da compra e fundando nas peças a inscrição de si.

Minha mãe sempre comprou muitas roupas, não éramos ricos, mas ela podia, com o seu salário, comprar as principais marcas de moda de varejo do Rio. Não me esqueço das roupas da Krishna, sua marca preferida. Eu tentava lhe dizer: não adianta comprar. Comprar só não basta para fazer um guarda-roupa feliz. Você precisa gastá-las. Você precisa usá-las, essa é a graça. E continuava: recombinar com as suas outras peças, leve-as para o trabalho, para o teatro, para um encontro amoroso, compartilhe com elas a sua vida e, assim, elas contarão a sua história. Quando compramos uma roupa, não sabemos qual narrativa será inscrita naquela peça, é um lance de sorte. Sentimo-nos bem no provador, imaginamos situações e saímos da loja com a sensação de que teremos mais uma companheira de aventuras. Entretanto, às vezes, ela encalha no armário, não combina com nada, fica isolada. Às vezes, simplesmente não assenta na silhueta e, assim, só nos resta deixá-la enfeitando o cabide ou passá-la para alguém. Ao contrário, quando se estabelece uma relação de cumplicidade com uma sandália, uma saia ou uma camiseta, a peça torna-se uma parte da sua trajetória.

[125]

Seguindo o percurso enunciado, "as roupas são preservadas; elas permanecem. São os corpos que mudam" (Ibidem, p. 41), herdei muitas peças da minha mãe. Andava na confecção na qual trabalhava desfilando as minhas heranças retrô reinventadas a partir de combinações com modelos contemporâneos. Tentava preencher o vazio que minha mãe tinha deixado nas roupas e, ao mesmo tempo, forçava-as a seguir a minha silhueta. Em um desses vaivéns, uma das passadeiras, Maria da Graça, me perguntou se eu não vestia uma saia da Krishna, reta, até o meio da coxa, com quatro pences, um zíper nas costas e uma bainha simples, o cós só levava uma limpeza entretelada, em um tecido que simula o tweed, xadrez, nas cores rosa claro e branco. Embasbacada com a sua memória, a passadeira lembrou do seu tempo como funcionária da Krishna, de tudo o que aconteceu por lá, dos padrões, das brigas entre os irmãos e do triste fim de uma das principais marcas cariocas existente entre os anos 1970 e 1990, e do seu deslocar para a atual empresa e os processos de readaptação.

Em sua fala, lembranças positivas apareceram, deixando a impressão de que foi um tempo muito proveitoso no seu percurso profissional. Maria da Graça provavelmente nunca vestiu nem aquela nem outra peça da marca. Talvez as roupas que tinham sido reprovadas no seu caminho comercial fossem vendidas ou dadas aos funcionários, prática relativamente comum nas marcas cariocas. Ainda assim, ela passou cada uma das peças que estiveram à venda nas lojas, cuidou delas e as transformou em objetos cobiçáveis depois de saírem trituradas das máquinas de costura. A

passadeira deu forma às roupas e as tornou impecáveis, como se jamais tivessem sido tocadas. Tirou todos os traços das mãos e as transformou em uma superfície plana para ser apropriada por alguém, para ser usada e preenchida de sensações.

As roupas ficaram em suas recordações, mesmo que o seu trabalho seja o de retirar as marcas indesejáveis da confecção. O longo itinerário das roupas é acompanhado por trabalhadores e usuários em diferentes estágios, em uma linha tênue entre o apagar e o construir memórias.

Na linguagem das pessoas que trabalhavam com confecção e conserto de roupas, no século XIX, os puídos nos cotovelos de uma jacqueta ou numa manga eram chamados de "memórias". Esses puídos lembravam o corpo que tinha habitado a vestimenta. Eles memorizavam a interação, a constituição mútua entre pessoa e coisa. Mas da perspectiva da troca comercial, cada puído ou "memória" constituía uma desvalorização da mercadoria. (Ibidem, pp. 65-66)

Roupa ambígua

[126] As roupas, de acordo com os lugares que habitam, ganham um determinado valor e ocupam uma posição no hierarquizado sistema de troca, variando e reconstituindo suas histórias conforme o caminho que percorrem. Uma vez, durante uma das minhas longas férias de verão, fruto da juventude, eu andava descompromissadamente em uma feira livre no interior da Bahia. Ainda que já fosse o começo dos anos 2000, o lugar emanava uma atmosfera de um tempo muito anterior. Entre homens vendendo frutas, legumes, farináceos, comidas prontas e também artigos de moda e para a casa, como cestarias e acessórios de couro, despertou o meu interesse uma barraca que vendia todos os seus artigos por 1 real. Sobre a mesa expositora, havia uma montanha de roupa. Com modelos, tecidos e cores variados, era possível encontrar as mais diferentes peças; não havia tamanho, cor ou qualquer variação sistematizada. Todas as peças tinham o mesmo preço e eram iguais para o vendedor, era pegar e pagar.

Não hesitei em me aventurar naquele monte, mexer naquelas roupas era uma atividade infantil: de acordo com um fragmento de cor, tecido ou textura, eu puxava a peça, testava a sua elasticidade e me divertia ao ver o monte se desmoronar e ganhar outras formas. As peças não me conquistavam e, mais uma vez, voltavam para o monte, porém agora para o topo. Dessa forma, a montanha de roupa ia se desfazendo e se refazendo, cada vez com uma nova textura e um novo contorno.

Até que um desses puxões foi mais demorado e de dentro do monte saiu um vestido midi de malha listrada em tons *off-white*. A peça era assimétrica: de um lado, um decote cortado a fio, do outro, uma gola plissada que cobria o ombro. As pences do vestido tornaram-se alongados recortes

em diagonal. Nas costas, uma malha em tela aparecia, ela começava na linha do ombro e descia na diagonal até quase a cintura. A parte da tela de malha tinha pregas na horizontal e na vertical, criando um volume geometrizado. Ao mesmo tempo que eu estava encantada com a peça, ela me lembrava algo muito familiar. Como um vestido daquela complexidade e com traços marcantes de um design contemporâneo tinha ido parar ali, naquela barraca, por 1 real?

Com a peça na mão, dei-me conta de que conhecia aquele vestido, não o modelo, mas o contexto ao qual ele pertencia, tinha saído de uma coleção do Jum Nakao. Havia uma loja multimarcas no bairro no qual eu morava que vendia roupas de designers que estavam nas principais semanas de moda do Brasil. Por ser uma área muito residencial e sem grande apelo econômico, a loja não durou muito tempo, mas era satisfatório conhecer as roupas de perto e manuseá-las.

O caminho que levou a peça até a Bahia foi marcado por percalços e rejeições. Descartado, o vestido foi vendido em um lote fechado para comerciantes nordestinos. Independentemente do seu trajeto, aquela roupa teria seu caminho alterado novamente e não mais se realizaria no interior da Bahia, ela iria comigo ao Rio de Janeiro. Os motivos que levaram à compra da peça, ainda que seu custo tenha sido irrisório, ressaltam a multiplicidade de significados que a roupa pode conter. O vestido continha a inscrição de um pensamento de design contemporâneo, feito em uma produção restrita que evocava um ar de alta-costura e juntava um desenho sofisticado com um corte e uma montagem com traços artesanais; a peça havia "passado pela mão de alguém cujo trabalho ainda se acha nele inscrito: é a fascinação por aquilo que foi *criado* (e que por isto é único, já que o *momento* da criação é irreversível)" (BAUDRILLARD, 1993, p. 85, grifos do autor). E essa mão tinha um nome, Jum Nakao, o que revelava outra dimensão da roupa, pois a identificava como um trabalho referenciado e reconhecido por um mercado e um público especializado em moda.

Ao mesmo tempo que essa narrativa estava inscrita no vestido, ela só seria lida dessa maneira por mim, afinal os objetos estão sempre em diálogo. Para cada pessoa, a peça contaria uma história diferente. Todas estariam contidas nela, pois a roupa é como um espelho: "O objeto é assim em seu sentido restrito, realmente um espelho: as imagens que devolvem podem apenas se suceder sem se contradizer. É um espelho perfeito, pois não emite imagens reais, mas aquelas desejadas" (Ibidem, p. 98). O vestido é capaz de refletir qualquer narrativa trazida por aqueles que o manuseiam.

Muitos recusaram a peça e, por isso, ela foi parar no interior da Bahia; para mim, um achado surpreendente e prazeroso. A roupa esquecida na barraca volta à sua forma ao ser retirada da montanha de roupas.

Entre os objetos-como-memória e os objetos-como-mercadoria (STALLYBRAS, 2008), os esquecimentos e as lembranças, o antigo e o

novo, vemo-nos rodeados de oposições que compõem a complexidade humana e, especificamente, o sistema da moda, do qual as roupas referidas acima fazem parte. "O homem é, de facto, desde o início um ser dualista" (SIMMEL, 2014, p. 21), afirma o filósofo em uma das primeiras frases do seu ensaio sobre Filosofia da Moda. Simmel constrói seu raciocínio a partir desses contrapontos, focado "por um lado pela tendência ao geral e, por outro, pela necessidade de captar o individual" (Ibidem, p. 22). Durante a sua narrativa, outras oposições aparecem em diferentes contextos, como liberdade e submissão e igual e diferente, mas retornam à questão das potências opostas do social e do individual que atuam em cada um. A satisfação dos usuários de moda estaria em:

[...] proporciona-lhes justamente esta combinação da forma mais venturosa: por um lado, um recinto de imitação geral, um nadar tranquilamente nos amplos canais da sociedade, um alívio do indivíduo em face da responsabilidade pelo seu gosto e pelo seu fazer – por outro, no entanto, uma caracterização, um realce, um adorno individual da personalidade. (Ibidem, p. 42)

[128]
Lembro-me da época em que estudei no norte da Inglaterra e a marca Primark ainda não tinha chegado a Londres. A loja de departamento causava frisson no interior, pois vendia produtos com um aspecto de moda com preços muito inferiores aos do mercado. Já em 1905, Simmel sabia que para a massa consumir moda eram necessários produtos acessíveis e de pouca qualidade. "Quanto mais um artigo estiver sujeito a uma rápida mudança da moda tanto maior é a procura de produtos baratos da sua espécie" (Ibidem, pp. 57-58).

Os lançamentos da loja de departamento, que mudava aceleradamente as roupas em oferta para que o cliente assíduo sempre encontrasse coisas novas, eram vistos logo em seguida na universidade. Sentada na escada principal, eu era capaz de contar inúmeras pessoas usando o mesmo modelo, porém, passados uns dias e com a saída do modelo da exposição, ele já não era encontrado com tanta regularidade.

Logo, eu comprava a roupa, mas não a usava imediatamente, caso o fizesse encontraria no campus muitas pessoas com o mesmo traje. Entusiasmava-me ter as roupas por preços baixos, mas também não queria me situar como parte do grupo. Fugia de uma roupa que podia "moldar-se de acordo com uma perspectiva de subjetividade feita sob encomenda" (PRECIOSA, 2005, p. 39). A abundância dos modelos repetidos trazia uma unidade que aniquilava as diferenças e atropelava as demandas. Não ambicionava ser como todas que compravam na Primark, ainda que fosse. Almejava me retirar dessa posição ainda que usasse as mesmas roupas. Sobre essa confusa equação, Simmel a descreve como a antimoda:

Podem brotar da exigência de nada ter em comum com a multidão, exigência que, decerto, não implica independência

da multidão, mas antes uma posição interiormente soberana frente a ela; podem também adscrever-se a uma sensibilidade débil, se o indivíduo não conseguir preservar sua pequenina individualidade, no caso de se ajustar às formas e aos gostos e às regras da generalidade. (SIMMEL, 2014, p. 41)

Enquanto alguns escapam do lugar sólido e determinante de fazer parte da multidão, outros o encaram como lugar de conforto: "Por isso, um delicado pejo e pudor em não atraiçoar pela estranheza do comportamento externo a peculiaridade do seu ser mais íntimo levam muitas naturezas a refugiarem-se no nivelamento oculto da moda" (Ibidem, p. 47). A supressão das diferenças a partir de uma normatividade vigente e implantada pelo sistema moda é uma situação-limite que colabora para a dualidade, o que acalma uns pode ser um tormento para outros.

Roupa mimética

Independentemente do lugar que você escolha, o comportamento de moda está centrado no ato da imitação. Replicamos a moda na mesma equação que copiamos a antimoda. Ao ver outros corpos vestíveis, o homem se espelha naqueles em que se vê refletido, como já citado em Baudrillard, um reflexo de nossos desejos nos objetos. Além disso, vemos mais o outro do que nós mesmos, imperando sobre o nosso corpo o reflexo do outro. Esse diagrama de imagens em refrações aparece nos exemplos citados. Carregadas de histórias, as peças perdem a sua funcionalidade e figuram em um plano simbólico, marcado pelas imitações, ainda que a singularidade fosse almejada.

Ao refletir sobre esse gesto, o conceito de mimese emerge como um dos modos de se pensar sobre o comportamento de moda. Na visão aristotélica, "o objeto que desencadeia por sua beleza, o impulso mimético" (GAGNEBIN, 1993, p. 68). Ou seja, quero incorporar ao meu corpo aquilo que considero belo; na fusão com a peça, eu me tornarei bela também. Esse é um dos exemplos de atitudes miméticas que engloba uma diversidade de gestos e faz parte das atividades humanas:

Uma é que imitar é natural nos homens desde a infância e nisto diferem dos outros animais, pois o homem é o que tem mais capacidade de imitar e é pela imitação que adquire os seus primeiros conhecimentos; a outra é que todos sentem prazer na imitação. (ARISTÓTELES, 2007, pp. 42-43)

Durante a imitação, o homem não se limita à cópia, ele a ultrapassa. A atitude mimética "não apenas reconhece mas produz semelhança" (GAGNEBIN, 1993, p. 79), ou seja, carrega neste ato o aprendizado e a criação. O objeto originário não é o centro da ação, mas a sua réplica, as suas reconfigurações e o seu uso. Essa mimese defendida por Aristóteles sempre traz consigo um potencial criativo.

As modificações refletem o próprio modo de ser do homem que ao produzir o semelhante o altera; ao imitar, incorpora novos elementos ao objeto. Diferentes razões proporcionaram essas alterações. A principal é o fato de quem produz ser outro, estar em outro tempo e espaço. Dessa forma, não conseguirá imitar de forma autêntica e se constituirá como algo diferente do original.

O homem é capaz de produzir semelhanças porque reage, segundo Benjamin, às semelhanças já existentes no mundo. De maneira paradoxal, essas semelhanças não permaneceram as mesmas no decorrer dos séculos. A originalidade da teoria benjaminiana está em supor uma história da capacidade mimética. Em outras palavras, as semelhanças não existem em si, imutáveis e eternas, mas são descobertas e inventariadas pelo conhecimento humano de maneira diferente, de acordo com as épocas. (Ibidem, p. 80)

A moda pode ser percebida como parte desse jogo. Ao imitarmos determinado modelo ou estilo, nunca conseguiremos reproduzi-lo de maneira autêntica. Ao recombinar a peça com outros acessórios, maquiagem ou sapatos, a roupa ganhará outras interferências que mudarão seus aspectos iniciais. Porém, mesmo que tudo seja igual e a cópia fiel, os corpos e os rostos serão diferentes, o que inevitavelmente reconfigurará o objeto. Reforça-se a ideia da moda como uma plataforma criativa, mesmo que todos os elementos sejam dados e produzidos aos milhares, suas recombinações serão infinitas e o corpo e o espaço serão diferentes, cada um terá que criar um modo de preencher essas roupas.

Ao vivenciar o mimetismo como potência criativa, o corpo sensibilizado usufrui de uma prazerosa sensação de fazer parte. Porém esse prazer também pode ser devastador quando embriaga o corpo e rompe seus limites para pertencer ao todo. Por isso, o comportamento mimético é sempre acompanhado do medo de perder os contornos do seu corpo e, conseqüentemente, a sua individualidade.

A preocupação em não fazer parte do grupo que comprava na Primark não termina com a reflexão sobre as potencialidades do mimetismo e a sua aproximação com o comportamento de moda. A ambigüidade também está presente e o lado obscuro é nomeado de mimetismo perverso por Adorno (apud GAGNEBIN, 1993). Nesse caso, o mimetismo originário e criativo é recalçado e surge um aspecto viril que recusa as configurações fluidas e disciplina os rituais, as formas tornam-se idênticas sem espaço para a criação. Tal efeito tem o objetivo de livrar-se do antigo medo, porém de uma forma terrorista. São os comportamentos de moda obsessivos que não fecundam transfigurações mobilizadoras, mas, ao contrário, fixam o homem em uma posição normativa e esvaziada.

Desse modo, operamos um esquecimento de nossa singularidade e passamos a agir segundo uma ordem autoritária externa. Precisamos fugir desses

comportamentos mesmo sabendo que tanto os fenômenos miméticos quanto a moda operam a partir do esquecimento.

Roupa esquecida

Ao imitar, destituímos alguns alicerces que formam quem somos. Experimentamos uma sensação de apagamento das diferenças e outras formas de uso do corpo. "Imitar o mundo oferece ao humano a possibilidade de se desfazer do *egocentrismo*, do *logocentrismo* e do *etnocentrismo*, além da possibilidade de abrir-se às experiências do outro" (WULF, 2016, p. 557, grifos do autor).

A moda como dispositivo para a deleção das singularidades abre uma lacuna para refletir a roupa como lugar do esquecimento em oposição à memória que foi contemplada no início do artigo. E isto só é possível porque a moda guarda em si essas ambiguidades e trabalha a partir da lógica do mimetismo. Ao mesmo tempo que a roupa pode definir seus contornos e trazer uma estabilidade, ela também pode nos jogar em um campo de incertezas:

Penso no escândalo de se vestir uma peça assim a desfazer-se, que não nos oferece o amparo das formas estáveis, estruturadas, de corte bem definido, mas que reforça em nós um sentimento de perplexidade diante das rupturas que sinalizam, nos atirando sem cerimônia numa existência em frangalhos. (PRECIOSA, 2002, p. 5)

[131]

Ao seguir os passos de Preciosa, procura-se uma roupa na qual o esquecimento é uma potência da instabilidade capaz de provocar ações mobilizadas que desarticulem os corpos enrijecidos em modelos gastos.

Procurou roupas que ativam os processos de esquecimento de si mesmas. Ao lidar com essa tarefa, pairou sobre um terreno que também abriga contradições: o esquecimento pode ser um triunfo ou um fracasso. Popularmente, o ato de esquecer está atrelado a uma falha do sistema organizacional do cotidiano, quando se esquece a carteira, o celular ou um compromisso. Em um plano mais subjetivo, o verbo esquecer é uma ferramenta para a gestão das lembranças ao contrapor-las às reminiscências, quando se aborda o passado tanto pessoal quanto social.

Nesse espaço coletivo, o Brasil estrutura sua norma baseada no aniquilamento das memórias de uma maioria. Obriga-se a assimilar uma tradição que não é a sua, são os apagamentos das narrativas que não interessam à normatividade vigente. Para deter tal ação, procura-se romper com as camadas do esquecimento a fim de ativar uma história que foi soterrada não só pelo tempo, mas também pela lógica da destruição do outro, principalmente dos mais frágeis. Ainda que o caminho para o encontro com suas memórias seja laborioso, é nítido o crescimento de iniciativas que pairam em reconstituir elos entre o presente e o passado, munindo-se de

ferramentas para a constituição de outras formas de existir que estejam conscientes de sua própria história.

Já o esquecimento como potência é uma ferramenta multifuncional para desencadear outras experiências, uma nova "travessia perigosa por lugares desconhecidos"¹. Aqui nos deparamos com as questões colocadas por Csikszentmihalyi (1997), nas quais o *eu* se dilata quando esquece de si mesmo, ou ainda mais imperativamente na fala de Preciosa (2002, p. 12): "Esquecer-se de si também é prudente. Aliás, largar-se não só de si, como também perder a esperança de que algum dia possa reencontrar-se consigo mesmo". Não há outra forma de dilatação sem o apagamento de um fio condutor que retém as referências que posicionam o sujeito no mundo como ele é. Por isso, o esquecimento é necessário para uma experiência que se preocupa com a presença, não se pode estar em dois lugares ao mesmo tempo, "não importa passado nem futuro, nem para onde vem para onde vai, mas as relações que se criam em cada território que passa a habitar" (MESQUITA, 2008, p. 22).

O esquecimento é, ao contrário da memória que guarda e retém, um lugar fluído de passagem para distintos começos, onde há espaço para se seguir com novas tentativas, no qual a memória é posta de lado em nome de se relacionar de forma presente com as coisas dadas do mundo. A função do esquecimento passa a ser a regulação da gerência das novidades, "pois esquecer abre o caminho para o novo" (WEINRICH, 2001, p. 175), afinal "a ação não se concebe sem o esquecimento" (NIETZSCHE apud WEINRICH, 2001, p. 181). Ainda que esquecer não seja uma tarefa simples, alcançar um esquecimento apaziguado faz parte da arte da amnésia, na qual deve-se saber esquecer.

Até agora os exemplos que construíram o texto tratavam de roupas corriqueiras que, em abundância, preenchem nossas vidas diárias. Porém a produção de trajes em outros campos e plataformas também contribui para tornar perceptíveis reflexões acerca da nossa relação com a segunda pele. *Contramão* é um vestido feito para Antígona e Creonte², mas pode servir para todos que estão em situações-limite, um traje que guarda e conserva aquele que veste. Um vestido inteiriço, sem buracos para os braços e com uma longa gola que se prolonga pelo espaço e se assemelha a uma coluna de sustentação, liga o chão com o teto. Ele é um objeto/instalação. A palavra *contramão* do título refere-se a ter que andar no sentido contrário, ir de encontro à normatividade, refugiar-se em um casulo, perder a ligação com a exterioridade, quando a roupa se fecha em si mesma e já não há mais por onde escapar. Reduzido à sua casca, lá dentro há um desligamento da superfície das aparências, e como o vestido se prolonga até os extremos, não há saídas. *Contramão* é uma negação de uma sociabilidade doente que não mais motiva, é a vontade de sair de um problema insolúvel virando-se contra a parede, dar a volta e simplesmente esquecer. Fechado em si mesmo, só resta descansar dentro de si e olvidar o que está lá fora.



Figura 1 – *Contramão*, Luísa Tavares, 2015. Fonte: Luísa Tavares, 2015.

Durante o isolamento, mobiliza-se as possibilidades de uma transfiguração. É no casulo que os insetos passam por metamorfoses que mudam seus modos de se relacionar com o mundo. Lá, deixaram para trás suas antigas formas, seus exoesqueletos, para entrarem em novos corpos e continuarem suas vidas em outras configurações. Estamos incessantemente buscando experiências que nos modifiquem, percorremos, andamos e nadamos para que destoantes modos de se relacionar com o espaço sejam possíveis. E para que o nosso corpo seja capaz de se alterar, para que seja capaz de assumir outras plasticidades, é necessário que ele seja vulnerável (ROLNIK, 2006), ou seja, aberto à transfiguração.

O corpo mimético possui essa plasticidade, ele é capaz de se modificar de acordo com as relações que estabelece com o exterior e o interior, ao entrar dentro de si mesmo, ele se singulariza, ao sair, ele se socializa.

Entre o interior e o exterior surgem semelhanças e correspondências. Os seres humanos assemelham-se ao mundo e ao mesmo tempo modificam-se. Ao longo dessa transformação, sua percepção do exterior se altera, assim como se altera a percepção que têm de si mesmos. (WULF, 2016, p. 565)

É o que acontece quando vestimos uma peça e encaramos um novo personagem, uma roupa que nos tira do lugar de conforto, do lugar de sossego da conduta preestabelecida para constituir uma performance. Um traje singular, expressivo e específico que clama por um uso incisivo que preencha toda a sua potência. Esquecemos os nossos modos cotidianos para operarmos com uma lógica evocada pela roupa.

Além da possibilidade elucidada acima, pode-se atuar de modo ainda mais radical com os trajes que evocam a amnésia. A roupa que clama o esquecimento do *eu* para operar uma experiência que acontece no desaparecimento, na assimilação do corpo pelo entorno. Para Gagnebin e Carvalho, uma das primeiras formas de adorno ambicionava a proximidade com o habitat até a sua dissipação:

[...] se cobre de folhagens para melhor desaparecer na floresta, para não ser visto pela onça, mas também coloca uma máscara horrenda para apaziguar, pela aproximação e pela identificação, o deus aterrorizante de que depende. (GAGNEBIN, 1993, p. 72)

Ele se comporta como a borboleta e como o inseto: faz seu corpo se confundir com os arredores para que tenha a aparência do ambiente onde se encontra – ele pratica avidamente a camuflagem com o intuito de não ser percebido. (CARVALHO, 2010, p. 43)

Roupa paisagística

Outro famoso ensaio, escrito 29 anos depois, também começa de forma semelhante ao de Simmel, evocando as oposições que fazem parte da complexidade humana: "Qualquer que seja o lado por que abordemos as questões, o problema decisivo acaba por ser, no fim das contas, o da *distinção*: distinções entre o real e o imaginário, entre a vigília e o sono, entre a ignorância e o conhecimento, etc." (CAILLOIS, 1987, p. 65). Em seu texto, o sociólogo estava interessado no mimetismo e na distinção entre o organismo e o ambiente, como os contornos delimitavam o ser vivo para que ele pudesse se tornar independente do meio. Ainda que não trate diretamente de moda, sua comparação tem afinidades com Simmel já que ambos tratam da relação entre a individualidade e o coletivo.

Ao observar fenômenos como o da homocromia temporária, o sociólogo encantou-se com a capacidade de os animais absorverem aspectos do ambiente e os manifestarem em seu corpo. Caillois irá desenvolver suas pesquisas a partir do paralelo entre o comportamento humano e o dos insetos. A teoria do mimetismo biológico abarca o modo como os animais utilizam artifícios para enganar suas presas e predadores na lógica da sobrevivência na natureza. Focada na camuflagem, uma subárea do mimetismo na qual os animais experimentam ter em seu corpo as mesmas linhas, cores e texturas que compõem o espaço no qual habitam, sem provavelmente se dar conta dessas semelhanças, mesmo que aos olhos humanos pareçam ter sido meticulosamente calculadas. Ao acompanhar os avanços das pesquisas biológicas, comprovou-se que a maioria dos predadores de animais que se camuflavam com o ambiente para se esconder eram orientados pelo olfato. Dessa forma, pode-se analisar a capacidade do inseto de se assemelhar com um ambiente como um simples gesto autônomo, ainda que pareça uma intencionalidade.

As roupas militares camufladas partem da análise dos procedimentos que se realizam na natureza. Os uniformes operam com o desaparecimento do sujeito em uma multiplicidade de níveis. Primeiro, ele desperta o reconhecimento militar do homem que o veste, o pertencimento a um exército. Independentemente do que se faça, estar em uma guerra ou em uma operação bélica é por si só um aniquilamento de qualquer individualidade em nome de um coletivo maior, na maioria dos casos, de uma nação. Depois, os tecidos camuflados com estampa de formas difusas de amebas, a maioria deles com tons que variam entre os verdes e os caquis, são desenhados para que os soldados desapareçam no campo de batalha. Os uniformes podem ser específicos para cada lugar de confronto ou ter modelos que se adaptam a quase todos os ambientes. É curioso que mesmo que duas nações distintas tenham feito seus trajes para o mesmo terreno e usado uma tecnologia similar, como as fotos de satélite, os padrões continuam diferentes, marcando a unidade e a especificidade de cada exército.

Por meio do uniforme, o soldado sente seu corpo se redistribuir no espaço, como se cada parte pudesse habitar um lugar diferente. Esquecido de si mesmo, a superfície do meio passa a adentrá-lo e completa sua fusão com o ambiente. Dessa forma, ele estará protegido dos olhos do oponente, que já não pode mais encontrar os limites do seu corpo. A roupa engendra um sistema que aproxima o corpo da natureza, uma membrana em dispersão que mobiliza a unidade entre o organismo e o meio, deixando que as duas forças opostas possam se atrair e se repulsar em um movimento que só torna os dois pontos cada vez mais próximos.

A relação entre o soldado e a natureza revela uma dimensão mimética quase literal e as roupas engendram um papel principal nessa ação: elas são capazes de ligar o sujeito ao ambiente quando expandem suas forças para além dos contornos delimitados pela pele. E não são apenas as roupas camufladas capazes de tal feito.

Após reclamar que a “favela é o quintal onde jogam lixo”, Jesus muda completamente o tom do seu registro do dia 15 de maio de 1958 em seu diário e contempla a paisagem: “A noite está tépida. O céu já está salpicado de estrelas. Eu que sou exótica gostaria de recortar um pedaço do céu para fazer um vestido” (JESUS, 1993, p. 28). Ao olhar a noite, ela deixa-se levar pela imagem do céu que comporta a maior parte do panorama quando se observa uma vista.

A vontade da escritora de possuir um vestido estampado de céu é atribuída aqui à tentação que as paisagens naturais exercem em nós. Sendo o céu um lugar encantado em oposição à favela que está coberta de lixo, há uma tentativa de ascensão por meio do contato com a imensidão. Ela busca na natureza as imagens de pertencimento que lhes são negadas em seus conturbados dias, procura atingir o prazer mimético “que se experimenta na dissolução dos limites subjetivos e na embriaguez da fusão com o infinito” (GAGNEBIN, 1993, p. 75) – e esse infinito é o céu. As roupas são o dado da sociabilidade que permeia a relação com o céu estrelado, vestir-se com esse padrão é chegar mais perto dele.

As paisagens que contemplamos não são apenas uma composição de objetos, estão impregnadas de uma dramaticidade inerente à construção do cenário.

[136]

Se esta árvore fosse uma árvore e apenas uma árvore, se o rochedo fosse simplesmente um monte pedregoso com formas irregulares, se o ribeiro não fosse mais do que água, não completariamos uma paisagem, mas uma sucessão de objetos justapostos. Ora, nós preenchemos estas formas com conteúdos através de um transporte de atributos vulgarmente admitidos. O conto, a fábula, a lenda, a *doxa* ajudam-nos nessa tarefa. (CAUQUELIN, 2008, p. 113)

Vestir-se desse cenário dramático é o que almejava a moda descrita por Apollinaire (1983, p. 83): “Todas as matérias dos diversos reinos da natureza podem entrar na composição de um vestido de mulher”. A paisagem é como uma janela para a natureza, um enquadramento de uma cena que permite uma apreciação de todo espaço, um contato mediado com o natural. Essa apreciação também possibilita que a paisagem revelada em seus olhos se apresente em todo o seu corpo. Vestir-se de paisagem é manifestar em si o meio que o rodeia, é revelar o contato do organismo com o ambiente por meio da segunda pele. Tal procedimento só poderá ocorrer com o esquecimento de si mesmo e o contato do corpo com a paisagem a fim de que se abra uma lacuna para a efetivação da experiência com o lugar.

E já me esquecia informá-lo de que vi nos bulevares, na quarta-feira passada, uma pirosa qualquer com espelinhos aplicados e colados no vestido. Ao sol era um efeito sumptuoso. Parecia uma mina de ouro em passeio. Mais tarde começou a chover e a

dama ficou parecendo com uma mina de prata. (APOLLINAIRE, 1983, p. 84)

A senhora descrita acima absorve a paisagem, ela a revela em seu vestido. Como a camuflagem, absorve as características do entorno para re-luzir em seu próprio corpo, varia com o meio e está pronta para qualquer processo mimético.



Figura 2 – *Contramão na paisagem*, Luísa Tavares, 2015. Fonte: Luísa Tavares, 2015.

Para tencionar os encontros entre a roupa e a paisagem, saí com a peça *Contramão* para fotografá-la em cenários *naturais* e urbanos. As fotografias seriam os registros desses encontros, e como a lente nunca se abstém de sua interferência, ela também ajudou a construir a cena. As roupas eram fruto de algum lugar, tratavam de uma colisão, ainda que inconsciente, entre mim e a paisagem.

O vestido foi visitar a praia, sua cor bege ligava-o às areias, ele é seco e áspero como as texturas arenosas, é inteiro e extenso como são as faixas de terra a encontrar com o mar. Em sua performance na praia, o vestido é a presença ausente do corpo que experimenta insurgir da areia com uma força que acompanha as ondas do mar e pode se alinhar até se tornar contínuo como o horizonte.

O vestido reforça o estatuto de paisagem ao introduzir o elemento da coluna, ao mesmo tempo que é incorporado na cena, surgindo da areia e se mimetizando com o ambiente. Ele não perdeu seu status de esquecimento, mas, se o corpo continua apagado na paisagem, os movimentos do vestido que acompanham os traços do local revelam forças que reverberam naquele que o agita.

“Na verdade” é ao contrário, a *mimesis* aproxima o indivíduo do uno primordial, que é a força de todo o planeta, é através da imitação da natureza que nos aproximamos dela, pois deixamos de ser o homem racional que nos afasta deste mundo, e passamos a um estágio de ligação com a terra através da sensação e assim se encontra com a verdade do mundo. (PEREIRA apud ARISTÓTELES, 2007, p. 11)

Integro as roupas à cena para fazer da vida um filme, e conjugo os figurinos com o cenário para que de lá saia uma força dramática que mobilize e constitua uma presença. O corpo que esquece de si mesmo para se constituir no presente e revelar a sua força que é desencadeada pela mimese com o horizonte e pelo movimento do vestido na areia.

Roupas conclusivas

Da memória inerente das roupas, passa-se à sua ambiguidade. Percebemos seu caráter mimético e nos permitimos ir para lugares opostos, assim, levamos a roupa para o esquecimento. Lá desaparecemos e nos camuflamos com o meio e, através desse dispositivo, percebemos como a roupa pode nos vincular com a paisagem. Vestir-se de paisagem é uma desculpa para uma experiência que reforça o contato com a natureza, ainda que atrelada a plataformas fictícias. O jogo é atravessar as camadas nas quais estamos soterrados e encontrar meios para nos conectarmos às potências que nos rodeiam; as roupas são nossas cúmplices nessa travessia.

Recebido em: 29-01-2018

Aprovado em: 07-03-2018

NOTAS

¹ Fala do professor doutor Adriano Mattos Corrêa durante o curso livre Carpintarias Singulares, realizado no primeiro semestre de 2016/2017 na Universidade de Coimbra, Portugal.

² Personagens da tragédia grega *Antígona*.

REFERÊNCIAS

APOLLINAIRE, Guillaume. *O poeta assassinado*. Trad. Anibal Fernandes. Lisboa: Editorial Estampa, 1983.

ARISTÓTELES. *Poética*. Trad. Ana Maria Valente. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. Trad. Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 1993.

CAILLOIS, Roger. *O mito e o homem*. Trad. José Calisto dos Santos. Lisboa: Edições 70, 1987.

CARVALHO, Flávio. *A moda e o novo homem: dialética da moda*. COHN, Sérgio; PIMENTA, Heyk (Orgs). Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2010.

CAUQUELIN, Anne. *A invenção da paisagem*. Trad. Pedro Bernardo. Lisboa: Edições 17, 2008.

CSIKSZENTMIHALYI, M. *Fluir: uma psicologia de la felicidad*. Barcelona: Cairos, 1997.

GAGNEBIN, Jeanne-Marie. Do conceito de *mimesis* no pensamento de Adorno e Benjamin. In: *Perspectivas*. São Paulo, v. 16, 1993, pp. 67-86. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/perspectivas/article/view/771/632>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

JESUS, Carolina Maria de. *O quarto de despejo: diário de uma favelada*. São Paulo: Editora Ática, 1993.

MESQUITA, Cristiane. *Políticas do vestir: recortes em viés*. Tese de doutorado. São Paulo: PUC/SP, 2008.

PRECIOSA, Rosane. *Rumores discretos de subjetividade*. São Paulo, 2002. Tese (Doutorado). PUC/SP.

PRECIOSA, Rosane. *Produção estética: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

ROLNIK, Suely. *Geopolítica da cafetinagem*. São Paulo: PUC-SP, 2006. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/Geopolitica.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2017.


SIMMEL, George. *Filosofia da moda*. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições Texto Et Grafia, 2014.

SÓFOCLES. *A trilogia tebana*. Trad. Mário da Gama Kury. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

STALLYBRAS, Peter. *O casaco de Marx: roupas, memórias, dor*. Trad. Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

WEINRICH, Harald. *Lete: arte e crítica do esquecimento*. Trad. Lya Luft. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

WULF, Christoph. Aprendizagem cultural e mimese: jogos, rituais e gestos. In: *Revista Brasileira de Educação*, v. 21, n. 66, pp. 553-568, jul.-set. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v21n66/1413-2478-rbedu-21-66-0553.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2018.



Moda agênero: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gênero?

Genderless fashion style: is it a fashion trend proposal that blending the gender boundaries?

44

EXTRA HOLD HAIR



[DENISE BERRUEZO PORTINARI]

Professora adjunta no curso de graduação em Design e no programa de pós-graduação em Design da PUC-Rio.

E-mail: denisep@puc-rio.br

[FERNANDA RIBEIRO COUTINHO]

Pós-doutoranda em Design no programa de pós-graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

E-mail: fernandarcout@hotmail.com

[JANARA MORENA DA SILVA DE OLIVEIRA]

Doutoranda em Design no departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

E-mail: janaramorena@yahoo.com.br

[141]

[resumo] Este artigo discute a apropriação, pela indústria da Moda¹, das questões problematizadas por meio da teoria *queer* a partir da proposta de moda contemporânea agênero. Logo, pergunta-se: não seria a moda contemporânea agênero mais uma ação de marketing desenhada pela indústria visando ampliar as possibilidades de mercado? Em outras palavras, mais um *modismo* que surge na esteira de um processo de *gentrificação* (domesticação) das reivindicações *queer*? Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer que a leitura feita pela Moda dos agenciamentos *queer* – uma leitura que se manifesta, por exemplo, no conceito de *agênero* examinado aqui – pode trazer aportes interessantes para o trabalho de crítica da normatividade que vem sendo efetuado pelas práticas e teorizações *queer*.

[palavras-chave]

agênero; moda; gentrificação; queer.

[abstract] This paper discusses queer theory's appropriation by the Fashion² industry, as in the *genderless fashion trend*. Therefore, one question shows up: Is it possible to read the genderless fashion trend as just one more market action idealized by the industry with a view towards an expansion of marketing possibilities? In other words, is it another *fad* that will only further an ongoing process of *gentrification* (domestication) of queer experience and politics? At the same time, we must recognize that Fashion's interpretation of queer assemblages – a reading that is manifested, for example, in the concept of *genderless* that we are analysing here – can bring interesting contributions to the critical work of deconstructing normativity that lies at the core of queer practices and queer theories.

[keywords] genderless; fashion; gentrification; queer.

Possa ser que venha existir no mundo ocidental uma época em que seja possível dizer que o sexo está para o gênero assim como a natureza está para cultura, sem com isso arranjar encrenca. (BARNARD, 1996, p. 167)

Introdução

A historiadora inglesa Anne Hollander em *O sexo e as roupas*, obra publicada no Brasil em 1996, considera que o gênero e o corpo são essenciais no discurso da Moda. Sendo assim, afirma que na moda contemporânea:

[...] os homens não apenas usam cabelos compridos; eles os amarram para trás com prendedores decorativos e elásticos enfeitados usados antigamente apenas pelas mulheres – mas é notável que em geral não usem laçarotes de cabelo à maneira de Alice no País das Maravilhas, pois até agora tem permanecido um item distintamente feminino. (HOLLANDER, 1996, p. 226)

[142]

Na conjuntura em que se inscreve o discurso de Hollander (1996), percebe-se que entre as maneiras possíveis de classificar as roupas, a diferença entre sexo e gênero constitui o argumento primeiro e mais comum. A história do vestuário é contada a partir de tal diferenciação, uma vez que a roupa, os acessórios e os adornos do corpo, mais do que revelam, demarcam a identidade sexual dos sujeitos.

Para Lipovetsky (2016), esse processo ao qual Hollander (1996) se refere tem início no século XVIII³, quando a simplificação da roupa masculina torna-se o polo mais marcante nas transformações nos discursos e práticas da Moda. Alega que, em torno de 1700, o guarda-roupa feminino cresce em certos meios nobres e apresenta mudanças nos caprichos e nas extravagâncias de tal modo que "o equilíbrio na relação dos gêneros com a roupa rompe-se com o Iluminismo" (LIPOVETSKY, 2016, p. 155). A partir daí, diz o autor, a frivolidade da moda vai sendo associada ao feminino sob o signo da sedução, da leveza, da graça e da fluidez. Ao mesmo tempo, tais signos vão sendo gradativamente banidos do universo masculino. Paulatinamente, a indumentária do homem passa a expressar uma nova ética calcada na valorização do trabalho, do mérito, da elegância severa em oposição à pretensa fragilidade e à delicadeza atribuída, desse momento em diante, como sendo natural ao sexo feminino, que aparece cristalizada no discurso do *sexo frágil*.

Pode-se dizer, portanto, que a Moda aparece como tradução dessa nova realidade social calcada sob o triunfo da lógica burguesa. A valorização da leveza da moda feminina remete a uma posição inferior da mulher. Ela goza de um status decorativo: sua vocação é agradar e encantar com sua delicadeza, enquanto se alimenta uma imagem do homem produtivo, destinado ao trabalho, cuja mulher-ornamento o completa.

Considerando a questão da diferenciação social materializada em diversos objetos de uso produzidos industrialmente, Forty (2007) afirma que, ainda que o design das roupas usadas por homens e mulheres tenha mudado, os trajes percebidos como masculinos, nos sistemas de Moda, quase sempre foram diferenciáveis daqueles percebidos como femininos.

Essa diferenciação ganha ainda mais força, parecendo ter se tornado particularmente acentuada na sociedade europeia do século XIX. A esse respeito, Flügel (1930), no capítulo sobre diferenças sexuais em *A psicologia das roupas*, procura responder como se deu esse processo, levantando duas questões acerca dos principais acontecimentos e situações que acabaram por influenciar o que chama de a grande renúncia masculina à indumentária elaborada, suntuosa e decorativa que observa como uma característica própria do século XIX. Isto é, o abandono por parte do homem de toda tentativa séria de se adornar.

[143]

Na primeira delas, investiga o porquê de a Revolução Francesa não ter afetado a vestimenta feminina do mesmo modo que impactou a indumentária masculina. Num segundo momento, averigua como o homem tem suportado o sacrifício que essa nova ordem vem se impondo sobre ele. Para tanto, lança mão da seguinte pergunta: o que aconteceu com as tendências narcisistas e exibicionistas que antigamente encontravam expressão no aspecto ornamental de sua vestimenta?

A questão inicial, para Flügel (1930), repousa em uma diferença geral entre os sexos. No seu ponto de vista, o fato de o homem ser mais sociável e ter uma maior influência econômica e política foi a principal razão que levou à uniformização/uniformidade da roupa masculina, assim como do seu aspecto menos decorativo, já que o traje mais sóbrio e simples permite ao homem mover-se mais facilmente. Logo, diz o autor, não é de surpreender que esses fatores tenham produzido um efeito bem menor nos trajes femininos.

O segundo aspecto a ser considerado, ainda de acordo com Flügel (1930), refere-se ao narcisismo e à competição sexual. Insinua, nesse sentido, que as mulheres são, talvez por natureza e certamente em virtude das tradições sociais e sexuais, mais narcisistas que os homens. Declara, então, que tais tradições têm imposto às mulheres – em muitas sociedades, pelo menos – uma rivalidade maior entre elas do que entre os homens. Com essa prerrogativa, o autor dá a entender que a indumentária feminina vai paulatinamente tornando-se mais elaborada, decorativa e ajustada de uma tal maneira que as mulheres passam a ter dificuldade para se moverem livremente.

Outro ponto sobre o qual se ancora os argumentos de Flügel (1930) acerca das diferenças entre a indumentária masculina e feminina diz respeito ao fato, como sugere, de buscar inibir os desejos narcisistas e exibicionistas do homem. Desse modo, Flügel (1930) assinala que a masculinidade passa a ser definida pelo papel desempenhado pelo homem como espectador ou *voyeur* da feminilidade que fora reduzida à aparência ou ao espetáculo. Isso funcionaria como uma advertência contra a atração homossexual nos encontros sociais, o que pode ser pensado à luz da invenção e da medicalização das orientações sexuais *desviantes* a partir da era vitoriana.

Logo, parece que as roupas nunca foram idênticas quanto ao sexo. Mesmo quando as mulheres começaram a usar calças ou quando a moda unissex *apareceu* com Coco Chanel, na década de 1920⁴. A estilista francesa pinçava, do guarda-roupa masculino, as primeiras peças a serem desfiladas pelas curvas de uma mulher – como a calça pantalon e a camiseta bretão, inspiradas nos uniformes da marinha francesa. Ou na década de 1960, quando o estilista francês, nascido na Argélia, Yves Saint Laurent (YSL) – inspirado nos movimentos feministas que eclodiam nos Estados Unidos e em países da Europa – criou o famoso *smoking* feminino ou quando o estilo andrógino foi massificado pela moda.

A esse respeito, Lipovetsky (2016) chama atenção, por exemplo, para o fato de as peças masculinas não serem projetadas e adotadas pelas mulheres de forma idêntica. São reproduzidas com cortes anatômicos à silhueta feminina e usadas em releituras de *looks* produzidos com peças que representam os dois universos: usa-se um jeans *boyfriend* acompanhado de sapato salto fino, colares, maquiagem, tecidos finos etc. O que o leva a afirmar que o *look masculino-feminino* não é nem andrógino, nem uma reavaliação do masculino.

De acordo com o que salientou Tickner (1977), por exemplo, isto ocorre porque “mesmo que algum tipo de distinção sexual e de gênero no traje possa parecer virtualmente universal, os atributos particulares enfatizados como masculino e feminino vêm variando gradualmente segundo tempo e espaço” (TICKNER, 1977, p. 56, apud BARNARD, 2003, p. 169).

Ainda nessa mesma vertente, Gilberto Freyre (1987) igualmente não vê a adesão masculina a modismos considerados exclusivos do sexo feminino como uma transgressão à caracterização do aspecto viril que delinea a identidade do homem em nossa sociedade. Para ele, tal atitude corresponde apenas a uma reorganização nas disposições entre os gêneros. Mais especificamente, a uma ética concernente à representação dos papéis sexuais menos rígida em consequência das mudanças provenientes do processo de modernização do Brasil:

Invenções ocorrem. Mas muito afetadas pelo que pode ser apresentado como condicionamentos, em consequências de modificações ou de modernizações gerais de ritmos de vida e de novas relações gerais entre seres humanos, conforme sexo, gerações, condições socioeconômicas. Modificações e modernizações

técnicas, econômicas e sociais que vêm exigindo vestidos, sapatos, penteados, adornos de mulher e de homem adaptados a essas novas condições gerais. Que vêm exigindo e que continuam a exigir. Daí os criadores de modas, as modistas, os figurinistas, em vez de inventores, serem artistas que precisam adotar ou apresentar estilos de diferentes artigos ou objetos de uso feminino ou masculino, considerando condicionamentos das espécies aqui sugerida. Atendendo a tais condicionamentos. Sendo criativos dentro desses condicionamentos. (FREYRE, 1987, p. 23)

A Moda é, portanto, conforme sugere Roland Barthes (2005), em *Imagem e moda*, um objeto ao mesmo tempo histórico e sociológico por excelência. O que quer dizer que a Moda é percebida como o equilíbrio entre formas normativas, mas que seu conjunto está sempre em mudança em função dos valores que perduram em dado momento da história.

A relação fundamental da Moda com a normatividade e o seu papel na materialização e na performatização das diferenças sociais, inclusive as de gênero, levam à problematização das possibilidades transgressoras ou críticas das iniciativas da Moda. Em que medida a Moda pode ser desviante em relação à norma? Até que ponto consegue efetivamente atuar como crítica ou desconstrução da normatividade? Nesse sentido, cabe perguntar se a moda contemporânea agênero, aqui em discussão, não seria apenas mais uma ação mercadológica da indústria, visando oferecer aos consumidores uma oferta mais abrangente de escolhas como forma de ampliar as possibilidades de mercado, e, portanto, como mais um modismo que surge na esteira das reivindicações *queer*.

As questões acerca de tal apropriação serão problematizadas neste artigo a partir daquilo que tem sido tratado pelos veículos de comunicação como agênero. Também conhecida como *plurissex*, *genderless* e *gender-bender*, a moda contemporânea agênero refere-se a uma proposta que pretende se desvincular de estereótipos sociais sobre masculino e feminino, vestindo homens e mulheres de forma igual, de modo que dificilmente serão identificáveis pelos marcadores normatizados de gênero.

A discussão sobre essa proposta é pertinente no panorama contemporâneo da Moda quando o conceito de *agênero*, lançado no desfile de estreia do estilista Alessandro Michele para a grife italiana Gucci, propagou-se entre as metrópoles dos países ocidentais. Rapidamente, o agênero começou a marcar presença em campanhas publicitárias e em editoriais de revistas (por exemplo, *Vogue*, *Elle Magazine*, *Harper's Bazaar*, *W Magazine* e *InStyle*), passando também a figurar em grandes eventos de moda do chamado eixo Londres-Paris-Milão-Nova York – desde coleções de estilistas cujo traço é a ousadia e a irreverência, como a inglesa Vivienne Westwood, que também é conhecida como a rainha/a grande dama do *punk*, até grifes percebidas como mais tradicionais, a exemplo da francesa Givenchy. Já no Brasil, o agênero, além de estar intimamente associado ao trabalho do paulistano Alexandre Herchcovitch,

aparece também em coleções de outros estilistas, como as do mineiro João Pimenta, que fez carreira em São Paulo e está na linha de frente do São Paulo Fashion Week, e em lojas de varejo, vide a C&A que explora maciçamente o estilo na campanha *Tudo lindo, tudo misturado – misture, ouse e divirta-se*.

Para proporcionar uma melhor visualização sobre como vem sendo caracterizada a moda contemporânea agênero, seguem logo abaixo algumas imagens dessa mais recente *aposta* da moda. São exemplos pinçados de propostas lançadas em passarelas das grifes Gucci, Givenchy, Vivienne Westwood, João Pimenta e Alexandre Herchcovitch, conforme ilustra a Figura 1.



Figura 1 - Diversos exemplos de desfiles nacionais e internacionais. Fonte: GOMES, Fabiano. A importância da fluidez de gênero na moda e como as marcas estão se posicionando. In: Blog Super Pride. Postado em 5 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.superpride.com.br/2016/04/a-importancia-da-fluidez-de-genero-na-moda-e-como-as-marcas-estao-se-posicionando.html>>. Acesso em: 12 fev. 2017.

Para análise desse conceito, recorre-se à noção foucaultiana do poder como produtor de identidades normatizadas e diferenciadas, utilizando-a como contraponto às questões formuladas pela teorização *queer* proposta por Judith Butler.

Essas referências dialogam aqui com a visão antropológica de que o sentido conferido ao corpo é dado pela cultura a qual o sujeito detentor deste corpo pertence, a partir de um sistema de valor cujo fundamento acaba por provocar ação e comportamento, conforme assinala, por exemplo, Le Breton (2012). Desse modo, o corpo só pode ser compreendido no interior da cultura que o institui e lhe dá forma. Ou seja, "não pode ser apreendido fora das representações que se faz dele" (LE BRETON, 2012, p. 8).

A performatividade do gênero

Para a filósofa Judith Butler, as diferenças de gênero são percebidas como uma categoria normativa. O sexo, de acordo com Butler (1993), não é um simples fato ou a condição estática de um corpo, mas um processo pelo qual as normas regulatórias materializam o sexo e produzem esta materialização – ao mesmo tempo discursiva e performática – por meio da diferença sexual.

A performatividade se dá a partir de uma reiteração forçada e incessante das normas. Segundo Butler, o gênero é o efeito da normatização sociocultural que se materializa por meio da performatividade, produzindo corpos e sujeitos cuja visibilidade remete ao imperativo heteronormativo (BUTLER, 1993), o que leva ao entendimento de que não existe uma essência masculina, tampouco uma feminina, antes formas socialmente variáveis de desempenhar um ou vários papéis sexuais.

O gênero é percebido, então, não só como uma enunciação normativa mais ou menos abstrata, mas muito mais concretamente como um conjunto de práticas que produz, demarca, cria, diferencia e coloca em circulação os corpos materializados por essas práticas. Nesse sentido, Butler (1993) problematiza o pressuposto – implícito mesmo nas abordagens orientadas pela ideia de uma "construção cultural" dos corpos – de que haveria um sexo "anterior" ao gênero, no sentido de uma estrutura biológica prévia que a norma (ou a cultura) viria moldar e recobrir. Para ela, a materialização dos sexos já se faz sob o império da normatividade de gênero, e nossa percepção dos corpos sexuados já é desde sempre moldada pela performatividade que materializa esses corpos. Portanto, em vez de constituir uma realidade anterior e separada sobre a qual atuariam as normas, o sexo é ele próprio um efeito do dispositivo de normatização ao qual Foucault (1976) se refere como produtor da sexualidade.

Em outras palavras, o sexo não é anterior à norma, pois, sendo ele próprio uma norma, é da ordem da normatização. Mais precisamente, "o sexo é da ordem do imaginário produzido pelo real do dispositivo da sexualidade" (FOUCAULT, 1976, p. 147). Para Butler (1993), a materialização (palavra que ela propõe no lugar de "construção") dos corpos se dá no âmbito de um imperativo da heteronormatividade, possibilitando certas identificações ao mesmo

tempo que impede ou nega outras possibilidades, colocando-as na condição de abjetas.

No campo da antropologia, David Le Breton (2014) diz que o sujeito constrói a evidência de seu comportamento como homem ou mulher ao longo de sua infância, sem ter muita consciência do papel a ele atribuído, como parte de seu processo de socialização. A confirmação, diz o autor, "depende do jogo comum da existência" (LE BRETON, 2014, s/p.). Nesse sentido, utiliza a famosa frase pronunciada por Simone de Beauvoir – "Não se nasce mulher, torna-se mulher" – para afirmar que não existe uma essência masculina, tampouco feminina, uma vez que essas noções, como tributárias do sexo que as origina, "se dissolvem sob as ficções mais ou menos compartilhadas que as colocam em cena no liame social" (LE BRETON, 2014, s.p.).

Outro dado igualmente importante que chama atenção é em relação à própria condição dos sujeitos intersexuados. Com os atributos dos dois sexos, o *embaralhamento* de seus órgãos desqualifica qualquer definição precisa. Desse modo, em função de sua anatomia, os intersexuados, involuntariamente ou não, acabam por subverter as categorias socialmente em uso.

A Moda no âmbito da materialização das diferenciações de gêneros

[148] No domínio das questões aqui trabalhadas, o pressuposto é de que a Moda é um objeto político. Como assinala Barnard (2003), uma prática reprodutiva das relações de poder que circulam no interior do nosso meio sociocultural. Isso porque, segundo o autor, seus discursos e atividades constroem, sinalizam e reproduzem identidades existentes tanto em termos de estratos socioeconômicos, de faixa etária, étnicos, religiosos, de sexo, de gênero e de tantas outras corporeidades quanto de posições desiguais de poder e status que acompanham essas identidades. Mais exatamente, atribui à Moda o papel de assegurar a existência continuada de "formas pelas quais as pessoas aceitam e reproduzem suas circunstâncias e condições" (BARNARD, 2003, p. 181), o que leva Adrian Forty (2007), em *Objetos do desejo*, a afirmar que a Moda, assim como os artefatos, é produzida em distintas categorias que correspondem, em geral, a noções existentes em uma sociedade sobre as diferenciações nela vigentes.

No caso em particular, trata-se de uma ferramenta constitutiva e constituinte do processo de socialização referente ao desempenho, ou melhor, à performatividade dos papéis de gênero. Ajuda, assim, a dar corpo e, ao mesmo tempo, consolidar, cristalizar as noções que as pessoas têm sobre como homens e mulheres devem parecer. "É parte do processo pelo qual atitudes para com homens e mulheres, igualmente, e imagem de ambos são criadas e reproduzidas" (ROUSE, 1989, p. 108).

Dito de forma mais explícita, o que é socialmente esperado em termos de aparência visual de cada um dos gêneros apresenta-se em conformidade com ideias comumente aceitas sobre aquilo que é visto como uma moda apropriada para homens e outra para mulheres. Está, precisamente, atrelado às

concepções de masculinidade e feminilidade que não se referem a diferenças biológicas, mas a convenções sociais.

Sob esse aspecto, Barthes (1988) declara que a Moda não somente reconhece como trabalha continuamente a oposição binária entre o que é socialmente estabelecido e, por conseguinte, caracterizado como sendo da ordem do feminino e do masculino. Aponta também para a existência de uma liberdade consentida e institucionalizada que permite a inserção, na indumentária feminina, de elementos provenientes do vestiário masculino com diferenciais sempre situados ao nível do pormenor, enfatizando, entretanto, que "há uma proibição social sobre a feminilização do homem que quase não existe sobre a masculinização da mulher" (BARTHES, 1988, p. 285).

Lipovetsky (1991) atribui à Moda, apesar de reconhecer seu caráter hierárquico, uma dimensão libertária, uma vez que a enxerga como um signo das transformações que anunciam o surgimento das sociedades democráticas. Entretanto, afirma que esse aspecto libertador não anula, a longo prazo, as diferenças nas modas masculinas e femininas. Isso porque, segundo ele, a homogeneização da aparência de homens e mulheres só pode ser observada em sua superficialidade, "pois ao mesmo tempo em que a Moda produz signos diferenciais – por vezes menores, mas não inessenciais – se encarrega de perpetuar a diferenciação ostensiva entre os sexos" (LIPOVETSKY, 1991, pp. 132-133).

[149]

Afirma justamente que, a despeito da potência igualitária, os signos mais emblemáticos da moda feminina e de sua leveza são sempre "proibidos" aos homens:

O fato é que: nem a saia nem o vestido adquiriram direito de cidadania no masculino. Onde podemos ver saltos agulhas e *scar-pins* masculinos? (...) Somos obrigados a observar que homens e mulheres estão longe de chegarem a um estado de igualdade em matéria de leveza das aparências. (LIPOVETSKY, 2016, p. 165)

Na mesma linha de raciocínio, encontram-se os comentários de Freyre (1987) ao assinalar, em uma coletânea de textos, as marcas mais frequentes que delineiam e designam o masculino e o feminino "à moda brasileira". Nesse percurso, o autor mostra que as maneiras de se vestir, adornar-se, pentear-se, calçar-se invariavelmente funcionam como elementos de diferenciação sexual, afirmando que "um dos característicos das modas de mulher é representarem a feminilidade, embora, por vezes, com interpretações diferentes do que seja feminino em oposição ao masculino. E, é claro, vice-versa" (FREYRE, 1987, pp. 19-20).

Nessa perspectiva de vestir o corpo humano, a Moda e a indumentária estão interligadas uma à outra no que se refere à materialização das diferenças entre os gêneros, cujo teor está calcado em valores socialmente estruturados. Assim, o conceito de uma moda contemporânea *agênero* não pode

deixar de ser apreciado à luz do formidável paradigma que ele se propõe a tencionar ou problematizar.

Considerações finais

A despeito da Moda ser vislumbrada como "instrumental no processo de socialização em direção aos papéis sexuais e de gênero" (BARNARD, 2003, p. 167), ela também pode ser um instrumento por meio do qual os consumidores deliberadamente, de acordo com Barnard (2003), recusam, desafiam e contestam tais identidades sociais existentes. Concomitante, pode igualmente revelar como é utilizada nas disputas de posições de poder e status que acompanham essas identidades.

Faz parte da sua lógica buscar, de forma incessante e ininterrupta, a novidade, o que a leva rapidamente a se adaptar a estilos que escandalizam e tripudiam das normas vigentes. A dolorosa ironia para os rebeldes sociais é o que a "Moda sempre capta é o chocante" (FOX-GENOVESE, 1987, p. 9). "Logo, o que antes era chocante e escandaloso torna-se normalmente aceito. O sistema que estava sendo supostamente contrariado se recupera e até pode se beneficiar do choque" (BARNARD, 2003, p. 183).

Como consequência, os rebeldes sociais se deslocam para outros locais de atuação. Semelhante a uma situação de guerrilha, vivem uma "luta em movimento constantemente rebatalhada e vencida" (BARNARD, 2003, p. 192).

[150]

Diante do exposto, o que se pode pensar, então, sobre a moda contemporânea agênero, que se propõe a *borrar as fronteiras entre o masculino e o feminino*, segundo um dos discursos levantados pela nossa pesquisa? De imediato, pode-se afirmar que, por um lado, a Moda tem um repertório bastante rico no que concerne à história de experimentações por meio daquilo que a imprensa, os veículos de comunicação de massa e a publicidade abordam como moda vanguarda.

Muitos exemplos podem ser apontados, como a exploração da figura dos dândis dos séculos XVIII e XIX com o seu narcisismo cuidadosamente estudado, desligado, embora passassem rigorosamente horas diante do espelho para dar o nó perfeito na gravata ou determinando, por exemplo, exatamente quantos botões do colete o homem elegante deve deixar desabotoado, passando pela difusão da moda unissex com a chamada revolução do pavão⁵, momento em que homens e mulheres passaram, nos anos 1970, a usar vestidos e calças semelhantes por meio da exploração do que ficou conhecido de forma massificada como *casual wear* e *funwear*. Isto é, estética informal, colorida, esportiva, colante e fluorescente personificada nas figuras dos cantores ingleses Mick Jagger e David Bowie, que pegaram emprestados das mulheres maquiagens, roupas e acessórios.

A adoção e a propagação do estilo andrógino por meio da projeção de tipos femininos, como as atrizes Marlene Dietrich, Katherine Hepburn e a princesa Stéphanie de Mônaco, tornaram essas mulheres ícones de moda.

Chega-se à interpretação feminina do *grunge*⁶ – tanto na versão original quanto na reeditada dos dias atuais – que se traduz na combinação da camisa de flanela xadrez sobre camiseta desgastada, definida pelos usuários como “podrinha”, ou amarrada na cintura com calça jeans ou shorts “surrados”, meias pretas esgarçadas e tênis Converse All Star.

Na década de 1980 e no princípio dos anos 1990, a imagem do que se tornou conhecido como *novo homem* surge por toda parte. Sensível, afetuoso e vaidoso, ele aparece, conforme aponta, por exemplo, Coutinho (2004), comprando cosmético e protagonizando campanhas publicitárias na figura de um jovem musculoso e atraente que exhibe seu torso, suas costas e ancas nus em comerciais de jeans, como as da Levi’s, bem como em anúncios do sabão em pó da marca brasileira Vênus, dos chocolates Brown and Harley, da linha *Underwear for men* da Calvin Klein, de tecidos Dormeuil, de toalhas brasileiras Artex e de perfumes, como Eternity e Obsession da marca Calvin Klein, Grey Flannel da Austin Reed, além de Kouros e do *escandaloso* M7 de YSL, cuja campanha explorou o nu frontal do modelo Samuel de Cuber.

Nos anos 2000, surge a figura do metrossexual personificada em personalidades como os jogadores de futebol David Beckham e Cristiano Ronaldo. No Brasil, o então apresentador Marcos Mion era o mais notório difusor dessa moda. Mais autoconscientes de sua aparência e explicitamente narcisistas, muitos de seus adeptos usavam maquiagem, faziam a sobrancelha, pintavam as unhas e, eventualmente, apareciam vestindo saia ou até mesmo usando salto agulha.

[151]

Por outro lado, a mudança cultural sobre como se percebe o gênero passa a aparecer, de forma cada vez mais intensa, tanto nos discursos quanto nas propostas de moda que saem das passarelas e entram no varejo. Modelos trans, como Lea T e Andreja Pejic, têm quebrado barreiras de modo a ampliar as discussões sobre a fluidez dos gêneros entre diversos domínios sociais. Ao mesmo tempo, como já dito, lojas de varejo, a exemplo da C&A, dão visibilidade para as discussões políticas envolvendo as questões de gênero à medida que as populariza. Nesse sentido, o discurso de suas vendedoras aparece como um reforço, afirmando que não só a campanha *Misture, ouse, divirta-se* como a coleção pendurada nas araras são um convite para o cliente “vestir o que quiser” e “ser o que quiser”.

É nesse ensejo que o apresentador Caio Braz (Figura 2), que passou a ser um dos garotos-propagandas da C&A, faz a seguinte declaração em seu canal de YouTube, “Roupa de homem/agênero”:

[...] A gente tá aprendendo a empurrar as fronteiras de gênero e a questionar o que é gênero. Durante muito tempo, a gente viveu aprisionado no que era masculino e no que era feminino, não é? Quantas vezes, eu já li em revista – eu crescendo, assim adolescente – homem pode usar rosa? Gente, que tipo de papo é esse? Como assim, por que homem não poderia usar rosa, não é? Ou por que azul é coisa de homem e rosa é coisa de mulher? Quem construiu isso? (...) a gente tem essa

discussão na sociedade e na moda de que isso não existe. E quando a gente tá falando de moda (...) a moda tem uma necessidade tão grande de tá ligada no que tá acontecendo para transformar tudo o que a gente entende como cultura, comportamento em roupas. Essa é a grande beleza da moda. A moda tem trabalhado o tema do gênero de maneira incrível. A gente tá deitando, rolando e brincando com o gênero. Assim, o mais importante é entender que isso é uma grande diversão e que a moda é isso também (...) é você se expressar e se divertir (...). As roupas não têm gênero. São roupas e apenas roupas e todas as pessoas podem vesti-las. (BRAZ, Caio, 2017)



[152]

Figura 2 – Caio Braz com produção de moda gênero. Fonte: PRETO, blog do Estilo Caio Braz. Postado em junho de 2016. Disponível em: <<http://blogdopreto.atarde.uol.com.br/estilo-caio-braz/>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Desse modo, vestir-se a partir de uma prerrogativa que evoca a neutralidade de gênero é, em última instância, traduzir a diversidade presente na mudança de percepção sobre noções atuais acerca do que é masculino e feminino. O que leva o cofundador da Oak Store, Louis Terline, a dizer, sobre a sua proposta gênero, que: “Os tipos de corpo e de identidade são mais fluidos do que moda tradicionalmente propôs” (MELTZER, 2015, s.p.).

No cenário brasileiro, o estilista Alexander Herchcovitch, em entrevista ao blog da revista *Veja Gente* (2017), considera que o tema gênero sempre esteve presente em seu trabalho, conforme declaração:

Não penso em roupas para homem ou mulher, mas sim para uma pessoa, não importa qual o gênero dela. Se ela quiser consumir, está à disposição. Se um homem quiser comprar um vestido, a mulher quiser comprar um casaco masculino, para mim não importa (HERCHCOVITCH, Alexandre para revista *Veja*, 2017).

A Figura 3, que ilustra as criações para os desfiles das marcas brasileiras Amapô e Alexandre Herchcovitch, revela como a moda contemporânea agênero vem incorporando e se apropriando dos questionamentos propostos pelos discursos de teorização do *queer* ao adaptá-los em suas ações de mercado.



[153]

Figura 3 – Coleções Amapô, SPFW inverno 2016 RTW (fotos 1 e 2) e Alexandre Herchcovitch, SPFW verão 2015 RTW (fotos 3 e 4). Fonte: MAGOGA, Marco. Moda de gênero neutro: modismo ou movimento? Postado em novembro de 2015. In: blog A coisa toda. Disponível em: <<http://acoisatoda.com/2015/11/30/moda-de-genero-neutro-modismo-ou-movimento/>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Logo, a moda agênero não somente se torna encarnação das ideias contemporâneas de diferenciação de gênero como também mostra o que se pensa acerca dessas diferenças. Isto é, insere-se no entorno das mudanças políticas envolvendo as atuais questões de gênero e sexualidade.

Aparece, assim, como uma tradução/um reflexo das problematizações pertinentes à política corporal ou à política de identidades por parte de movimentos sociais, como LGBT e *queer*, de resistência aos modelos heteronormativos. Além de lutarem pela liberdade individual dos corpos, os movimentos LGBT e *queer* brigam por um lugar, um reconhecimento a fim de que os corpos possam coletivamente atuar e se moverem livremente dentro do estado democrático de direito. Assim, encontram-se permanentemente tensionados entre a promoção de uma crítica das identidades normatizadas e a tentação das identificações *normatizantes* que se renovam no interior do próprio movimento a fim de garantir a sua visibilidade. Essa tendência, esse empuxo à normatização por meio da (re)produção de formas identitárias pode ser pensado como uma espécie de gentrificação do *queer*. Sobre esse processo ou essa tendência à gentrificação (assimilação, domesticação, perda do potencial crítico), que já tivemos a oportunidade de analisar

mais detidamente em outra ocasião⁷, podemos acrescentar que o sistema de Moda tem exercido, em muitas das formas de gentrificação presentes na contemporaneidade, um papel considerável. Basta recordar o que foi esse papel nos movimentos *beat*, *hippie* e *punk*.

Então, o que pensar das iniciativas da indústria de moda na promoção de *novas possibilidades estéticas e identitárias* no que concerne às questões de gênero? Não se trataria apenas de mais uma forma de apropriação (mercantilização) e domesticação (estetização) das reivindicações *queer*, acarretando uma perda ou uma diminuição de seu potencial crítico de resistência?

Essa é certamente uma das perspectivas sob as quais o surgimento da moda agênero deve ser pensada, mas é preciso ir um pouco mais além. O efeito dessa moda, em sua difusão, será muito provavelmente o de promover e intensificar o processo de gentrificação do *queer* – pois esse é o movimento e o efeito do mercado do qual a indústria de Moda participa. Por outro lado, a materialização, na criação de Moda, da problematização da normatividade de gênero operada pelos questionamentos *queer* não deixa de constituir também uma certa tentativa de encenar e transfigurar (*poetizar*) essas demandas na oferta de novas possibilidades de performatização dos gêneros. O mais importante aqui talvez seja poder levar em conta em que medida os resultados concretos dessa transposição prestam-se, ou não, a uma nova produção de formas identitárias – o que se traduz, em termos de consumo, em novas segmentações mercadológicas. Ou, em contrapartida, em que medida essas experimentações abrem novas possibilidades, para cada um, de produzir as suas próprias formas de ser e de estar no mundo.

[154]

Recebido em: 20-07-2017

Aprovado em: 04-09-2017

NOTAS

¹ O ato de escrever, em alguns momentos, a palavra Moda com letra maiúscula é uma forma de se fazer alusão ao sistema sobre o qual a sua lógica repousa enquanto uma prática reprodutiva das relações de poder que circulam no interior da nossa sociedade. Refere-se, mais precisamente, à abrangência e à historicidade do papel que desempenha na configuração e na reprodução de identidades em termos de estratos socioeconômicos, étnicos, religioso, de faixa etária, de sexo e de gênero. Ver, por exemplo, Barthes (1988).

² The act of writing in some moments the word fashion using a capital letter is a way of alluding to the system upon which its logic rests, while as power relation reproductive practice that circulate in our society. It also refers, more accurately, to the understanding and historicity of its role about the configuration and reproduction social, economic, ethnics, religion, age, and gender identities. See, for example, Barthes (1988).

³ Para Lipovetsky (2016), no capítulo sobre a feminização do frívolo, até o século XVII, os homens rivalizam com as mulheres em fausto e elegância por meio do que ele chamou de "igualdade de indumentária". Nesse período, diz o autor, as roupas masculinas são mais voláteis, inovadoras e audaciosas. Contudo, ressalta que o investimento masculino em despesas de vestuário não era realizado para realçar a beleza de suas formas, mas para que pudesse demarcar socialmente sua posição de superioridade na escala hierárquica de poder.

⁴ É sob o ímpeto de novos valores calçados no ideal de conforto, liberdade, mobilidade e ação que a estilista francesa Coco Chanel explora a aparência andrógina feminina ao sugerir que não há outra beleza senão a liberdade do corpo, conforme assinala Madsen (1992).

⁵ Steele (2000) identifica os anos 1960 como sendo o momento da chamada Revolução do Pavão, visto que é nesse período que se produziu uma mudança ousada não só na alfaiataria, mas na moda masculina como um todo. Sob os ditames das mudanças frequentes, da originalidade, do jogo e da fantasia, homens passaram a usar cores vivas e alegres, estampas florais, babados, grandes lapelas, calças justas e boca de sino, cabelos longos, botas de salto bico fino etc. Trata-se do momento em que o divertido, o infantil e o pouco sério são incorporados à moda masculina.

⁶ Segundo Polhemus (1994), trata-se de um movimento que nasceu nas ruas de Seattle com a chamada geração X. Ou seja, jovens nascidos entre 1960 e 1981, tratados como sem identidade e para os quais se atribuía um futuro incerto, mal definido e hostil. O estilo foi popularizado nos anos 1990 pelos roqueiros Kurt Cobain, vocalista no Nirvana, e Eddie Vedder, do Pearl Jam, bem como pelas bandas Alice in Chains e Sound Garden.

⁷ Ver particularmente Portinari e Cesar (2014, pp. 131-146), em *A gentrificação da homossexualidade*.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcom. *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro: Editora Rocco LTDA, 2003.

BARTHES, Roland. *Inéditos vol. 3: imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. *Sistema de moda*. Lisboa: Edições 70, 1988.

BRAZ, Caio, canal de YouTube. *Roupa de homem – o essencial*. Postado em 9 de janeiro de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dKB8Avs9pTY>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

BARROS, Mabi. Alexandre Herchcovitch: Não penso em roupas para gêneros. In: *Veja Online, Veja Gente*, postado em 17 de março de 2017. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/veja-gente/alexandre-herchcovitch-nao-penso-em-roupas-para-generos/>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

BUTLER, Judith. *Bodies that matter: on the discursive limits of "sex"*. New York: Routledge, 1993.

COUTINHO, Fernanda Ribeiro. *O entrecruzamento de códigos culturais: jovens brasileiros face a códigos conflitantes permeados pela lógica da moda*. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro, 2004. 110f. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2004.

FLUGEL, John Carl. *The psychology of clothes*. London: Hogarth Press, 1930.

FORTY, Adrian. *Objetos do desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOX-GENOVESE, Elizabeth. The empress's new clothes. In: *Socialist Review*, v. 17, 1987, pp. 7-30.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. São Paulo: Graal, 19676.

FREYRE, Gilberto. *Modos de homem e modas de mulher*. Rio de Janeiro: Record, 1996.

HOLLANDER, Anne. *O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LE BRETON, David. *Corpo, gênero, identidade*. In: *Seminário Internacional Corpo, gênero e sexualidade*, 2, 2014, Juiz de Fora, MG, Anais, Juiz de Fora: Faculdade de Educação da Universidade de Juiz de Fora, 2014, s/p.

_____. *Antropologia do corpo e modernidade*. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

_____. *Da leveza: rumo a uma civilização sem peso*. São Paulo: Amarilys Editora, 2016.

MADSEN, Axel. *Chanel*. São Paulo: Martis Fontes, 1992.

MELTZER, Marisa. *Fashion's bold new future has no gender*. Disponível em: <http://www.racked.com/2015/3/17/8218321/gender-neutral-clothes-unisex>. Acesso em: 18 out. 2016.

POLHEMUS, Ted. *Street style*. London: Thames and Hudson, 1994.

PORTINARI, Denise Berruezo; CESAR, Maria Rita de Assis. A gentrificação da homossexualidade. In: OLINTO, Heidrun Krieger; SCHOLLHAMMER, Karl Erik. (Orgs.), *Literatura e espaços afetivos*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2014, pp. 131-146.

ROUSE, Elizabeth. *Understanding fashion*. Oxford: BSP Professional Books, 1989.


STEELE, Valerie. Fashioning men. In: *Material man: masculinity sexuality style*. New York: Harry N. Abrams, 2000.

FIGURAS

GOMES, Fabiano. A importância da fluidez de gênero na moda e como as marcas estão se posicionando. In: *Blog Super Pride*. Postado em 5 de abril de 2016. Disponível em: <http://www.superpride.com.br/2016/04/a-importancia-da-fluidez-de-genero-na-moda-e-como-as-marcas-estao-se-posicionando.html>. Acesso em: 12 fev. 2017.

PRETO, blog do. *Estilo Caio Braz*. Postado em junho de 2016. Disponível em: <http://blogdopreto.atarde.uol.com.br/estilo-caio-braz/>. Acesso em: 25 jan. 2017.

MAGOGA, Marco. Moda de gênero neutro: modismo ou movimento? In: *Blog A coisa toda*. Postado em novembro de 2015. Disponível em: <http://acoisatoda.com/2015/11/30/moda-de-genero-neutro-modismo-ou-movimento>. Acesso em: 25 jan. 2017.



Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil

*Tombamento Generation and Afrofuturism:
fashion as resistance strategie to gender and race
violence in Brazil*

[ANA PAULA MEDEIROS TEIXEIRA DOS SANTOS]

Professora de História e Design no Colégio Sesi Internacional de Curitiba.

E-mail: anapaulamtsantos@gmail.com

[MARINÊS RIBEIRO DOS SANTOS]

Professora da graduação em Desenho Industrial e do programa de pós-graduação em Tecnologia e Sociedade (PPGTE) na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

E-mail: ribeiro@utfpr.edu.br

[resumo] O estudo apresentado neste artigo é resultante de uma pesquisa de mestrado que versa sobre ações afirmativas relacionadas ao empoderamento de mulheres negras decorrente da articulação entre a assunção dos cabelos crespos e a moda promovida pela Geração Tombamento. A pesquisa está centrada no evento Afro Chic de Curitiba, que promove oficinas de tranças e turbantes como formas de ressignificação do corpo negro. Percebemos esse evento como uma das estratégias da Geração Tombamento, movimento cultural que utiliza a moda e a estética como ferramentas políticas para desconstrução de estereótipos de raça e de gênero, principalmente os construídos pela ideologia de branqueamento no início do século XX.

[158]

[palavras-chave]

Geração Tombamento; tranças; turbantes; moda afro-brasileira; Afrofuturismo.

[abstract] The study presented in this paper is a master research's result that discuss affirmative actions related to the empowerment of black women through the articulation between the assumption of curly hair and the fashion promoted by the Tombamento Generation. The research is centered on the event Afro Chic in Curitiba, which promotes braids and headwraps workshops of braids as forms of resignification of the black body. We perceive this event as one of the strategies of the Tombamento Generation, a cultural movement that uses fashion and aesthetics as political tools for race and gender stereotypes deconstruction, especially those built by the whitening ideology in the early 20th century.

[keywords] Tombamento Generation; braids; head wraps, Afro-Brazilian fashion; Afrofuturism.

Introdução

O estudo apresentado neste artigo é resultante de uma pesquisa de mestrado que versa sobre ações afirmativas relacionadas ao empoderamento de mulheres negras decorrente da articulação entre a assunção dos cabelos crespos e a moda promovida pela Geração Tombamento (SANTOS, 2017). A pesquisa está centrada no evento Afro Chic, promovido em Curitiba, durante o qual foram ofertadas oficinas que ensinam técnicas de tranças e formas de uso de turbantes como recursos de resignificação do corpo negro. Percebemos esse evento como uma das estratégias da Geração Tombamento, movimento cultural que utiliza a moda e a estética como ferramentas políticas para desconstrução de estereótipos de raça e de gênero. Nosso objetivo, aqui, é discutir ações protagonizadas por mulheres negras como forma de valorização e construção de feminilidades para, assim, discutir formas de resistência mediadas pela moda às violências de gênero e de raça.

[159]

O Afro Chic teve duas edições no ano de 2015 organizadas por pessoas negras, sendo a maioria de mulheres jovens. O público-alvo das duas edições eram mulheres negras e mães de filhas(os) negras(os). As ações planejadas visavam transmitir conhecimentos sobre a corporeidade negra e incentivar o empreendedorismo negro, principalmente o relacionado à moda. A primeira edição do Afro Chic foi dedicada ao mês das mulheres e ocorreu no dia 7 de março, no Centro Cultural Solar do Barão, espaço administrado pela Fundação Cultural de Curitiba. A segunda edição aconteceu no Espaço Cult, localizado no Largo da Ordem, no dia 9 de maio, e foi dedicada ao mês das mães. As atividades oferecidas trabalharam questões relacionadas à estética negra, tais como oficinas de tranças, turbantes, dança e automaquiagem. O termo *estética negra* foi utilizado no evento para tratar dos cuidados com o corpo e os cabelos, assim como para pensar nos usos de artefatos de moda e indumentárias com referências de matriz africana. Além das oficinas, o Afro Chic promoveu uma feira de produtos étnico-raciais, tais como tecidos para turbantes, brincos, livros, produtos para cabelo crespo e maquiagem para pele negra, a maioria desenvolvida ou comercializada por mulheres negras.

A pesquisa envolveu a observação participativa durante a segunda edição do evento. O foco da investigação estava voltado, principalmente, para as oficinas de turbantes, ministradas pela socióloga Neli Gomes da Rocha, bem como para as de tranças, ministradas por Débora Pereira, trancista e responsável pelo evento. Em um momento posterior, também foram realizadas entrevistas com Neli e Débora, tendo como fundamento a perspectiva da história oral, mais especificamente a história de vida. Verena Alberti (1982) afirma que

a história oral privilegia a fala de pessoas que participaram ou testemunharam "acontecimentos, conjunturas, visões de mundo, como forma de se aproximar do objeto de estudo" (ALBERTI, 1982, p. 52).

A opção pela história de vida justifica-se por Débora e Neli conduzirem, nas oficinas, discussões a partir de suas vivências, como uma maneira de se aproximarem e criarem intimidade com as outras participantes, que também têm histórias parecidas com as suas. Assim, para compreender melhor a relação das mulheres negras com os seus cabelos e os acessórios de moda, optamos por privilegiar as falas das ministrantes das oficinas.



Figura 1 – Débora Pereira e Neli Gomes da Rocha, ministrantes das oficinas de tranças e turbantes no Afro Chic. Fonte: Arquivo pessoal das entrevistadas.

Argumentamos que o Afro Chic faz parte da construção da Geração Tom-bamento, assim como também é constituído por ela, por privilegiar a configuração de uma proposta de moda e estética afro-brasileira como ferramenta política de desconstrução de estereótipos, entre eles os de gênero e de raça. Objetivamos, também, ressaltar a ligação desse movimento com o Afrofuturismo, corrente artístico-cultural que vem sendo construída desde os anos 1960 e articula referências de matriz africana às de ficção científica.

Desse modo, primeiro definimos alguns conceitos e categorias de análise importantes para a compreensão do texto. Em seguida, tratamos do racismo e da rejeição da estética negra no Brasil para compreender o processo histórico-social que levou à construção de resistências. Depois, falamos sobre a relação das participantes do Afro Chic com a moda, das propostas do Afrofuturismo e de sua influência em estratégias de luta contra o racismo para, por fim, compreender como o Afro Chic faz parte de um contexto maior de desbram-queamento da moda e da beleza no Brasil.

Trançando ideias

O Afro Chic propôs, em suas duas edições, pensar as relações raciais a partir do corpo como um todo. Para compreender os problemas que diversas mulheres negras vivem hoje relacionados à autoestima, as oficinas propõem uma revisão histórico-social do racismo no Brasil, com foco na eugenia e nas especificidades quanto ao corpo feminino.

Para entender melhor o processo de construção do pensamento e das estratégias eugenistas no Brasil, três categorias de análise são muito importantes, a saber: raça, gênero e classe social. A problematização das imbricações entre essas categorias é proposta pela abordagem interseccional.

Adriana Piscitelli (2008) afirma que a preocupação com as interseccionalidades emergiu com o debate internacional do pensamento feminista na década de 1990, propondo o olhar para a multiplicidade de diferenciações e assimetrias de gênero. A autora explica que, assim como o conceito de gênero, a noção de interseccionalidade também é trabalhada sob diferentes abordagens teóricas. No fim da década de 1980, várias autoras, como Joan Scott (1988), na História; Marilyn Strathern (1988), na Antropologia; Donna Haraway (1991), na História da Ciência; e Judith Butler (1990), na Filosofia, publicaram textos críticos sobre gênero com o objetivo de produzir deslocamentos nos paradigmas de diferentes tradições disciplinares (PISCITELLI, 2008).

[161]

Contudo, feministas negras, como Lélia Gonzalez (1982; 1984; 1988), bell hooks (2015) e Angela Davis (2016), chamaram a atenção para a invisibilidade das mulheres negras dentro do feminismo. Para hooks (2015), o feminismo hegemônico não tem sido capaz de compreender e falar sobre diversos grupos de mulheres subalternizadas por não considerar plenamente as interseccionalidades entre as opressões de gênero, raça e classe.

Conforme Davis (2016), os corpos negros sempre foram vistos como unidades de trabalho. Mulheres negras trabalham mais fora de casa do que mulheres brancas e “o enorme espaço que o trabalho ocupa hoje na vida das mulheres negras reproduz um padrão estabelecido durante os primeiros anos da escravidão” (DAVIS, 2016, p. 17). Essas particularidades e diferenças entre mulheres precisam ser levadas em conta na construção da teoria feminista.

Feministas negras brasileiras, como Lélia Gonzalez (1984; 1988) e Sueli Carneiro (2003), apontam para a necessidade de “rejeitar” o feminismo hegemônico – ou seja, aquele que privilegia os problemas enfrentados por mulheres brancas de classe média – e defendem uma análise que contemple as múltiplas realidades sociais e culturais vivenciadas pelas mulheres latino-americanas. Dessa forma, questionam as relações de poder historicamente construídas que violentam mulheres pobres, negras, indígenas e imigrantes, propondo novos conceitos, novas nomenclaturas, uma “africanização”, conforme Gonzalez (1984), do pensamento feminista e dos estudos de gênero.

Neste artigo, as interseccionalidades entre raça e gênero aparecem como centrais na análise dos usos de tranças e turbantes por mulheres negras que estão passando pela transição capilar¹.

O sociólogo jamaicano Stuart Hall (2006) afirma que raça não é uma categoria biológica, mas sim cultural, que organiza formas de falar, sistemas de representação e práticas sociais que utilizam um conjunto frequentemente pouco específico de diferenças acerca de características físicas como marcas simbólicas para diferenciar socialmente um grupo de outro. Para o autor,

o caráter não científico do termo raça não afeta o modo como a lógica racial e os quadros de referência raciais são articulados e acionados, assim como não anula suas consequências. Nos últimos anos, as noções biológicas sobre raça, entendida como constituída de espécies distintas [...] tem sido substituídas por definições culturais, as quais possibilitam que a raça desempenhe um papel importante nos discursos sobre nação e identidade nacional. (HALL, 2006, p. 63)

Hall (2006) afirma que não se pode explicar o racismo abstraindo-se outras relações sociais, ou seja, é necessário analisar as articulações do racismo com as relações econômicas, culturais, políticas e de gênero, entre outras. As análises, para Hall, devem partir do trabalho concreto que o racismo cumpre sob determinadas condições históricas – compreendido como um conjunto de práticas econômicas, políticas e ideológicas de um tipo distintivo, efetivamente articulado com outras práticas em uma formação social (HALL, 2006, p. 28).

O racismo, então, é (re)construído e (re)significado conforme os contextos históricos e sociais nos quais acontece. Para Hall (2006), as práticas racistas designam lugares e posições para os diferentes grupos sociais dentro das estruturas da sociedade. Essas práticas operam como meios que fixam, designam, legitimam e naturalizam essas posições nas práticas sociais correntes, assegurando a hegemonia de um grupo dominante sobre uma série de grupos subordinados. Para Hall, porém, isso não deve ser entendido como se o racismo operasse somente dentro da estrutura econômica e, por isso, é importante pensar na articulação do racismo com as diferentes estruturas da formação social.

Ao encontro do pensamento de Hall, a historiadora Nancy Leys Stepan (2005, p. 150) argumenta que as raças designam grupos sociais produzidos dentro um sistema de hierarquias e práticas discriminatórias. A ciência, para Stepan, tem se constituído em uma das linguagens mais poderosas para a representação das "raças". Essa ideia fica mais clara quando pensamos na construção de raça como categoria científica. Lília Schwarcz (2003) afirma que, a partir de 1870, a produção científica brasileira passou a dialogar com teorias racialistas europeias e as leituras desses modelos foram utilizadas de forma particular em nosso país.

Schwarcz (2003, p. 43) afirma que, nesse período, o determinismo de cunho racial, chamado de "darwinismo social" ou "teoria das raças", analisava a miscigenação de maneira pessimista, entendendo-a como uma forma de degeneração social. Essa visão teve grande influência no desenvolvimento das políticas raciais e de gênero, principalmente no que dizia respeito à reprodução e à sexualidade.

Para Stepan (2005, p. 23), no Brasil da virada do século XIX para o XX, as questões de raça ajudaram a articular a noção de gênero e vice-versa, pois, pela reprodução, seriam criados os "tipos raciais" ideais que constituiriam um corpo nacional poderoso. Segundo a autora, na década de 1920, houve um ressurgimento do nacionalismo com a expectativa de lançamento da nação como potência mundial devido à expansão econômica baseada no café, na imigração e também na ascensão de novos grupos profissionais. Nesse contexto, o sucesso para a construção do Brasil como nação passava pela constituição de seu povo. E essa constituição envolvia questões de raça e de gênero.

Compreendemos gênero como uma construção histórico-social contínua. Buscamos problematizar, no decurso da transição capilar, a existência de feminilidades hegemônicas e processos de dominação e estereótipos² que recaem sobre os corpos de mulheres negras brasileiras, assim como desnaturalizar essas feminilidades e processos. Segundo Beatriz Preciado (2008), a categoria gênero pertence ao discurso biotecnológico do fim dos anos 1940. Desse modo, para problematizar essa categoria, utilizamos autoras que trabalham com a visão de gênero como produto e produtor de processos sociais atravessados por relações de poder.

Guacira Lopes Louro (2007) afirma que as identidades sexuais e de gênero não são intrínsecas ao corpo, mas construídas e reconstruídas ao longo da vida, de maneira a enquadrar o indivíduo em uma determinada classificação conforme a interação social na qual se encontra. Para Louro, o corpo é significado pela cultura e sofre alterações com a passagem do tempo. Portanto, o corpo pode ser visto como instrumento que, com investimento, pode ser moldado para reforçar e/ou questionar identidades impostas.

Pensamos as identidades de gênero descoladas do corpo ou do sexo biológico. Segundo Marinês Ribeiro dos Santos (2015, p. 27), gênero pode ser entendido como "um conjunto de normas, discursos, práticas e materialidades que operam na naturalização de noções de feminilidades e masculinidades culturalmente construídas". Desse modo, compreendemos raça e gênero como construções sociais que operam sobre os corpos.

No Afro Chic, o conceito de ancestralidade faz-se muito importante para compreender as relações de raça e de gênero e as resistências às violências relacionadas a essas categorias. Eduardo David de Oliveira (2012) desenvolve a noção de ancestralidade para além das relações consanguíneas ou de parentesco. O autor afirma que ancestralidade, no Brasil, pode ser definida como a forma cultural africana recriada em outros contextos. Segundo Oliveira (2012),

ancestralidade é mais do que um conceito ou uma categoria do pensamento, pois diz respeito às experiências histórico-culturais na diáspora, uma "categoria capaz de dialogar com a experiência africana em solo brasileiro" (OLIVEIRA, 2012, p. 40). Nas oficinas do Afro Chic, as questões de ancestralidade remetem ao apagamento de modos de existir da história e das culturas africanas na diáspora. A estética é colocada como proposta para buscar conhecimento sobre essa história e essas culturas.

Neli Rocha ressalta a importância de entender a resignificação que é feita nos usos dos trançados e turbantes no contexto brasileiro:

[...] o uso do turbante para a mulher africana tem um sentido que não necessariamente conversa com o sentido que a gente está trazendo agora. Porque se eu vou para um casamento, eu vou usar um tecido X, se eu vou para o dia a dia eu vou usar outro tipo de tecido. No caso brasileiro essa conversa vai ser ligada para química, porque se eu for para um casamento eu preciso deixar ele [o cabelo] decente. Decente quer dizer liso. Então eu vou fazer uma escova, vou fazer uma progressiva, vou fazer luzes. (ROCHA, 2016, apud SANTOS, 2017, p. 105)

[164] Pela fala de Neli, podemos compreender que outros sentidos são produzidos nos usos dos turbantes e trançados, e estes estão relacionados a ser mulher negra no Brasil. Oliveira (2012) afirma que essa produção de novos sentidos e resignificações é fundamental para a existência da ancestralidade, pois esta contribui para a produção de sentidos por meio da alteridade. A ancestralidade é "um território sobre o qual se dão as trocas de experiências: sígnicas, materiais, linguísticas etc." (OLIVEIRA, 2009, p. 257). A partir dessas categorias e desses conceitos, buscamos compreender como a moda faz parte de movimentos de resistência às violências de raça e de gênero no Brasil. Diana Crane (2006, p. 198) afirma que em qualquer período existem os padrões hegemônicos de moda e aqueles que tensionam as normas sociais, especialmente quando utilizados por "grupos marginais que buscam aceitação para maneiras de vestir consideradas marginais ou fora dos padrões, especialmente no que tange à sexualidade, segundo as concepções de status ou gênero dominantes".

Neste trabalho, compreendemos moda como cultura material. Segundo Daniel Miller (2013), os artefatos participam da construção de determinados tipos de sujeito. Sendo assim, as roupas e outros acessórios e adereços não refletem a personalidade das pessoas, mas atuam no sentido de constituí-la. Crane (2008) afirma que a moda é um fenômeno social e já houve diversas tentativas de se produzir definições únicas, que compreendessem esse fenômeno como um todo. Contudo, para a autora, não existe um conceito universal de moda que dê conta de sua complexidade, pois cada definição focaliza diferentes aspectos de suas manifestações – moda como processo de disseminação entre consumidores, linguagem, conjunto de normas que influenciam os modos de vestir, entre outros.

A partir dessa autora e da teoria de cultura material, compreendemos moda como um sistema composto por sujeitos e artefatos que pode tanto regular quanto questionar os usos de roupas, acessórios e adornos e as formas de arranjar os cabelos em determinado contexto social e histórico. Assim, a moda participa da construção de corpos e de determinados tipos de sujeito.

Branqueamento, racismo e machismo no Brasil

O imaginário sobre os usos de técnicas de matriz africana para cuidado e adorno dos cabelos no Brasil está ligado a uma série de estereótipos construídos pelo racismo. O uso dos turbantes é ligado, principalmente, às doenças³ e ao serviço doméstico. Já o uso das tranças é relacionado à falta de higiene e/ou à baixa condição social (como opção para mulheres que não têm condições financeiras para pagar por um alisamento ou *megahair*). Durante o período escravagista, os turbantes eram convencionalmente utilizados por mulheres negras como medida de higiene para trabalhar nas casas dos senhores e, mais tarde, no período pós-escravidão, pelas empregadas domésticas (SANTOS, 2017). Conforme Coutinho (2011), tranças rasta (tranças de raiz), *dreadlocks* e *braid locks* (tranças soltas) sofreram um processo de estigmatização no Brasil, sendo vistas como sujas ou "coisa de bandido".

As culturas dos povos africanos trazidos de modo forçado para o Brasil foram sistematicamente invisibilizadas e desqualificadas. E, como vimos, com a questão estética não foi diferente. Sendo assim, Neli Rocha, que é doutoranda em Sociologia, preocupou-se em problematizar teoricamente esses aspectos nas oficinas de turbantes bem como contribuiu com a discussão nas oficinas de tranças quando necessário. Para introduzir o debate sobre a construção dos estereótipos delegados aos cabelos crespos e adornos de matriz africana, Neli falou sobre higienismo e a ideologia de branqueamento construída no Brasil que impôs o alisamento dos cabelos e o clareamento da pele como essenciais para a beleza. De acordo com Gonzalez (1984), a questão do branqueamento é central para o entendimento do racismo e do sexismo no país. Ao problematizar a questão do alisamento dos cabelos crespos, principalmente quando imposto por questões profissionais, afetivas ou de higiene, podemos pensar na permanência das ideias formuladas nas propostas de eugenia pensadas para o Brasil no fim do século XIX.

Segundo Diwan (2007, p. 16), a eugenia emerge da preocupação com os "males do corpo" e a criação de políticas científicas para resolvê-los em prol da construção do Brasil como uma nação republicana. Para a elite econômica, política e intelectual da época, nação era sinônimo de homogeneidade racial e de harmonia política (MISKOLCI, 2012). Isso significava branquitude e civilização inspiradas nas realidades idealizadas dos países europeus e na eliminação de negros e mestiços.

Stepan (2005, p. 149) destaca que a eugenia era, acima de tudo, um "movimento estético biológico, preocupado com a beleza e a feiura, pureza e contaminação, conforme estas se representavam na raça". Ela afirma que as primeiras estratégias para "melhoria" do povo brasileiro estavam ligadas à higiene, aos cuidados com o corpo e com a eliminação dos "venenos raciais".

O branqueamento da população foi proposto em três instâncias: (1) biológica, por meio da miscigenação; (2) moral, pelo cerceamento dos costumes; e (3) estético, com técnicas químicas, mecânicas e cosméticas para alisar os cabelos e clarear a pele. Nesse processo, as técnicas de embelezamento de matriz africana, como tranças e turbantes, foram ganhando conotações negativas (SANTOS, 2017).

Domingues (2002) afirma que o branqueamento implicou na marginalização de formas artísticas, culturais e visões de mundo de matriz africana, assim como do próprio corpo negro. A ideologia de branqueamento, nessas três instâncias (biológica, moral e estética), construiu feminilidades racializadas e estereótipos que ainda hoje atingem as mulheres negras brasileiras. Para compreender como gênero e raça estão interligados nesse contexto, é interessante observar a tela *A redenção de Cam*, de Modesto Brocos. A tela foi pintada em 1895, período anterior ao ápice da eugenia no Brasil (décadas de 1920 e 1930), porém permite perceber como o racismo ligado ao branqueamento já vinha sendo construído.



Figura 2 – *A Redenção de Cam*. Autor: Modesto Brocos Data: 1895 Técnica: óleo sobre tela. Dimensões: 199 cm por 166 cm Localização: Museu nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro. Fonte: <<http://www.mare.art.br/detalhe.asp?idobra=3097>>. Acesso em: 15 nov.

2016.

No quadro são apresentadas quatro pessoas: uma senhora negra com a pele bastante escura, uma mulher negra com a pele mais clara, um homem branco e um bebê. A mulher negra tem suas mãos estendidas para o céu como em agradecimento. Ao fazer uma leitura do quadro de Brocos, Tatiana Lotierzo e Lilia Schwarcz (2013) afirmam que a articulação com marcadores de gênero e sexualidade é tão fundamental quanto com marcadores de raça na análise da composição da obra. Voltando-se para pinturas do século XIX, como as dos pintores franceses Delacroix e Manet, as autoras afirmam que a representação de mulheres negras é sempre relacionada a aspectos negativos, como o oposto da virtude, além de constituir o avesso do corpo desejado pelo homem branco europeu (LOTIERZO; SCHWARCZ, 2013). As autoras chamam a atenção para aspectos da caracterização das figuras femininas de *A redenção de Cam* que revelam prescrições de gênero e um processo de *ocidentalização*. O contorno dos quadris da filha é coberto pelo bebê e pelo xale. Ambas as mulheres usam roupas à moda ocidental, evitando trajes que remetessem à identidade étnica de matriz africana. A cor azul do xale da filha faz alusão ao manto em imagens da Virgem Maria mais canônicas. Também os cabelos de ambas estão presos para evitar associações com a "barbárie, a selvageria ou a falta de regras" que povoavam o imaginário dos europeus sobre mulheres negras no Brasil (LOTIERZO; SCHWARCZ, 2013, p. 17).

[167]

Aqui cabe discorrer sobre alguns relatos que ocorreram durante a realização das oficinas no Afro Chic. Várias das mulheres participantes falaram sobre a cobrança de parentes, parceiros e/ou amigos para que estivessem sempre *muito bem-arrumadas*. Segundo elas, isso queria dizer estar com os cabelos lisos ou presos. Outras relataram, ainda, que quando estavam com os cabelos soltos e com volume, muitas vezes foram chamadas de *selvagens*, com uma conotação sexual, principalmente por homens brancos e/ou estrangeiros, e que esse volume intrínseco dos cabelos crespos era desejado somente como fetiche, mas não como sinal de beleza fora do ambiente privado.

Lotierzo e Schwarcz (2013) chamam a atenção ainda para uma ideia de ajustamento das mulheres representadas na obra de Brocos à moral cristã e a um ideal de reprodução branqueadora. Segundo Miskolci (2012, p. 54), a reprodução sob o controle masculino era um dos pilares do ideal branqueador, "pois o homem e apenas ele era visto como o verdadeiro portador da branquidade e do progresso". O homem branco, no quadro, é a resposta às preces da mulher negra mais velha e razão de sua gratidão por ter-lhe dado um neto branco. A mulher mestiça, já embranquecida, é colocada em uma posição passiva, dependente do homem branco para *resolver seus problemas*. A pintura reafirma, ainda, a posição histórica relegada às mulheres ligadas à reprodução. A presença de descendentes branqueados sugere também outras duas coisas: a primeira é que apenas relações heterossexuais são desejáveis e redentoras; a segunda é que o problema da cor, da raça, pertencia às mulhe-

res e foi resolvido pelos homens.

Miskolci afirma que é possível caracterizar o desejo da nação desse período como um projeto político-branqueador que se assenta no domínio do "desejo heterossexual masculino". Nesse contexto, diz o autor, o desejo considerado "desejável" foi "hierarquizado alçando ao topo o masculino, branco e heterossexual. Os desejos outros tendiam a ser vistos como anormalidades, muitas vezes compreendidas como herdadas das mães" (MISKOLCI, 2012, p. 54).

Porém, a ideologia do branqueamento e suas imposições sobre os corpos não foram aceitas de maneira passiva por toda a população negra. Durante todo o século XX, foi possível ver a organização de resistências a esse pensamento e aos estereótipos criados por ele. Aqui, optamos por focar nas resistências que vêm acontecendo principalmente nos últimos dez anos e que utilizam a moda como estratégia para discutir relações raciais e construir versões de identidades afro-brasileiras, em especial as relacionadas ao gênero, não ditadas por valores eurocentrados.

Moda como resistência: Afrofuturismo e estética afrodiaspórica

A moda vem sendo utilizada como estratégia de resistência pelos movimentos negros em diversos países da diáspora africana. A forma de arranjar os cabelos, as referências às culturas africanas ancestrais, as cores e formas das roupas foram, e ainda são, utilizadas para chamar a atenção quanto às desigualdades de raça e de gênero e positivar a cultura de matriz africana. O cabelo no estilo *black power* e o pente de madeira foram tão importantes para o movimento negro dos anos 1960 que acabaram sendo seus símbolos de identificação. Os *dreadlocks*, adotados pela religião rastafári, também foram ressignificados como símbolo de resistência da cultura negra. Hoje, com o incentivo da transição capilar, é possível ver uma maior quantidade de pessoas negras utilizando seus cabelos sem química e adornados com tranças e turbantes.

A Geração Tombamento tem nos cabelos um dos principais marcadores de identidade. A transição capilar, o uso de tranças, turbantes e artefatos que remetam à ancestralidade africana são muito presentes e incentivados nesse movimento. *Tombamento*, *tombou*, *tombei* são termos amplamente utilizados pelas comunidades gays brasileiras como sinal de aprovação para uma performance, artefato ou estética. São empregados também no sentido de maravilhoso, algo surpreendente e que quebra padrões. A escolha do nome para esse movimento sinaliza também uma preocupação interseccional⁴, abordagem que tem sido reclamada há muito tempo por participantes dos movimentos feministas negros.

Mattos relaciona a esse fenômeno a noção de "estética afrodiaspórica", que, segundo a autora,

é o movimento em que homens, mulheres, homossexuais, transexuais, gays e também as crianças negras adotam variações para os seus corpos e cabelos criando e recriando penteados de matriz africana, usando e abusando do tamanho dos fios, formas e cores, assumindo sua corporeidade nesse contexto de mudanças sociais, lutas históricas e hibridismo estético. (MATOS, 2015, p. 38)

Manifestações como os *Fashion Rebels* na África do Sul, o Afropunk nos Estados Unidos e a Geração Tombamento no Brasil têm utilizado a moda para mediar a discussão das relações raciais (SANTOS, 2017). Esses movimentos apontam para a desconstrução de estereótipos de raça e de gênero por meio da construção de referências estéticas negras positivadas. A moda é, então, composta pela mistura entre referências de culturas africanas consideradas tradicionais, tendências contemporâneas e elementos do imaginário futurista da ficção científica, apontando para uma referência comum: o afrofuturismo.

A estética futurista com inspiração africana foi definida pela primeira vez no ensaio *Black to the future*, de Mark Dery, escritor estadunidense e pesquisador de cibercultura. Dery (1995, p. 180) define Afrofuturismo como “ficção que trata sobre temas afro-americanos e questões afro-americanas sobre a tecnocultura do século XX”⁵.

[169]

O Afrofuturismo nasceu em paralelo à efervescência da cultura beatnik nos Estados Unidos. A linguagem do movimento é construída pela junção do imaginário sobre artefatos tecnológicos futuristas e artefatos tradicionais de matriz africana, criando um estilo de ficção científica que trata dos problemas relacionados a questões de raça, classe e gênero no século XX e que também fala da ancestralidade africana. Em seu ensaio, Dery traz para a discussão alguns apontamentos sobre problemas de gênero e de raça na ficção científica e nas ideias acerca da tecnologia. Ele relaciona a figura do robô aos movimentos quebrados do hip hop como uma das expressões propostas pelo Afrofuturismo para reinventar a ideia de futuro e de corpo tecnológico. Nos movimentos mecânicos e nas batidas que imitam aparelhos eletrônicos do *beat box*, a gestualidade de homens e mulheres negras produz noções de tecnologia que antes eram tidas como opostas aos seus corpos.

A coexistência das ideias de ancestralidade e futuro da ficção científica pode ser percebida no trabalho do cantor estadunidense Sun Rá (1914–1993), principalmente na sua produção dos anos 1970 e 1980. Suas músicas, performances e roupas remetiam ao Egito Antigo e, ao mesmo tempo, a alienígenas, robôs e máquinas da ficção científica. Colares femininos, turbantes, chapéus ou perucas coloridas de materiais alternativos, como lacres de latas de refrigerante, faziam parte da composição de sua imagem em contraste ao estereótipo de homem negro hipersexual e hiper másculo.



Figura 3 – Sun Rá com peruca cor-de-rosa. Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=Y-DH4cDUVLo>>. Acesso em: 10 out. 2016.

[170]



Figura 4 – Sun Rá com adorno feito de lacos de latas de alumínio. Fonte: <<http://thekey.xpn.org/2015/05/20/sun-ra/>>. Acesso em: 10 out. 2016.

Durante a oficina de tranças do Il Afro Chic, uma das perguntas mais recorrentes à ministrante foi se Débora dispunha de material colorido ou *ombrê*⁶ (Figura 5) para fazer as tranças em seu salão. O interesse nesse material era motivado principalmente por referências vistas nas redes sociais, como as fotos da blogueira brasileira de moda Magá Moura e da *rapper* curitibana Karol Conka, ambas representantes da Geração Tombamento. O estilo de tranças mais procurado pelas participantes era o *box braids*, tranças soltas feitas individualmente que formam pequenas figuras quadradas no couro cabeludo.



[171]

Figura 5 – A blogueira Magá Moura usando tranças no estilo *box braids* coloridas e com *ombré hair*.
Fonte: <<https://www.facebook.com/mouramaga/photos/a.527733044039978.1073741829.516897601790189/757700597709887/?type=3&theater>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

Observando as participantes do evento, foi possível notar o uso de tranças prateadas, douradas, cor-de-rosa e azuis feitas não somente de cabelo natural ou sintético, mas também de materiais alternativos, como lã, linha e fitas de cetim. Os batons escolhidos não eram de cores convencionais, mas sim verdes, amarelos ou pretos. As estampas e texturas das roupas e dos turbantes não eram apenas as que lembravam padrões étnicos, mas também de cores metálicas e fluorescentes. A partir da observação e da análise dessa busca por materiais e cores não convencionais para se vestir, maquiar e trançar os cabelos, foi possível estabelecer uma relação entre a estética proposta pela Geração Tombamento e pelo movimento Afrofuturista. Esta pôde ser percebida principalmente no que diz respeito à quebra de padrões relacionados à visão binária de gênero e de estereótipos/padrões de beleza construídos para pessoas negras. No Afro Chic, havia homens homossexuais

e bissexuais utilizando maquiagem, saias e cabelos crespos coloridos, assim como mulheres heterossexuais e lésbicas utilizando cabelos curtos, coloridos ou completamente raspados.

Desse modo, podemos perceber pontos de contato entre o Afrofuturismo e a construção da Geração Tombamento, entre eles: (1) pensar a estética como estratégia para questionar uma sociedade machista e racista; (2) buscar no entendimento do passado, das relações sociais historicamente construídas na diáspora africana, uma forma de entender e resistir aos problemas do racismo na atualidade; (3) valorizar e ressignificar as técnicas e tecnologias de matriz africana, principalmente as de cuidados com o corpo, como tranças e turbantes.

Não é moda, é DNA

Como foi visto, Crane (2006) afirma que em qualquer período existem os padrões hegemônicos de moda e tensões sociais relacionados a eles. Nesse sentido, considerando as interseccionalidades entre gênero e raça, é possível pensar a transição capilar e o uso de artefatos de moda de matriz africana como uma afirmação da estética negra mediante a proposta de outros tipos de feminilidades que não a branca, europeia e de classe média.

É interessante, entretanto, compreender a relação das mulheres que organizaram as oficinas do Afro Chic, bem como das que delas participaram, com o próprio termo *moda*. Foi possível perceber que houve a tentativa de se fazer entender moda como estratégia de resistência e empoderamento, como parte da materialidade dos corpos que pode ser utilizada para positivar influências afro-brasileiras nas normas estéticas.

Porém, a palavra moda não foi utilizada sem conflitos e disputas, pois é entendida por grande parte das mulheres que frequentaram o Afro Chic apenas como uma tendência comercial eurocentrada que se apropria de elementos da cultura afro-brasileira, quando lhe é conveniente, para incentivar o consumo. Nas redes sociais, é possível ver diversas fotografias de mulheres negras com os cabelos naturais e/ou turbantes acompanhadas da frase: "Não é moda, é meu DNA".



Figura 6 – “Não é moda, é meu DNA”. Imagem utilizada por uma linha de cosméticos criada para cabelos crespos e cacheados. Fonte: <<http://todecacho.com.br/>> (2016). Acesso em: 5 ago. 2016.

A rejeição a esse termo se dá principalmente pelo uso de referências da cultura negra e africana de maneira questionável por grifes famosas. Um exemplo desse uso pode ser caracterizado no caso da marca Farm que, em 2014, postou no seu Instagram a foto de uma modelo branca representando lemanjá. A referência cultural era interessante para a marca, mas uma modelo negra não. O descontentamento das participantes com o universo da moda acontece em especial pela dimensão de exclusão dos corpos negros como belos e da consequente pouca representatividade. Podemos, então, pensar nessa rejeição a partir do contexto da moda enquanto fenômeno do sistema capitalista que provoca desigualdades de classe, gênero e raça que atingem essas mulheres.

Como vimos, raça e gênero estão imbricados na construção de desigualdades no Brasil. Nesse cenário, mulheres negras estão na base da pirâmide social. Segundo o *Retrato das desigualdades de gênero e de raça* do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2011), a população negra no Brasil recebia, em 2009, apenas 55% da renda recebida pela população branca. Segundo esse relatório, que traz dados para o período de 1995 a 2014, em 1995, os homens negros tinham rendimentos superiores aos das mulheres brancas. Porém, ao longo do tempo, passaram a receber ligeiramente menos, o que se pronunciou mais gravemente a partir de 1999. Os dados do retrato apontam que em 2009, a renda de mulheres brancas correspondia a 55% da renda média dos homens brancos, já a renda dos homens negros correspondia a 53% da dos homens brancos. Contudo, as mulheres negras permaneceram isoladas na base da hierarquia social, sendo sua renda média equivalente a 18% da renda de homens brancos em 1995, e 30,5% em 2009.

[173]

Svendsen (2010) destaca que a origem da moda está ligada à emergência do capitalismo mercantil a partir do século XIV. Para o autor, durante séculos, a mudança consciente de estilos foi acessível apenas para os ricos. Nesse contexto, a burguesia emergente utilizava a estilização do corpo para indicar status social.

Assim, a moda foi sendo construída como um sistema excludente e de diferenciação de classes ao longo da história. A população negra é historicamente marginalizada e constituída como maioria nas classes mais baixas no Brasil e foi sistematicamente excluída como produtora e consumidora de moda. Porém, a moda ganhou também novos contornos, fazendo parte de movimentos político-culturais como estratégia de luta desconstrução de estereótipos, conforme está sendo discutido neste artigo.

Afro Chic e Geração Tombamento: moda de vários modos

Organizado por pessoas negras e tendo mulheres como protagonistas, o Afro Chic é um evento voltado ao empoderamento de mulheres negras pela estética e pelo empreendedorismo, principalmente o ligado ao ramo da moda e da beleza. A moda é trabalhada de várias maneiras no evento, seja nas oficinas de tranças e turbantes, seja na feira de produtos feitos por mulheres negras.

Segundo Débora Pereira, a principal motivação do evento é o empreendedorismo feminino negro e, por isso, a existência de uma feira com mulheres negras como protagonistas.

[...] o Afro Chic, o foco principal, é do empreendedorismo feminino, da mulher negra. Porque a mulher negra tá na base da pirâmide então ela é a que sofre mais com as incidências de uma estética eurocêntrica, de um mundo machista, racista, então quando ela é tolhida de tudo isso, ela sempre tá por baixo de tudo. Então precisa-se pensar em algo que tenha de fortalecer ela. O empreendedorismo dela, aquilo que ela produz, aquilo que ela tem de conhecimento para passar para as outras. O que vira também um comércio, que lá ela também comercializa o material dela, ela fala da história... e mais importante que isso, o turbante não é só um acessório, a trança não é só um acessório. (PEREIRA, 2016 apud SANTOS, 2017, p. 112)

Neli Rocha destaca, também, a importância do empreendedorismo para mulheres negras, principalmente no que diz respeito à independência financeira em relação aos parceiros afetivos. Essa preocupação é confirmada se observarmos os estudos do Ipea (2011) que afirmam que ainda são percebidas situações de maior vulnerabilidade nos domicílios chefiados por mulheres, em especial os por mulheres negras, quando comparados aos domicílios chefiados por homens. Os dados de rendimento, por exemplo, mostram que a renda domiciliar per capita média de uma família chefiada por um homem branco é de R\$ 997, ao passo que a renda média de uma família chefiada por uma mulher negra é de apenas R\$ 491. Do mesmo modo, enquanto 69% das famílias chefiadas por mulheres negras ganham até um salário mínimo, esse percentual cai para 41% quando se trata de famílias chefiadas por homens brancos (IPEA, 2011).

Ana Lúcia Valente (apud LEITÃO, 2013) afirma que o empreendedorismo não é recente na realidade da população negra do Brasil. Ainda que não fosse esse o termo utilizado, e considerando as especificidades do contexto histórico, a antropóloga afirma que os negros recém-libertos tornaram-se uma espécie de empreendedores como forma de lutar pela inserção social. Nesse contexto, as mulheres negras tinham um papel importante, pois, na falta de alternativas para sustentar suas famílias, as ex-escravizadas ofereciam serviços de culinária, costura e lavagem de roupas.

A questão do empreendedorismo no Afro Chic faz parte de um contexto mais amplo que vem acontecendo no Brasil principalmente na última década. Negros e negras têm se mobilizado para criar associações e eventos queensem em produtos e serviços específicos para pessoas negras e que possibilitem a inserção de profissionais negros no mercado de trabalho. Como exemplo dessa mobilização, temos a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (Anceabra), a Etnus Consultoria em Afroconsumo, a Associação Nacional da Moda Afro-Brasileira (Anamab) e a Feira Preta.

São diversas as definições de empreendedorismo. Aqui, utilizamos a definição trabalhada por Débora e Neli no Afro Chic e discutida durante as entrevistas. Desse modo, o empreendedorismo feminino negro no Afro Chic é definido como a criação de uma rede de relações que possibilite às mulheres negras vender seus produtos e serviços e ter a oportunidade de obter formação para que sua produção tenha significado cultural. Esse empreendedorismo tem como foco o empoderamento e a melhoria da condição financeira de mulheres negras. O viés de empreendedorismo escolhido é o da moda afro-brasileira e da estética negra. Por isso, no evento, havia mulheres vendendo produtos, como brincos, tecidos para turbantes, roupas com modelos e/ou estampas étnicas, além de maquiagem e produtos específicos para a pele negra e cabelos crespos.

Segundo Schumpeter (1982, apud OLIVEIRA, 2004, p. 3), o empreendedorismo funciona como o motor da dinâmica capitalista, pois cabe a esse fenômeno as inovações necessárias "para a manutenção do espírito competitivo, característica do sistema capitalista". Para Débora Pereira, apesar de fazer parte da lógica capitalista que produz desigualdades, o empreendedorismo, principalmente no que diz respeito à moda, é uma maneira de amenizar as desigualdades sociais entre as mulheres negras.

É uma estratégia porque nós precisamos do capital, vivemos numa sociedade capitalista onde o dinheiro manda, não tem o que fazer. Mas o foco é, por exemplo, o que eu sempre digo pras mulheres que fazem os materiais: foquem num material étnico. (PEREIRA, 2016 apud SANTOS, 2017)

[175]

Um resultado importante da feira do Afro Chic foi a visibilidade dada às profissionais que ali estavam expondo ou coordenando as oficinas. Débora acredita que o diferencial do evento está na representatividade, que dá segurança, principalmente para mulheres negras, na hora de consumir ou utilizar determinados serviços.

Para as interlocutoras, o empreendedorismo faz parte do processo de empoderamento das participantes do Afro Chic por dois motivos: 1) possibilita a melhoria da condição financeira e a independência da mulher mãe de família; e 2) disponibiliza produtos e serviços de moda e beleza pensados para as especificidades dos corpos negros, auxiliando na autoestima das mulheres negras. A busca pela independência financeira e pela melhoria da autoestima faz parte das histórias de vida de Débora e Neli. Principalmente da história de Débora, que saiu de uma situação de miséria e fome por meio de sua profissão como trançadeira.

No contexto do empreendedorismo, Débora e Neli ressaltam a importância das relações que foram formadas após as duas edições do evento, destacando mulheres que estavam desempregadas e, após o encontro, passaram a produzir brincos, turbantes e outros acessórios de inspiração africana. Destacam também festas e bailes organizados após o Afro Chic como maneira de

construir espaços de sociabilidade para a população negra de Curitiba. Segundo Débora, o Afro Chic foi importante para dar visibilidade para um público que consome cultura de matriz africana na cidade.



Figura 7 – Brincos vendidos no evento pela marca Preta Fina. Fonte: Santos, 2015.

[176]

A questão da produção de produtos étnicos ganha destaque nas falas de Débora e Neli, que ressaltam que essa *produção consciente* faz parte da construção da ideia de ancestralidade e dos corpos tanto das mulheres que produzem quanto das que irão consumir. De algum modo, o *afroempreendedorismo* funciona também como resistência ao sistema capitalista. Para Neli, produzir e/ou utilizar artefatos de matriz africana não se separa de uma resistência política e auxilia na decolonização dos corpos.

Outro viés de moda trabalhado no evento é o de formas de constituir-se por meio dos artefatos. Utilizar os cabelos sem química, com volume ou com adornos de matriz africana significa resistir e propor uma nova estética possível para mulheres negras, ressignificar de maneira positiva elementos que foram ignorados ou estigmatizados na história do Brasil. *Desbranquear* os corpos de mulheres negras com a assunção da textura natural de seus cabelos e o uso de artefatos de moda de matriz africana pode ser visto como a construção de uma estética *amefricana*, mais condizente com a realidade das mulheres negras brasileiras.

A noção de amefricanidade é apresentada por Gonzalez como uma forma própria para pensar a história das populações afro-ameríndias, usando categorias forjadas a partir da cultura negra com vistas à decolonização do conhecimento na chamada América Latina (CARDOSO, 2014). A amefricanidade, para Gonzalez, possibilita "resgatar uma unidade específica, historicamente forjada no interior de diferentes sociedades que se formam numa determinada parte do mundo" (GONZALEZ, 1988, p. 77). Amefricanos designaria, então, toda a

descendência de africanos e indígenas, e não só os nativo-americanos e africanos trazidos em navios negreiros para esse continente. O conceito propõe pensar as relações hierarquizadas de gênero, raça e classe social a partir das experiências das mulheres negras e indígenas da América Latina e do Caribe.

Nesse sentido, a importância da construção de referências estéticas positivas relacionadas à aparência das mulheres negras ganhou destaque nas oficinas do Afro Chic. A frase *representatividade importa* esteve muito presente, principalmente no que diz respeito à construção da autoestima de mulheres negras desde a infância. Podemos ver a busca por representatividade de uma estética mais condizente com as características dos corpos negros como um desejo por uma vivência da amefricanidade proposta por Gonzalez, por pensar em propor aparências a partir de uma referência de imagem e cuidados com o corpo a partir de uma matriz afro-brasileira e não eurocêntrica.

Reconhecer-se em artistas e pessoas influentes faz parte do processo de empoderamento de pessoas negras. As representantes mais conhecidas da Geração Tombamento na música brasileira, Karol Conka e Liniker, foram as mais citadas nas oficinas de tranças e turbantes. A cantora e compositora Liniker afirma ter gênero fluido, ou seja, ela não se identifica com a classificação binária homem ou mulher, masculino ou feminino. Em entrevista⁷ ao jornal *O Estado de São Paulo*, Liniker declara que usa roupas consideradas femininas bem como tranças, turbantes e maquiagem como complemento de sua música (Figura 8). Liniker afirma ainda que sua estética é usada como forma de resistência aos padrões impostos relacionados a gênero e raça. E lembra que não é pioneira nessa resistência, pois sua mãe, suas avós e tias e outras mulheres negras já contestavam os padrões impostos por meio dos cabelos.

[177]



Figura 8 – Cantora Liniker. Fonte: <<http://www.ceert.org.br/noticias/historia-cultura-arte/11470/vivemos-tempos-conservadores-e-se-assumir-e-um-tipo-de-luta>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

Já as músicas da *rapper* Karol Conka falam sobre feminismo negro, problemas enfrentados por mulheres negras da periferia e da liberdade de usar

roupas, acessórios e cabelos em cores e estilos diferentes como parte da realidade de mulheres empoderadas. Podemos ver essas questões construindo seu próprio corpo no uso dos cabelos coloridos e curtos, de tranças *box braids* (Figura 9) e do cabelo crespo natural.



Figura 9 – Karol Conka com tranças cor-de-rosa. Fonte: <<http://g1.globo.com/bahia/musica/noticia/2016/04/rapper-karol-conka-se-apresenta-no-pelourinho-em-salvador.html> (2016)>. Acesso em: 4 jul. 2016.

[178]

Assim, vemos que as artistas citadas pelas próprias participantes das oficinas trazem, em suas estéticas, questionamentos aos binarismos, aos estereótipos e às violências de raça e de gênero. O uso de turbantes e tranças e cabelos crespos e coloridos por pessoas negras propõe não somente a quebra de padrões binários de gênero, mas também de outras oposições, tais como cabelo *bom versus* cabelo *ruim*, europeu *chique versus* africano *brega*, cabelo feminino longo e esvoaçante versus cabelo masculino, curto e crespo.

Apesar de as participantes das oficinas não declararem "Somos Geração Tombamento" (pois também não lhes foi questionado), além da moda, termos típicos desse movimento, como *lacrar*, *tombar* e *que tiro*, estiveram presentes o tempo todo nas oficinas tanto por parte das participantes quanto das ministrantes. As articulações entre a Geração Tombamento e o Afrofuturismo têm sido discutidas por blogueiras e ativistas negras nas mídias digitais⁸. A estética afrofuturista propõe uma visão oposta à ideia hegemônica do continente africano atrasado tecnológica e culturalmente em relação ao continente europeu. Do mesmo modo, a transição capilar e o uso de artefatos de técnicas de matriz africana nos cabelos propõem um olhar oposto à visão historicamente construída de cabelos crespos, tranças e turbantes como coisas contrárias à modernidade, feios, sujos ou indesejáveis. Os arranjos de tranças e as amarrações de turbantes durante o processo de transição capilar e empoderamento da mulher negra remetem à ancestralidade africana combinada às tendências de moda.

Durante o evento, foi possível observar diversas mulheres negras com os cabelos curtos e coloridos, ou mesmo com os cabelos completamente raspados. Essa escolha constrói uma feminilidade que questiona o padrão da mulher de cabelos longos e lisos e lembra também propostas de artistas afro-futuristas, como a cantora e modelo Grace Jones, por exemplo, que em toda sua carreira tem feito uso de cabelos curtos e de outros artefatos de moda como forma de questionar padrões impostos sobre os corpos.

No decorrer das oficinas, foi possível ouvir relatos de mulheres que antes negavam seus traços e investiam em uma estética que as deixasse mais próximas do padrão eurocêntrico. A partir dos usos de tranças e turbantes, elas entraram em contato com artefatos e referenciais de beleza que antes eram estranhos ou mesmo indesejados. Esses artefatos e técnicas participaram da construção de suas identidades não somente como mulheres, e não somente como pessoas negras, mas como mulheres negras. Aqui, as amarrações e os trançados já não marcam uma hierarquia social ou religiosa, como para alguns povos africanos, mas são utilizados como estratégia de reconstrução da memória de uma cultura marginalizada e de construção de si mesma.

Considerações finais

Ao longo deste artigo, procuramos não ignorar as características intrínsecas da moda como um sistema amplo que inclui exploração e desigualdade. Contudo, priorizamos as possibilidades que ela abre para a construção de resistências por grupos marginalizados, com destaque para as mulheres negras participantes do Afro Chic. Espaços para a construção coletiva de debates e práticas de empoderamento associadas à ressignificação da beleza por mulheres negras, tais como os promovidos pelo Afro Chic, auxiliam na compreensão da relação das mulheres negras com a moda e com as imposições estéticas que historicamente operam sobre seus corpos. O conceito de amefricanidade de Gonzalez (1998) mostrou-se interessante para pensar sobre como artefatos de moda podem participar do *desbranqueamento* dos corpos de mulheres negras. A construção de uma estética negra positivada ocorre em articulação com estratégias de combate ao racismo que dialogam com a realidade vivida no contexto brasileiro.

Procuramos compreender como o gênero e a raça, enquanto construções sociais, constituem corpos que são classificados dentro de padrões de beleza eurocêntricos, mas que, dependendo das estratégias dos sujeitos, também podem atuar construindo resistências a esses padrões.

Buscamos compreender como artefatos de moda de matriz africana, como tranças e turbantes, atuam sobre os corpos desconstruindo estereótipos e construindo noções positivadas de raça e outras possibilidades de feminilidade. Observar a relação de mulheres negras com seus cabelos e compreender a relação com os artefatos que atuam sobre seus corpos permitiu também compreender as imposições a esses corpos, dadas apenas como padrões estéticos, mas que também fazem parte da manutenção de um sistema de estratificação de classes e da subalternização de mulheres negras na história do século XX e início do XXI no Brasil. As análises de Lélia Gonzalez, em 1984, sobre racismo

e sexismo no Brasil mostraram-se muito atuais, assim como sua proposta de pensar uma categoria específica para falar sobre mulheres latino-americanas (GONZALEZ, 1988). *Desbranquear* os corpos de mulheres negras com o uso de seus cabelos de forma natural e artefatos de moda de matriz africana pode ser visto como estratégia para pensar em uma estética amefricana.

Recebido em: 13-10-2017

Aprovado em: 15-12-2017

NOTAS

¹ Processo de parar com as intervenções químicas de modificação da textura dos cabelos para usá-los com sua textura natural, principalmente os crespos e cacheados.

² O texto *Racismo e sexismo na cultura brasileira*, de Lélia Gonzalez, auxilia na compreensão das imbricações entre raça e gênero na construção da sociedade brasileira. A autora problematiza o racismo e o sexismo presentes na sociedade e na cultura brasileiras a partir da perspectiva da mulher negra, trazendo as noções de mulata, doméstica e mãe preta, estereótipos que ainda hoje constroem visões de feminilidades.

³ No caso de doenças nas quais se perde o cabelo em decorrência da própria enfermidade ou do tratamento, como o câncer, por exemplo.

⁴ A categoria interseccionalidade, segundo Adriana Piscitelli (2008), tem como proposta oferecer suporte analítico para apreender as interações entre múltiplas diferenças e desigualdades em contextos específicos, buscando entender as disputas de poder nas articulações entre gênero, raça, classe social, etnia e nacionalidade.

⁵ Traduções das autoras.

⁶ *Ombre hair* diz respeito à técnica ou estilo que clareia as pontas dos cabelos fazendo um degradê de cores.

⁷ Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/moda-beleza,eu-posso-ser-uma-mulher-de-barba-que-usa-batom,10000056719>>. Acesso em: 29 set. 2016.

⁸ Textos sobre a Geração Tombamento podem ser encontrados em:

<<https://www.geledes.org.br/tag/geracao-tombamento/>>;

<<https://revistatrip.uol.com.br/tpm/stephanie-ribeiro-escreve-sobre-geracao-tombamento-e-afrofuturismo/>>; e

<<http://www.almapreta.com/editorias/realidade/o-que-e-geracao-tombamento>>.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. *História oral: a experiência do CPDOC*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1990.

CALENTI, C.; WOMACK, Y.; ESHUN, K.; CLARK, A.; FREITAS, Kênia Cardoso Vilaça de (Orgs.). *Afrofuturismo: cinema e música em uma diáspora intergaláctica*. Disponível em: <http://www.mostraafrofuturismo.com.br/Afrofuturismo_catalogo.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2016.

CARDOSO, Claudia Pons. Amefricanizando o feminismo: o pensamento de Lélia Gonzalez. In: *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 22, n. 3, setembro-dezembro/2014, pp. 965-986.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. In: *Estudos Avançados*, v.17, n. 49, 2003, pp. 117-133.

COUTINHO, Cassi L. Reis. A estética e o mercado produtor-consumidor de Beleza e Cultura. In: *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História*. ANPUH. São Paulo, 2011.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade nas roupas*. São Paulo: Senac, 2006. 532 p.

_____. Reflexões sobre a moda: o vestuário como fenômeno social. In: BUENO, Maria Lúcia (Org.). *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: Editora Senac, 2008, pp. 157-178.

DAVIS, Angela. *Mulheres, raça e classe*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.

DERY, Mark. Black to the Future. In: Dery, Mark. *Flame Wars: The Discourse of Cyberculture*. Duke University Press, 1994.

DIWAN, Pietra. *Raça pura: uma história da eugenia no Brasil e no mundo*. São Paulo: Contexto, 2007.

DOMINGUES, Petrônio José. **Negros de almas brancas? A ideologia do branqueamento no interior da comunidade negra em São Paulo, 1915–1930.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v24n3/a06v24n3>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. In: *Revista Ciências Sociais Hoje*, Anpocs, 1984, pp. 223–244.

_____. A categoria político-cultural de amefricanidade. In: *Tempo Brasileiro*. Rio de Janeiro, n. 92/93 (jan./jun.), 1988b, pp. 69–82.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

hooks, bell. **Alisando nosso cabelo.** Disponível em: <<http://www.criola.org.br/mais/bell%20hooks%20-%20Alisando%20nosso%20cabelo.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2015.

LEITÃO, Thais. **Empreendedorismo ajuda mulher negra a conquistar respeito social e no mercado de trabalho, diz estilista.** Disponível em: <<http://www.abc.com.br/noticias/brasil/2013/03/empreendedorismo-ajuda-mulher-negra-a-conquistar-respeito-social-e-no>>. Acesso em: 13 out. 2016.

LOTIERZO, T.; SCHWARCZ, L. K. M. Raça, gênero e projeto branqueador: A

redenção de Cam, de Modesto Brocos. In: *Artelogie*, n. 5, outubro/2013. Disponível em: <<http://cral.in2p3.fr/artelogie/spip.php?article254>>. Acesso em: 8 out. 2016.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** Petrópolis: Vozes, 2007.

MATTOS, Ivanilde Guedes. Estética afrodiáspórica e o empoderamento crespo. In: **Pontos de Interrogação.** Alagoínhas, Bahia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus II, v. 5, n. 2, pp. 37–53, jul./dez. 2015,

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material.** Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2013.

MISKOLCI, Richard. **O desejo da nação: masculinidade e branquitude no Brasil de fins do XIX.** São Paulo: Annablume, 2012.

OLIVEIRA, Eduardo David. Epistemologia da ancestralidade. In: *Entrelugares: Revista de Sociopoética e Abordagens Afins*, v. 1, pp. 1–10, 2009.

_____. Filosofia da ancestralidade como filosofia africana: Educação e Cultura Afro-brasileira. *Revista Sul-Americana de Filosofia e Educação*, v. 18, pp. 28–47, 2012.

OLIVEIRA, J. S.; PEREIRA, J. A.; SOUZA, M. C. D. Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008. *Contextus (Fortaleza)*, v. 22, pp. 1–24, 2013.

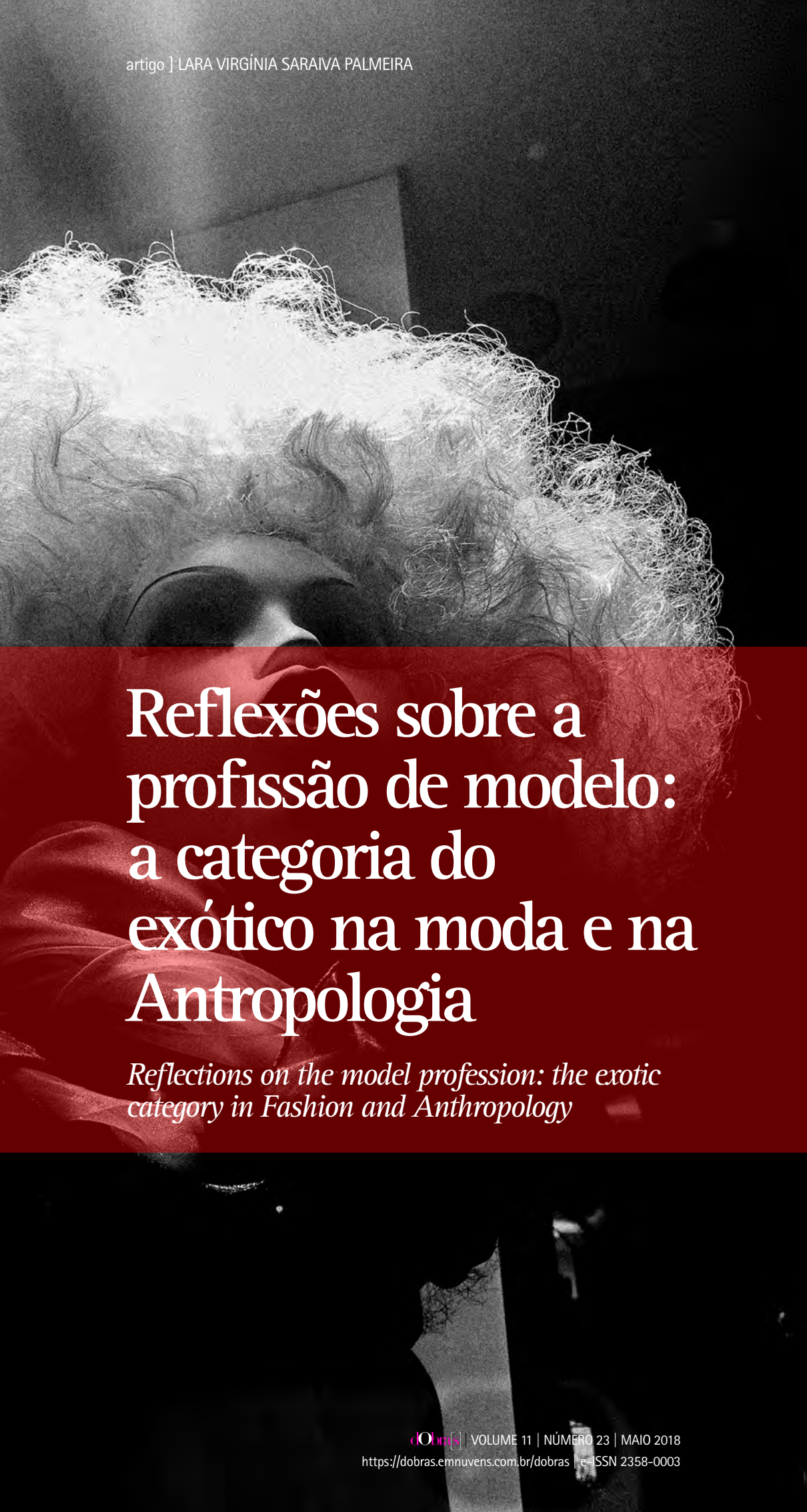
PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. In: *Sociedade e cultura*, v. 11, n. 2, pp. 263–274, jul./dez. 2008.

SAFRAN, Willian. Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return. In: *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, v. 1, n. 1, Spring. University of Toronto Press, 1991, pp. 83–99. Disponível em: <<http://europeofdiasporas.eu/sites/default/files/posts/files/3.%20Safran%20Diasporas%20in%20Modern%20Society.pdf>>. Acesso em: 9 out. 2016.

SANTOS, Ana Paula Medeiros Teixeira. **Tranças, turbantes e empoderamento de mulheres negras: artefatos de moda como tecnologias de gênero e raça no evento Afro Chic.** Curitiba, 2017. 147 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

SANTOS, Marinês Ribeiro. Gênero e cultura material: considerações sobre a dimensão política dos artefatos cotidianos. In: *Revista Estudos Feministas*, no prelo, 2015.

STEPAN, Nancy Leys. **A hora da eugenia: raça, gênero e nação na América Latina.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2014.



Reflexões sobre a profissão de modelo: a categoria do exótico na moda e na Antropologia

*Reflections on the model profession: the exotic
category in Fashion and Anthropology*

[LARA VIRGÍNIA SARAIVA PALMEIRA]

Doutoranda em Antropologia Social pelo Museu Nacional – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

E-mail: larasaraiva85@gmail.com

[**resumo**] Este artigo tem por objetivo analisar como a categoria do *exótico* é abordada no campo da moda e nos escritos antropológicos. Inicialmente, procurou-se tratar de questões relativas à profissão de modelo, a construção histórico-social da supervalorização e da padronização corporal e, posteriormente, analisar como o exótico apareceu nesse contexto. A questão racial surgiu atrelada ao termo em evidência nos exemplos dos jovens modelos africanos presentes no campo. Assim, tal conceito nos auxilia a refletir sobre importantes relações de poder existentes nesse universo inscritas por meio da linguagem. Os dados baseiam-se em uma pesquisa etnográfica realizada durante 2012 e 2013 em uma agência de modelos na cidade de Fortaleza (CE).

[183]

[palavras-chave]

moda; modelo; exótico.

[**abstract**] This article tries to discuss how the category of "exotic" is approached in the field of fashion and anthropological writings. Initially, it was tried to approach questions related to the profession of model, the socio-historical construction of the overvaluation and corporal standardization and, later, to analyze how the exotic appeared in this context. The racial question comes from tied to the term in evidence through the examples of the younger's African models present in the field. Thus, this concept helps us to reflect on important relations of power, present in this universe subscribed through language. The data are based on an ethnographic survey made on Fortaleza –CE during 2012 and 2013 at a modeling agency.

[**keywords**] fashion; model; exotic.

Introdução

Este artigo tem por objetivo analisar como a categoria do *exótico* é abordada no campo da moda, bem como é referenciada nos escritos antropológicos e por representantes da militância negra. Nesse sentido, ressalta-se o uso de três diferentes tipos de discurso originados de campos diferentes, mas que convergem sobre o mesmo tema, demonstrando a importância de articular um diálogo entre eles, diferenciando-os da maneira mais clara possível.

A primeira seção do artigo destina-se a pensar como a figura do exótico foi construindo-se e problematizando-se na literatura antropológica. Recorre-se, nesse sentido, ao início do pensamento antropológico ao analisar como a figura do exótico estava presente na figura do outro; mostramos como as reflexões foram amadurecendo ao longo do tempo e como os estudos culturais passaram a problematizar o outro – o selvagem, o exótico, o nativo – quando a Antropologia consolidou-se em países periféricos.

[184]

Em seguida, como o exótico foi mostrando-se no campo da moda, além de recapitular algumas das principais características que alicerçam a profissão de modelo e nos auxiliam a entender as bases em que a categoria do exótico se apoia. Com esse objetivo, utilizamos como base o livro *Profissão modelo: em busca da fama*, da Editora Senac, no qual Margareth Libardi (2004) realiza uma compilação sobre as experiências que teve enquanto modelo e produtora de filmes publicitários em São Paulo. Além de tal fonte, resgatamos as normas e prescrições que se encontram na agência de modelos pesquisada, a Belas Modelos. Assim, procurou-se abordar questões relativas à profissão de modelo e a construção histórico-social da supervalorização e da padronização corporal.

Por fim, foram tecidos comentários sobre como a questão racial apareceu atrelada ao exótico e como a violência contra o corpo feminino negro resguarda uma direta ligação com essa problemática. Utilizam-se autoras que refletem sobre a condição da mulher negra em instâncias diferentes, seja na literatura, seja nos escritos filosóficos ou em artigos de jornais.

A pesquisa de campo em que este artigo se baseia foi realizada durante os anos de 2012 e 2013 em uma agência de modelos da cidade de Fortaleza (CE), denominada Belas Modelos. A metodologia utilizada foi a observação participante, característica da Antropologia, com destaque para as entrevistas semiestruturadas com os profissionais da agência, além da observação sistemática de eventos de moda e do cotidiano da agência. Os profissionais

cujas entrevistas estão citadas neste artigo são Roberto, diretor e proprietário da agência, entrevistado em 21/09/2012, e Antônio, gerente, entrevistado em 17/10/2012.

Em síntese, vale ressaltar que as nomenclaturas aqui utilizadas para se referirem ao campo e aos sujeitos desta pesquisa são pseudônimos utilizados com o objetivo de resguardar a identidade dos interlocutores.

A categoria do exótico na Antropologia

Como afirma Peirano (1999), durante longo tempo a Antropologia foi definida pelo exotismo e pela distância geográfica, que também se traduzia em termos culturais, do seu objeto de estudo. A tradição sistematizada por Bronislaw Malinowski (1984), no início do século XX, na então nascente antropologia social inglesa, denominada de observação participante, advoga que a familiaridade com o nativo e a capacidade de participar do seu universo são condições prévias para a investigação antropológica. Assim, vários intelectuais europeus dotados do estilo malinowskiano (terno branco impecável acompanhado de chapéu igualmente imaculado) deslocavam-se para regiões mais longínquas, inimagináveis e até então tidas como desconhecidas para realizarem suas extensas pesquisas de campo.

Como bem afirma Godelier (1992), a Antropologia nasce marcada por estigmas, como uma disciplina que se dedicaria ao conhecimento de povos ou grupos sociais (os outros) que, na visão dos pesquisadores (nós) – e esta dicotomia nós *versus* outros permanecerá sempre presente nas discussões antropológicas –, são classificados como atrasados, menos desenvolvidos, em termos sociais, culturais, políticos e econômicos. Assim, os outros grupos sociais foram rapidamente colocados no início de uma escala linear progressiva. Isso porque a Antropologia nasce em um contexto colonialista de expansão, e os efeitos da teoria evolucionista ainda ecoavam com bastante força no contexto europeu, inquestionavelmente sob a liderança da Grã-Bretanha. Assim, afirma Godelier (1992):

Nasceu pouco a pouco, da necessidade experimentada no Ocidente de conhecer melhor dois campos da realidade que no início eram totalmente divorciados um do outro: de um lado os povos da África, da América pré-colombiana e da Ásia que a Europa estava descobrindo e progressivamente submetendo a seu comércio ou ao poderio de suas armas. Em todo lugar, para governar, comerciar ou evangelizar, militares, missionários e funcionários eram obrigados, mais cedo ou mais tarde, a dedicar-se ao estudo das línguas – em sua maioria não escritas – e à observação dos costumes desses povos, quando mais não fosse para erradicá-los. (GODELIER, 1992, p. 2)

Nesse sentido, estava claro quem seriam os outros: um mundo recém-colonizado, marcadamente não europeu, que se encontrava em um violento processo de dominação. Logo, constituem-se os primeiros exóticos da tradição antropológica: os selvagens¹.

Nas palavras do antropólogo haitiano Michel Trouillot (2003), a figura do selvagem, assim como o papel conceitual e o local epistemológico que ocupa, (que o autor denomina de "nicho do selvagem"), foi herdada e nunca verdadeiramente questionada pelo pensamento antropológico hegemônico. Entretanto, alguns movimentos ocorridos no *continuum* histórico, bem como no próprio amadurecimento das reflexões antropológicas, resultaram em mudanças nessa "geografia da imaginação" que haveria engendrado o Ocidente e a antropologia disciplinar, nas palavras de Trouillot (2003).

Assim, para o haitiano, a relação da antropologia com o colonialismo começou a ser evidenciada há pouco mais de meio século. Situando-se em uma escala temporal, destacam-se as décadas de 1960 e 1970 como fundamentais para entender tais processos de descolonização epistêmica, o que não impede que, anterior a esse período, não tenham havido escritos que convergissem nessa mesma direção. No plano histórico-político, destaque para o triunfo dos movimentos de libertação nacional na África, na Ásia e na Oceania. No plano das ideias, os movimentos do marxismo, dos feminismos e dos estudos de etnicidade deram contribuições significativas.

Tais processos desconstrutivos suscitaram problematizações em que os regimes de representação da alteridade, da maneira que foram construídos nas antropologias hegemônicas, passaram a ser revistos. Os sujeitos colonizados, antes considerados os outros, os selvagens, passaram a reivindicar sua voz e a criticar a maneira como as histórias sobre eles foram construídas. O *exótico* estava sendo problematizado, mas, dessa vez, não era apenas objeto, era sujeito também. Tal cenário desencadeou, principalmente no âmbito americano, no movimento pós-modernista da Antropologia. Entretanto, é outra linha de estudo que aqui se detalha melhor: os estudos culturais caracterizados como pós-coloniais.

De acordo com Silva e Freire (2013), muitos dos autores classificados como pós-coloniais podem ser associados a uma proposta teórica e multidisciplinar conhecida como estudos culturais. Apesar de estarem concentrados no Centre for Contemporary Studies (CCS) da University of Birmingham, os estudos alinhados a essa proposta surgiram em várias partes do globo. Segundo os autores citados, a primeira geração dos estudos culturais dedicou-se à questão de classe, mais especificamente à reconstrução histórica da classe operária inglesa. A segunda geração discutiu questões de classe aliadas a outros importantes marcadores sociais, como raça, gênero e etnia. Nessa geração, encontram-se presentes autores como Homi Bhabha e Stuart Hall.

Assim, por meio do processo de descentralização da Antropologia com a sua consolidação em países periféricos, esses autores passaram a questionar a autoridade etnográfica, a construção do outro e a etnografia como práxis (SILVA e FREIRE, 2013). Inaugurando novas maneiras de olhar os sujeitos subalternos, Bhabha e Hall (indiano e jamaicano, respectivamente) passaram a verificar como a maneira eurocêntrica de construção do conhecimento direcionava as produções antropológicas e passaram a construir novos vocábulos

e epistemes a partir da própria realidade que vivenciaram. O movimento pela independência da Jamaica e a Segunda Guerra Mundial despertaram em Hall uma consciência histórica e geográfica que marcaria seus escritos sobre a diáspora caribenha. Já Bhabha pensou, em termos culturais, os diversos modos como os povos colonizados resistiram ao poder dos colonizadores, propondo uma teoria do hibridismo cultural na tentativa de elucidar as ligações entre colonialismo e globalização.

Dessa forma, ratificam Silva e Freire (2013):

O momento histórico de independência e a produção antropológica no dito terceiro mundo abriu possibilidades para críticas ao modo como a antropologia operava fora das metrópoles, surgindo espaços problemáticos de produção etnográfica que rompiam com a dicotomia antropólogo-nativo, e criticando o próprio termo nativo. Isso possibilitou colocar a questão de como os trabalhos monográficos interpretavam e representavam o outro, problematizando, assim, a própria noção de alteridade. (SILVA; FREIRE, 2013, pp. 50-51)

[187] Essas rápidas notas acerca da trajetória de termos como *selvagem*, *nativo* e o próprio *exótico* têm como intenção mostrar como eles sofrem transformações e são analisados constantemente, o que os torna polissêmicos dependentes de uma contextualização para serem melhor apreendidos. Mais adiante, compreender-se-á como o termo exótico é construído no campo da moda por meio de seus discursos e práticas, ademais como pode ser relacionada à questão racial e de gênero, fortemente presentes no campo de pesquisa.

A categoria do exótico no campo da moda

Antes de entrarmos especificamente na questão do exótico no campo da moda estudado, vale sublinhar alguns pontos importantes que recapitulam um pouco da profissão de modelo, bem como suas particularidades. Afinal, sobre o que se trata a profissão de modelo?

Sem dúvida, uma das principais características dessa profissão é a valorização do corpo, assim como a construção de um padrão de beleza. Nesse sentido, a categoria do exótico aparece para designar algo que destoa desse padrão, mas, por alguma(s) característica(s) idiossincrática(s), esse traço pode ser valorizado.

Voltando às questões corporais, o corpo de uma modelo é uma de suas principais preocupações na medida em que se figura como o principal passaporte para ser uma profissional. Em seu primeiro contato com esse mundo, suas classificações e exigências, o corpo é o primeiro a ser avaliado por um conjunto de especialistas que enxergam nele um potencial para as passarelas, as lentes fotográficas ou ambos.

Para compreender como o corpo adquiriu essa dimensão na moda, especificamente na atividade das modelos, é necessário compreender as relações do indivíduo com o corpo, bem como suas mudanças no decorrer do tempo. Nesse sentido, é consenso entre os autores que versam sobre a temática que a segunda metade do século XX representou uma significativa mudança nessas relações. Assim, tal período é fundamental para entender essa preocupação, como afirma Le Breton (2006):

No final dos anos 1960, a crise da legitimidade das modalidades físicas da relação com o homem com os outros e com o mundo amplia-se consideravelmente com o feminismo, a "revolução sexual", a expressão corporal, o *body art*, a crítica do esporte, a emergência de novas terapias, proclamando bem alto a ambição de se associar somente ao corpo, etc. Um novo imaginário do corpo, luxuriante, invade a sociedade, nenhuma região da prática social sai ileso das reivindicações que se desenvolvem na crítica da condição corporal dos atores. (LE BRETON, 2006, p. 9)

[188] A intensificação da preocupação com o corpo está ligada à história da moda, conforme afirma Castro (2007). Com o passar do tempo, a flexibilidade no vestuário prevalece sobre a rigidez, e o que se pode perceber hoje é que o século XX foi marcado pelo desnudamento das pessoas do Ocidente, mais enfaticamente do corpo das mulheres. Ou seja, as roupas e as suas formas teriam se tornado cada vez mais flexíveis e, em muitos casos, principalmente se comparamos as roupas de hoje com certos modelos de antigamente, o nu aparece cada vez mais. Já no século XXI não parece estar sendo diferente.

Discorrer sobre um padrão corporal no campo da moda mostra-se uma tarefa complexa no sentido de que as suas regras podem parecer claras e rígidas, mas, em determinadas ocasiões, maleáveis e contornáveis. Para entender mais essa complexidade, recorre-se à diferença existente entre as modelos *fashion* e as modelos comerciais: as primeiras obedecem a critérios mais rígidos devido à lógica estética na qual devem se inserir; já as segundas possuem uma maior maleabilidade dessa medida (critérios mais frouxos e relativos).

O principal e mais evidente traço da modelo *fashion* é a magreza. Como a sua exposição é completa, ao vivo e na frente do público, sua imagem deve ser a de um corpo esguio e perfeito. A altura também é um ponto importantíssimo. Geralmente, a altura ideal de uma modelo *fashion* é entre 1,73 m e 1,80 m. É claro que existem modelos mais baixas, no entanto, se a jovem deseja ser uma *top model*² com uma carreira internacional, deve atender essa exigência. As medidas também são importantes. Quanto mais *perfeita* a modelo, melhores serão suas chances profissionais. As proporções ideais são: 1,77 m de altura, 89 cm de busto, 89 cm de quadril e 60 cm de cintura³.

Sobre a questão da magreza no início da profissão, muitas modelos afirmaram a Bonadio (2004) que, nos anos 1960, não havia essa obsessão pela magreza, não havia mulheres passando fome, não se falava em regime, enfim,

não existia essa necessidade tão intensa que se tem hoje de estar magra. A autora concluiu que essa tolerância em relação aos cuidados com a aparência era uma consequência da pressão sobre o comportamento social das modelos da Rhodia. Era proibido para as modelos *terem vida própria*: elas não podiam sair, passear e manter relacionamentos afetivos. A rígida vigilância sobre o comportamento das modelos tinha, provavelmente, uma razão, segundo a autora: resguardar a dignidade, o status das profissionais e, consequentemente, a marca por elas representada. As modelos não deveriam ser mulheres difamadas, já que, na época, as mulheres que eram modelos eram consideradas prostitutas.

Outro ponto para salientar é a questão da idade das modelos. Quanto menos idade tiver, mais chances ela tem de se tornar bem-sucedida. O porquê dessa entrada precoce parece ter duas razões: a primeira pelo fato da juventude ser um valor imprescindível na sociedade que cultua a aparência e o antienvelhecimento, segundo Lipovetsky (2000). A segunda porque os agentes podem criar expectativas quanto às transformações no corpo das modelos.

No entanto, diante de um padrão de beleza tão específico, como lidar com uma quantidade imensa de jovens que não se enquadra nele e que, ainda assim, almeja um dia se tornar modelo? O discurso daqueles que trabalham com o setor é de que o mercado de trabalho para modelos tem espaço para uma numerosidade de tipos físicos, idades etc. No entanto, é tarefa da modelo definir e encarar seu tipo físico, descobrindo o que ela tem de bom para mostrar e o que tem de ruim para esconder ou mudar a fim de saber em qual *lugar* se encaixa. Nesse sentido, uma frase de Libardi (2004) publicada no seu manual parece ser bem interessante para ilustrar como cada tipo físico tem seu papel bem definido:

Na carreira de modelo, a gostosa posa para a revista masculina, a magérrima vai para Milão e a graciosa, para o Japão. Assim é que são as coisas. Cada um na sua. Imagine a Tiazinha desfilando alta costura em Milão e a Gisele Bündchen rebolando de espartilho num programa de tevê. Não combina! (LIBARDI, 2004, p. 97)

Tal assertiva é bastante reveladora, pois cada uma das atividades (posar para uma revista masculina ou desfilarem em Milão ou em Tóquio) tem significado e valor diferentes, ocupa um lugar diferenciado na hierarquia que demonstra uma série de valores. A maioria das que desejam ser modelo *fashion* não almeja aparecer em capa de revista masculina, não deseja ser *gostosa*. Pelo contrário, no campo da pesquisa, os discursos revelam que a *vulgaridade* e a *sensualidade* são evitadas, por exemplo, quando o fotógrafo da agência não classificou como uma boa foto aquela em que a modelo *empinava* muito o bumbum.

Quanto à diferença entre desfilarem em Milão e em Tóquio, a segunda opção é considerada um mercado secundário no segmento *fashion*. As modelos vão

para lá para amadurecer e acumular dinheiro, mas, em termos de status, Milão é considerado um dos principais centros de moda do mundo, assim como Nova York e Paris. Pode-se observar ainda nessa valoração uma espécie de lógica colonizadora que, como em outros segmentos, privilegia a Europa (e os Estados Unidos) em detrimento de outros países classificados como Terceiro Mundo. Mais adiante, retoma-se tal lógica colonizadora, exemplificando-a com casos encontrados na pesquisa etnográfica e como ela opera classificando algumas modelos como *exóticas*.

Quanto ao cenário local, na agência de modelos cearense que figurou como campo de pesquisa, a Belas Modelos, não foram encontradas modelos exageradamente magras. Pelo contrário, havia muitas modelos consideradas acima do peso para a passarela. Esse foi um dos dados que despertou atenção: o fato de que a Belas Modelos não seguiria rigidamente os critérios acima descritos. Roberto, diretor da agência e principal responsável pelo *casting*, costuma advertir as modelos que estariam *gordinhas*, mas tal fato não é uma obsessão, uma condição imprescindível para agenciá-las e para elas realizarem trabalhos. Aqui, cabe ressaltar que a agência de modelos em questão tem como principal público estabelecimentos comerciais que podem ser enquadrados nas classes C e D. Os trabalhos mais recorrentes realizados pela Belas Modelos consistem em ações publicitárias para os mais variados clientes (desde óticas e prestadoras de serviços odontológicos até campanhas publicitárias de vestuário e/ou calçados). Ou seja, tais empresas e também seus clientes não exigem modelos com 1,75 m de altura e magérrimas. Portanto, agências como a Belas Modelos procuram adequar seu trabalho aos tipos físicos locais por um lado e, por outro, à lógica estética dos anunciantes – de certa forma, fazendo uma releitura dos padrões da moda nos seus próprios termos e significados simbólicos. É o que Martinez (2009) comenta ao falar sobre como a moda opera como um sistema de status que repercute em todo o campo.

Ainda quanto aos tipos físicos locais, remete-se a outra questão referente às características do povo nordestino e do sulista. Ao contrário do Nordeste, a região Sul é a principal exportadora de modelos do país. É onde podemos encontrar pessoas mais *adequadas* aos padrões de beleza exigidos na moda e que também se assemelham aos padrões de beleza europeus: mulheres altas, loiras, com cabelos lisos e olhos claros. Pode parecer uma contradição em relação aos dados citados anteriormente, nos quais afirma-se que todos os tipos físicos podem ser contemplados no mundo da moda. Essa contradição realmente existe na medida em que a moda abre espaço para pessoas dos mais variados tipos físicos, mas as chances de galgar sucesso, pelo menos no seu espaço mais nobre e celebrado, ou seja, o seu lado *fashion*, são restritas somente àquelas que se enquadram no perfil mais exigente, que já foi descrito acima. Nesse sentido, o tipo físico dos nordestinos não coincide com o dos sulistas. A estatura do povo cearense, por exemplo, não é das mais altas do país, o que não corresponde ao padrão exigido pela moda. Logo, de acordo com tais exigências, no Estado, é difícil encontrar modelos que se adequem aos mais exigentes padrões da moda.

Entretanto, existem as exceções, vide modelos nordestinas que alcançaram sucesso e fama internacionais, como Fernanda Tavares (potiguar) e Adriana Lima (soteropolitana).

O que se pretende afirmar, portanto, é que os tipos físicos dos brasileiros resguardam diferenças regionais importantes. Além disso, existe um estereótipo de que os nordestinos não são pessoas bonitas. Conclui-se a partir de piadas com o tema da aparência dos nordestinos divulgadas pelo país afora e corroboradas, indiretamente, por Libardi (2004). Em seu livro, ela fala de cada região do país e como é o mercado de modelo. Sobre o Sul, ela afirma que lá é mais fácil encontrar o biótipo mais aceito na moda e na publicidade, pois o fenômeno da imigração italiana e alemã teria colaborado para a *fabricação* de gente bonita.

Além da beleza dessas modelos, o fato de serem *bem-educadas*, determinadas e disciplinadas justificaria seu sucesso no mercado. Enquanto isso, no Nordeste, "dessa região surgem modelos bonitos, alguns bem exóticos" (LIBARDI, 2004, p. 161).

Para contrabalançar o julgamento negativo e preconceituoso, a autora atenta para a questão de o Nordeste estar situado próximo do grande centro de moda e de publicidade do país, a região Sudeste, mais especificamente São Paulo. Quanto mais longe se está desse centro, pior, segundo a autora. São Paulo está sempre presente nas conversas de Roberto com as modelos, principalmente depois do contato que ele estabeleceu com uma agência de Campinas. Segundo ele, o nível das modelos de lá é muito diferente do nível das do Ceará. "Lá, a coisa é séria, as meninas trabalham de verdade", segundo o diretor. Ainda, segundo Roberto, em São Paulo, as cearenses são bem pagas, pois os agentes e o mercado estariam cansados de rostos paulistanos. Então, quando chega uma modelo do Nordeste bonita, logo ela é contratada para bons trabalhos.

Ressalta-se, nesse sentido, a dicotomia centro-periferia que se mostrou muito clara também no mundo da moda. O centro seria a região Sudeste-Sul, enquanto a periferia consiste no restante do Brasil. As modelos nordestinas são exóticas por se destacarem das demais, mesmo sem seguir fielmente os padrões de beleza europeus.

E quando o exótico apareceu no campo de pesquisa? "Exótico é que é diferente. É uma coisa assim que você vê: Nossa, como é lindo, é linda! Bem diferente que se você vê assim: ah, vai ganhar muito trabalho, e ganha!" (Diário de campo, 17 de outubro de 2012). Essa foi a definição de Antônio, gerente da agência, sobre o referido termo. Ela ficou mais clara quando se observou quais jovens da Belas Modelos eram classificados como exóticos: os modelos africanos.

Devido ao convênio da Universidade Federal do Ceará (UFC) com universidades africanas, muitos jovens oriundos de várias partes da África, tais como

Cabo Verde e Guiné-Bissau, residem em Fortaleza com o objetivo de realizar seus estudos universitários. Nesse sentido, alguns procuram atividades laborais na cidade a fim de ganhar dinheiro e instalar-se com mais conforto na capital. Uma dessas atividades é desfilar e trabalhar como modelos em campanhas publicitárias. A agência, em 2013, tinha três modelos africanos, duas mulheres e um homem, incluindo Ana Braga, a vencedora do concurso anual da agência, o Belas Modelos Ceará 2012. Na realidade, o fato dos modelos serem negros, reforçado pela sua origem africana, confere-lhes autenticidade e isso faz com que eles *ganhem* muitos trabalhos, segundo Antônio. Assim, no caso explicitado acima, vemos de que maneira o mercado da moda se apropria dos modelos exóticos para a obtenção de lucro: aquilo que é *diferente* é positivado, supostamente colocado como uma vantagem comercial.

Sobre a questão do negro no mundo da moda, Martinez (2003) afirma que o mercado começou a absorver modelos negras a partir da metade da década de 1960, porém de forma relativamente pontual. Retomando Libardi (2004), o mercado absorve poucas modelos negras. Os motivos que a autora alega para não ter tantos negros no mundo da moda e no publicitário são vários. Segundo Libardi (2004), que trabalha com produção de elencos, a publicidade reflete o que acontece na sociedade, ela tenta transmitir uma imagem de sucesso, beleza, *glamour* e felicidade e essa imagem de modelo de beleza e de sucesso é a do branco. Os brancos também são maioria no mercado consumidor e é óbvio que as campanhas publicitárias são feitas para quem compra mais. Por isso, os negros têm espaço garantido em nichos específicos, ou seja, em campanhas publicitárias de produtos para negros, como propagandas de xampus e maquiagem. Dessa forma, o lugar do negro na moda e na publicidade é mais do que restrito, já que eles aparecem somente nos mesmos lugares segregados que ocupam na sociedade dominada pela população branca. "Os negros estariam conquistando espaço gradativamente" (p. 130), "o preconceito racial está cada vez mais distante da profissão de modelo" (p. 128), "tem negro que faz mais sucesso que muito branco" (p. 128), são algumas das frases que Libardi (2004) utiliza para contrabalançar sua opinião, no entanto, o que podemos perceber analisando o seu discurso é que a autora acaba por reproduzir um discurso racista, além de não criticar essa desigualdade, aceitando-a aparentemente como incontornável até que as pessoas negras sejam equivalentes ou prevalentes na distribuição do mercado de consumo por cor.

Para finalizar a questão racial e mostrar como esta se relaciona com o termo exótico, foi trazido outro tipo de discurso – o de militantes negras – para auxiliar a compreender melhor essa complexa relação e como ela é construída no que tange ao sexo feminino⁴.

Para Jarid Arraes (2013), uma das autoras do blog *Blogueiras negras*, a hipersexualização do corpo feminino negro, enfatizando traços como os de *excêntricas* e *diferentes do convencional*, promove uma falsa valorização das garotas negras, que deixam de ser completamente rejeitadas para se tornarem aceitas desde que seus corpos sejam submetidos à exotificação racial. Assim, tais traços de violência passam despercebidos, disfarçados em

formas de elogios. Desse modo, a autora reflete: até que medida essa suposta valorização não passa de uma falsa democratização em vez de uma efetiva promoção da igualdade de traços e beleza diferentes, sem colocá-las, necessariamente, em escalas de valoração?

A questão da violência contra o corpo feminino negro é ainda historicizada pela autora clássica Angela Davis (ativista e militante negra), em sua obra *Mulheres, raça e classe* (2013), em que a autora defende a ideia de que a escravidão forjou um novo tipo de feminilidade para a mulher negra em contraposição ao que foi construído para a mulher branca, que seria o de frágil, submissa, restrita aos afazeres domésticos, enquanto o homem branco trabalhava e se constituía como *provedor do lar*.

Davis (2013) afirma que as características que as mulheres negras reconhecem em si mesmas não são resultado da condição feminina em si, mas da condição histórica e racial de um passado escravocrata. O trabalho ocupou muito mais tempo na vida das mulheres negras do que na das brancas. Na condição de escravas, o trabalho compulsório ao qual essas mulheres eram submetidas ofuscou qualquer outro aspecto da existência feminina. Até mesmo a valorização da maternidade, característica do século XIX, e vista de outra forma na lógica escravocrata quando o comércio de escravos foi reduzido, não teria atingido as negras. Assim, desconstruindo a universalidade em torno da categoria mulher, Davis (2013) procura caracterizar a mulher negra por meio do seu passado histórico escravocrata.

[193]

A ativista afirma ainda que a mulher negra foi submetida à mesma lógica de dominação que o homem negro: o mesmo tempo de trabalho, a mesma produtividade, a mesma intensidade de esforço e de castigos. Entretanto, uma diferença seria crucial: a sistemática violência do corpo feminino. Sobre esse fato, sublinha a autora:

Neste sentido, a opressão para as mulheres era idêntica à opressão para os homens. Mas as mulheres também sofreram de maneiras diferentes, porque eram vítimas de abuso sexual e outras barbaridades de maus tratos que apenas podem ser infligidas às mulheres. Os comportamentos dos donos de escravos para as mulheres escravas eram: quando era rentável explorá-las como se fossem homens, sendo observadas, com efeito, sem distinção de gênero, mas quando elas podiam ser exploradas, castigadas e reprimidas em formas ajustadas apenas às mulheres, elas eram fechadas dentro do seu papel exclusivo de mulheres. (DAVIS, 2013, p.11)

Assim, conclui Davis (2013), das mulheres escravas era exigida uma performance *masculina* por causa do seu trabalho, que deveria ser semelhante ao do homem. Logo, as mulheres negras foram profundamente afetadas pelas suas experiências durante a escravatura, assumindo qualidades que não eram das mais comuns àquelas relegadas à natureza feminina pela ideologia do século XIX.

Os escritos de Davis mostram-se fundamentais para compreender como a questão da violência esteve desde cedo presente na condição histórica da mulher negra e como as diversas manifestações dessa relação continuam vivas até mesmo no plano da estética e na nossa construção sobre o que é belo. Sobre tal fato, Ribeiro (2017) comenta, em uma de suas colunas na *Carta Capital*, como o racismo tem um papel preponderante na construção desses padrões. Discorre a filósofa:

Olhem as revistas. Liguem a tevê. Qual a "mulher ideal"? Quantas de nós foram preteridas pelo simples fato de ser negras? Como falar em gosto pessoal, quando a esmagadora maioria pretere mulheres negras? Como falar em "escolha do indivíduo", quando essas escolhas não nos escolhem? (RIBEIRO, 2017, s/p)

Ribeiro (2017) ainda afirma categoricamente que mulheres negras não são animais raros para serem consideradas exóticas e cita o exemplo de Sarah Baartman, a Vênus de Hotentote, exposta por toda a Europa em teatros e feiras durante o século XVIII até o ano de 1974, quando seu corpo ainda fazia parte do acervo público de um museu francês. Nessas exposições, Sarah era exposta seminua, medida, observada e analisada e comparada ao homem branco ocidental que tomava a si mesmo como o símbolo máximo de humanidade e civilização. Sarah era mais uma negra classificada como *exótica*.

[194]

Considerações finais

Em síntese, sublinha-se a importância dos estudos sobre a moda tentando demonstrar o quanto eles se configuram como um frutífero campo de pesquisa para as Ciências Sociais. Por meio de uma breve análise do termo *exótico*, podemos concluir que ele guarda em si relações semelhantes nesse campo e nos saberes antropológicos. Em ambos, a construção do significado de exótico exige o contato e a sobreposição de mundos diferentes. Para Leitão (2007, p. 213), "o exótico está sempre situado, não no absoluto desconhecimento, mas na tensão entre conhecido e desconhecido, entre próximo e distante". Conforme Todorov (2005), no exotismo, o que é valorizado não é propriamente o outro, mas um ideal que funciona tal qual a crítica de sua cultura de referência. Logo, reside uma perspectiva etnocêntrica no sentido de eleger sua própria cultura como o parâmetro único e absoluto de valor no ato de comparação com as demais culturas – se é exótico em relação a mim, às minhas características e à minha lógica estética. As diferenças entre *nós* e *os outros* são confirmadas e restabelecidas, como foi percebido.

No que tange ao campo de pesquisa realizado na agência Belas Modelos e à literatura específica sobre moda, revela-se que o universo da moda resguarda traços de relações baseadas no modelo centro-periferia, no qual se percebe a importância das modelos estrangeiras, a necessidade de se adequarem aos padrões de beleza ditados pela Europa e a relevância do Sudeste e Sul do Brasil como grandes centros produtores e difusores da moda nacional, entre outras evidências.

Uma análise mais aprofundada de nossa própria linguagem traz ainda importantes *insights* no sentido de revelar as relações de poder inscritas nas dinâmicas sociais baseadas na lógica estética do universo da moda. Rivera (2010) afirma que, no colonialismo, as palavras têm uma função muito peculiar: elas não designam quando não encobrem. Dessa forma, a escrita, sendo passível de um controle colonial, marca relações de dominação/submissão que podem passar despercebidas pelos nossos cotidianos movimentos automáticos de fala e escuta.

Assim, conclui-se que as concepções de corpo ideal e beleza, além da forma como tais concepções são relacionadas, indispensáveis nos escritos apresentados, são produções históricas, sociais e culturais produzidas e re-produzidas por diferentes mecanismos sociais, políticos e culturais que atuam no sentido de naturalizar ou questionar as normas vigentes. A moda é uma dessas instituições que opera nesse sentido: construir e reconstruir os padrões corporais, as representações de beleza e do que é exótico presentes na sociedade atual.

Recebido em: 15-10-2017

Aprovado em: 05-02-2018

[195]

NOTAS

¹ É bem verdade que a Antropologia amadureceu epistemologicamente e hoje entendemos que o exercício da alteridade, bem como essa distância necessária para o estranhamento, não necessita ser geográfica, mas de ordem psíquica, como defende Peirano (1999). Entretanto, reflete-se até que ponto o rótulo de *exótico* sobrevive nos dias atuais escondendo formas veladas de relações racistas perpetuadas em nossa sociedade.

² Segundo Büest (2006), a *top model* é um dos agentes mais importantes no trabalho de produção, circulação, promoção, divulgação e/ou publicidade que consagra a autoridade do estilista ou da marca ali expostos. O papel das *top models* é incorporar o *humor* das roupas e da coleção, incorporar o ideal de mulher e de beleza que cada marca contratada deseja mostrar. A questão da mobilidade e da ascensão social também deve ser sublinhada não somente por causa da remuneração, mas também do prestígio que ela oferece. Esse fator, segundo Pereira (2004), reforça o desejo das adolescentes que almejam seguir a profissão. Observando as entrevistas, percebe-se que as modelos das Belas Modelos não atentaram tanto para a questão da ascensão financeira. Raríssimas exceções das Belas Modelos conseguiram trabalho e sucesso o suficiente para mudarem suas condições de vida. No entanto, as modelos sempre salientaram o status e o prestígio social que essa profissão lhes confere. Ser reconhecida na cidade ou no colégio como modelo, acreditar que sua profissão é sinônimo de glamour e ter orgulho em ser capa de revistas foram alguns relatos que sinalizam esse sentido.

³ Informações retiradas do livro *Profissão modelo: em busca da fama*, de Margareth Libardi, publicado pela editora Senac e lançado em 2004.

⁴ Apesar de não ter sido enfatizada da maneira que se gostaria pelos próprios limites do artigo, a questão de gênero apareceu no campo quando percebemos o destaque maior delegado à modelo negra Ana Braga tanto em relação às outras modelos quanto aos dois outros modelos africanos. A categoria do exótico sempre foi relacionada a ela de maneira mais forte. Por essa questão, a última parte do artigo foi dedicada a cruzar a questão racial com a de gênero ainda que de maneira breve.

REFERÊNCIAS

ARRAES, Jarid. A carne mais exótica do mercado, 2013. Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2013/07/22/a-carne-mais-exotica-do-mercado/>>. Acesso em: 6 out. 2017.

BONADIO, Maria Claudia. Dignidade, celibato e bom comportamento: relatos sobre a profissão de modelo e manequim no Brasil dos anos 1960. In: *Cadernos Pagu*, Campinas, jan./jun., 2004, n. 22, p. 47-81.

BÜEST, A. A. N. O ritual do desfile de moda na sociedade tecnológica: uma abordagem etnográfica. Curitiba, 2006. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná.

CASTRO, Ana Lúcia de. *Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo*. 2. ed. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007.

DAVIS, Angela. *Mulher, raça e classe*. Tradução livre. Plataforma Gueto_2-13. Disponível em: <<https://we.riseup.net/assets/165852/mulheres-rac3a7a-e-classe.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2018.

GODELIER, Maurice. *Ocidente, um espelho partido*. Reunião Nacional da Anpocs, 16, 1992, Caxambu. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_21/rbcs21_01.htm>. Acesso em: 2 abr. 2014.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

LEITÃO, Débora Krischke. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. In: *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, pp. 203-230, dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200009&lng=en&nrn=iso>. Acesso em: 13 out. 2017.

LIBARDI, Margareth. *Profissão modelo: em busca da fama*. São Paulo: Senac, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia*. 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1984. 424 p. (Os Pensadores).

MARTINEZ, Fabiana J. *O espelho de Narciso: corpos e textos do consumo*. Campinas, 2003. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, Unicamp.

_____. *De menina a modelo, entre modelo e menina: gênero, imagens e experiência*. Campinas, 2009. Tese (Doutorado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, Unicamp.

PEIRANO, Mariza G. S. *A alteridade em contexto: a antropologia como ciência social no Brasil*. Brasília: UnB, 1999.

PEREIRA, Cláudia da Silva. Fabricando sonhos: ascensão social no mercado da moda. In: *RIMAR – Revista Interdisciplinar de Marketing*, v. 3, n. 1, 2004. Disponível em: <<http://www.rimar-online.org/artigos/v3n1a4.pdf>>. Acesso em: 3 set. 2010.

RIBEIRO, Djamil. Racismo: manual para os sem-noção I. In: *Carta Capital*, jun. 2017. Seção Sociedade. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/957/racismo-manual-para-os-sem-nocao-i>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

SILVA, Bruno G.M., FREIRE, Maira S. de L. Os estudos pós-coloniais, a antropologia e o sujeito subalterno. In: *Revista Equatorial*, Natal, n. 1, pp. 47-63, 2013. Disponível em: <https://incubadora.ufrn.br/index.php/equatorial/article/view/1652/pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2018.

RIVERA CUSIQANQI, Sílvia. *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2010, 80 p.

TODOROV, Tzvetan. *Nosotros y los otros*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2005.

TROUILLOT, Michel-Rolph. Anthropology and the savage slot: The poetic and politics of otherness. In: *Global transformations: Anthropology and the modern world*. New York, Palgrave Macmillan, 2003.



The Intervened Wardrobe: Making Visible the Agency of Clothes

*O guarda-roupa interferido: tornando visível
a agência das roupas*

[JULIA VALLE NORONHA]

Doctoral candidate at Aalto University, School of Arts, Design and Architecture in the Department of Design (Finland).

E-mail: julia.valle@aalto.fi

[DANIELLE WILDE]

Associate Professor of Embodied Design at The University of Southern Denmark, Kolding (SDU).

E-mail: d@daniellewilde.com

[abstract] The fashion industry is permeated by overconsumption. Mass production, low prices and speed of turnover of trends lead consumers to perceive clothes as disposable objects. The resulting throwaway culture adds to the already problematic environmental impact of the fashion industry. To shift this state of affairs, we propose *wardrobe interventions*, a method that uses experimental design practices to collect insights and promote more active engagements between *wearers* and *worn* by leveraging the notion of material agency. We describe two projects used to develop and verify the method, to demonstrate how foregrounding the agency of clothes can enhance values embedded in wearer-worn relationships, and potentially shift consumer actions.

[198]

[keywords]

fashion research method; fashion and ecology; fashion practice; wardrobe intervention; material agency.

[resumo] A indústria da moda é permeada por hiperconsumo. Produção em massa, preços baixos e tendências fazem com que consumidores percebam roupas como descartáveis. Essa cultura do descarte se soma aos já problemáticos impactos ambientais causados pela indústria. Para alterar esse cenário propomos *intervenções em guarda-roupas*, um método que parte de práticas experimentais em design para promover engajamentos mais ativos entre usuários e vestíveis, com suporte da noção de agência material. A partir de dois casos, usados para desenvolver e verificar o método, demonstramos como é possível intensificar valores presentes nas relações usuário-vestível através da percepção da agência das roupas, e, potencialmente, alterar ações de consumidores.

[palavras-chave] métodos de pesquisa em moda; moda e ecologia; prática em moda; intervenção em guarda-roupa; agência material.

Introduction

Unsustainable modes of producing and consuming clothes are a topic of great concern. Accelerated turnover in collections and outsourcing production on massive scales began decades ago as strategies to increase profits in clothing retail (ALLWOOD et al., 2006, p. 11). These strategies, once exclusive to fast-fashion retailers, entered the mainstream and became the norm, once their influence on profits became clear. Yet, this model promotes a series of negative environmental impacts. It is responsible for placing fashion among the most unsustainable industries in the world (FLETCHER, 2016, p. 21). Additionally, the accelerated pace in fashion turnover has led to failed relationships between people and their clothes (KIM et al., 2013).

Changes in trends and low product qualities can lead to a failure of relationships between people and clothes and a throwaway culture – in which clothes are perceived as disposable objects (CHAPMAN, 2009). The problem, though, does not lay in the fact that clothes are eventually disposed of. Rather, it is the early disposal of garments, before their 'due date', that increases industry profits and puts wearer-worn relationships at stake. In response to this worrisome trend, Valle Noronha undertook a two-part study to uncover catalysts behind both failing and successful relationships between wearer and worn. The objective was to understand how to motivate stronger engagements between people and the clothes they wear. The study led to the crafting of a method, named *wardrobe interventions*, as an attempt to investigate these catalysts.

Wardrobe interventions is a method built through experimental design practices. The aim is to better understand how to engage wearer and worn in more active relationships and give 'voice' to non-living matter: clothes. The method builds out from Cultural Probes (GAVER et al., 1999) and Design Probes (MATTELMÄKI, 2006), and seeks to expand probes beyond a user-centred approach by proposing clothes as objects able to impact a wearer's relationship to their wardrobe. The method achieves this end through a series of carefully crafted steps that invite wearers to become more aware of the clothes that they wear. In this process, the notion of material agency (BARAD, 2007; BENNETT, 2010; COOLE; FROST, 2010) becomes central in understanding how a shift in perspective – from a user-centred approach to a non-anthropocentric approach – might assist stakeholders to overcome some of the highlighted issues.

To develop and verify the method, two iterative projects in experimental fashion¹, Dress (v.) (VALLE NORONHA, 2016) and Wear\Wear

(VALLE NORONHA, 2017a), were undertaken in Belo Horizonte (Brazil) and Helsinki (Finland)². In this article, we intertwine these two projects and use them as cases to explicate and study the method. As we discuss below, both projects use bespoke clothing, accompanied by an instruction set, to probe individual wearer's wardrobe and wearing habits over the course of a year. The approach places the wardrobe intervention method among the new, but growing, field of Wardrobe Studies (FLETCHER; KLEPP, 2017; KLEPP; BJERCK, 2014), which looks to relationships people have with their clothes.

In the following two sections, we discuss the notion of material agency and review previous research methods in probing with designed objects, to situate the work theoretically. From this foundation, we introduce the *wardrobe intervention* method, and unpack how the two projects were approached. We then share the findings and reflect on the advantages and disadvantages of the method, before discussing future directions for study.

The *materially intervened wardrobe*

[200] Bruno Latour (2005), speaking into the field of Science and Technology Studies, proposed that materials have agency: materials, as well as people, 'act' in any kind of unfolding. With this proposition, he questioned the relationship people set with the ecologies that surround them, and the long-established anthropocentric view of the world. Related discussions developed into 'new materialism'³ (BARAD, 2007; BOLT, 2013) grounded on the fact that all living and non-living things are made of similar matter, assembled in different combinations. These combinations deliver a set of potentials, powers and agencies to matter. For instance, plants can synthesize light energy into chemical energy (sugar), and metals react to (and act in) the surrounding environment according to percentages of oxygen available in the air composition. If we bring this thinking to clothing and textiles: woollen textiles insulate objects in low temperatures, making them warm, and a linen jacket can prompt a person to think of coconut water and tropical weather. Such characteristics can be considered 'affordances.' As James J. Gibson (1979) explains, affordances are features that suggest human and non-human actions and interactions. Chairs, for example, seem to invite a person to sit on them and doors appeal to be opened (ibid.). This perspective supports a non-anthropocentric approach to objects, admitting other systems of relationships.

Crucially, we live in more-than-human worlds. Jane Bennett (2004, 2010) and Karen Barad (2007) speak of the need to recognise more-than-human material entanglements and agencies. Bennett uses the example of food to illustrate a salient scenario. She explains that over-consumption of food is leading to intense and early disposal, and once food waste reaches landfills, it emits greenhouse gases that combine with other materials in the air to provoke drastic environmental changes. She proposes that considering food as inert, passive matter 'helps animate our current practice of aggressively wasteful and planet-endangering consumption' (2010, p. 51). The suggestion

is that, if agencies are acknowledged and food reconfigured as active matter, such wasteful practices may change.

Similarly, many people consider clothes as perishable, and neglect to take into account the polluting emissions that textiles can generate. In this way, 'fast' fashion resembles Bennett's positioning of 'fast'-food practices. We thus may conclude that considering clothes as passive objects may be supporting unsustainable consumption patterns. Bridging the slow food movement to the realm of clothes, Kate Fletcher (2010, p. 261-262) notes that the fast-fashion industry is founded on a growth-based approach, presupposing accelerated shifts of production, consumption and disposal. Slow fashion would not necessarily mean a slower mode of producing, but rather an approach centred on different core values than fast growth. Such a shift in values would support a slower pace of relating between individuals and the clothes they wear, which, we suggest, may lead to stronger and longer-lasting relationships. The resulting change in how fashion is perceived – from a fast, economy-centred industry to one based on relationships – would enable stakeholders to acknowledge the agencies of the human *and* non-human players involved.

This research asks: What kinds of experiences or material qualities might catalyse a shift in how a person sees and relates to clothes? The aim is to advance understanding of the potential of (living and non-living) relationships and experience. To reflect on this question, we centre our attention on the relationships between wearer and worn, supported by the notion of material agency.

[201]

Articulations between such theories and fashion are burgeoning. From the perspective of sustainable smart textiles, Antti Ainamo (2014), for example, proposes material agency as an alternative viewpoint to understand textile matter not as fixed or static, but in continuous movement of reconfiguration. Tania Szaława-Neyman (2014) extends this discussion, adding the notion of care. Through personal narratives of making and caring, she brings the objects she relates with (including clothing, food and packaging waste, home building and gardening activities) to a non-hierarchical relationship, identifying the forces behind their agencies. Her work resonates with Barad's claim that materials are always in a constant state of flux and becomings, and gain meaning precisely when related (2007, p. 139). Danielle Wilde and Jenny Underwood (2018) explore designing uncertainty to propose design activities without pre-defined materials or outcomes, leaving expectations aside. They work in environments of uncertainty to ensure they are led – as far as possible – by the materials they engage with. They thus position materials as co-creators in the process, letting their affordances and resistances shape the collaborative process. Tiainen et al. (2015) use the lens of women's studies to discuss the philosophical implications of performance clothing. They use singer Björk's Biophilia costumes as their case for study, proposing that the philosophical perspective of women's studies opens space to new methodologies for investigating objects (e.g. clothing) from a relational point of view. Sampson (2017) discusses the concept of *worn* in *wearer-clothes-designer engagements* suggesting fantasising as a process of

negotiation between these three actors. These varied articulations between clothing, design and contemporary philosophies bring to light the discussion of materials. They each ask, in different ways, how we might listen, and give acknowledgement to non-living, wearable matter.

The case study discussed in this article adds to these approaches by incorporating the perspective of wearer-worn engagements with generated data through the use of probing kits. Through it, we attempt to make visible the material agency of clothes. Following Bennett (2010, p. 51) on the vibrancy of matter, we ask: 'What would happen if [*fashion*] were to incorporate a greater sense of the active Vitality of our [*clothes*]?'⁴. Despite not being a question we can fully answer within this work, we suggest beginnings to approach it.

From Cultural Probes to *Wardrobe Interventions*

To describe any material is to pose a riddle, whose answer can be discovered only through observation and engagement with what is there. The riddle gives the material a voice and allows it to tell its own story: it is up to us, then, to listen, and from the clues it offers, to discover what is speaking. (INGOLD, 2013, p. 31)

[202]

How can we, as design researchers, become more sensitive to the voices of the objects we investigate? To look at objects as they act in relationships seems essential to grasping what it is that Ingold (2013) suggests (in the above quotation) 'is speaking.' The focus of study – the relationship between wearer and worn – calls for a method that allows access to intimate spaces and personal engagements for an extended time frame without the presence of the researcher. *Wardrobe intervention* as a method to investigate designed objects in experiences draws from Cultural Probes (GAVER et al., 1999) its main inspiration in the expectation of a more shared narrative with the objects we engage with.

Cultural Probes (GAVER et al., 1999) emerged as a design research method that focused on developing creative tools to incite participants to provide inspirational input to researchers in a participatory approach. Instead of relying solely on the designers' decisions during the creative processes of a new product or objects, external voices (e.g. clients' voices) could thus be taken into consideration. The data produced was not intended to be used to develop a specific design but rather to inspire the designers and challenge them to connect with the idiosyncratic perspectives of project participants. By collecting participants' discussions and responses to the provocations embodied in the probes (GAVER et al., 1999; GAVER et al., 2004; HEMMINGGS et al., 2002), the intention was that future scenarios and unexpected ideas could arise.

Probes have since spread broadly in the design research environment. From the original Cultural Probes, adaptations to many specific research areas arose: residential probes (HEMMINGGS et al., 2002), technology probes

(HUTCHINSON et al., 2003), mobile probes (HULKKO et al., 2004), design probes (MATTELMÄKI, 2006) and playful probing (BERNHAUPT et al., 2007) are only some examples of this expansion. Despite the intense implementation of the method to diverse spheres of design its application in the field of clothing remains, for the most part, limited to wardrobe studies (SKJOLD, 2014; RIGBY, 2017) and fashion design practice (FRASER, 2014).

In wardrobe studies, Skjold (2014) looks into wearing practices of Danish men in relation to the fashion brand Mads Nøregaard. To probe her participants Skjold provides them with a kit containing a notebook, an instruction set and clothing items designed and produced by the brand. The instructions direct participants how to take pictures and make notes about their wearing routines. From her analysis, Skjold concludes that, using this probing method, participants develop a greater awareness of dressing practices. In another example, Emma Rigby's work (2017) is focused on laundering practices. Her probes aim to ascertain whether specific design characteristics in clothes can impact laundering and maintenance routines. Similar to Skjold, Rigby gave clothes and diaries to participants, who were instructed to make notes about their laundry behaviours of a specific garment over the course of a year. To conclude the study, available participants took part in a semi-structured discussion group, with the aim of retrieving themes and developing research conclusions. These works attest the validity of the method for investigating individuals wearing practices and make cases from which researchers can draw implementation ideas. They provide resources that can be applied to the context of clothing production having a more sustainable use-phase in mind.

[203]

Fraser (2014) works with probes possible future scenarios using a more experimental research structure, drawing inspiration from the works of Dunne and Raby (2001). In her method, she deploys clothing in the role of 'conversations' rather than 'statements', under what she calls 'events of Critical Use'. These events challenge Herbert Blumer's understanding that 'while clothing may say something, it is scarcely involved in conversation' (BLUMER *apud* DAVIS, 1992, p. 8). Fraser's work points to the potential of clothes taking an active role in the wearer-worn relationship and reckons their part beyond a passive support in meaning making. The highly experimental tone of the works situates it closer to speculative and critical design approaches, and thus the original intent of Cultural Probes, and farther from everyday wearing practices. What is particularly potent in her deployments, and relevant to the *wardrobe interventions* method, is the discussion of the different roles that clothes can play and how this can be assessed and discovered through the use of probes.

These examples demonstrate that fashion research and practice can collect fruitful results using variations of cultural and design probes. Despite different foci and intentions, they form a foundation of investigations on clothing and fashion through deployments. Altogether, they propose opening the design of clothing to a more participatory approach. The *wardrobe*

interventions method contributes to such efforts by adding the voice of experimental clothing from the perspectives of designer, wearer and clothes. Specifically, it calls participants to engage in discovering the clothes' voices by engaging in careful observation, such as is suggested by Ingold (2013) in the quotation that opens this section. The method assists researchers and wearers in understanding the agency held by their clothing via questionings and direct interaction with responsive materials. To demonstrate, we describe our case study in the following section, beginning with the development of experimental clothing for use in the probes.

Exposing the method

Our case study brings together two projects. Dress (v.) (VALLE NORONHA, 2016) and Wear\Wear (VALLE NORONHA, 2017a). Dress (v.) took movements of getting dressed and undressed as a visual resource for producing flat patterns, to generate shirts for the first wardrobe intervention kit. Wear\Wear built on this earlier study to extend a continuous exploration of form – grounded in experimental pattern cutting undertaken by Valle Noronha since 2008 – to more deeply investigate attachment to clothing.

[204] In both projects, autoethnographic methods were used by the designer to collect data. In Wear\Wear, for example, Valle Noronha completed charts that evaluate notions of comfort, visibility, versatility and past frequency of use of clothes worn during a 30 days period (VALLE NORONHA, 2017a). The charts' lines form the basis for the shapes of a series of dresses and blouses, which became items in the second wardrobe intervention kit. Reactive materials (UV sensitive dyes, polyvinyllic filaments and fabric, and heat sensitive paint) were used in these dresses and blouses. The polyvinyllic materials provided permanent changes and the sensitive dyes result in temporary changes. Using active and reactive materials assist to bring focus to the notion that clothing has agency.

Once the clothing has been developed, each item is deployed in a *wardrobe intervention*. The intention is to investigate how relationships develop between a wearer and an experimental item of clothing. The interventions unfold over four stages: (1) Intervention deployment; (2) Interaction phase; (3) Group discussion; (4) Reassessment interviews.

As noted in the introduction, the underlying intention is to understand how design can be used to promote more active engagements between wearers and the things they wear. The studies last for up to one year and investigate what aspects of clothes might foster stronger and more reflective relationships with wearers, without losing the expression of the designer. The aim is for the wearer to listen to the 'voice' of these clothes as grasped and interpreted by them. Figure 1 presents an overview of the deployments. We provide details from both Wear\Wear and Dress (v.) to highlight similarities and differences in how different *wardrobe interventions* might be deployed.

Todo o material coletado aqui será analisado e seus resultados farão parte de uma pesquisa acadêmica.

Todas as dúvidas ou questões podem ser esclarecidas através dos contatos:
julia.valle@aalto.fi
+55 31 98806 8517

All the data collected here will be analysed and the results will be part of an academic research.

Any doubts or questions can be clarified using the contacts below:
julia.valle@aalto.fi
+358 040 545 5050

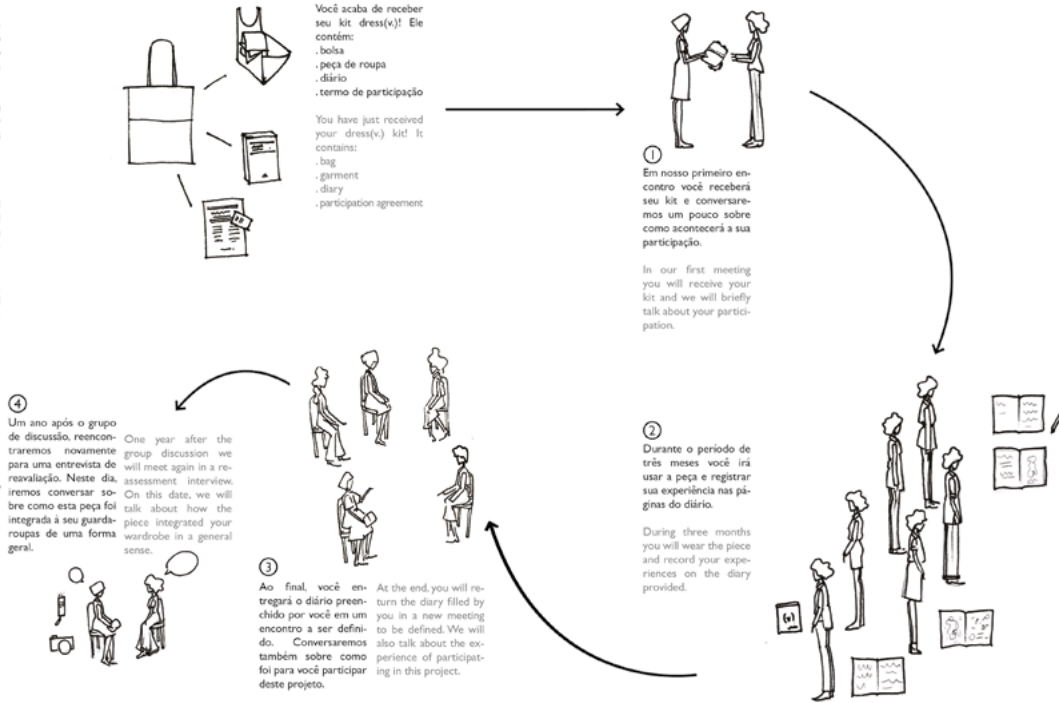


Figure 1: The four-step wardrobe intervention process.

Image Credits: Julia Valle Noronha

1. Intervention deployment

In the first one-on-one encounter, an intervention kit is given to the study participant. The encounter begins with a brief introduction to how the pieces were created. The participant tries the clothes for the first time while the designer is present, and necessary alterations are identified and made. This on-site personalisation process ensures that the clothes fit well, and resonate with the wearer's style preferences. The designer then explains how the study will unfold, what is expected from the participant, as well as their rights. At this point participants sign a form consenting to their participation. In both Dress (v.) (Figure 2) and Wear\Wear (Figure 3), the deployment kit consists of: a clothing item, a 72-page diary with eight divisions, a consent form, a leaflet detailing the creative process of the clothing item, and the researcher's business card.

[205]



Figure 2: Dress (v.) wardrobe intervention kit.
Photo: Estúdio Tertúlia.
Author's archive.



Figure 3: Wear\Wear wardrobe intervention kit.
Photo: Estúdio Tertúlia.
Author's archive.

[206]

Participants are invited to wear the given piece '*about six times*' during a specified amount of time (one month for Dress (v.) probes and three months for Wear\Wear). Importantly, there is no mandatory use criteria. Rather, participants are asked to wear the piece like any other item in their 'in use' wardrobe. At each use, an entry is to be made in the provided diary, reporting their experience with the garment. These instructions are given in the first encounter and can be found printed in the first pages of the diary, to ensure the message is clear. Critically, the notion of agency is not mentioned to participants at any time.

At the end of the deployment encounter, the participant takes the wardrobe intervention kit home. Before leaving, they are instructed that if any questions or doubts arise, they can contact the researcher without hesitation. We thus planned as much as possible for the smooth and fruitful development of the study.

2. Interaction phase

Once the piece is in their wardrobe, participants can interact with it in any way desired. Alterations or personalization of the item are allowed and understood as reflecting the nature of the relationship. During the study period, notations on the experiences are made in both a structured and unstructured form. Pre-defined questions are printed on the diaries followed by blank pages. The blank pages are filled in any desired form; narratives, reflexions, drawings, photos, etc. Whilst the questions aimed at situating the participant in the moment of experiencing the piece, the blank pages hoped to retrieve inspiring notions and discussions.

Towards the end of the diary-keeping period, all participants are contacted to meet for a group discussion.

3. Group discussion

The group discussions are organised by the researcher and mediated by Valle Noronha (for the first group) or an external mediator (for subsequent

groups). During the discussion, participants are invited to share their experience about ordinary or extraordinary events that took place during the study period. Following each participant's talk, it is expected that a discussion will naturally emerge on the main topics of concern. If the discussion deviates significantly from the research's focus of interest, the mediator can step in and bring the discussion back to the desired topics. In addition to the topics that emerge from their experiences, the mediator tries to understand if the clothes suggest anything to the participants beyond clothing-related choices, such as a different choice of diet or more radical actions or shifts in behaviour. For example, a white shirt may suggest 'stay away from the spaghetti and tomato sauce' or a tight neckline might invite the wearer to overcome a fear of performing do-it-yourself alterations on their garment. The objective of this provocation is to have participants indirectly reflect on such agencies, considering the wearer-worn relationships they have lived with their clothes.

4. Reassessment interviews

For the second group in Belo Horizonte and Helsinki, a reassessment interview was undertaken one year after the group discussions. The decision to do this additional interview was made in the course of the data interpretations stage in response to two unavoidable facts. In the first place, relationships evolve over time and three months might not be enough to allow for considerable development. Second, the diary-assisted relationship is, in many aspects, different from individuals' everyday engagements with clothes. These two facts suggested the need for a reassessment to determine whether or not further shifts had occurred. With a reassessment, findings from the diaries and group discussion could be confirmed or rejected, strengthening the validity of the results.

In the reassessment interviews, the researcher interviews each participant individually in their home for an average of 50 minutes. The interview concentrates on the wardrobe and the clothes, trying to pull from participants the kind of 'voice' the clothes they received might have. Participation was smaller than for the original study, as some participants moved city/country or were away on holidays. In total, 50% of the original participants were interviewed. No clothes were collected. Rather, they were given to individuals as a compensation and acknowledgement of their participation.

The deployments differed slightly in each use case (see Table 1). Wear\Wear took place after Dress (v.) and iterated the method, based on what had been learned in the first study. The right hand column in Table 1 explains the changes.

Table 1: Differences between the deployments in the two projects

	Dress (v.)	Wear\Wear	Phase	Justification for changes
Location	BH	BH + HEL	n/a	Interested in perceiving possible cultural differences, the study took place in the two cities, located around 11.000km away from each other.
Number of Participants	10	22	n/a	The average number of participants was kept to each study group, thus in the second project (which was held in two cities, with two groups) the total number was higher.
First encounter visual record	yes	no	1	From the first study it was chosen that less focus would be given to visuals from the researcher's side, aiming at not driving the participants towards visual priorities.
Diary keeping time	1 month	3 months	2	It was concluded that the one-month time frame was too short to observe how the relationship developed.
Group discussion mediator	researcher	external mediator	3	The fact that the researcher was the mediator in the first study was later re-evaluated. Not having the image of the designer-researcher in the discussion was understood as a positive change. On the second project, an external mediator was invited to mediate the discussion.
Re-assessment interviews	no	1 year after	4	The notion of 'intervention' was consolidated only after the first study. To understand, then, how the interventions acted in a longer time frame became necessary.

[208]

Notes on the method: Probing Designed Clothes

The *wardrobe intervention* method differs from previous probing deployments in key ways regarding the nature of the deployments and the expected outcomes. In this section, we highlight the similarities and differences with previous deployment studies and discuss the advantages of the method in a fashion context.

The *wardrobe interventions* contain clothes that, despite being understood as open to developments, are finished as designed objects. This particularity contrasts with many previous design and cultural probes, where the probing kits include material for sparking discussions such as collage tasks or inspiring material (e.g. MATTELMÄKI, 2006; LUNDGARD; LARSEN, 2007). Thus, in the *wardrobe interventions* the design process takes place before the deployments and not after. This approach required a practice-based investment prior to the investigation. The openness to developments, mentioned above, arises from two factors: (1) as part of a practice-led research, the creative work is taken as a lifelong process open to developments and future iterations (cf. NIMKULRAT, 2009, p. 19); and (2) the final 'forms' the pieces achieve will only become evident as the wearers and clothes interact.

Different from other deployments in fashion research – that either allow participants to choose pieces (SKJOLD, 2014) or make the experiences punctual and not part of participants' on-going wardrobes (FRASER, 2014) – *wardrobe interventions* are not chosen by their wearers. Yet, a great investment is put into making the pieces made-to-measure, customising them and forming possible adaptations on-site. This approach envisions that the clothes will actually be worn. It gives the pieces a very particular framing of a 'bespoke' intervention that participants are invited to embrace and take into their routines and relationships. In this sense, the intervening aspect places the *wardrobe interventions* closer to Cultural Probes (e.g. GAVER et al., 2001) and Critical Design (e.g. DUNNE; RABY, 2001), than Design Probes (MATTELMÄKI, 2006) or other forms of probes mentioned above.

Wardrobe interventions include reassessment interviews after an extended period of time. These interviews allow participants to reconsider what happened during the time taken with the clothing and the diaries. The approach reflects a general understanding that relationships with objects develop through time and engagement, and a short account would not be sufficient to apprehend such developments (MUGGE; SCHOORMANS, 2006; WILDE, 2014). Further, even though after such a long period many memories might be lost, the reassessment interviews take advantage of the fact that memorable events (more often than not responsible for shifts in relationships) are retained (KUJALA; MIRON-SHATZ, 2013). Through the reassessment interviews, the researcher can confirm findings from the diaries and discussion groups and bring questions that revolve around the question: What is it that these clothes do in relation to other clothes and the wardrobe?

[209]

The data accessed is meant to represent not only the individual's perspective but also that of the objects. It achieves this end through an evolving shift of perspective from a user-centred approach to a clothes centred approach. A similar perspective was developed by Cila et al. (2015) in the context of Design Anthropology, where objects carrying logging devices were deployed in participants' kitchens (cup, kettle, fridge). Participants were asked to interpret the log as the 'social life' of the objects. In *wardrobe interventions*, the clothes embed meanings and experiences with their environments over time. The wearers report such information through indirect questions on the matter during the group discussions and reassessment interviews. For example, wearers were asked to discuss how that piece interacted with other pieces in their wardrobe and what kind of 'personality' the piece would have. As such, the data collected is an interpretation of the agency of the clothes via the voice of the wearers. Crucially, since understanding *if* (and if so, *how*) the *wardrobe interventions* could act as motors to raising awareness on the material agency of clothes was of interest, direct questions were avoided.

The three stages of data collection – diaries, group discussions and reassessment interviews – foreground different foci (Table 2). In both cases the focus was developed from a user-centred approach (diaries) to a relationship-centred discussion (group discussion). The reassessment interviews then

drew focus closer to the nonhuman agents, as the lives of the clothes were reported by wearers. Pictures and investigation of the physical state of clothes support this phase of the method. This evolving process envisions a thorough grasp of the relationship while working together with participants through time to develop an emergent understanding of the different agencies at play.

Table 2: Description of the data set in the study

Data Set	Description	Interpretative Approach
Diary (wearers diaries)	Diary kept by participants of the study that received clothes as wardrobe interventions. They were scanned and coded by hand.	1. open coding 2. thematic coding
Dialogue (probes hand-out)	Meetings in which the wardrobe intervention pieces were handed out to each participant. They were all audio recorded and transcribed (to assure that the same information was given to all participants).	No interpretative approach. Used as reference only in regards to information given.
Group Discussion	Group discussion between participants led by a mediator. They were audio recorded and some pictures were taken by the mediator. No video was taken to allow a more comfortable discussion to all participants. They were transcribed and coded using Atlas software.	1. open coding 2. thematic coding
Reassessment Interviews	Reassessment interviews with some participants. They were audio recorded, transcribed and coded using Atlas software.	1. thematic coding

[210]

In the above table we provide a more detailed view of how the data interpretation unfolded across the two cases. Interpretation was a three-step process. First, each case was investigated individually, then a comparative interpretation was completed. This approach resulted in previous findings (diaries and group discussion) being questioned and discussed in the context of latter findings (reassessment interviews). For project-specific findings please refer to Valle Noronha (2016) and Valle Noronha (2017a).

On wardrobes as spaces in time: Reflections from the study

The interesting thing [...] is how everyone changed a little after [the engagement with] the shirt. (Participant 5 in Group Discussion 1)

When a new garment enters our wardrobes it inevitably brings potential for change. These changes may never occur, depending on how one engages with the garment in relation to the wardrobe in general. For instance, a new pair of shoes can motivate new combinations between pieces that never 'acted' together as an outfit, or a new shirt can turn a previously active top to become idle and be moved to the 'inert' zone of a wardrobe. This research examines if there are aspects in clothes that might propel specific changes or more systemic ones. Specifically, it asks: if such changes exist, might they

motivate shifts in understanding of the relationships a person holds with their clothes towards a reckoning of the agencies individual clothing items might hold? And: how might designers and researchers become open to listening to the voice of clothes? In this section we reflect on which aspects in the method may have supported or frustrated such goals

From the two studies we perceive that the motivators and catalysts for change go beyond the clothes themselves. The way the researcher communicated the clothes to the participants, for example, played a role in the relationship, as did the support material given in the wardrobe intervention kit (the informative leaflet and clothes tags). Participants reported paying closer attention to the washing instructions and perceiving more intensely the feel and physical characteristics of the materials used than they do with other clothes. We associate these shifts to two main factors: (1) the research aspect of the project, which demanded a different attention to the pieces; and (2) the ways in which experimental and made-to-measure clothes are typically commercialized – more often than not, such sales happen in the studio space, with a close consumer-designer relationship.

[211] In *Wear\Wear*, the responsive materials seemed to motivate a more playful relationship than the clothes in *Dress (v)*. At the same time, the permanent changes motivated participants to question and investigate how the changes took place. These two aspects generated a more active relationship, one in which participants engaged in mending, altering or re-setting the relationship with their clothing item. Initial difficulties or frictions between wearer and clothes – reflecting the experimental pattern-cutting process – were intended and helped strengthen the wearer-worn relationship (see LASCHKE et al., 2015). Participants relate getting acquainted with the patterns when ironing or hanging the piece. We consider this growing familiarity to be a positive move towards deeper understanding of the general qualities of clothes, and central to shifting perspectives on garments from passive to active matter as suggested by Ingold (2013, p. 31).

The combination between the support material (informative booklet and tags) and the material characteristics of the clothes offered a powerful starting point for shifting perception of the agencies clothes might hold. In general, participants declared themselves more thoughtful about their clothes as a result of the study. The idea of care (identified by Sława-Neyman, 2014 as a potent factor in the reckoning of material agency) was frequently mentioned. It was not connected to a particular feature but rather to the overall presentation and quality of the wardrobe intervention kits as well as to the materiality of the garment (e.g. a white poplin or shiny black crêpe).

In a field like fashion and clothing design, in which people and worn objects are so tightly intertwined, it is difficult to set the voices of wearers, clothes and designer apart. They all mutually influence each other in

intrinsic ways. For example, when participants were asked to describe the piece in their physical and abstract characteristics, they would often mix their own personal 'marks' left on the piece with style characteristics and values attributed to the designer, and material and abstracts aspects particular to the garment. Nonetheless, as time passed, participants became more aware of the different voices and roles of each in the relationship. During the group discussion they referred to the designer and themselves much more than to the piece. Whilst in the reassessment intervention they seemed to have a more developed relationship with the piece, bringing it to their discourse with more agentic features. This situates time as central in the development of stronger relationships between wearer and worn and reminds us how clothes embed experiences in a constant 'becoming'. We have framed this continuous changing as a permanent state of co-authorship between wearer-worn-designer (cf. VALLE NORONHA, 2017b). One response to the challenge of identifying the origin of agencies is to include more direct questions to participants in the reassessment interview. The researcher could thus better define when it is that the materiality of the garments speaks louder than the wishes of the participant or the designer and vice versa.

[212]

Extending the discussion on the matter of time, during the diary-keeping phase, relationships were under 'observation', and changes in how participants related to or perceived clothing could be altered by the situation of being observed. Beyond that phase, participants integrated the clothes deployed more fully into their wardrobes. They developed relationships closer to their usual habits and routines, though tainted with the discussions with the other participants. Some participants stated that the piece started being combined with a less restrictive mindset once they were no longer reporting their choices. Though this may seem an obvious finding, it brought up discussions on how the wardrobe intervention motivated a more careful account of the pieces in their wardrobes over a longer timeframe.

We believe that the extended length of the second study – approximately one year in total – allowed participants time to perceive more consistent changes in their wardrobes and to consolidate relationships. Some of these changes were: perceived similarities between new clothes bought with the wardrobe intervention piece and extended reflections that emerged during the group discussion to their wardrobe more generally. Changes in laundering habits were perceived in the group discussions but not confirmed in the reassessment interviews. For us this confirms the need of a longer investigation, including not only the diary-keeping phases but also a report-free stage of use. On the other hand, the diaries and group discussion were important to setting the overall tone of the relationship.

Expanding the discussion above, the table below focuses on the pros and cons of the method qualities.

Table 3: Pros and contras of the wardrobe interventions as a research method

	Pros	Cons
Data	Very rich data. Collects data beyond expectations / plans Free-form generated data - no pattern	Very large volume of data - time consuming for interpretation
Time	Long time span allows confirmation of findings	Needs planning for longer lasting projects and time availability (minimum 1,5 year)
Design Practice	Engages designer-researcher in real design activity	Increases cost of project
Number of Participants	A small group of participants is already enough (around 5)	Need long time commitment (1 year) - some might never return the diaries or never wearing the piece
Access	Great access to personal/private information through the clothes	Cultural differences must be noted in how/how much individuals share info on their intimacy
Participation Frequency	Participants are generally committed. Discussion group had average 68% participation.	Reassessment interviews are more difficult due to the time distance between studies. In this study it achieved 50% participation.

[213]

The *wardrobe interventions* present a range of opportunities for designer-researchers to better understand their production, including some different from the one we investigate here. Indeed, the main quality of the method is the richness of data, which can provide surprising and unexpected results. Achieving data saturation though is difficult, considering that individuals have particular ways of relating to their clothes. This is not seen as a negative, but rather a clear confirmation that wearing practices are particular to each individual and the clothes they wear. By giving value to these particularities, the research leans on Nelson and Stolterman's (2003) notion of 'the ultimate particular' to accord dignity to diverse perspectives, support new ways of considering, acting and enacting beliefs, and thus explore broader issues.

In the two studies presented, we focused on a selection of participants that ranged from ten (in the first study) to twenty-two (in the second study). We propose that the size of our data does not harm the quality of the data produced as the focus of the inquiry lies in the individual feelings and experiences of clothing. More data would simply lead to more variation, not necessarily to more clarity in our findings. We do acknowledge though that applications of the method aligned with other research interests may benefit from larger or smaller participant sampling.

Regarding participation frequency and the continued use of pieces, a concern arose before the reassessment interviews: Would participants have simply stopped using the clothes given to them after the group discussion? To

our surprise, the garments were very active in all the reassessed interviewees' wardrobes. In all cases, the clothes were found in 'active' zones, such as dirty clothes bag or hangers behind the bedroom door. This finding, apart from making us very happy, signalled that the eventual frictional beginnings (mentioned by around 50% of participants) developed into a stable relationship.

Conclusion

In the attempt to bring the discourse on material agency to the field of clothing design, the *wardrobe interventions* method offers a set of positive qualities and points to difficulties that can be enhanced in future research. Significantly, the method presents us with quality material that can be used for designing towards more active relationships between people and the clothes they wear. In the contemporary fashion system, where clothing and consumers have grown into passive roles (VON BUSCH, 2008, p. 30) and overproduction for mega-profits pose a threat to the system's ecologies, configuring alternatives is key. The *wardrobe intervention* method helps us to find ways of picturing clothes not as passive objects but rather as active agents in the complex network of forces that shape everyday engagements with clothes and fashion.

[214] The method makes visible the potentials of a new garment entering into a person's wardrobe from a wearer's viewpoint. The cases demonstrate changes in participants' discourses on fashion, achieved through the combination of information, discussions and, of course, the wearable pieces themselves. Together, these elements afforded a deceleration of wearing experiences, beginning with the requirement to take account and record engagements. This deceleration was extended to other clothes in the participants' wardrobes over the course of the study, indicating enriched quality and strength of attachment to the clothes. The method thus resonates with Bennett's suggestion that deceleration can support the development of practices that move against wasteful and excessive consumption (BENNETT, 2010, p. 51).

That the interactions of participants in *wardrobe interventions* are defined exclusively by participants' reports may be seen as a limitation. A more in-depth material investigation of the wardrobe could give rise to new and important findings that perhaps better acknowledge the spaces of action of the objects in question: the clothes. Due to the length and methodological focus of this article, contextual differences and findings from each study are not included. Further, discussion of how our findings relate to wardrobe studies (FLETCHER; KLEPP, 2017; KLEPP; BJERCK, 2014) and fashion and identity (DAVIS, 1992) are limited. We believe that bringing focus to these different aspects of the research would strengthen our claims in regard the method's contribution to the agency of clothes in a wearer-worn relationship, and look forward to unpacking this possibility in the future.

From a research perspective, the *wardrobe intervention* method allows a deep dive into wardrobes, where a garment enters to bring disruption. With

direct or indirect instructions participants are asked to report their experiences with the pieces in three stages: a diary (where we expect to collect a more human centred narrative), a group discussion (where the focus shifts to the forces at play in the relationship) and a reassessment interview (where indirect questions request that participants voice the piece's 'wills' and 'views'). The disruptive nature of these activities acts on participants' general understanding and relationship to clothes and supports a pre-existing interest in the development of a personal style, less attached to trends. Together, they highlight the wearer-worn relationship as a space where individuals and clothes negotiate actions in order to build identities (SAMPSON, 2016; KAISER, 1999). For the researcher, they bring valuable information not only regarding design strategies to spark care and more engaged relationships between wearer and worn, but also raise new questions on the notion of authorship and of time as a design space.

The path to a spread understanding on the materiality of clothes is rather at the beginning than at the end. With the *wardrobe interventions*, we expect to contribute a small step further into the complex task of voicing the non-human agents we engage with in our daily routines. This contribution aspires to reach not only research in clothing and fashion design practice, but also wishes to take less academic outings into fashion ateliers and companies.

If your clothes had voice, what would they speak of?

[215]

Acknowledgements

We would like to thank Aalto University (2016-2017) and CNPq (2015) for funding parts of this research and extend the acknowledgement to the reviewers of this article. They provided us with valuable questions and comments that made enhancements possible.

Recebido em: 16-10-2017

Aprovado em: 20-03-2018

NOTAS

¹ The term experimental (fashion) design and its derivations has not yet been defined by academics despite its broad use in the education sector (see CSM, 2016; MICA, 2016) to refer to creative activity involving experimental processes in fashion design. We address experimental pattern cutting as a process that strongly relies on experimental methods to produce patterns for clothing.

² The two cities were chosen due to ease of access (the designer's studio and study locations) and in order to incorporate different cultural contexts to the experiments.

³ Here, apart from this brief introduction, we consciously avoid the use of the term 'new materialism'. Instead we choose to make use of 'material agency', which focuses and represents our specific interest in the broad new materialist discourse.

⁴ The original: 'To the extent that we recognize the agency of food, we also reorient our own experience of eating. What would happen if slow food were to incorporate a greater sense of the active Vitality of foodstuff?' (BENNETT, 2010, p. 51).

REFERENCES

- AINAMO, A. Rethinking textile fashion: new materiality, smart products, and upcycling. In: *Swedish Design Research Journal*, n. 2, p. 53-60, 2014.
- ALLWOOD, J. M. et al. *Well dressed? The present and future sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom*. Cambridge: University of Cambridge, 2006.
- BARAD, K. *Meeting the universe halfway: quantum physics and the entanglement of matter and meaning*. Durham: Duke University Press, 2007.
- BENNETT, J. *Vibrant matter: a political ecology of things*. London: Duke University Press, 2010.
- _____. The force of things: steps toward an ecology of matter. In: *Political Theory*, v. 32, n. 3, p. 347-372, 2004.
- BERNHAUPT, R., WEISS, A., OBRIST, M., TSCHELIGI, M. Playful probing: making probing more fun. In: *Proceedings of the 11th IFIP TC 13 International Conference on Human-Computer Interaction*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007.
- BOLT, B. Introduction: toward a new materialism through the arts. In: BARRETT, E.; BOLT, B. (Eds.). *Carnal knowledge: towards a 'new materialism' through the arts*. London: I. B.Tauris & Co. Ltd., p. 1-14, 2013.
- CHAPMAN, J. Design for (emotional) durability. In: *Design Issues*, v. 25, n. 4, p. 29-36, 2009.
- CILA, N.; GIACCARDI, E.; TYNAN-O'MAHONY, F.; SPEED, C.; CALDWELL, M. Thing-centered narratives: a study of object personas. In: *Collaborative Formation of Issues Proceedings*, January 22-23, Aarhus, DK., p. 1-17, 2015.
- COOLE, D.; FROST, S. Introducing the new materialisms. In: COOLE, D.; FROST, S. (Eds.). *New materialism: ontology, agency & politics*. London: Duke University Press, p. 1-43, 2010.
- CSM. *Central Saint Martins Website*. Available at: <<http://www.arts.ac.uk/csm/courses/short-courses/fashion-design/experimental-fashion-design-online/>>. Accessed on: 13th December 2016.
- DAVIS, F. *Fashion, culture and identity*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- DUNNE, A.; RABY, F. *Design noir*. Basel: Birkhäuser, 2001.
- FLETCHER, K. *Craft of use. Post growth-fashion*. New York: Routledge, 2016.
- _____. Slow fashion: an invitation for systems change. In: *Fashion Practice The Journal of Design Creative Process & the Fashion Industry*, v. 2, n. 2, p. 259-266, 2010.
- FLETCHER, K.; KLEPP, I. *Opening up the wardrobe. A method book*. Oslo: Novus Press, 2017.
- FRASER, H. CloTHING(s) as conversation. In: *Clothing Cultures*, v. 1, n. 2, pp. 155-169, 1st March 2014.
- GAVER, B.; MARTIN, H. Alternatives: exploring information appliances through conceptual design proposals. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems – CHI '00*, v. 2, n. 1, p. 209-216, 2001.
- GAVER, W.; BOUCHER, A.; PENNINGTON, S.; WALKER, B. Cultural probes and the value of uncertainty. In: *Interactions – Funology*, v. 11, n. 5, p. 53-56, September to October, 2004.
- GAVER, W.; DUNNE, T.; PANCETI, E. Cultural probes. In: *ACM Interactions*, n. 6, p. 21-29, 1999.
- GIBSON, J. J. *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton- Mifflin, 1979.
- HEMMINGS, T.; CRABTREE, A.; RODDEN, T.; CLARKE, K.; ROUNCFIELD, M. Probing the probes. In: *Proceedings of the Participatory Design Conference 2002*, edited by T. Binder, J. Gregory, and I. Wagner, p. 40-50, 2002.
- HULKKO, S.; MATTELMÄKI, T.; VIRTANEN, K.; KEINONEN, T. Mobile probes. In: *Proceedings of NordiCHI04*, edited by A. Hyrskykari, p. 43-51, 2004.
- HUTCHINSON, H.; MACKAY, W.; WESTERLUND, B.; BEDERSON, B. B.; DRUIN, A.; PLAISANT, C.; BEAUDOUIN-LAFON, M.; CONVERSY, H.; EVANS, H.; HANSEN, H.; ROUSSEL, N.; EIDERBACK, B.; LINDQUIST, S.; SUNDBLAD, Y. Technology probes: inspiring design for and with families. In: *Proceedings of the conference on human factors in computing systems CHI03*, p. 17-24. Fort Lauderdale, FL: ACM Press, 2003.
- INGOLD, T. *Making*. [s.l.]: Routledge, 2013.

- KAISER, S. *The social psychology of clothing: symbolic appearances in context* (2nd ed.). New York: Macmillan Publishing Company, 1990.
- KIM, H.; CHOO, H. J.; YOON, N. The motivational drivers of fast fashion avoidance. In: *Journal of Fashion Marketing and Management*, v. 17, n. 2, p. 234-260, 2013.
- KLEPP, I. G.; BJERCK, M. A methodological approach to the materiality of clothing: wardrobe studies. In: *International Journal of Social Research Methodology*, v. 17, n. 4, p. 373-386, 2014.
- KUJALA, S.; MIRON-SHATZ, T. Emotions, experiences and usability in real-life mobile phone use. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'13)*. New York: ACM, 2013.
- LASCHKE, M. et al. 'Annoying, but in a nice way': an inquiry into the experience of frictional feedback. In: *International Journal of Design*, v. 9, n. 2, p. 129-140, 2015.
- LATOUR, B. *Reassembling the social: an introduction to actor-network theory*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- LUNDGAARD, L.; LARSEN, U. Applying probes as an inspirational research tool for fashion design. In: *Nordes 2007*, p. 1-7, 2007.
- MATTELMÄKI, T. Applying probes – from inspirational notes to collaborative insights. In: *CoDesign*, v. 1, n. 2, p. 83-102, 2015.
- MICA. Maryland Institute College of Art website. Available at: <https://www.mica.edu/Programs_of_Study/Undergraduate_Programs/Fiber/Experimental_Fashion_Studio_Concentration.html>. Accessed on: 13th December, 2016.
- MILLER, D.; KÜCHLER, S. *Clothing as material culture*. Oxford: Berg, 2005.
- MUGGE, R.; SCHOORMANS, J. P. L. A longitudinal study of product attachment and its determinants. In: *Advances in Consumer Research*, v. 7, p. 641-647, 2006.
- NELSON, H.; STOLTERMAN, E. *The design way: intentional change in an unpredictable world*. Englewood Cliffs: Educational Technology Publications, 2003.
- NIMKULRAT, N. *Paperness, expressive material in textile art from an artist's viewpoint*. Helsinki: Aalto University, 2009.
- RIGBY, E. Laundry probes. In: FLETCHER, K.; KLEPP, I. (Eds.). *Opening up the wardrobe. A methods book*. Oslo: Novus Forlag, 2017.
- SAMPSON, E. The cleaved garment: the maker, the wearer and the 'me and not me' of fashion practice. In: *Fashion Theory*, 7419, p. 1-20, September 2017.
- _____. *Worn: footwear, attachment and affective experience*. London: The Royal College of Arts, 2016.
- SKJOLD, E. *The daily selection*. Kolding: Designskolen Kolding, 2014.
- SPŁAWA-NEYMAN, T. *Care making. Practices of gleaning, using and future fashioning*. Melbourne: RMIT, 2014.
- TIAINEN, M.; KONTTURI, K.; HONGISTO, I. Framing, following, middling: towards methodologies of relational materialities. In: *Cultural Studies Review*, v. 21, n. 2, 2015.
- VALLE NORONHA, J. On the agency of clothes: surprise as a tool towards stronger engagements. In: *Research Through Design 2017*, p. 519-534. Edinburgh, 21-24 March 2017a.
- _____. Time as a design space: designing surprise in clothing experience and maintenance. In: *Annals of the 13^o Colóquio de Moda*. Bauru: Unesp, 2017b.
- _____. (Dress (v): Encorporeamento de movimentos através de modelagem criativa. In: *Annals of the 12^o Colóquio de Moda*. João Pessoa: UFPE, 2016.
- VON BUSCH, O. *Fashion-able: hacktivism and engaged fashion design*. Gothenburg: University of Gothenburg, 2008.
- WILDE, D. PKI: crafting critical design. In: *The ACM Conference on Designing Interactive Systems (DIS'14)*, p. 365-374. Vancouver, Canada, June 21-25, 2014.
- WILDE, D.; UNDERWOOD, J. Designing towards the unknown: engaging with material and aesthetic uncertainty. In: *Informatics 2018*, v. 5, n. 1, 1, 2018. doi:10.3390/informatics5010001 [<http://www.mdpi.com/2227-9709/5/1/1/html>].

Moda pelo avesso: compartilhamento de produção acadêmica para transformação de realidades

*Fashion inside out: sharing academic production
to transform realities*

[NAYARA CHAVES FERREIRA PERPÉTUO]

Professora no Instituto Federal do Maranhão (IFMA).

E-mail: nayarachaves@ifma.edu.br

[resumo] O objetivo deste artigo é demonstrar como é possível articular a teoria e a prática no âmbito do ensino de Moda, extrapolando os muros das instituições de educação. Para isso, aborda o planejamento, a execução e os resultados do projeto de extensão intitulado *Moda pelo avesso* que foi idealizado para apresentar os resultados da pesquisa de mestrado de uma docente da rede federal de ensino à comunidade da cidade de Zé Doca, no Maranhão. Ele culmina trazendo à tona o retorno social da escola que incentiva e divulga a pesquisa, além de promover reflexões importantes na contemporaneidade envolvendo práticas sustentáveis e questionando o papel dos agentes implicados nas relações de consumo – designers e consumidores.

[219]

[palavras-chave]

design de moda; pós-graduação em Design; qualificação docente; ensino.

[abstract] The objective of this article is to demonstrate how it is possible to articulate theory and practice in the scope of fashion education, extrapolating educational institutions walls. For this, addresses the planning, execution and results of the Extension Project entitled *Fashion Inside Out*, which was idealised to present the results of the master's degree research of a lecturer of the Federal Education system to the Zé Doca community (Maranhão). It culminates bringing out the social return of the school that encourages and disseminates the research, in addition to promote important reflections in the contemporaneity involving sustainable practices and questioning the role of agents involved in consumer relations – designers and consumers.

[keywords] fashion design; design post-graduation; teaching qualification; education.

O contexto, o projeto e os envolvidos

No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), os servidores, ao serem afastados de suas atividades regulares para participar de programas de pós-graduação *stricto sensu* no país e no exterior, devem cumprir com as obrigações referentes à Resolução 84/IFMA, de 5/10/2011, entre elas, o artigo VIII que assinala que o pós-graduado deve, "em um prazo máximo de 6 (seis) meses, após o retorno ao Instituto Federal do Maranhão, apresentar o trabalho desenvolvido, bem como seus resultados à comunidade".

No sentido de cumprir com tal resolução, a servidora afastada para realizar o mestrado e autora deste artigo desenvolveu o projeto de extensão *Moda pelo avesso*. O objetivo era compartilhar os resultados de sua pesquisa de mestrado intitulada *No cabide: a percepção das digital influencers sobre a estratégia de design para otimização de produtos* (PERPÉTUO, 2017), desenvolvida no programa de pós-graduação em Design na Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

[220]

Neste artigo, demonstra-se como um projeto de extensão configura-se em uma possibilidade viável para articular a teoria e a prática no âmbito do ensino de Moda, extrapolando os muros das instituições de educação.

Para isso, é necessário primeiramente abordar a pesquisa de mestrado apresentada por meio desse projeto. Ela evidencia, em seus resultados, algumas ações da estratégia do design para otimizar a vida de produtos de moda e também identifica como elas são percebidas pelas *digital influencers* a partir de uma noção de sustentabilidade que não é totalmente considerada durante o uso, devido à valorização de aspectos simbólicos e culturais.

O projeto, além de atender o que exige a resolução já citada, ganhou uma conotação maior. Mais do que compartilhar informações, desejava-se fazer esse compartilhamento de maneira interessante para a comunidade, dando-lhe retorno prático.

O formato de apresentação dos resultados não é imposto institucionalmente e cabe a cada servidor definir como o fará. Além do estímulo à capacitação, são oportunizados aos servidores diversos editais de incentivo tanto à pesquisa quanto à extensão. Pensando no alcance das ações de extensão, cuja abrangência extrapola a comunidade escolar, escolheu-se apresentar os resultados da pesquisa sobre o formato aqui relatado.

A localidade onde se dá a realização do projeto é a cidade de Zé Doca, no Maranhão, com 50.173 habitantes, segundo os dados do IBGE (2010). O IFMA atua como agente formador nesse município desde 2007 e juntamente com a prefeitura da cidade identificou que a população da região é formada, na sua maioria, por famílias carentes, apesar do potencial do município. O *campus* tende a adequar as suas ofertas de ensino, pesquisa e extensão às necessidades locais e, assim, em 2011, iniciou a implantação do eixo Produção Cultural e Design, integrando as áreas de produção de vestuário e moda. Tal implantação provocou grande expectativa na cidade, que acolheu todas as iniciativas institucionais envolvendo a área, tais como cursos de curta duração, oficinas, minicursos etc.

Socializar os resultados da pesquisa, mais do que uma contrapartida do servidor à comunidade, é uma excelente oportunidade para tornar a ciência acessível, sobretudo quando os trabalhos acadêmicos estão voltados para o estudo de realidades que são próximas a nós e contribuem para o desenvolvimento local.

Assim, buscou-se um formato capaz de aliar a produção acadêmica e o conhecimento científico com a vida das pessoas, contribuindo efetivamente para a transformação de realidades e problematizando o papel do consumidor como cidadão ativo na solução dos problemas que nos distanciam da sustentabilidade. Desse modo, o formato suscitou reflexões importantes sobre as práticas sustentáveis no uso das roupas e questionou o papel dos agentes envolvidos nas relações de consumo – designers e consumidores.

[221]

O que compartilhar?

Sabemos que uma dissertação de mestrado consiste em uma pesquisa ampla, cujo volume de informações é razoável e, muitas vezes, sua linguagem pouco acessível ou interessante para grande parte da população. Logo, fazer uma síntese da pesquisa foi necessário para pensar um processo de socialização. Este item, portanto, dedica-se a apresentar tal síntese, já que esta também é oportuna para as discussões propostas neste artigo.

A pesquisa realizada partiu do pressuposto de que o Design, como área de conhecimento, possui ferramentas capazes de contribuir para o desenvolvimento de práticas e estilos de vida sustentáveis por meio de propostas que comparam, de modo avaliativo, as implicações ambientais e as diferentes soluções técnicas, econômicas e socialmente aceitáveis.

No campo da moda, sem dúvida, a sustentabilidade é uma das maiores críticas já enfrentadas porque a desafia amplamente, desde o uso de materiais e processamentos no desenvolvimento de artefatos até os modelos econômicos e sistemas de crenças e valores.

Os produtos de moda estão longe de ser uma criação artística que escapa à razão ou a mera expressão da futilidade alheia. Eles são uma construção racionalizada e, por isso, os problemas por eles gerados devem ser administrados

também racionalmente, projetando-se possibilidades para novos cenários de estilos de vida, produção e consumo.

Na concepção do produto de moda, a adoção de práticas sustentáveis tem se tornado possível e muito é feito para inovar e melhorar as credenciais de sustentabilidade nos itens com o uso de algumas estratégias, entre elas: a minimização de recursos, a escolha de recursos e processos de baixo impacto ambiental, a otimização da vida de produtos, a extensão da vida dos materiais e para facilitar a desmontagem.

Entre as diversas atuações dos designers para alterar a dinâmica dos produtos, está a estratégia para otimizar a vida de produtos. Ela é proposta pelos autores Manzini e Vezzoli (2008) e apontada no banco de dados *Eco.cathedra*, desenvolvido pelo Politécnico de Milão (Polimi), como aquela que contribui significativamente para o adiamento do descarte.

Em uma primeira fase da pesquisa foi possível identificar oito ações de design propostas pelo *Eco.cathedra*, embora não tenham sido pensadas para produtos tão efêmeros como os de moda. As ações identificadas foram: projetar a duração adequada (1), projetar a fidelidade (2), facilitar a atualização e a adaptabilidade (3), facilitar a manutenção (4), facilitar o reúso (5), facilitar o reparo (6), facilitar a refabricação (7) e intensificar o uso (8).

[222]

Tais ações são aplicáveis aos artefatos com repercussão associada à fase de uso, logo, envolvendo diretamente o consumidor. Coube, portanto, em uma segunda fase, identificar como, na prática, elas eram percebidas pelos consumidores, evidenciando as lacunas possíveis entre os estágios de produção e o consumo dos produtos de moda.

As ações de design para otimizar a vida dos produtos resultam em um efeito em cadeia rumo a um decrescimento gradativo que se torna possível graças ao prolongamento da vida útil do vestuário de moda. É provocado um aumento da fase de uso que, por sua vez, adia o descarte e a produção de novos produtos. Contudo, ainda perduram como grandes desafios o equilíbrio dos sistemas de produção, modelos de negócio que promovem e vendem as peças e o comportamento de quem as compra.

Uma percepção comum na indústria da moda, segundo Salcedo (2014), é de que uma vez nas mãos do consumidor, o produto deixa de ser uma responsabilidade do designer. Inúmeros problemas originam-se desse distanciamento. Ao transpor a linearidade para uma relação cíclica, como são propostos os pensamentos sustentáveis, os paradigmas firmados até então são repensados.

A moda enquanto fenômeno sociológico existe pela coletividade, sendo essencial que haja consenso e indivíduos que acreditem, concordem e consumam essa ou aquela ideia. Para que isso ocorra, especialmente no âmbito dos produtos, faz-se necessária também uma indústria de produção de bens de consumo. Logo, materialidade e imaterialidade se fundem e também apontam

suas duas facetas comumente imbricadas, sendo uma de mudança social e outra de indústria (GODART, 2010), principalmente de vestuário.

Por causa da regularidade das mudanças propostas nos lançamentos das coleções de roupas, normalmente de forma sazonal (primavera/verão e outono/inverno) e não cumulativas, é instituído o ciclo da moda distribuído nas fases lançamento, consenso, consumo, massificação e desgaste.

A manutenção do ciclo da moda é amplamente fomentada pelos meios de comunicação. Na atualidade, as mídias digitais ganharam papel de destaque e são meios eficazes na difusão de informações, permitindo a conexão entre produtores e consumidores e uma modelagem cultural da moda, legitimando-a. Pois é por meio da mídia que o grande público tem acesso às coleções, ou seja, de maneira indireta. "A mídia constitui uma verdadeira interface, ou um filtro entre os criadores de moda e os consumidores finais que compram as roupas" (GODART, 2010, p. 124).

Bauman (2008), em *Sociedade para o consumo*, diz que os sujeitos, quando equipados de confessionários eletrônicos portáteis, são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver em uma sociedade confessional, aquela que não separa mais o público do privado, transformando a exposição em um dever.

[223]

Nesse contexto, qualquer pessoa com acesso à internet pode produzir e lançar informações na rede por meio das mídias sociais, como os *blogs*. Estes são conceituados como páginas pessoais em formato de diário, de fácil criação e manuseio, nas quais são postadas publicações em ordem cronológica. Com o tempo, os assuntos das publicações foram se segmentando, fazendo surgir na internet *blogs* com temáticas específicas, como é o caso dos de moda. Nessa especificidade, o gênero feminino é ator protagonista e suas autoras são conhecidas como blogueiras.

Se antes eram as edições mensais de revistas de moda que disseminavam tendências, hoje a revolução digital faz dos *blogs* um recurso que atende essa característica em tempo real. De forma comparativa, as revistas possuem linguagem impessoal enquanto nos *blogs* a subjetividade é o diferencial. Editoriais muito elaborados e distantes da realidade dos consumidores, normalmente, são apresentados por modelos com padrões de beleza pouco acessíveis, enquanto as blogueiras mostram, por meio de sua autoimagem, possibilidades reais. O estilo de vida (1); o fato de não serem nem artistas inatingíveis, nem totalmente anônimas (2); e de iniciarem seus *blogs* sem vínculos comerciais (3) deixam as blogueiras livres para relatar suas experiências com os produtos e fazem com que tenham um grau de pessoalidade maior com o público.

A subjetividade das blogueiras é expressada nas publicações e os leitores começam a acompanhá-las continuamente, principalmente por se identificarem com o estilo de cada uma. Aos poucos, as anônimas vão se caracterizando como formadoras de opiniões ou *digital influencers*.

Esses canais, uma vez descobertos pelo mercado, não somente retransmitem informações, mas também promovem uma *educação* do público para receber os produtos lançados, garantindo-lhe melhores condições para se legitimar como consumidor de moda.

A influência exercida pelas formadoras de opinião não está nelas enquanto pessoas que possuem certa competência no assunto, mas na rede social à qual cada uma delas pertence (ERNER, 2015). Por isso, é no seu cotidiano que se encontram os contatos sociais responsáveis por fazer crescer a passos largos a quantidade de seguidores e mensurar a sua difusão.

Segundo o sociólogo Guillaume Erner (2015), a principal qualidade das blogueiras é servir como nó de informação, logo, colocar em contato indivíduos uns com os outros. Isso é possível pois elas participam de lançamentos de coleções, inaugurações de lojas, são entrevistadas, frequentam e realizam eventos e mantêm mídias sociais atualizadas constantemente, além de serem a qualquer momento identificadas e abordadas nas ruas.

A atuação das blogueiras já deixou de ocorrer apenas por meio dos *blogs* e acompanhou as mudanças havidas no ambiente *on-line*. Elas estão presentes em várias outras mídias sociais na internet, entre elas o YouTube, o Twitter, o Instagram e o Snapchat, além de redes sociais como o Facebook. Essas mídias e a rede caracterizam-se pela interação, pela colaboração e pela criação de conteúdo.

[224]

Para cada especificidade – vídeo, imagem ou texto – há uma produção de conteúdo que leva em consideração, principalmente, a variação de público. Logo, rotular aquelas que fazem uso desses espaços apenas como blogueiras tornou-se um equívoco reconhecido durante a execução da pesquisa. A nomenclatura *digital influencers*, embora menos disseminada, é como elas se identificam e, por isso, é a adotada.

Após a compreensão do ciclo da moda, percebe-se, agregadas às suas fases, as *digital influencers* orientando, por meio de suas vivências e representações, as percepções das pessoas em relação às roupas.

Em *blogs* e outras mídias sociais, é comum observar o estímulo à valorização das funções simbólicas em detrimento das utilitárias. Dessa forma, o descarte de produtos ainda em condições de uso e a obsolescência simbólica e cultural tornam-se cada vez mais intensos, passando a ser naturalizados pelos consumidores.

A dissertação apresentada pelo projeto culminou em identificar se havia, e quão ampla poderia ser, a lacuna entre o projeto desenvolvido a partir da estratégia para otimizar a vida de produtos e a percepção das ações de design pelas *digital influencers* no uso dos produtos de moda.

Para dar conta deste objetivo foi adotada, inicialmente, uma abordagem etnográfica, ampliada, posteriormente, para a aplicação da cartografia.

Durante dez meses de trabalho de campo, constituíram-se como sujeitos/participantes da pesquisa quatro *digital influencers*.

Foram importantes para essa pesquisa questões que advêm do consumo, como a efemeridade e a permanência dos artefatos, valorizando os seus aspectos simbólicos; a construção da identidade a partir do vestuário; e o papel da pesquisadora que, presente em campo, também é ator que influencia a percepção dos sujeitos de pesquisa, como enfatizado nas abordagens reflexivas da etnografia.

A pesquisa de campo trouxe como resultados a percepção clara de seis das oito ações de design dispostas no *Eco.cathedra*, sendo elas: projetar a duração adequada (1), projetar a fidelidade (2), facilitar a atualização e adaptabilidade (3), facilitar a manutenção (4), facilitar o reparo (5) e intensificar o uso (8). As ações de facilitar o reúso (6) e facilitar a refabricação (7) não foram percebidas pelo escopo explicitado no banco de dados.

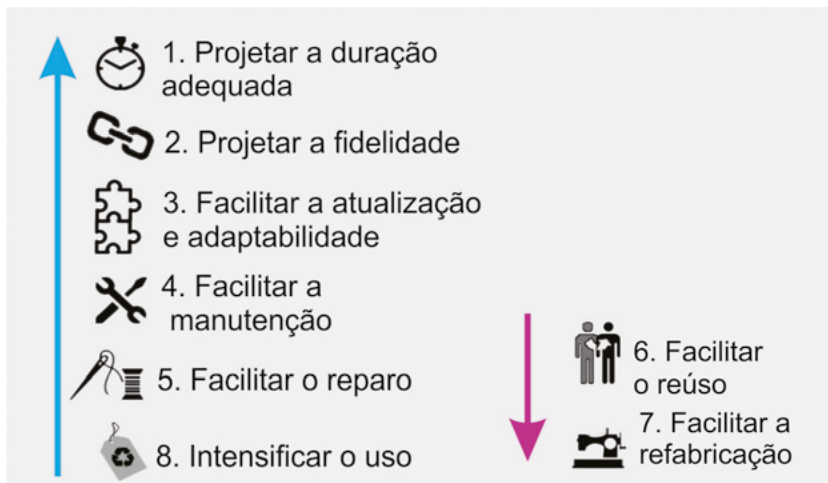


Figura 1 - Ações da estratégia de otimização da vida de produtos percebidas e não percebidas. Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A ação de design para projetar a duração adequada (1) em um contexto de produtos de moda está associada às concepções de *fast fashion* e *slow fashion*. Estas caracterizam-se principalmente pela velocidade com que o processo de criação, produção, distribuição e venda dos produtos ocorre. Por consequência dessas práticas, a forma de consumo e o descarte também se distinguem em mais rápido ou mais lento. Nesta pesquisa, a primeira concepção é percebida pelas *digital influencers* devido ao conhecimento e à intimidade que elas têm com o campo da moda, por isso procuram usar as tendências quando estas são adequadas ao estilo pessoal de cada uma. Já a segunda concepção associa-se às relações emocionais que estabelecem com as roupas ora por um direcionamento proposital do designer da marca, ora por uma construção cultural que ocorre entre os sujeitos e os objetos.

Os conceitos de produtos neutros e básicos evidenciados pelas *digital influencers* no cotidiano fazem com que elas identifiquem as ações de projetar a

fidelidade (2) e facilitar a atualização e adaptabilidade (3). Elas fazem isso por considerarem os produtos desenvolvidos sob esses conceitos versáteis, logo, possibilitam a composição de *looks* diversos. Isso também ocorre com aqueles multifuncionais, quando as funções são conhecidas.

As ações de facilitar a manutenção (4) e facilitar o reparo (5) deixam um pouco de lado as questões relativas aos aspectos simbólicos, como a novidade, que causam obsolescência do produto. A primeira volta-se para processos de higienização (lavar, secar e passar a ferro) e armazenamento. Logo, a manutenção adequada está diretamente ligada à durabilidade das peças. Já a segunda volta-se para a troca de aviamentos frágeis, como botões e pedrarias. Esta só é aplicada de fato quando é condicionante ao uso, senão deixa de ser priorizada, causando uma obsolescência tecnológica ao produto.

Por fim, as *digital influencers* recorrem ao *Product Service System* (PSS) como uma ação de design que intensifica o uso das peças (8). Exemplos dessa ação voltada para o uso compartilhado de produtos de moda são os alugueis de roupas. Estes, infelizmente, não são explorados em toda a sua potencialidade e limitam-se a vestidos para ocasiões festivas.

Para além de entender como as estratégias de design estudadas são percebidas, observou-se em campo estratégias aplicadas diretamente pelas *digital influencers* que não são sinalizadas dentro do escopo do banco de dados *Eco.cathedra*, mas que poderiam ser incorporadas a ele.

[226]

A ação de facilitar o reuso (6) foi identificada pelo compartilhamento direto de roupas. Esta prática *bottom-up* deve ser percebida como uma oportunidade de negócio, sendo, inclusive, uma demanda latente para projetos de PSS específicos, por exemplo, guarda-roupas coletivos. Foi possível identificar também que a intensificação do uso do produto (8) ocorre via bazar, brechó e revenda direta entre os consumidores, usando como recurso as mídias sociais. A customização de peças também foi sinalizada em campo como um interesse das *digital influencers* para prolongar o uso de alguns produtos e podemos enquadrá-la como uma ação de facilitar a refabricação (7).

Assim, as lacunas existentes entre aquilo que é projetado e o uso de produtos de moda estão relacionadas principalmente às ações de design que não são percebidas integralmente pelas *digital influencers* ou praticadas por elas independentemente de um direcionamento dos designers, tais como: facilitar a manutenção (4) quando as etiquetas são ineficazes, pouco atrativas e de difícil compreensibilidade; facilitar o reparo (5) quando não são considerados os consumidores com pouca habilidade manual; e facilitar o reuso (6) quando não são consideradas as possibilidades Sistema Produto Serviço ou *Product Service System* (PSS) para customização.

Esta pesquisa estabelece um diálogo com grande parte da população da cidade de Zé Doca já que aborda o consumo. Ao expor os resultados do estudo realizado com as *digital influencers*, buscou-se estimular outras pessoas a se

identificar com as práticas de consumo conscientes que elas desenvolvem e a problematizar seus papéis de consumidores/cidadãos.

Por que compartilhar?

Reflexões sobre o consumo, mais do que em qualquer outro momento, precisam estar na moda. Elas são um primeiro e essencial passo rumo a uma mudança de postura que cada um de nós precisa fazer para existir, respeitando a capacidade de resiliência do planeta.

Segundo Lipovetsky (2007, p. 34), "vivemos em uma sociedade da superabundância de ofertas, da desestabilização da cultura de classes" somadas a um enaltecimento da novidade que, conforme o mesmo autor, areja e rejuvenesce o cotidiano.

Carvalho (2016), em *Moda com propósito*, sinaliza que desde os anos 2000, ao forçarmos o tempo, acabamos não dando conta de acompanhá-lo. Fato que comprova isso são as inspirações em décadas anteriores, revisitando e recriando estilos, culminando em cópias e reproduções explícitas. Comprar por comprar, comprar para acumular e comprar para ficar na moda movimenta um processo autodestrutivo, mas vendido como acesso à felicidade, elevando os níveis de ansiedade das pessoas. Esse apetite por novidade faz com que os consumidores submetam-se aos ciclos da moda cada vez mais rápido.

[227]

Salcedo (2014) conclui que existem duas principais causas para criarmos um modelo que coloca em risco a continuidade de um sistema em sua origem saudável, como é a natureza, sendo elas: um problema de conceito e outro de comportamento. O primeiro consiste na dificuldade humana em perceber que a economia, a sociedade e o meio ambiente são sistemas interdependentes, porém separados, mas que precisam ser vistos de forma integrada, na qual o bem-estar econômico depende do bem-estar social que, por sua vez, depende do bem-estar do meio ambiente. Também que os dois últimos são fins em si mesmos e a economia é apenas um meio para garantir o bem-estar. O segundo problema tem origem no primeiro, partindo do conceito equivocado de que a natureza está a serviço do homem, que direcionou as práticas sociais para um consumo de recursos naturais em um ritmo mais acelerado do que a capacidade da natureza de repô-los. Por consequência, leva à produção de resíduos e poluição em tal velocidade que é impossível para a natureza absorvê-los.

Ao pensarmos um produto de moda, é possível evidenciar, só na indústria têxtil, uma série de impactos ambientais e sociais que contribuem cada vez mais rapidamente, à medida que a moda acelera, com a insustentabilidade de todo o sistema. São exemplos de impactos ambientais o uso intensivo de produtos químicos nos processos de cultivo e na extração de matéria-prima e fiação que degradam principalmente rios e mares; o uso intensivo de água, recurso não renovável, em várias fases do ciclo de vida do produto, desde as lavouras até as lavagens; as emissões de gases nas fases de produção, transporte, uso e manutenção; a produção de resíduos sólidos, além da própria roupa e de embalagens que em algum momento serão descartadas; o uso de

recursos finitos, como o petróleo, na fabricação da matéria-prima; e a perda da biodiversidade em decorrência de monoculturas para a produção de fibras. Entre os impactos sociais estão as condições de trabalho que vão desde a insalubridade e a insegurança no setor até a exploração de mão de obra de diversas faixas etárias; o uso de tóxicos que ameaçam a saúde dos trabalhadores e de comunidades que se encontram no entorno de lavouras e fábricas; e a uniformização dos mercados sobrepondo, principalmente, a identidade cultural dos países em desenvolvimento que recebem grande parte dos resíduos têxteis mundiais (SALCEDO, 2014).

Ao focar no design, encontramos no desenvolvimento de projetos de produtos que sejam ambientalmente corretos, economicamente viáveis e socialmente justos, manifestando um rumo para a sustentabilidade.

Produzir sem destruir e conceber um objeto do cotidiano, do mais elementar ao mais sutil, tornando seu uso durável e seu fim assimilável por outros processos de vida, deve ser a finalidade de uma reflexão global que considera a complexidade dessa relação. Ela transita por esse vínculo que une o homem ao objeto, desde a simples sobrevivência até a recordação de seus menores desejos. Nenhuma sabedoria pode ser esquecida nessa empreitada de imaginação e necessidade. (KAZAZIAN, 2005, p. 28)

[228]

O processo de transição em direção à sustentabilidade não consiste em projetar estilos de vida sustentáveis, mas sim em propor oportunidades que tornem tais estilos praticáveis (MANZINI; VEZZOLI, 2008). O designer, nesse sentido, passa a ser intérprete de demandas ambientais e sociais mediando, valorizando e facilitando a emergência de novas maneiras de sociabilização, estilos de vida e identidade. Seu papel cresce e sua responsabilidade passa de soluções técnicas para soluções *atrativas*, uma vez que, para que haja uma inovação radicalmente sustentável, é preciso que as pessoas assim desejem. Aqui, ousou dizer: é necessário que a sustentabilidade *entre na moda* e, mais, que as pessoas assimilem e se empoderem em um movimento *bottom-up*.

Diversos fatores psicológicos ajudam a explicar por que os indivíduos são motivados a estar na moda, entre eles, a conformidade social, a procura pela vaidade, a criatividade pessoal e a atração sexual. Em geral, os consumidores têm necessidade de serem únicos, quase como uma autoafirmação, mas não tão diferentes a ponto de perderem sua identidade social.

O comportamento do consumidor pode ser explicado pela necessidade de expressar significados mediante a posse de produtos que comunicam à sociedade como o indivíduo se percebe enquanto integrante de grupos sociais e também pela necessidade de ansiar por novidades constantes que remetem à ideia de estar inserido na moda, logo, os atributos simbólicos são dependentes do contexto social.

Canclini (2010) sintetiza os estudos que apontam o consumo como um lugar de diferenciação e distinção entre as classes e os grupos chamando atenção para os aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora.

Neles, a lógica que rege a apropriação dos bens como objetos de distinção não é a da satisfação de necessidades, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que os outros os possuam. Sob este último viés, que propõe questões de distinção, estão pautados não somente a riqueza financeira e o acúmulo de bens, mas também o sacrifício de não possuir ou consumir pautando-se em critérios de maneira mais consciente.

Progressivamente, o consumidor deixa de se encantar pela publicidade e passa a *ler os rótulos* – esse comportamento é melhor exposto no consumo de cosméticos: para atender esse novo perfil, a indústria cosmética passou a estampar os princípios ativos das composições como diferenciais. Essa desconfiança também está presente na moda e é um dos fatores que aproximam as pessoas dos blogs de moda em detrimento das publicidades tradicionais. Tal como os consumidores de cosméticos, os de vestuário de moda passam a se interessar e a se informar sobre os produtos, expressando sua opinião, testando e validando o que é consumido.

Uma vez que o consumidor adquire comportamento de consumidor consciente torna-se um propagador de um novo discurso. Desse modo, uma vez que o vestuário de moda passa a agregar características sustentáveis, o usuário poderá comunicar que é um sujeito consciente, sensível à mudança de paradigma e que se preocupa com as futuras gerações e a preservação de todo o ecossistema do planeta.

[229]

O fator condicionante para esse tipo de comportamento é o estágio do envolvimento pessoal, subjacente às motivações na forma de necessidades, valores e autoconceito alarmados a partir do momento que o bem (produto ou serviço) é identificado como instrumento de significado para as suas necessidades, metas e os seus valores.

Já que as mudanças na moda dependem da cultura estabelecida e dos ideais sociais que a compõem, comumente incorre-se no entendimento da incompatibilidade da moda no contexto do desenvolvimento sustentável. Entretanto, essa também pode ser uma saída, pois, sob a aparentemente tranquila superfície da cultura, estão intensas correntes psicológicas das quais a moda rapidamente capta a direção. Então, se há uma sociedade democrática na qual existem diversas iniciativas e movimentos para estabelecer o desenvolvimento sustentável, a moda rapidamente irá incorporá-los (SCHULTE; LOPES, 2008).

A partir das análises feitas evidencia-se como as *digital influencers* organizam-se em torno de produtos, construindo sua imagem, e, por meio do uso, estimulam o ciclo da moda. Esse processo permeia o público e o privado como um ofício no qual elas se mostram e, assim, falam de si por meio de seus artefatos e da relação que estabelecem com eles.

A pesquisa evidenciou que as ações de estratégia do design para otimizar a vida de produtos de moda são percebidas pelas *digital influencers* a partir de uma noção de sustentabilidade, contudo não são totalmente consideradas durante o uso devido à valorização dos aspectos simbólicos e culturais, especialmente aqueles relacionados à novidade.

Os artefatos projetados para serem otimizados como uma estratégia para o consumo consciente, ao agregarem e considerarem os aspectos simbólicos e culturais, não só ensinam o consumidor a utilizá-los como também estimulam o seu uso de maneira equivalente.

Assim, as *digital influencers* aprendem que um lenço pode ser uma blusa quando há essa possibilidade de uso. Elas percebem que não precisam comprar outras roupas se usam as que já possuem de maneiras diferentes, renovando-se. Indo além, elas se envolvem emocionalmente com suas roupas quando estas dialogam com o seu estilo e aprendem a usar um botão reserva em substituição a um perdido quando este encontra-se disponível com o produto. Por fim, elas apreendem a complexidade de execução de um produto artesanal quando o processo produtivo é informado.

Ao entender que é pelo uso que fazemos das coisas – como as representamos – que lhes damos significado, construímos em nós um significado e nos reinventamos diariamente. Nossas escolhas diárias e rotineiras também reconstróem nossa relação com o consumo. Por isso, mais do que apresentar os resultados de uma pesquisa que gira em torno de uma temática tão oportuna para a moda e seu ensino, buscou-se fazer de tal relevância um motivo a mais para o compartilhamento de informações. Aqui, neste artigo, não obstante, continuamos a compartilhar e, desta vez, fazer a produção científica chegar a um maior número de pessoas.

[230]

Como compartilhar?

Ao iniciar o projeto *Moda pelo avesso*, a metodologia adotada surgiu como grande desafio. Para isso, buscou-se um momento de culminância com um formato atrativo a fim de promover a socialização de resultados acadêmicos para um público diversificado e com uma visão de senso comum arraigada sobre a moda.

Valemo-nos do que Ingold (2015) nos diz sobre o conhecimento por meio da prática com as pessoas envolvidas continuamente pela percepção háptica e na ação dentro de um campo de relações estabelecidas por meio da imersão. Assim, o projeto de extensão *Moda pelo avesso* culminou em evento com o mesmo nome realizado em dia único, 24/5/2017, no auditório do IFMA – *campus Zê Doca*.

Nesse mesmo dia, movimentavam a cidade grandes e aguardadas queimas de estoque e liquidações das maiores lojas da região que comercializam desde eletrodomésticos e móveis até tecidos e confecções. As promoções começavam às 6 horas e duravam até as 18 horas. Embora a escolha do dia fosse proposital, em uma cidade pequena nosso interesse não era ir de encontro aos comerciantes e consumidores locais, mas suscitar reflexões sobre consumo sustentável diante daquela realidade. Por isso, o evento só se iniciou a partir das 18 horas, quando as lojas já estavam com as portas fechadas.

O evento aconteceu sob a coordenação da professora autora do projeto e com apoio de dois voluntários. Sua divulgação foi realizada por meio de

cartazes, mídias sociais e imprensa local. O material gráfico utilizado, tanto nos cartazes como nos *banners* digitais em mídias sociais, foi desenvolvido pela coordenadora do evento e a assessoria de imprensa foi articulada pelo departamento de relações interinstitucionais do campus.



Figura 2 – Divulgação do evento em programa de televisão local.

Fonte: Arquivo pessoal (2017).

[23] Durante a fase de divulgação, houve a oportunidade de esclarecer questões que rodeiam a moda carregadas de estereótipos. Nas entrevistas esclareceu-se, principalmente, que o público-alvo do evento não era exclusivamente feminino e que todos estavam convidados, tendo em vista que todos que consomem devem assumir a sua responsabilidade. Assim, o público-alvo era a comunidade em geral, especialmente empresários, estudantes e interessados na área.

Foram previstas 50 pessoas e atendemos 117 participantes. O controle de presença foi realizado por meio de folha de frequência, constando campos para o preenchimento dos dados necessários para os encaminhamentos de certificação. A apresentação teve caráter expositivo, definido como uma palestra proferida pela própria autora da dissertação, com duração de 45 minutos e 15 minutos destinados às dúvidas e aos questionamentos. A explanação usou como recurso didático uma apresentação em *Power Point* projetada e abordou o tema pesquisado, a metodologia aplicada e a apresentação dos resultados.



Figura 3 - Palestra no evento *Moda pelo avesso*. Fonte: Arquivo pessoal (2017).

Foram temas de debates as ações de projetar a duração adequada (1), tais como os modelos de moda *slow* e *fast*; projetar a fidelidade (2) a partir de uso de peças básicas; facilitar a atualização e adaptabilidade (3) com o uso de produtos multifuncionais; facilitar a manutenção (4), questionando a leitura correta das etiquetas; facilitar o reparo (5) com o uso de botões e outros aviamentos reservas; e intensificar o uso (8) por meio do compartilhamento de peças de vestuário.

Após a realização da palestra e findado o momento de debates e perguntas, realizou-se uma avaliação do evento, identificando outros temas de interesse da comunidade que podem suscitar novos projetos de extensão.

Considerando Ingold (2012), entendemos que a informação abre caminho para o conhecimento que marca os sujeitos pela experiência e cresce dentro de cada um. Logo, aprender é uma prática que se relaciona à criatividade e à improvisação, exigindo também um engajamento sensorial. Por meio da possível identificação de práticas dos sujeitos da pesquisa, o público participante do evento – estudantes, empresários, educadores e interessados no tema moda – poderá reproduzir novas posturas diante dos produtos consumidos, tornando-se sujeitos ativos na solução de problemas que os distanciam da sustentabilidade na cidade de Zé Doca (MA).

Considerações finais

A pesquisa de mestrado trouxe à tona que mesmo com a democratização do acesso às informações, facilitada pela rede mundial de computadores, a comunicação ainda é um entrave para o consumo sustentável, por isso, um de seus desdobramentos é a necessidade de ampliar o acesso às informações, fazendo com que o consumidor se torne cada vez mais exigente e questionador do sistema da moda como um todo.

Logo, por meio do evento *Moda pelo avesso*, a instituição escolar que tem como pilares o ensino, a pesquisa e a extensão também cumpre com o seu papel social quando expande para a comunidade de modo geral informações sobre todo o ciclo de vida de um produto, que, muitas vezes, é estrategicamente velado, e estimula reflexões sobre nossas práticas cotidianas de consumo.

Na ocasião do evento foi discutida a postura institucional das empresas, a ética e a transparência com que se relacionam com os consumidores. Nesse sentido, a origem dos materiais bem como as condições de trabalho dentro da cadeia produtiva têxtil e de confecção são consideradas informações importantes a serem socializadas e nem sempre são.

Percebemos que a falta de informação também garante a construção do mito de que o produto sustentável é caro e feio. Tais características estão diretamente associadas a um posicionamento do designer dentro da cadeia produtiva. O custo final de uma peça é resultado de uma compilação de escolhas e a transparência também tende a justificar e tornar facilitada a aceitação do preço. Quanto à questão estética, aqui cabe uma reflexão comparativa uma

vez que os consumidores de produtos de moda estão acostumados com a estética habitual de produtos não sustentáveis.

Embora seja inerente à moda a aproximação com o novo, esta precisa ser estrategicamente ponderada de modo a modelar o gosto dos consumidores para outra estética, inclusive a mais natural. A simplificação dos produtos, enquadrando-os na categoria de básicos, deixando a cargo do usuário as composições inovadoras, é uma boa estratégia. Ela foi reconhecida tanto pelas *digital influencers* na dissertação quanto pelos participantes do evento.

Foram apontadas pelas *digital influencers* como práticas de consumo responsável a aquisição e a venda via bazar e brechós. Tais ações exemplificam uma abordagem *bottom-up*, precisando ser consideradas pelo design, aprimoradas e devolvidas ao consumidor, incorporando a prática por meio da emoção. Especialmente essa prática chamou bastante atenção dos participantes do evento e eles sinalizaram interesse de, após a sua realização, articularem-se para realizar compartilhamento de peças de vestuário.

O compartilhamento de produtos extrapola a materialidade, pois junto com eles vêm histórias que podem ser igualmente compartilhadas, no sentido de envolver tanto aquele que desapega do produto quanto aquele que o adquire. Assim, surgem demandas para novos empreendimentos, tais como a implantação de um guarda-roupa coletivo na cidade de Zé Doca (MA), como um PSS, garantindo uma possibilidade para aqueles que desejam desfazer-se de seus produtos e, ao mesmo tempo, privilegiar a intensificação do uso.

Nesse sentido, outras pesquisas tornam-se oportunas visando identificar a continuidade e o impacto de tais ações fomentadas pelo projeto aqui relatado. Afinal, é pertinente acompanhar o comportamento do consumidor no intuito de ter nele não só um termômetro para a indústria, mas, principalmente, a compreensão dos fatos sociais.

Diante do exposto, avalia-se bem-sucedida a socialização da produção científica como uma exigência institucional que ganha projeção, suscita reflexões e novas práticas. De fato, vemos o conhecimento ultrapassar os limites da instituição de ensino e reverberar na sociedade.

Recebido em: 21-01-2018

Aprovado em: 13-03-2018

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos*. 8. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.
- CARVALHAL, André. *Moda com propósito: manifesto pela grande virada*. 1. ed. São Paulo: Paralela, 2016.
- IBGE. *Censo demográfico*. 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ma/ze-doca/panorama>>. Acesso em: 6 jun. 2017.
- INGOLD, Tim. 2012. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. In: *Horizontes Antropológicos*, 18, n. 37, pp. 25-44. Porto Alegre.
- _____. 2015. *Estar vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição*. São Paulo: Vozes.
- ERNER, Guillaume. *Sociologia das tendências*. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.
- GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2010.
- KAZAZIAN, Thierry. *Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Senac, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A sociedade da decepção*. Barueri: Manole, 2007.
- MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- PERPÉTUO, Nayara Chaves Ferreira. *No cabide: a percepção das digital influencers sobre a estratégia de design para otimização de produtos*. São Luís, 2017. 150 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Maranhão.
- SALCEDO, Elena. *Moda ética para um futuro sustentável*. São Paulo: GGmoda, 2014.
- SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda. In: *ModaPalavra e-periódico*, ano 1, n. 2, pp. 30-42, ago./dez. 2008.

Monitoramento de cor

Color monitoring

[MÔNICA NEDER]

Professora no Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora.

E-mail: monicaneder@gmail.com

[**resumo**] Este artigo trata do monitoramento de cor realizado durante as semanas de moda do Rio de Janeiro e de São Paulo no período de 2013 a 2016. O objetivo era perceber congruências de cores nos lançamentos. Para tanto, foi feito um estudo bibliográfico sobre tendências e pesquisas de moda, além de coleta das cores. Devido ao alto poder de disseminação da informação na rede, as informações analisadas foram coletadas na internet. Para o registro dos dados, construímos mapas de cores que, posteriormente, foram analisados por meio de fichas visuais e escritas. Para o entendimento da repetição dos padrões coloridos ao longo do período abrangido pelo estudo, produzimos gráficos comparativos categorizados por família, luminosidade e saturação.

[236]

[palavras-chave]

monitoramento; moda; tendências; cor.

[**abstract**] This article is a register of the color monitoring fulfilled during the fashion weeks in Rio de Janeiro and São Paulo from 2013 to 2016. The main purpose was the search for patterns of color repetition. Therefore, it was accomplished a bibliographical study about trends and fashion research, in addition to a field survey for collection of sample. Due to its high power of information dissemination, the chosen instrument was the digital environment, using the internet. To record the samples, we built color maps, which were subsequently analyzed by means of visual and written records. In order to understand the repetition of colorful patterns over the period covered by the study, there were built comparative graphs categorized by family, brightness and saturation.

[**keywords**] monitoring, fashion; trends; color.

Introdução

Entende-se que o consumo de moda pertence a um cenário em constante mutação, sem variações radicais, que forma um fluxo contínuo de informações sobre cores, formas e matérias-primas. Tais alterações são consequência dessa fluidez cuja significação social comunica e mantém as relações humanas. Posto isso, corroboramos com Douglas e Isherwood (2010) ao afirmarem serem os bens marcos sinalizadores das decisões de consumo e, logo, da cultura do momento. Para um melhor acompanhamento dessa transformação gradual no consumo, é fundamental que haja uma constante atualização sobre o comportamento consumidor durante o processo de criação e a construção da roupa e a sua comercialização, evitando inadequações em relação às novas sugestões de vestuário para os diferentes segmentos. As marcas e os fabricantes de roupas, tecidos e pigmentos consideram de notável importância a informação ao planejar investimentos, desenvolvimentos e aquisições de produtos e tecnologias que contribuam para a primazia competitiva no mercado.

[237]

Os lançamentos de produtos pelas marcas e pelos criadores contribuem para a efemeridade na moda. A cada edição, desfiles, editoriais e publicidades encontram no meio digital importantes recursos para a disseminação das propostas apresentadas.

Com o intuito de compreender continuamente quais são os caminhos viáveis para a criação e o desenvolvimento de novos produtos de moda, há uma série de pesquisas acadêmicas e de mercado. Como referência, citamos a do ProCor do Brasil, representante na Association Internationale de la Couleur (AIC), a do Comitê Brasileiro de Cores/CECAL – Centro de Estudos de Cor para a América Latina e a feita anualmente pela Pantone®, uma das maiores prestadoras de serviços para a indústria criativa e o varejo, que atende diferentes áreas, tais como moda, design e arquitetura.

Para o monitoramento de cor proposto, focamos a pesquisa nos principais eventos de moda no Brasil: o São Paulo Fashion Week (SP) e o Fashion Rio (RJ), até 2016. A motivação para essas escolhas foi o grande volume de negócios e informações que acontecem a cada edição, além da enorme circulação de pessoas. Na expectativa da repercussão dos lançamentos, encontramos consumidores e cadeia produtiva interessados pelas análises dos especialistas sobre o que dará *certo* ou *errado* no consumo de moda.

Nas semanas de moda brasileiras em destaque, observou-se uma grande diversidade de informações e, por conseguinte, tomamos como premissa

desta pesquisa a análise das cores responsáveis por atrair o olhar e conquistar o interesse do consumidor/navegador da internet. Como recorte, no âmbito do consumo de vestuário, selecionamos o segmento feminino. No Brasil, segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro publicada em 2015, as mulheres lideram as compras do setor de artigos têxteis com 45% das aquisições de roupas, por isso, as cores utilizadas nos lançamentos são de interesse da grande parte dos especialistas e fabricantes de roupas e matérias-primas desse segmento. O objeto de estudo da pesquisa – o segmento feminino – atrai a maior atenção da mídia e, por esse motivo, temos como objetivo perceber a existência ou não de afluência das cores a cada lançamento.

Justificativa

O uso das cores é tratado como um dos principais direcionadores de tendências de moda nas referências de birôs de estilo, fabricantes de fibras e de tecidos. Ao observar e acompanhar as cartelas, não foi possível perceber o método empregado para defini-las. São poucas as referências sobre o assunto e, quando aparecem, são tratadas de forma ambígua, talvez com o objetivo de manter-se algum sigilo, pois as empresas de pesquisa que comercializam os resultados assumem um cuidado na preservação de seus métodos de trabalho.

Nesse desenho de cenário, entendemos que é importante o estudo, a observação, a dedução e o registro do material publicado pelos birôs, para adaptar à realidade das empresas e aos seus mercados de atuação as criações lançadas periodicamente em desfiles, catálogos e editoriais de moda.

[238]

As indagações iniciais que surgiram a partir deste projeto caracterizaram a pesquisa como qualitativa e de natureza aplicada. Os objetivos giraram em torno de uma abordagem exploratória em razão da sondagem realizada acerca do tema no campo de pesquisa brasileiro. Os procedimentos técnicos têm cunho bibliográfico e documental.

Na busca de convergência das cores nos lançamentos de moda foi feito um monitoramento dos desfiles na internet. O principal método utilizado tem como base a observação e a coleta manual das cores predominantes das vestimentas exibidas em todas as imagens dos desfiles nas semanas de moda na cidade de São Paulo (São Paulo Fashion Week) e no Rio de Janeiro (Fashion Rio) durante quatro anos. Elas estão disponibilizadas no site www.ffw.com.br, da empresa Luminosidade, organizadora dos eventos, pertencente ao Grupo InBrands e associada ao Grupo ABC.

Como fundamentação teórica, recorreremos a Bauer (2008) e a Caldas (2004) na verificação de diferentes métodos utilizados na área de pesquisa de moda; a Santos (2013) e Rheingantz et al (2009) para a comparação de métodos de pesquisa qualitativas; a Lambert (1991) para o estudo das características das cores e a sua construção; e a Douglas e Isherwood (2004) como referência nos estudos de comportamento do consumidor.

Tendências e comportamento do consumidor

Em um cenário dinâmico, híbrido e codificado como o contemporâneo, a pesquisa de tendências para a criação de vestimentas foi intensificada e evoluiu para uma diversificação dos meios (impressos e digitais) e métodos, variando conforme as empresas e as marcas. Caldas (2004) menciona que o fato de se apontar uma direção na moda não significa que ela será concretizada. Acreditamos que isso aconteça tanto por causa da identificação do consumidor com a sedução montada pelo estilista quanto pela influência de pessoas conhecidas do público em suas aparições na mídia e até mesmo como personagens de novelas televisivas. Percebemos que celebridades possuem admiradores que se identificam com a sua aparência e querem se assemelhar a elas a partir da escolha de suas roupas. Isso contribui com a mutação que uma tendência pode sofrer por estar ligada ao futuro, ou ainda pode sofrer interferências de variáveis incontroláveis. Segundo o autor, a incerteza da previsão é acentuada diante da complexidade do comportamento do consumidor e dos meandros da cadeia produtiva têxtil.

A tendência é algo que aponta a direção do que poderá acontecer, por isso, não podemos considerá-la como infalível e certa. A sua pesquisa tem, em um âmbito maior, a função de identificar situações e temas globais que forneçam dados mais duradouros para a compreensão da diversidade dos cenários de projeto. Caldas (2004) afirma que ela abarca aspectos políticos, econômicos, sociais, culturais e ambientais – as chamadas macrotendências ou tendências de fundo – com o intuito de dar parâmetros para a pesquisa de cor (na identificação das microtendências), tendo em vista a estruturação da sazonalidade na moda e, portanto, de sua curta duração. É nesse âmbito que a maioria das empresas e dos criadores trabalha e são pressionados a apresentarem novidades constantemente, quando o público está motivado para o consumo.

Como um método de pesquisa que contribui para a comunicação da informação de moda, Santos (2013) menciona a importância da análise de conteúdo, “proveniente do monitoramento dos meios de comunicação e notícias do que acontece global e localmente” (SANTOS, 2013, p. 72). Uma forma muito utilizada nesse tipo de monitoramento é o *coolhunting*. Este é um método de pesquisa de campo que identifica manifestações, atitudes, hábitos e sinais repetidos, assinalando as tendências do momento. Esses sinais são “sintomas que se repetem, permanecem, diagnosticam um estado de sociedade” (SANTOS, 2013, p. 73). Em relação à comunicação das ideias, analisam-se, nas diferentes mídias, as notícias relativas à moda, ao design, às artes, à arquitetura e à cultura nos âmbitos local, regional, nacional e internacional. Geralmente, as empresas que fazem pesquisa de moda utilizam o *coolhunter* com um perfil muito próximo do consumidor que desejam investigar. Dessa forma, consegue-se um mimetismo com o ambiente, monitorando o que poderia passar despercebido por um pesquisador estranho ao campo observado.

Segundo Neder (2013), as empresas utilizam como método de pesquisa uma mistura de instrumentos que variam conforme o objetivo, o orçamento e o tempo disponível. A autora coloca como exemplos de ferramentas utilizadas

sites de marcas internacionais, publicações especializadas em tendências de moda, feiras de fios, fibras e tecidos e revistas especializadas nas áreas de atuação das empresas, além do auxílio de coolhunters como complemento ao conteúdo divulgado pelos birôs e aos relatórios de escritórios de consultoria. Todos os exemplos supracitados, assim como outros complementares, proporcionam direcionamentos aos criadores que apresentam suas propostas baseadas em conceitos fundamentados pela análise do material resultante da pesquisa de moda.

A pesquisa de cor

A definição de uma cartela de cores envolve diferentes aspectos. É reconhecido que a produção do estilista nasce de um conceito na sua mente criadora e flui para a experimentação em formas e tecidos, mas o que também influencia essa experiência é o que os fornecedores de matéria-prima e insumos têm para oferecer e como eles podem contribuir com a criação. Muitos deles fazem parcerias para o desenvolvimento de novos substratos, misturas de fios e fibras, acabamentos, estampas e colorações. A cada estação do ano, surgem novas tonalidades e novos conceitos. As pesquisas e o desenvolvimento de produtos dos fabricantes de fibras, fios e tecidos são intercambiados com os criadores de vestimentas e acessórios de moda para a troca de conhecimentos e informações.

[240]

O início – se existe tal início – do processo de pesquisa está muito antes do lançamento de uma coleção de vestimentas. Ele permanece em constante atualização, no monitoramento das macrotendências. É importante, ao longo do processo de estudos e observações, ampliar o olhar para outras áreas a fim de evitar uma limitação nas referências apenas sobre moda. Nessa pesquisa horizontal, áreas como design de interiores e de produtos e as artes visuais fazem parte de um sistema de valores que influenciam a moda e por ela são influenciados. Isto posto, podemos identificar vetores que apontam para um mesmo sentido formando um campo estético comum. Como exemplo, citamos os fabricantes de tecidos para o lar e os de papéis de parede que, cada vez mais, se aproximam do vestuário, formando por vezes parcerias com os criadores de moda. A experiência da estilista inglesa Vivienne Westwood nos serve de aprendizado: ela lançou uma coleção de papel de parede com desenhos históricos de sua autoria, que incluiu a estampa Squiggle, do início dos anos 1980.

Os lançamentos e a movimentação que estes provocam em todos os envolvidos com a moda não poderiam ser ignorados como uma possível análise da fluidez representativa da cultura contemporânea. Diante da diversidade das informações levantadas nos eventos observados nesta pesquisa, focamos, em um primeiro momento, nas características coloríficas de uma vestimenta, que são exploradas nas criações a fim de conquistar o interesse do consumidor. Acreditamos que as cores mudam para reforçar o sentido alterável do objeto de moda como uma estratégia para estimular a morte das coisas a cada estação, justificando, assim, uma nova aquisição, como afirma Baudrillard (2012). Com isso, defendemos a ênfase dada às cartelas lançadas pelos

filatórios e tecelagens, pelos birôs de tendências e em revistas especializadas, como a inglesa *View on Color*. Levamos em consideração, também, as cores assinaladas a cada ano pela Pantone®, pois despertam interesses no público quando associadas às marcas de cosméticos e celebridades internacionais que, incentivadas, usam a tonalidade do momento.

Atualmente, a informação sobre tendências de cores está acessível em sites como o <http://www.fashiontrendsetter.com> e em feiras nacionais e internacionais, como a *Première Vision* e *Expofil*. Quando as empresas necessitam de informações mais aprofundadas e pontuais sobre seus respectivos mercados, contratam consultorias que emitem relatórios ou *trends reports*. Mas, mesmo nesses casos, a assertividade nas vendas não está garantida. As fontes para uma pesquisa de moda são variadas e muitas empresas não observam convergências de cores nos lançamentos internacionais e nacionais. Detectamos, nesse quadro, a oportunidade de estudar cartelas de cores em diferentes lançamentos nacionais a fim de entender como as cores vêm e vão nas diversas edições.

Para identificar convergências nos lançamentos de moda no Brasil, objetivo desta pesquisa, foi feito um monitoramento dos desfiles nos dois principais eventos do setor. Nesse contexto, reconhecemos as cores como parte integrante das tendências de moda, cobrindo diferentes períodos. Além dos desfiles dos criadores nacionais e internacionais, a observação dos editoriais de moda em revistas e jornais foi importante para a verificação da assertividade das propostas.

[24]

Monitoramento de cores

O monitoramento de cores feito por meio da internet a partir dos registros dos desfiles de moda, escolhido como fonte de referência sem versão impressa, traz limitações em seu formato, mas, como contrapartida, é um meio com o maior poder de disseminação da informação. As desvantagens durante o trabalho de pesquisa surgiram devido às diferenças na calibração de monitores em computadores de mesa e portátil. Isso provocou distorções de tonalidades, saturação e luminosidade. Destarte, a precisão na definição dos sistemas de ordenação de cores tornaria inviável o trabalho, pois seria impossível o acesso a todas as vestimentas das temporadas focadas pelo estudo. No início, isso foi um obstáculo quase intransponível, mas o empenho em registrar e entender a representação das cartelas de cores na criação de moda no período estipulado motivou a busca de uma solução. Sem a preocupação com a precisão da construção da cor e mais interessados na atração que as imagens exercem na percepção do navegador e do leitor casual, do curioso em moda e dos especialistas que acompanham os lançamentos à distância, os parâmetros de quente e frio foram as principais escolhas para esta pesquisa.

A fim de corroborar com a designação do campo digital na pesquisa, observamos que os métodos utilizados na prospecção das cores a cada

estação sofreram mudanças significativas em comparação com os do fim do século XX. De dispendiosas viagens internacionais a elaborados birôs (NEDER, 2016), as empresas e os criadores ganharam com a internet novas fontes de informação, pagas e gratuitas, que variam conforme a profundidade do conteúdo ofertado.

Baudrillard (2012), Goethe (1993) e Kandisky (1996) fundamentaram nossa abordagem com suas definições emocionais sobre cores. Como complemento, mas sem menos importância, o branco, o preto e o cinza ganharam destaque devido ao grande número de aparições e por serem consideradas cores básicas e neutras por muitos fabricantes de tecidos e vestimentas.

Diante dessa decisão, a melhor forma de segmentar as cores coletadas foi parti-las em três grupos distintos, neutras, quentes e frias. Essa estrutura facilitou a definição do lugar de cada cor, apesar das distorções do meio digital. As imagens dos desfiles, importantes faróis do consumo de moda, são o referencial desse monitoramento e ilustram a recorrência das cores, como uma síntese. Partimos do princípio de que quando uma tonalidade aparece mais do que outra, detectamos uma congruência que contribui para a delimitação de uma tendência forte ou um vetor para uma determinada coloração ser mais ofertada.

[2/2]

Acreditamos que, independentemente das cartelas apresentadas pelos fornecedores, as empresas são soberanas em suas criações. No processo criativo, a aplicação da cor é livre e os estilistas utilizam as cartelas mais apropriadas ao conceito das coleções, que estão em sintonia com o design e as artes visuais, inspiradores para combinações inusitadas nos tecidos. Eles veem o consumidor como um novo protagonista criativo, que se expressa por meio do que veste, sinalizando o seu comportamento. Esse fato demandou dos estilistas um percurso criativo distinto do que vinha sendo praticado até então.

O meio digital contribuiu para um acesso amplo à informação e, por meio dele, as tendências são disseminadas rapidamente para as pessoas interessadas na área, consumidores ou fabricantes de vestimentas. Além das informações serem distribuídas quase instantaneamente aos seus lançamentos, houve uma notável redução de custos nas pesquisas, contribuindo para o surgimento de novos formatos na consultoria de cor.

Para realizar o referido monitoramento, estruturamos três etapas metodológicas: observação, registro e análise. Essa disposição foi proposta para um melhor estudo das cartelas dos desfiles, dispostas em mapas de cores, segundo parâmetros predefinidos. Isso facilitou a identificação e a catalogação do material coletado sem comprometer o trabalho, levando em conta a infidelidade da cor no meio digital.

1ª etapa: observação

Foram observados todos os desfiles tanto da cidade de São Paulo quanto do Rio de Janeiro no período previsto (2013 a 2016) para melhor entender a sequência das cores utilizadas. Essa etapa contribuiu para a identificação das cartelas utilizadas pelos criadores e suas marcas.

Apesar de estarmos sujeitas à imprecisão pelas possíveis alterações da cor provocadas pelo meio digital utilizado, contamos com essa fonte, já que também é uma propagadora das marcas e dos estilistas. Vale ressaltar que é um meio viável e gratuito e, por isso, muito utilizado por pessoas que se interessam por moda, consumidores ou profissionais da área.

2ª etapa: registro

Para registrar e utilizar os resultados do monitoramento, delimitamos três grupos – neutras, quentes e frias –, cada um com aspectos simbólicos que contribuem para as escolhas. Primeiramente, tratamos a cor como uma força da criação, "proporcionando leituras diferenciadas em cada pessoa, conforme a percepção individual" (ARAÚJO, 2006, p. 86). Com esse intuito, é importante entendê-la como um estímulo que a torna desejada. As cores funcionam como ícones relacionados às experiências psicológicas, culturais e sociais. A sua significação contribui para a construção de uma linguagem simbólica que provoca uma reação emocional traduzida pelo gostar ou não de algo. Assim, apontamos para um caminho de identificação grupal ou individual perante as escolhas.

Para o melhor entendimento da delimitação dos três grupos organizacionais, buscamos base em Baudrillard (2012), quando ele discorre sobre cores quentes e frias, em como as quentes dão o sentido de intimidade e as frias fazem um contraponto: "Sendo o 'caloroso' continuamente adiado. É um calor significado e por isso mesmo não se realiza jamais" (BAUDRILLARD, 2012, p. 44). Concordamos com John Cohn que, no início dos anos 1890, definiu um instinto básico sensual das pessoas para as cores fortes, modificado apenas pela cultura. Amparamo-nos no psicólogo romeno Florian Stefanescu-Goanga (1881-1958) que, no mesmo laboratório de pesquisa de Cohn, afirmou que o azul é calmo, depressivo, pacífico, quieto, sério, nostálgico, melancólico, frio, calmo e sonhador. E, finalmente, estudamos a teoria dos efeitos das cores nas preferências individuais do psicólogo alemão Wilhelm Wundt, de 1900.

No início do século XX, pesquisadores avançaram na direção da sinestesia e da cromoterapia afirmando que a cor é mais uma questão de sentimento do que de julgamento intelectual, como propunha o americano Edwin Babbit (1828-1905). Por isso, acreditamos que a observação dos lançamentos de moda pela internet não pode ser desconsiderada devido à imprecisão na reprodução das cores. Mesmo que a princípio seja uma ilusão, as imagens percebidas nas telas dos computadores e dispositivos móveis são, para os observadores, uma verdade percebida. É como se a luz emitida das telas revelasse coisas que só poderíamos ver se lá estivéssemos.

Esse princípio incentivou, nesta pesquisa, a árdua coleta de 3 mil cores com o Photoshop®, um software de tratamento de imagens. O registro foi feito por meio de mapas nos quais as tonalidades utilizadas por cada criador e cada marca foram segmentadas nos grupos anteriormente citados. Esses agrupamentos foram fundamentados na própria limitação do campo de estudo, o meio digital, pois possuem características que permanecem reconhecidas por meio de monitores com diferentes calibrações. Além disso, como dito anteriormente, os aspectos simbólicos tiveram grande peso, pois acreditamos que influenciam as escolhas do observador que navega na internet.

Cores neutras: este grupo é composto de tonalidades brancas, cinzas e pretas. Para melhor definição e localização no mapa, estas cores foram comparadas com uma escala de cinza existente no software utilizado (Quadro 1).

Cores quentes: composto por tonalidades vermelhas, amarelas e laranjas.

Cores frias: composto por tonalidades azuis, verdes e violetas. Tanto este grupo quanto o das quentes tiveram como parâmetro a escala RGB (red, green, blue) do software utilizado (Quadro 1).



Quadro 1 – Referência de cores. Fonte: A autora.

Posteriormente, fez-se uma análise do mapa juntando todas as cartelas coletadas em cada ano, para a fim de se obter uma visualização geral e, dessa forma, determinar os vetores e as insistências da aparição das tonalidades. O registro da coleta de cores foi colocado no formato de uma tabela denominada Mapeamento (Figuras 1, 2 e 3). Elas foram alocadas em linhas horizontais, de acordo com cada criador e cada marca, por ordem de desfiles e suas respectivas escolhas de cartelas. As colunas foram categorizadas pelos grupos de cores neutras, quentes e frias.



Figura 3 - Mapeamento do SPFW Verão/2013. Fonte: A autora.

3ª etapa: análise

Nessa etapa, realizamos uma separação visual das cores de acordo com cada estação e fizemos uma análise escrita seguindo uma predefinição de classificação para garantir a objetividade do relato. A análise visual, em um primeiro momento, foi feita por meio de mapas de posicionamento (Figura 4) contendo todas as cores de uma mesma estação/ano, mostradas tanto no SPFW quanto no Fashion Rio. Neles, as cores coletadas foram separadas em grupos de vermelhas, amarelas, verdes, azuis e neutras; além de claras/escuras e quentes/frias.

Para categorizá-las com o máximo de precisão, criamos mapas de posicionamento (Figura 4) e neles localizamos as cores conforme os parâmetros de cores:

Quentes: AM (amarelo) e VM (vermelho).

Frias: VD (verde) AZ (azul)

Luminosidade claro e escuro: branco, cinza e preto.

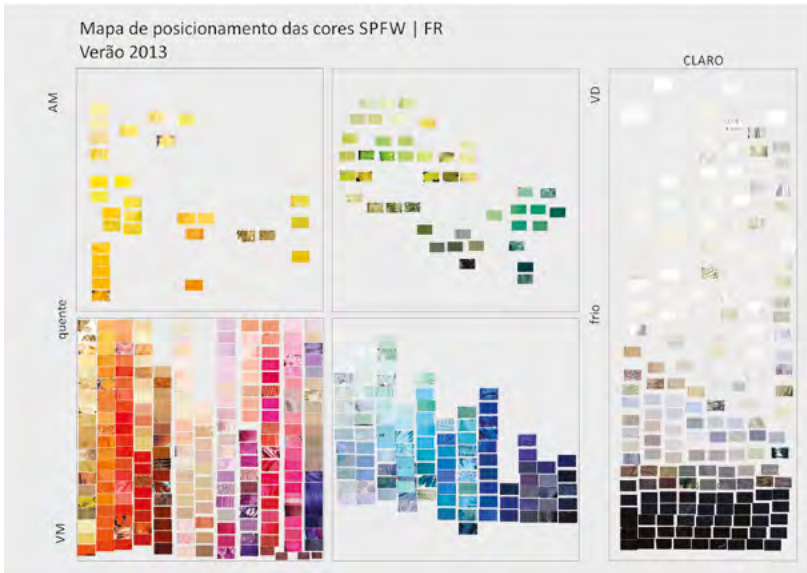


Figura 4 - Mapa de posicionamento SPFW/FR Verão/2013. Fonte: A autora.

Em um segundo momento, o resultado foi registrado em fichas de análise (Figura 5). Elas abrangeram questões sobre saturação, luminosidade, tonalidade e predomínio da família de cor. As fichas foram preenchidas após contagem das amostras para garantir a precisão nas ordenações crescentes e decrescentes. Com elas, foi possível concluir quais as características mais acentuadas para cada período de lançamento, além de definir a predominância da tonalidade que apontou um vetor definido como uma síntese de cor para cada estação.

[248]



Figura 5 - Análise escrita SPFW/FR Verão/2013. Fonte: A autora.

Ao todo, foram construídos 16 mapeamentos de cores; oito mapas de posicionamento e oito fichas de análise, além de quatro gráficos comparativos para a definição de congruências.

Resultados

No decorrer do processo de coleta, organização e setorização das 3 mil amostras de cores, encontramos dificuldades devido à proximidade de algumas cores quanto à luminosidade e à saturação. Entretanto, foi notável o aprimoramento da percepção visual ao longo da elaboração de todos os mapas e gráficos.

Posteriormente, com todas as fichas em mãos, foram elaborados gráficos comparativos acerca dos aspectos referentes a cada estação no período de quatro anos. Desse modo, foi possível perceber e compreender visualmente as variações e recorrências de uma série de características utilizadas pelos estilistas nesse intervalo de tempo.

Para o predomínio de família de cor, por exemplo, constatamos que, no inverno, existiu uma alternância ano a ano entre as tonalidades neutras e as avermelhadas e também entre as esverdeadas e as amareladas em menor proporção. As azuladas aparecem constantes na estação mais fria (Gráfico 1). É interessante a percepção de que quando as tonalidades avermelhadas estavam em alta, as amareladas estavam em baixa.

[249]

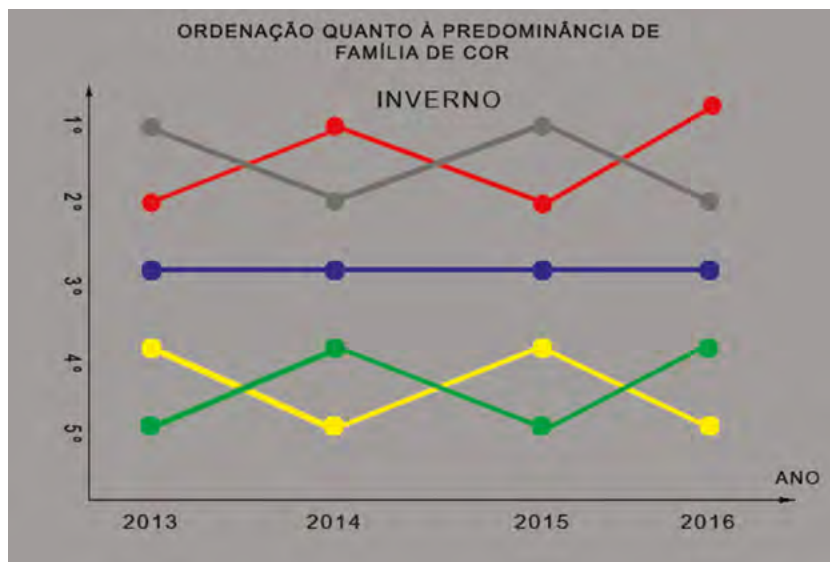


Gráfico 1 - Ordenação quanto à predominância da família de cor – Inverno.

Fonte: A autora.

No verão, as alternâncias são como no inverno: elas acontecem entre as neutras e as avermelhadas e entre as esverdeadas e as amareladas em menor proporção. Observamos que as azuladas permanecem constantes também na estação mais quente (Gráfico 2).

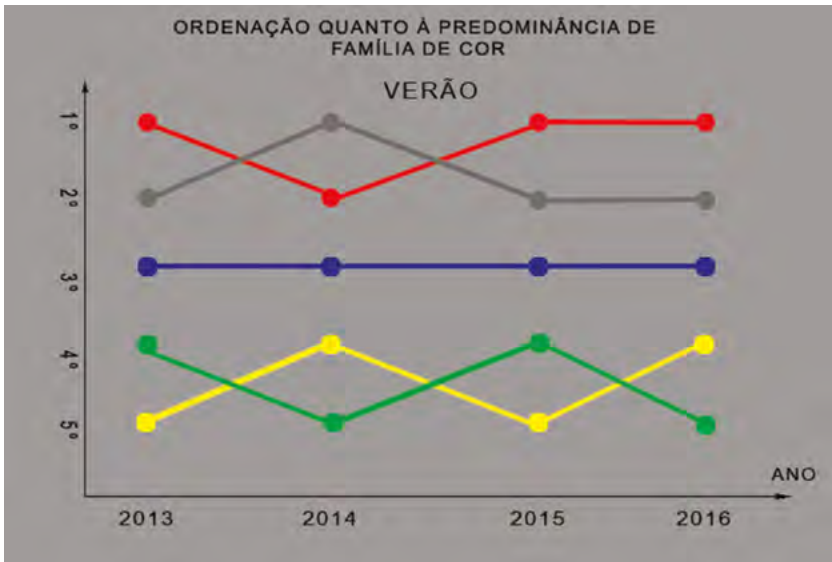


Gráfico 2 - Ordenação quanto à predominância da família de cor – Verão.

Fonte: A autora.

No inverno, em relação à luminosidade observada, as cores mais escuras foram predominantes, e as demais tonalidades das cores sofreram alterações sem percebermos recorrência ou padrão entre as escolhas dos criadores e marcas (Gráfico 3). A única exceção são as tonalidades vermelhas que, de 2014 a 2016, permaneceram constantes em sua luminosidade (cores claras ou escuras).

[250]

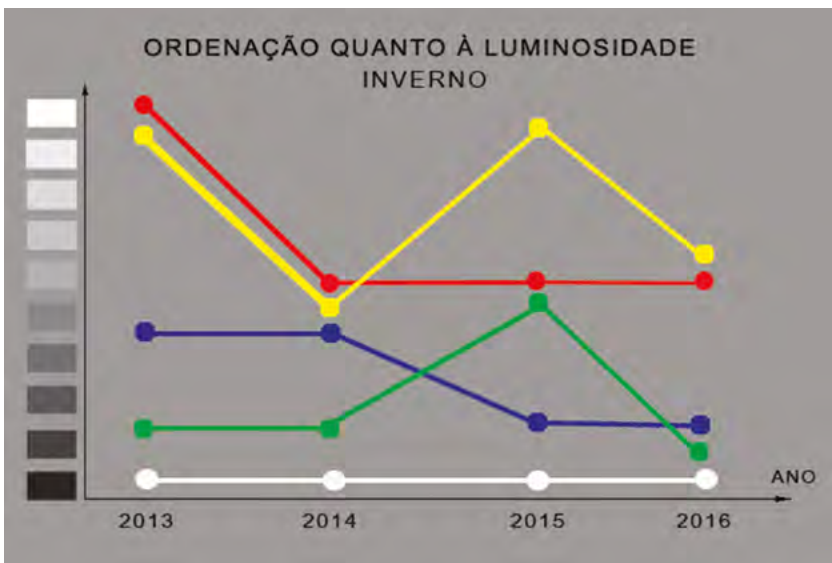


Gráfico 3 - Ordenação quanto à luminosidade – Inverno

Fonte: A autora.

No verão, a luminosidade foi mais constante ao longo dos anos, determinando uma recorrência. Percebemos que em 2013 e 2016, as tonalidades vermelhas, azuis e as cores neutras foram predominantemente claras. Em 2014 e 2015, as cores vermelhas e azuis foram médias claras enquanto as amarelas e verdes foram médias escuras. Observamos, também, uma boa presença de preto (Gráfico 4).

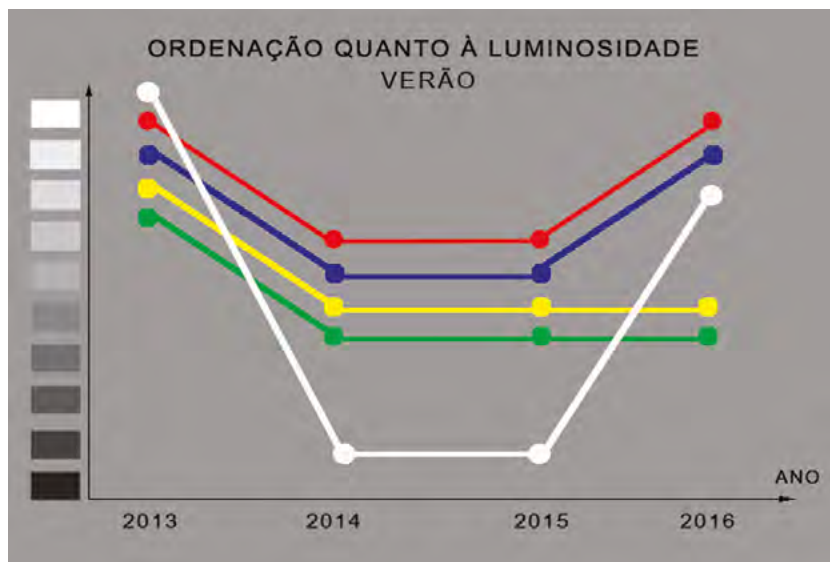


Gráfico 4 - Ordenação quanto à luminosidade – Verão

Fonte: A autora.

Ao analisar os gráficos, percebemos que as cores predominantes nos desfiles observados confirmam as impressões de que as cores escuras tendem a parecer em vestimentas próprias ao frio e as com mais luminosidade são recorrentes nas roupas leves das estações mais quentes. O mais interessante foi constatar a preferência pelos vermelhos nas criações de moda.

[251]

Considerações finais

As cores permitem uma mudança imediata na percepção da vestimenta e a possibilidade de tornar o objeto variável, incentivando o consumidor a uma constante atualização. Assim, acreditamos que a moda possibilita as transformações constantes no vestuário, conferindo à forma como nos vestimos uma comunicação sobre os modos ou as aspirações que explicitamos para outras pessoas.

No início da pesquisa documental, percebemos que as cores cedem lugar gradualmente umas às outras com a passagem das estações, em um ciclo de aproximadamente dois anos – com exceção do preto que predomina no inverno e as tonalidades vermelhas que sempre aparecem nas criações observadas. Distinguimos, nessa mudança, que algumas tonalidades retornam às escolhas dos criadores e das marcas, mostrando a preferência por uma ideia. Pesquisadores chineses, mais especificamente Li-Xia Chang (Jiangnan University), Wei Dong Gao (Henan Institute of Science and Technology) e Xin Zhang (Xi'an Polytechnic University), demonstraram que pesquisas feitas atualmente sobre cor são divididas em dois tipos: análise sistemática e dados históricos. Os autores supracitados demonstraram que, independentemente do método, corroboram com o curto prazo de dois anos na previsão de uma tendência de cor para a moda. Afirmam ainda que os dados históricos são uma importante fonte para a compreensão do conceito e a sensibilidade simbólica das cores em uma cartela e, por isso, devem ser levados em consideração nas pesquisas juntamente com as análises estatísticas de venda. O monitoramento tem um papel importante nos levantamentos de dados históricos, pois ele, além de

registrar, contribui para o entendimento de como as cores aparecem e evoluem ao longo dos lançamentos de vestimentas. O resultado desta pesquisa nos levou à constatação de algumas convergências das cores nos lançamentos de moda. Registramos, no monitoramento, algumas congruências. São elas:

1. Quanto à predominância de família de cor, observamos uma forte presença das tonalidades avermelhadas tanto no inverno quanto no verão.

2. No inverno, a ênfase nas cartelas de cores lançadas pelos criadores é dada para as tonalidades neutras, com forte tendência para o preto.

3. Os tons azuis permanecem estáveis, isto é, com aparições constantes em todas as estações. Sem distinção de tonalidade quente ou fria.

4. Verdes e amarelos se alternam entre si, mas sempre em menor proporção se comparados aos tons neutros e avermelhados.

5. A luminosidade destacou-se como predominantemente alta no verão, entretanto foi bem variada no inverno entre as famílias de cores e confirmou que as neutras mais escuras são a preferência nos lançamentos dessa estação.

6. Observamos uma forte presença de cores com alta saturação em todos os lançamentos das semanas de moda independentemente da estação ser fria ou quente.

[252]

Essas conclusões do monitoramento apontam uma coerência nos lançamentos de moda tanto de São Paulo quanto do Rio de Janeiro: as cores quentes são as preferidas, colocando por terra a crença de que azuis, verdes e violetas são típicas das estações mais frias nessas cidades e referência para todo o país. Confirmamos, também, a impressão de que, no inverno, o preto é unanimidade nas vestimentas femininas, mesmo que alguns criadores o utilizem em menor proporção do que outros.

Com este artigo pretendemos, além de contribuir para o registro das cartelas lançadas a cada estação durante o período desta pesquisa, divulgar a análise pontual das cores predominantes. Esperamos desta forma ajudar os profissionais e as empresas do setor, os professores e alunos de moda a visualizarem como as escolhas de determinadas cores pelos criadores formam uma consistência, tornando-se marcos sinalizadores de cada lançamento de moda.

Este projeto de pesquisa Monitoramento de Cor recebeu Menção Honrosa durante o XXII Seminário de Iniciação Científica da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG) no ano de 2016. A sua apresentação, assim como parte do registro de cores e a construção dos mapeamentos, foram feitos com a colaboração de bolsistas de iniciação científica e participação voluntária de alunos.

Recebido em: 02-06-2017

Aprovado em: 17-01-2018

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Mônica de Queiroz Fernandes. **A cor incorporada ao ensino de projeto**. Rio de Janeiro: UFRJ/FAU, 2006. Xi, 154 f. : il. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura, UFRJ, 2006.

BACK, Suzana. **Pesquisa de tendências: um modelo de referência para pesquisa prospectiva**. 2008. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. (Col. Etnologia).

GOETHE, Johann Wolfgang von. **Doutrina das cores**. São Paulo: Nova Alexandria, 1993.

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte e na pintura em particular**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

LAMBERT, Patrícia. **Controlling color. A practical introduction for designers and artists**. Hong Kong: Everbest Printing Company Ltd, 1991.

NEDER, Mônica. **A customização da pesquisa de moda: um método para cada tipo de empresa**. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais_ant/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Design-e-Processos-de-Producao-em-Moda/A-customizacao-da-pesquisa-de-moda-um-metodo-para-cada-tipo-de-empresa.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2016.

RHEINGANTZ, Paulo A. et al. **Observando a qualidade do lugar: procedimentos para a avaliação pós-ocupação**. Rio de Janeiro: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – Pós-Graduação em Arquitetura, UFRJ, 2009.

SANTOS, Janiene. **Sobre tendências e o espírito do tempo**. São Paulo: Estação da Letras e Cores, 2013.

SILVA, Anielson. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro¹

*Fashion and technology: the inevitable connection
that will shape the future*

[MÁRCIA SIQUEIRA COSTA MARQUES]

Docente nos cursos de Mídias Sociais Digitais e Design de Moda no Centro Universitário Belas Artes (SP).

E-mail: marciasiqueira253@gmail.com

[resumo] A tecnologia modifica os processos e a internet revoluciona todos os campos da sociedade, especialmente o da moda. Precisamos ser capazes de entender como a inovação acontece na sociedade para poder prever e perceber como as mudanças irão afetar nossas vidas. Vivemos hoje o grande desenvolvimento da utilização da inteligência artificial (IA). Dessa forma, devemos repensar o conceito de cognição e a convergência entre tecnologia e moda não apenas em termos da capacidade de uso, mas também em como os dispositivos interagem com as pessoas e máquinas. Macrotendências podem ser entendidas e aproveitadas para enfrentar as mudanças tecnológicas, culturais e sociais que tendem a ser inevitáveis.

[255]

[palavras-chave]

moda; tecnologia; inevitável; inteligência artificial; cognição.

[abstract] Technology modifies processes and the internet revolutionizes all fields of society, especially fashion. We need to be able to understand how innovation happens in society to be able to predict and realize how changes will affect our lives. We are living today the great development of the use of artificial intelligence (AI). In this way, we must rethink the concept of cognition and the convergence between technology and fashion, not only in terms of usability but also in how devices interact with people and machines. Macro-trends can be understood and harnessed to cope with the technological, cultural and social changes that tend to be inevitable.

[keywords] fashion; technology; inevitable, artificial intelligence, cognition.

Introdução

A história humana tem profunda relação com o desenvolvimento tecnológico, pois os artefatos e tecnologias usados pelo ser humano foram fundamentais para sobrevivência, adaptação e evolução das pessoas e populações. As tecnologias foram sendo desenvolvidas e utilizadas pelo homem e, da pintura nas cavernas às imagens em realidade virtual, elas vão transformando nossa experiência, alterando nossas habilidades e modificando nossa relação com o mundo. As inovações transformaram o planeta e nos auxiliaram a chegar ao momento atual da civilização. O uso intensivo de redes digitais e as tecnologias conectivas e inteligentes têm transformado nossa rotina intensamente. Saímos de um modelo fixo e analógico para uma nova realidade regida pelo tempo real, pela fugacidade e pela ubiquidade.

[256]

As mudanças em nossas vidas, provocadas pela tecnologia, podem ser entendidas como o resultado de um conjunto de forças aceleradoras associadas a novas formas de acesso, utilização e compartilhamento de objetos e informações que fazem parte do nosso cotidiano.

À medida que surgem novas tecnologias capazes de ampliar os sentidos humanos, como descreve McLuhan (2007) em seu livro *Os meios de comunicação como extensões do homem*, desenvolve-se também um ambiente tecnológico que se modifica e se incrementa com o surgimento de outras inovações tecnológicas. Dessa maneira, passamos a conviver com a técnica e as mudanças que ela acarreta de forma quase indiferente. O uso da tecnologia é feito despercebidamente, como se tudo já fosse parte do cenário anterior. Não tomamos consciência da extensão desse envolvimento da mesma forma que "os peixes estão cegos para seu ambiente; pois seu meio é a água onde vivem"². Como define Kerckhove:

As tecnologias invadem a realidade com pouca ou nenhuma resistência consciente por parte dos que as adotam rapidamente. Os impulsos tecnológicos e as promessas do mercado, assim como um exuberante tecnofetichismo, entorpecem o público em geral que permanece psicologicamente ligado às antigas imagens de si e do mundo. (KERCKHOVE, 2009, p. 188)

A tecnologia parece exercer um fascínio espantoso no ser humano. É como se um encanto, que abarca todos os sentidos e deixa as pessoas envolvidas de tal maneira, embotasse sua real atenção. O nosso sistema nervoso, porta de entrada para todas as sensações do mundo, é afetado pela tecnologia

e se deixa envolver totalmente. A chegada desse novo ambiente informacional leva a mudanças estruturais de gestão por causa da recente forma de comunicação e informação. Uma nova geografia, na qual correm os fluxos, é o resultado desse mundo de conexões virtuais. A técnica passa de um simples instrumento para se tornar o ambiente que nos cerca. Vivemos a tecnologia sem possibilidade de escolha, pois ela se torna imperativa e planetária e se embrenha em todas as áreas de nossas vidas. Aderimos ao uso da técnica sem ter consciência de sua essência e de seu alcance, nos subordinamos porque já não podemos viver sem ela.

Na última década, por exemplo, percebemos duas grandes mudanças no cenário da comunicação e dos negócios. Com a chegada e o uso intensivo dos *smartphones*, podemos apontar a conectividade como, possivelmente, um dos maiores agentes de mudança na história da humanidade que vai provocar a criação de inúmeras redes de sociabilidade. Quando adicionamos a mobilidade a essa condição, entendemos o ritmo acelerado das novas gerações, o aumento da interação em tempo real (todos os dias e o dia todo), as infinitas possibilidades de alcance e acesso, a colaboração à distância, o compartilhamento infinito. Novas tecnologias estão sendo desenvolvidas e tendências serão criadas. Para Jenkins (2008), essa é a verdadeira convergência, é a mudança que ocorre em nossas mentes. Esses fatores mudam o mundo, pois modificam o nosso conhecimento e a interação com todas as coisas, e vão influenciar os rumos do futuro da humanidade. Muito do que acontecerá nos próximos anos será impulsionado por tendências tecnológicas que já estão em movimento.

[257]

Kevin Kelly, cofundador da revista *Wired*, autor de vários livros e referência em tecnologia e futuro, escreveu o livro *Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo* (editado no Brasil em 2017), no qual afirma que algumas tecnologias são inevitáveis, mas a sua apropriação depende das nossas interações com elas. Ele descreve um cenário no qual a inteligência artificial e outros recursos da tecnologia estarão embutidos em boa parte dos produtos e serviços que consumimos e consumiremos ainda mais. Ele discute as 12 convergências que acredita serem inevitáveis – daí o título do livro.

O presente trabalho traz as 12 macrotendências identificadas por Kelly (2017) e enfatiza três ideias que, acreditamos, deverão impactar a moda.

No momento que observamos objetos alimentados por informações da mesma maneira como eram alimentados pela eletricidade, é preciso refletir como a moda deve entender e usar algumas tendências e, no livro, estas são estabelecidas pelo autor como verbos, na intenção de caracterizá-las como forças de ação já que, em um círculo interminável, irão influenciar as tecnologias futuras e as nossas interações com essas inovações contínuas. Cada uma dessas macrotendências também deve interagir e ser influenciada pelas demais. Ao compreender esses fenômenos e, talvez até antecipá-los, será muito mais fácil acompanhar e estar na vanguarda das próximas ondas de transformações.

Tendências tecnológicas

As tendências tecnológicas iniciam seu movimento e, quando as compreendemos, já estão acontecendo e afetando a nossa existência – algumas vezes sequer as percebemos em nossas vidas. A maioria de nós nem pensa o quanto é incrível beber água potável e não ter a preocupação de morrer de cólera 48 horas depois. Muitas vezes, não indagamos como chegamos até aqui e não nos detemos para pensar que nossa vida atual é

cercada e apoiada por toda uma classe de objetos encantados com as ideias e a criatividade de milhares de pessoas que vieram antes de nós: inventores, diletantes e reformadores que se dedicaram com paciência a resolver o problema de criar a luz artificial ou a água limpa que bebemos, de tal forma que hoje podemos apreciar esses luxos sem pensar a respeito, sem sequer imaginá-los como um luxo. (JOHNSON, 2015, p. 8)

Inovações e invenções geralmente surgem para resolver um problema específico, mas, uma vez que se estabelecem, acabam provocando outras mudanças que teriam sido difíceis de prever. McLuhan articula que

a estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escalada das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalhos e de lazer novos. (MCLUHAN, 2007, p. 22)

[258]

Ou seja, da mesma forma, a tecnologia é proposta de um determinado modo, mas seus resultados são imprevisíveis e podem até ser opostos ao planejado. Esse é um padrão de mudança que sempre aparece na história evolutiva. A história das ideias e inovações desenrola-se da mesma forma, como exemplifica Johnson:

A máquina de impressão inventada por Johannes Gutenberg aumentou a demanda de óculos, já que a nova prática de leitura fez com que os europeus, por todo o continente, percebessem cada vez mais que não enxergavam de perto. (JOHNSON, 2015, p. 10)

E o aumento da demanda por óculos incentivou a produção e a experiência com lentes, o que conduziu à invenção do microscópio, que, logo depois, permitiu-nos perceber os micro-organismos, como as bactérias, por exemplo, e o estudo de nossos corpos constituídos por células microscópicas.

É inegável que a maneira como nos comunicamos, estudamos, trabalhamos, compramos, vendemos etc. foi transformada pela técnica e será ainda mais modificada. Quando falamos de tecnologia, hoje, nossa primeira lembrança pode ser a internet ou as nossas redes sociais, mas devemos atentar para o fato de que a tecnologia também mudou muito o mundo material, o mundo físico. Para ilustrar, basta pensar, por exemplo, na música – de LPs e CDs para MP3 ou MP4 e depois assinaturas digitais – ou em filmes e livros que hoje viraram serviços de *stream*, ou seja, somente de visualização momentânea.

A inteligência aplicada aos materiais vem modificando peso, design, flexibilidade, durabilidade, acesso, usabilidade e outras características de muitos produtos. Talvez não estejamos percebendo a proliferação da técnica em nossa vida cotidiana visto que, conforme ela se expande, torna-se também comum, ordinária. Mais adiante, na medida que passa despercebida, que não a notamos conscientemente, ela adquire formas e usos dos mais diversos. Estamos imersos nessa nova cultura que não é avaliada somente pela presença de equipamentos, aparelhos, aparatos e novas tecnologias em nossas vidas, mas, sobretudo, pela mudança em nossas práticas cotidianas, em nossos hábitos e em nossas relações uns com os outros, que estão sendo contínua e profundamente transformadas. A realidade apresenta-se como uma grande alteração na lógica de nossas relações, ou como uma mudança radical na forma como lemos e interagimos com o mundo e a maneira como atribuímos sentido e significado a tudo que nos cerca.

Henry Jenkins, professor do Massachusetts Institute of Technology (MIT), nos Estados Unidos, explicita essa ideia em seu livro *A cultura da convergência*, no qual contextualiza exatamente o momento de um mundo altamente conectado (talvez, hoje, hiperconectado), no qual a maior mudança, a mais enfática, não está nos objetos tecnológicos, mas na maneira como nos apropriamos deles para criar um novo sistema de relações e práticas:

[259]

[...] a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (JENKINS, 2009, p. 28)

Na realidade, quanto mais a cultura se apropria das novas tecnologias de informação e comunicação, menos perceptíveis e evidentes elas se mostram. Normalizamos o seu uso e elas não nos causam mais nem estranhamentos, nem surpresas, adaptamo-nos a elas e convivemos de maneira *harmoniosa* com essa utilização. É um desenvolvimento que ocorre de forma silenciosa, quase imperceptível, não obstante é muito significativo.

O que é uma força inevitável?

Tivemos diversas evoluções no decorrer da história. O homem dominou o fogo, criou a luz, depois a eletricidade tornou-se a base para várias inovações. Algumas invenções surgiram simultaneamente em lugares diferentes porque pessoas buscavam soluções para os mesmos problemas e tinham acesso às mesmas ferramentas e ao mesmo conhecimento, ou seja, essa evolução seria inevitável para a humanidade.

Quando questionado sobre a ideia arriscada de se prever o futuro, Kelly (2017) explica que não está fazendo previsões: está mais interessado em

esclarecer as tendências atuais que estão funcionando no mundo, nos processos de longo prazo, muito mais do que em detalhes específicos de cada tecnologia. Em uma entrevista para um jornal, o autor faz uma analogia com a ideia de chuva em um vale para explicar que o fluxo de uma gota específica (o detalhe) não pode ser previsto, mas que a direção das gotas da chuva tende a ser de fácil constatação: elas irão para baixo! Ele explica que seu entendimento é sobre esse tipo de força em grande escala que puxa as coisas para certa direção. E dá como exemplo a chegada dos *smartphones* como algo inevitável, não importando, nessa situação, que regime político ou sistema econômico existisse. Mas, ainda que os telefones fossem inevitáveis, detalhes e modelos específicos, como o caso do iPhone, não seriam inevitáveis.

[260] Para Kelly (2017), muito do que vai acontecer nos próximos 30 anos é inevitável e está sendo definido por tendências tecnológicas que hoje já estão em movimento. Uma definição do que é inevitável, na visão do autor, são as forças que movem as tecnologias ao longo do tempo, ou seja, o processo científico por trás delas. Dessa maneira, ao considerarmos o tempo presente, a internet e as redes interconectadas por todo o planeta, com certeza, elas determinam o ritmo das tecnologias que temos hoje. Ele explica que não poderíamos prever a criação de empresas como o Google e o Uber ou de produtos como o iPhone, todavia, era possível observar as forças que motivaram a sua criação e de outras empresas e produtos. Entre essas forças, podemos apontar o sistema de busca universal de informações, a ideia de acesso ao transporte particular compartilhado ou um sistema de comunicação de longa distância com tela *touch*. Assim sendo, a compreensão do processo científico pode multiplicar o número de inovações.

Em seu livro, *Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão o nosso mundo*, Kelly (2017) oferece um roteiro para esse futuro, mostrando como as próximas transformações afetarão as nossas vidas, e crê que brevemente chegaremos à superconectividade, com a utilização da internet que segue uma linha cada vez mais exponencial e indispensável. Para ele, as forças inevitáveis são aquelas nas quais conseguimos enxergar padrões e direções, todavia, dificilmente prevemos o caminho que elas vão percorrer. Essa *inevitabilidade* baseia-se nas tendências provocadas pela tecnologia e por nossa interação social com a tecnologia.

Kelly (2017) analisa os últimos 30 anos e aponta que ações contínuas por mais de três décadas, no mínimo, "são inevitáveis" (p. 9). Ele enfatiza que, dessa forma, "essas forças são trajetórias, não destinos" (p. 11). Essas forças fazem os produtos se converterem em serviços e processos. Ele aponta as ideias e, para os próximos 30 anos, identifica pontos que definirão os direcionamentos fundamentais para o futuro. São 12 macrotendências que direcionarão tanto a tecnologia quanto a nossa relação com o processo. Elas são estabelecidas pelo autor como verbos, na intenção de caracterizá-las como forças. São elas:

1 - Tornar-se: ou seja, é a capacidade de se adaptar o tempo todo, pois as tecnologias caminham para um estado em que nada é estático, tudo se

transforma. É fruto de uma transformação constante e, com suas mudanças, podemos perceber como será a web de 2050.

2 - Cognificar: o que caracteriza a cognificação como inevitável é o avanço exponencial do poder computacional, a abundância de dados on-line e a conexão a uma rede comum, além da facilidade de acesso. Aqui, pode-se ver o papel revolucionário da inteligência artificial.

3 - Fluir: a internet é a maior máquina de cópias do mundo. Tudo o que toma forma digital e *cai* na internet será armazenado e copiado indiscriminadamente e para sempre. Um rio de caminhos: a era dos fluxos (*streams, feeds*) feitos em tempo real: aqui e agora. O fluxo de bits é perene e crescente e determina o fim da *fixidez*. Indústrias inteiras estão sendo transformadas – estão também em fluxo – em função desse movimento. Para o autor, fluir é um resultado de coisas fixas e fluidas. Tudo será fixo e fluido: música, livros, filmes, jogos, jornais, educação, transporte, agricultura e saúde.

4 - Visualizar: a tela dos dispositivos digitais comanda cada vez mais a nossa atenção. As histórias serão contadas nas telas. Essa macrotendência já está provocando profundas mudanças no mundo à nossa volta graças a essa predileção pelo visual. O acesso à informação tende a ser ubíquo e os dispositivos de realidade virtual e de realidade aumentada poderão trazer o conceito de *tela* para dentro de nossos olhos. Interação constante. Biblioteca de tudo e sempre ao alcance de um clique.

5 - Acessar: essa tendência começa a fazer parte da realidade de qualquer cidadão. Vamos substituindo a posse pelo acesso. Da posse comprada ao acesso assinado. Vamos transformando o produto em serviço, com exemplos de sucesso como Uber e Airbnb. Kelly (2017) acredita que esse conceito tende a se expandir cada vez mais, trazendo como resultado uma vida com maior conveniência, sem as dificuldades impostas pela obsolescência ou pela manutenção. Deve provocar a aproximação constante entre consumidor e produtor.

6 - Compartilhar: deve evoluir para cooperação, colaboração e coletivismo. A internet hoje permite-nos compartilhar coisas com uma taxa muito mais alta do que em tempos passados; um compartilhamento infinito. Mas o cenário que temos atualmente, no raciocínio do autor, é só o começo. Com todo o compartilhamento que fazemos, estamos a menos de 20% do potencial. O próximo passo, após o compartilhamento, é a cooperação. Mais à frente, teremos a colaboração que ultrapassa os limites da cooperação porque permitirá não só a agregação de conteúdo, mas a interação de todos os participantes com todos os conteúdos.

7 - Filtrar: segundo o autor, a cada ano, temos 8 milhões de músicas novas, 2 milhões de livros, 16 mil novos filmes, 30 bilhões de postagens em blogs, 182 bilhões de tweets e 400 mil novos produtos. O problema é que é

fácil nos perdermos em meio a tanta variedade. Kelly (2017) antecipa que melhoraremos muito a nossa capacidade de filtrar o conteúdo ao qual temos acesso. Essa capacidade de filtragem já existe de forma incipiente, mas melhora a cada dia que passa. No futuro, dada a abundância de material, os mecanismos de filtragem terão um papel crucial em nossas vidas. Haverá filtros em todas as plataformas e a tendência desse tipo de processo é que aumente a personalização. Também pode trazer a concentração de conteúdo e atenção. Precisamos de filtros de vários tipos: intermediários, curadores, marcas, ambiente cultural, amigos etc. O maior buscador do mundo, o Google, processa 35 bilhões de e-mails por dia; 60 trilhões de páginas cerca de 2 milhões de vezes por minuto; e responde 3 bilhões de perguntas por dia. Seus resultados são arranjados por um algoritmo que tem seus próprios parâmetros. O grande perigo dos filtros é fazer uma escolha entre as coisas que já se conhece e aquelas de que se gosta, entrando em um espiral narcisista, tornando-se cego para qualquer coisa diferente do padrão ou do gosto pessoal. Seria o fim da diversidade e entraríamos em uma bolha ideológica.

[262]

8 - Remixar: esse neologismo, presente em nossa língua desde os tempos das gravações analógicas de áudio, é aplicado cada vez mais a campos do conhecimento e das artes. Kelly (2017) acredita que no futuro será uma grande força impulsionadora do progresso. Para o autor, se a alfabetização nos dava a capacidade de analisar e manipular textos, a nova fluência das mídias digitais implica a capacidade de analisar e manipular imagens em movimento de maneira simples e fácil. Rearranjo de mídias e obras culturais, como enfatiza Paul Romer, da Universidade de Nova York, com sua teoria sobre o crescimento econômico que não emerge da descoberta ou da criação de novos recursos, mas sim do rearranjo dos recursos existentes, tornando-os mais valiosos (ROMER, 2017). Mas também trará o questionamento: *Quem será o dono da obra: o autor da obra ou do remix?*

9 - Interagir: interagimos com as pessoas e até com os objetos. Não só consumimos e, cada vez mais, queremos interagir com a tecnologia. A interação via realidade virtual enfatizará a presença. O internauta transformou-se em máquina produtora que impulsiona a internet. Centenas de milhões de usuários no mundo todo produzem conteúdo diariamente e a prova mais simples de perceber esse fenômeno é o crescimento estarrecedor das receitas do Facebook: milhões de compartilhamentos de status ocorrem por segundo nas páginas da maior das redes sociais. Notícias da própria rede social estabelecem que, no dia 26 de abril de 2017, o Facebook chegou a 2 bilhões de usuários. A interação envolverá ainda mais os nossos sentidos e deve trazer a ideia de maior intimidade e imersão.

10 - Rastrear: estamos vivendo em uma era na qual é possível coletar dados de praticamente tudo o que nos cerca, seja em nós mesmos ou nos elementos à nossa volta. Tudo é registrado e buscado: grandes listas de conexão (*lifestream/logging*). A internet pode rastrear virtualmente tudo e qualquer coisa que tocar a internet poderá ser monitorada. Onde encontrar tal informação?

11- Questionar: a internet é profícua em produzir o que antes seria impensável e velhas impossibilidades tornam-se novas e diversas possibilidades. Inúmeras são as soluções criadas sobre o que seria impraticável antes, bem como numerosas são as facilidades, os serviços e os produtos que vieram na sequência. As possibilidades tornam-se extensas. O foco na superação de barreiras nos transforma.

12- Começar: é o ponto de inflexão para a nova normalidade. Começamos a nos conectar globalmente e percebemos que estamos apenas despertando. Esse princípio tende a se renovar continuamente uma vez que as novas tecnologias transformativas estão apenas no princípio de seu advento, pois, por mais que tenhamos dificuldade em enxergar o futuro, estamos apenas no limiar desta nova tendência.

Com o tempo, a tecnologia tende à gratuidade, que tende à abundância. As únicas coisas cujo custo aumenta são as experiências humanas. Passamos por quatro estágios de produto:

1. Fixo e raro. O produto é fruto de um trabalho artesanal, completo e autônomo – é raro e tende a ser caro.

2. Livre e ubíquo. O produto tem reprodução indiscriminada. Esse estágio pode desestabilizar a economia tradicional.

3. Fluir e compartilhar. O produto passa a ser desagregado e pode ser elaborado em partes, que serão remixadas com outras formando novos pacotes. O produto é um fluxo de serviços na nuvem compartilhada – torna-se uma plataforma para a riqueza.

4. Abrir-se e tornar-se. Nesta fase, os fluxos de serviços já existem e as peças estão prontas, são baratas e podem ser usadas na cocriação de produtos, inclusive por amadores. A produção decola e a qualidade industrial também se mantém em patamar alto.

Essas mudanças já abriram novas perspectivas. Avançamos inevitavelmente para conectar todos os seres humanos e todas as coisas em uma rede global de processamento inteligente e articulada que se alimenta de maneira inteligente com as informações geradas e analisadas em tempo real.

A união inevitável da tecnologia e da moda – algumas considerações

Algumas dessas macrotendências já são claramente percebidas e devem influenciar a maneira como fazemos e consumimos moda, como, por exemplo, o acesso, o rastreamento e o compartilhamento de itens, fruto da revolução causada pelo barateamento e pela utilização da inteligência artificial em todas as coisas. É difícil imaginar algo mais revolucionário, capaz de *mudar tudo*, do que a barata, poderosa e onipresente inteligência artificial, que deverá ser a força primordial do futuro. É o que o Google faz (3 bilhões de buscas diárias),

fruto de dez anos de melhoria contínua nos seus algoritmos, aumentando sua incrível base de dados e incrementando sua capacidade computacional.

A inteligência artificial (IA) está presente em muitas interações on-line hoje, mas o cientista Andrew Ng acredita que isto é apenas uma pequena fração do que será em breve possível. Ele afirmou, em aula na Universidade de Stanford, que "assim como a eletricidade transformou quase tudo há 100 anos, hoje, realmente tenho dificuldade em pensar em uma indústria que a Inteligência Artificial não transformará nos próximos anos" (citado em LYNCH, 2017). Ng acredita que essa seja a maior revolução desde a descoberta da eletricidade.

Nesse modo de desenvolvimento, a fonte de produtividade está na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento da informação e de comunicação de símbolos. Como a informação é uma parte integrante de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente influenciados.

Forças inevitáveis: acessar, cognificar e rastrear

A informação agora pode estar globalmente disponível em um número ilimitado de cópias perfeitas, sem custo extra. As redes digitais baratearam o compartilhamento. Como elabora Shirky, "as sociedades com mercado oferecem às pessoas a experiência de interagir com estranhos, experiência que é necessária para tirar proveito do excedente cognitivo" (SHIRKY, 2011, p. 102). Citando o exemplo do Napster (software que permitia compartilhamento e cópias de músicas em computadores nos anos de 1990), ele explica que

os usuários podiam fazer tudo isso gratuitamente, porque fazer uma cópia perfeita de uma música (ou de qualquer outra coisa que esteja armazenada num computador) é uma decorrência natural quando se tem um computador. (SHIRKY, 2011, p. 110)

A cultura que permeia a economia do compartilhamento pode tornar mais fácil que muitos se beneficiem do conhecimento e dos bens produzidos por outras pessoas e/ou grupos. O

aumento do tamanho da comunidade, redução de custos de compartilhamento e clareza são todos fatores que tornaram o conhecimento mais combinável, e nos grupos em que essas características crescerem a combinabilidade também crescerá. (SHIRKY, 2011, p.128)

O autor explica que as três condições acima são ampliadas por meio do que é global e barato, e que permite que um número ilimitado de cópias de informação seja difundido à vontade, ultrapassando as barreiras de tempo e espaço. A informação torna-se encontrável e está disponível globalmente para todos com acesso à rede de computadores.

Essas ferramentas possibilitam oportunidades de criar novas culturas de compartilhamento. Comunidades de troca podem surgir a qualquer momento e em todos os lugares como extensões das instalações originais.

Kelly argumenta que "seus armários virtuais são infinitos" e elabora que até o "mais comum dos mortais tem acesso a um bem ou serviço com prontidão" (KELLY, 2017, p. 118). Em alguns casos, esse acesso pode ser mais rápido e com a mesma qualidade da experiência que o originou.

A primeira Revolução Industrial foi potencializada por uma força inevitável que transformou toda a sociedade. Por meio da utilização da eletricidade, tivemos acesso a carros e geladeiras e chegamos ao computador e aos *smartphones*. A energia elétrica foi fundamental para sustentar o paradigma industrial. Agora, estamos no início de uma nova era: a da cognificação. O verbo *cognificar* significa adicionar inteligência a um organismo, e a cognificação pode exprimir uma mudança da evolução pela seleção natural para outra orientada pela inteligência. O que caracteriza a cognificação como inevitável é o avanço exponencial do poder computacional, a abundância de dados on-line, a conexão em rede e a ubiquidade.

A inteligência artificial já está no nosso cotidiano, como, por exemplo, nas recomendações da Amazon, do Netflix e do Spotify, nas *tags* automáticas do Facebook e do Instagram ou até no serviço de assistentes virtuais, como Siri, Cortana e Alexa, que agem como um regulador de hábitos, influenciando nosso próprio comportamento sem que isto seja percebido por nós mesmos. Estamos diante da cognificação de qualquer coisa, ou seja, qualquer objeto, processo ou serviço pode tornar-se inteligente ao ser conectado a uma rede alimentada por inteligência artificial.

[265]

De outra maneira, a inteligência aplicada aos materiais vem modificando peso, design, flexibilidade, durabilidade, acesso, usabilidade e outras características de muitos produtos. A tendência dos últimos anos tem sido melhorar as coisas usando menos material e, para isso, adiciona-se *inteligência* aos materiais. Talvez não estejamos percebendo a proliferação da técnica em nossa vida cotidiana, visto que, conforme ela se expande, torna-se também comum, ordinária. E mais adiante, à medida que se torna despercebida, de que não a notamos conscientemente, ela adquire formas e usos dos mais diversos. Kelly acredita que a "tecnologia digital acelera a desmaterialização e apressa a migração de produtos para serviços" e, em alguns casos, com adição de novos benefícios. O "tangível é substituído pelo intangível" (KELLY, 2017, p. 119). Ele explica que bens materiais com bits incorporados cada vez mais se apresentam como se fossem serviços intangíveis. É um processo de *desmaterialização* no qual os substantivos se transformam em verbos e "o *software come tudo*" (KELLY, 2017, p. 119).

Kelly (2017) acredita que estamos no princípio de um paradigma que pode moldar uma nova etapa na evolução da humanidade. A *cognificação* pode constituir uma mudança da evolução pela seleção natural para outra

orientada pela inteligência. O verbo cognificar, um neologismo, representa bem essa nova era. Da mesma forma que, há um século, a energia passou a chegar até nossas casas pela tomada, permitindo-nos conectar vários equipamentos à rede elétrica, assim também deverá ser com a inteligência artificial (IA). Em um futuro próximo, teremos a possibilidade de IA de baixo custo e alta capacidade.

O que caracteriza a cognificação como inevitável também é a possibilidade de todos os aparatos serem conectados a uma rede comum, além de a comunicação e todas as informações estarem mais acessíveis. Significa dizer que teremos o cenário ideal para criar novas formas de inteligências não limitadas pela biologia. Empresas como Google, Facebook, IBM, Apple e tantas outras estão investindo recursos financeiros e humanos para tornar a inteligência artificial uma ferramenta disponível e eficiente. Estamos diante da cognificação de qualquer coisa, ou seja, qualquer objeto, processo ou serviço pode tornar-se inteligente ao ser conectado a uma rede de inteligência artificial. Diante desse novo paradigma, o que antes era moldado pela eletricidade, será agora pela cognificação.

[266] A inteligência artificial já vem sendo desenvolvida há um bom tempo, o diferencial atual e o principal fator do seu avanço é que, em vez de ser toda programada por um humano, agora ela está sendo ensinada como aprender por conta própria, com outras IAs operando em rede com alimentação contínua.

Kelly (2017, p. 33) enfatiza que a "Inteligência Artificial não nascerá em um supercomputador independente, mas no superorganismo composto de 1 bilhão de chips conhecido como internet".

*Wearables*³

A integração entre eletrônicos e têxteis lançou as bases para a criação de redes de sensores *wearables* (vestíveis ou usáveis, em tradução livre). Dessa maneira, abriu novas fronteiras para o processamento da informação personalizada por meio do uso de um tecido interativo baseado em uma infraestrutura de informações *wearable*, que pode ser utilizada para cuidados da saúde; jogos e entretenimento em geral; e segurança pública e exploração do espaço, apenas para citar algumas áreas de atuação.

O mercado de sensores de corpo e vestuário inteligentes está se desenvolvendo rapidamente, embora possa ser ainda maior a longo prazo⁴ graças a uma enorme variedade de tipos de dispositivos e de aplicações. Já surgiram várias opções de uso na forma de roupas e acessórios *wearables* que atuam com uma nova camada de funcionalidade localizada no corpo. Além de vestir e adornar as pessoas, as roupas agora poderão, por exemplo, diminuir ou aumentar de tamanho, aquecer ou resfriar o corpo e funcionar integrada a movimentos para participar de um game, além de se comunicar local e remotamente com outras pessoas e coisas. A quantidade e a qualidade dos sensores crescem rapidamente da mesma maneira que seu preço só cai. Ou seja: cada

vez mais, teremos facilidade de rastrear informações globais e pessoais, e sua análise tende a permitir uma melhoria em processos e procedimentos.

Vivemos hoje um momento de pleno desenvolvimento das mídias interativas que se materializam na forma de objetos os mais variados e curiosos possíveis, além dos conhecidos óculos e relógios. Esse ambiente de objetos e intercâmbios, com o qual já nos habituamos, crescerá ainda mais em número e variedade nos próximos anos. Algumas pesquisas indicam que o setor de saúde e bem-estar, incluído aqui o fitness, é o campo no qual se espera maior crescimento e deverá alavancar o mercado de vestuário inteligente e sensores corporais. A moda se alimenta do novo e os avanços na tecnologia permitem que os designers eliminem limites do mundo da moda e mudem o futuro dos dispositivos vestíveis.

Estudos de futurologia desenvolvidos por consultorias e gigantes da informática mostram visões dessas novas mídias presentes nos mais improváveis objetos do cotidiano, como calçados, pulseiras, colares e roupas, que podem se comunicar com outros equipamentos, transferindo dados remotamente ou por contato. Novos suportes, quando disfarçados, como os próprios objetos de uso diário, encontram-se em uma condição que chamamos de ubiquidade, ou seja, a capacidade de estar ou existir concomitantemente em todos os lugares, nas pessoas e nas coisas.

[267]

Essa personalização inteligente, ou o vestuário eletrônico inteligente, proporciona uma infraestrutura fácil de usar para a coleta de dados do ser humano e do meio ambiente. Essa é, portanto, ainda mais uma razão para que a tecnologia embarcada em tecidos, roupas ou acessórios siga crescendo, pois é uma infraestrutura de dados sempre conectada. A pessoa fornece informações em tempo real (dados estruturados e não estruturados), intencionais ou não, que podem ser analisados, rastreados e acessados, ou seja, monitorados por outros aparatos tecnológicos. As mídias interativas podem se conectar com todas as coisas (internet das coisas), as interfaces tornam-se finas e flexíveis e os *wearables* nos conectam de maneira ubíqua e pervasiva. Dessa forma, devemos repensar a convergência entre tecnologia e moda não apenas em termos da capacidade de uso, mas também em como os dispositivos interagem com as pessoas e máquinas. É possível constatar que, progressivamente, as mídias se tornarão cada vez menos perceptíveis, com a mínima necessidade de planejamento de ação, ou seja, com a utilização de maneira passiva e pré-programada. Todas as coisas se comunicarão e os dispositivos conversarão entre si, independentemente da busca ou da intencionalidade do humano que as utiliza.

Na medida em que o hardware torna-se fisicamente mais fino ou até flexível, mais objetos são planejados para serem revestidos por *peles* interativas. Com o progresso das interfaces, além dos *wearables* e da realidade ampliada, o corpo humano tornou-se um tema importante no campo da comunicação mediada telematicamente.

A tecnologia digital encolheu e aperfeiçoou rapidamente dispositivos como medidores de temperatura e frequência cardíaca, rastreadores de movimento, monitores de presença etc., bem como construiu baterias melhores e menores. Esses sensores aplicados a um relógio ou a um colar, por exemplo, armazenariam dados valiosíssimos sobre as pessoas que os usam. No entanto, essas pessoas também buscam artefatos que afirmem suas identidades sociais, pois os símbolos adquiridos por meio do consumo relatam algo do que se é. A personalidade das pessoas entra em jogo ao se afirmar por meio da apropriação de objetos dotados de qualidades específicas. Dessa maneira, as pessoas utilizam os significados dos objetos para construir sua imagem social, tanto para si mesmas quanto para se afirmar perante os outros. Os artefatos possuem um tipo de *poder* cultural que, imperceptivelmente, vai influenciar nosso comportamento e nossas atitudes. Ao escolhermos um objeto em detrimento de outro, preferimos as significações específicas que um deles carrega. O que se consome são as diferenças marcadas pelo valor simbólico.

Considerações finais

O computador transformou nossa maneira de criar e de se comunicar. A internet nos uniu de forma inexorável e ao colocar milhões de pessoas conectadas acabou por criar uma rede de cognição e possível colaboração. Pessoas outrora isoladas podem se comunicar com outras de todos os cantos do planeta e juntas podem concretizar, colaborativamente, tarefas antes impensáveis de serem realizadas.

[268]

Em 2004, o professor Frank Levy, do MIT, e o professor Richard Murnane, de Harvard, publicaram uma pesquisa minuciosa sobre o mercado de trabalho, listando as profissões mais suscetíveis a automação. Motoristas de caminhões constituíam um exemplo de trabalho que possivelmente não poderia ser automatizado num futuro previsível. E difícil imaginar, escreveram os dois estudiosos, que algoritmos possam dirigir caminhões com segurança numa estrada movimentada. Apenas dez anos mais tarde, Google e Tesla não só imaginaram isso, como efetivamente fizeram acontecer. (HARARI, 2016, p. 325)

Segundo Harari (2016, p. 330), o desafio crucial não é criar novos empregos, mas "criar novos empregos nos quais o desempenho dos humanos seja melhor que o dos algoritmos". Saimos de um mundo limitado para o da abundância informacional.

Harari enfatiza que o grande volume e o rápido fluxo de dados criam o *dataísmo* e que

se trata do primeiro movimento, desde 1789, que criou um valor realmente inovador: o da liberdade de informação, pois a liberdade de expressão foi dada aos humanos [...] a liberdade de informação, em contraste, não é dada aos humanos. Ela é dada à informação. Mais do que isso, esse novo valor choca-se

com a tradicional liberdade de expressão, ao privilegiar o direito da informação de circular livremente em detrimento do direito dos humanos de manterem os dados para si e impedirem sua movimentação. (HARARI, 2016, p. 385)

Não há consenso sobre o futuro da inteligência artificial, mas muitos *experts* em tecnologia acreditam que, em breve, algoritmos poderão nos conhecer melhor do que nós mesmos e estarão prevendo nossos desejos e nossas ações.

As 12 tendências apresentadas por Kelly (2017) têm um forte impacto nas soluções adotadas nos modelos de negócios de todas as organizações. A compreensão das forças tecnológicas que irão moldar o nosso futuro é fator primordial para a inovação dos planos mercadológicos e para o êxito na implantação de projetos de startups de novos negócios na economia global. A gestão de inovação incide em uma busca de informação e conhecimento para atender os desejos tangíveis e intangíveis dos clientes com produtos personalizados e serviços com tecnologia embarcada, tornando-se uma atuação centrada em cognição, com utilização de recursos disponíveis a fim de obter resultados mensuráveis e com adição de custos unitários insignificantes.

[269] Cada uma das macrotendências apresentadas deve interagir e ser influenciada pelas demais. A ideia que emerge dessa obra é um futuro altamente conectado, no qual o ser humano se apropria da tecnologia e pode expressar seu potencial para realizar algo que só os seres humanos podem expressar; aquilo que não pode, de fato, ser concretizado pelas máquinas ou pela inteligência artificial. Segundo uma das tendências comentadas no livro, perceberemos que estamos apenas no começo, e que este início tende a se renovar por muitas vezes e por muito tempo, visto que as novas tecnologias que nos transformarão estão apenas na abertura de seu surgimento – estamos somente no começo!

Recebido em: 30-01-2018

Aprovado em: 28-03-2018

NOTAS

¹ O presente trabalho foi apresentado no 13º Colóquio de Moda. GT: Moda e Tecnologia. Foi revisto e ampliado para a presente publicação.

² Citado por Robert Logan, professor emérito da do departamento de Física da Universidade de Toronto, durante palestra em curso livre na PUC-SP, em março de 2012 – tradução da autora.

³ Baseado em texto apresentado no 12º Colóquio de Moda. GT Moda e Tecnologia.

⁴ A consultoria Tractica estima que o mercado de sensores corporais e de vestuário inteligente atinja 190 milhões de unidades até 2021, pois está se desenvolvendo rapidamente. É um mercado em ascensão e pode ser ainda maior a longo prazo porque, certamente, surgirá uma maior variedade de tipos de dispositivos e aplicações no mercado. Informações retiradas do resumo executivo da consultoria disponível no site da Tractica: <<https://www.tractica.com/research/smart-clothing-and-body-sensors/>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

REFERÊNCIAS

DARMOUR, Jennifer. 3 ways to make wearable tech actually wearable. In: *Iowa: Fast Company Magazine OnLine*, 2013. Disponível em: <<http://www.fastcodesign.com/1672107/3ways tomakewearabletechactuallywearable>>. Acesso em: 1º abr. 2016.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. *Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos*. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2010.

HARARI, Yuval N. *Homo Deus: uma breve história do amanhã*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. *Como chegamos até aqui: a história das inovações que fizeram a vida moderna possível*. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

KELLY, Kevin. *Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo*. São Paulo, HSM Editora: 2017.

KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica*. São Paulo: Annablume, 2009.

LYNCH, Shana. *Insights by Stanford Business*. 11 de março de 2017. Disponível em: <<https://www.gsb.stanford.edu/insights/andrew-ng-why-ai-new-electricity>>. Acesso em: 24 set. 2017.

MARQUES, Márcia S.C. Wearables: tecnologia que vestimos. In: *Anais do 12o Colóquio de Moda*. João Pessoa, 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomodacom.br/anais_ant/anais/12-Coloquio-de-Moda_2016/GT/GT14-MODA-E-TECNOLOGIA/GT-14-WEARABLES-TECNOLOGIA-QUE-VESTIMOS.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2018.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2007.

ROSENBERG, Zach. What's the secret to making wearables that people actually want? In: *Wired Magazine on-line*. 27 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.wired.com/2014/02/can-fashion-tech-work-together-make-wearables-truly-wearable>>. Acesso em: 14 mai. 2016.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Tractica Consulting: *Smart clothing and body sensors*. Disponível em: <<https://www.tractica.com/research/smart-clothing-and-body-sensors/>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

UOL Notícias. *O futuro (provavelmente) não é tão assustador quanto você pensa*. 12 set 2016. Disponível em: <<http://m.noticias.uol.com.br/midiaglobal/freakonomics/2016/09/12/o-futuro-provavelmente-nao-e-tao-assustador-quanto-voce-pensa.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2017.



resenhas

[MARTHA SANDOVAL VILLEGAS]

Mestre em História da Arte e Doutoranda pelo mesmo programa na Universidad Autónoma de México.

E-mail: sanvimarines@gmail.com

Investigaciones hispanas de moda e indumentaria: avances metodológicos, generadores de conocimiento y nuevas herramientas. ¿existen vínculos de éstas con los estudios en Iberoamérica?

*I Coloquio de Investigadores en Textil y Moda
Organizado por el Grup d'Estudis de
Tèxtil i Moda de la Fundació de Història
del Disseny (FHD) y el Centre de
Documentació i Museu Tèxtil (CDMT)
Terrassa, Cataluña, España, 17 y
18 de noviembre de 2017¹*

Los días 17 y 18 de noviembre de 2017 se llevó a cabo el *I Coloquio de Investigadores en Textil y Moda*, en el Centro de Diseño y Museo Textil de Terrassa, ciudad justo de tradición textil, localizada a 24 km de Barcelona. La convocatoria invitaba a los estudiosos a mostrar las recientes investigaciones sobre tejidos y moda en el ámbito español. Consideré, sin embargo, que mi comunicación sobre las sedas producidas y circulantes en Nueva España (1521-1821) – hoy México – podía funcionar en esta reunión académica, debido a que en la época virreinal Hispanoamérica formaba un mismo reino con España, aunque sería ésta la única ponencia que tratara algún tema sobre Latinoamérica. Si bien este trabajo en concreto se vinculaba con los propósitos del coloquio, me pregunto si en Europa, en general, sería posible un congreso en donde la moda latinoamericana fuera el centro de los estudios, más allá de la diáspora hispana o el tema del exotismo, asunto tradicionalmente tratado por la antropología y la etnología.

[273]

La conferencia inaugural estuvo a cargo de Lesley Miller, investigadora inglesa, curadora del Victorian Et Albert Museum de Londres, quien ha dedicado muchos de sus trabajos al mundo hispano. En su intervención vertió sus intereses, motivaciones académicas y planteamientos con los que se ha acercado a la historia del vestido durante su trayectoria. Sus estudios solían efectuarse con fuentes escritas e iconográficas, hasta que tuvo que enfrentarse al objeto real y su circulación. Ello le sirvió para comprender y ubicar al tejido y la moda como parte de una red internacional, si bien sus investigaciones se han centrado en Inglaterra, España y Francia.

Los ponentes procedían de la academia, del museo, del taller de restauración, del atelier o del teatro. Alrededor de cuarenta trabajos se presentaron, entre ellos la evolución de la moda española y su relevancia frente al contexto internacional, asuntos tratados por Descalzo y De la Puerta en dos distintas ponencias. El tema histórico sería reiterado en diferentes trabajos, por ejemplo: medias barcelonesas del siglo XVIII y *chapines*² europeos de los siglos XIII al XVII. Por otra parte, ponentes exaltaron el papel de los tejidos y las modas como símbolo de estatus y representación social en vestimenta o decoración en España, como sucedió en el paradigmático caso de la influyente familia Alba en el siglo XV. Otro aspecto reiterado fue el traje y la moda como reflejo del ser individual y social e identificador de personalidad. Asimismo se trataron las transformaciones de moda femenina a raíz de la Segunda Guerra Mundial, mismas que Hollywood reflejó en estereotipos. Por su parte, Juan Gutiérrez analizó cómo ciertos líderes creativos imprimen vanguardias que suelen desembocar en nuevas tendencias.

El vestuario para el espectáculo se hizo presente en ponencias sobre el diseño de éste en el teatro. Asimismo se evidenció la importancia de las elecciones de vestuario en la construcción de la imagen de diva de la bailarina española Carmen Tórtola Valencia (1882-1955), a principio del siglo XX, y su devenir en la figura icónica de *la maja*.

El coloquio sirvió de escaparate para mostrar los avances en investigaciones sobre textiles españoles desde diversas perspectivas. De tal suerte fuimos testigos de trabajos en torno a la industria sedera barcelonesa del siglo XVIII y su paso de sistema gremial a uno más moderno que buscaba ofrecer productos novedosos. Por otro lado, se expuso la importancia de Barcelona como centro de estampación, y dos autores en diferentes ponencias atendieron el estudio, identificación y clasificación de encajes. En ese mismo tenor fuimos testigos de la presentación de proyectos de investigación sobre colecciones materiales. Laura Rodríguez presentó "manufacturas andaluzas" (de carácter islámico ca. 711-1492), mismas que busca definir e intenta tipificar. Silvia Salandrigas presentó *Des-fragmento*, proyecto que reúne retazos medievales "hermanos" de diversos acervos para recrearlos digitalmente. Ana Cabrera expuso su proyecto en el V&A Museum sobre tejidos españoles medievales, terciopelos, bordados negros ingleses e indumentaria litúrgica. Por su parte, Laura Jiménez presentó avances en torno al telar de tablillas, uno de los más antiguos (siglo IV a.C.) y de gran dispersión geográfica. Por otro lado, se puso de manifiesto que *Las Colecciones Reales* de artes decorativas son el acervo de tejidos más importante en España, mismo que se historió y se dio a conocer la formación de un Museo correspondiente.

[274]

Se puso en relieve el tema de los museos de moda como espacios de divulgación de investigaciones sobre indumentaria; pero también se analizaron estrategias para captar la atención del público a través de nuevos recursos. Una de las propuestas explicó la utilidad de adoptar estrategias de exhibición comercial de la moda, con el fin de captar y mantener la atención del espectador.

Temas diversos nutrieron el coloquio, como lo fue el coleccionismo del Museo Kensington de Londres, que conformó su colección española de arte suntuario a través del ojo conocedor del intelectual Juan Facundo Riaño (1829-1901), o la figura de María Regordosa, coleccionista de trajes tradicionales españoles en los años de entre siglo (XIX-XX).

Por otra parte, fue puesto en relieve el conocimiento de tintes naturales y su aplicación por diseñadores jóvenes; mientras que el mundo del trabajo estuvo presente en las encajeras de los pueblos de San Andrés de Llanerías y Arenys del Mar, en Cataluña. El arte textil de las imágenes religiosas no podía faltar. La región de Levante y sur de España presentó ejemplares excelentes recientemente localizados. También fue importante el análisis de prendas de muñecas del siglo XIX vestidas a la moda. Éstas, comparadas con ropa interior femenina del periodo, develaron que el juguete reproducía con pulcritud la indumentaria de la mujer decimonónica, salvo por el corsé.

Por último, se presentaron dos proyectos digitales de estudio y difusión de indumentaria y moda. Por un lado, la propuesta de un museo virtual de colecciones catalanas, y por otro, la creación de una biblioteca de tramas, marcas de intervención y vocabulario. Herramienta para conservadores y estudiosos que unificará léxico y criterios, misma que se proporcionará libre en la red como un aporte más del CDMT³.

Esta reunión académica sirvió para mostrar los estudios y la riqueza del tejido y la moda española. Un foro en el que fue posible dar cuenta del estado de la cuestión, pero también de los intereses que mueven a instituciones e investigadores, enfocados principalmente a estudiar su historia, patrimonio y creadores. Es decir, las ponencias testificaron que en España se estudia, cataloga, conserva y se hacen propuestas museísticas del propio patrimonio y de su historia, incluso en colecciones del extranjero. Esto es necesario y aún puede considerarse una obligación. Algunos trabajos evidenciaron la importancia de España dentro del mundo de la moda a diversos niveles, fuera éste como líder en imposición de estilos en el mundo occidental durante los siglos XVI y XVII, a través de diseñadores célebres como Cristóbal Balenciaga y Mariano Fortuny, o por las ricas colecciones de tejidos y moda que posee.

[275] La influencia cultural que España ha impreso en la moda occidental no se discute. Lo que llama la atención es la manera por la cual, a través de sus estudios, se intenta destacar frente a las otras grandes potencias en materia de moda y tejidos históricos, principalmente Francia e Inglaterra. Esto es normal debido a la cercanía geográfica y las influencias que circularon en ambas direcciones, pero me pregunto ¿en dónde quedan los estudios en relación con los países de Iberoamérica, con los que España está vinculada tan estrechamente por razones históricas, culturales y lingüísticas? ¡Qué productivo sería voltear y ver el desenvolvimiento de esta parte del orbe! Después de todo, Hispanoamérica fue durante 300 años territorio español, y las relaciones han tenido constantes y renovadas transacciones, además de considerar lo que Latinoamérica aporta en materia de moda contemporánea y en estudios sobre ésta en los diversos periodos históricos. Desde mi postura iberoamericana eché de menos estudios, vínculos, menciones, referencias o cualquier indicio que vuelva la mirada a Latinoamérica. ¿Cuál es la idea que se tiene en España sobre la moda y el tejido de esta parte del orbe? Por lo ocurrido en el evento creo que la actitud va del desconocimiento, el desinterés a la indiferencia. Esto quiere decir que para la disciplina en España son más importante sus relaciones académicas con los países poderosos de Europa, lo que nos lleva a plantear la consideración de un poderío cultural europeo.

La vanguardia fue uno de los temas tratados, sirve de pretexto para cuestionar la equivalencia entre vanguardia en España y en nuestros países. La moda es internacional y sin embargo, no se puede decir que en todas las ciudades se desenvuelva de la misma manera. Es notorio que si bien hay centro productores de moda, también es cierto que no se adopta de la misma manera en todas partes. En eso influyen factores que tienen que ver con comercialización, medios de difusión, pero también con cuestiones de clima, identidad

personal y social y por supuesto de gusto, mismo que tiene que ver con aspectos culturales. Iberoamérica se nutre de moda europea, pero también norteamericana, asiática y por supuesto de la producida en nuestros países. Así, con elementos propios y exógenos se advierten estilos propios en las distintas ciudades, fenómeno digno de ser estudiado⁴.

Un grupo de ponencias presentó el estudio y catalogación de prendas o colecciones, que forman parte de ricos acervos, ya públicos, ya privados. Con ello quedó evidenciada la riqueza de España en esta materia, tanto por lo nutrido, como por la calidad de las piezas. Asimismo se advierte un número respetable de recintos que tienen una orientación hacia el traje, la moda y el tejido. Especialmente ricas son las *Colecciones Reales*, mismas que *a priori* se saben importantes. Frente a esta riqueza textil ¿es por eso que también *a priori* se considera de poco interés el patrimonio de Iberoamérica, o al menos no ha merecido la pena estudiarlo? Puede tratarse de desconocimiento, pero también del escaso número de instituciones Latinoamericanas con esta vocación. Pocos museos especializados y escasas cátedras universitarias sobre la disciplina, salvo las que suelen impartirse en las carreras de Diseño de modas⁵.

[276] Al menos en México, se han hecho esfuerzos individuales, con los que poco se ha avanzado. Por otra parte, desde 2013 se formó el *Seminario de Estudios de Indumentaria y Moda*, grupo de investigadores entorno al traje y la moda dirigido por la Dra. Julieta Pérez Monroy que ahora pertenece al Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Este ha comenzado a dar frutos con publicaciones, formación de estudiantes de posgrado y proyectos de investigación en museos públicos, entre otras acciones⁶.

Sin embargo es necesario decir que ha faltado vinculación entre las instituciones iberoamericanas. Argentina, Brasil, Perú, México, Colombia, cuentan con museos del traje, en muchos de ellos, la vocación es plenamente antropológica, Chile es la excepción, pues cuenta con un museo de la moda. Los lazos latinoamericanos pueden hacer un campo fuerte sobre el estudio del traje y la moda de esta parte del orbe. Revistas como esta ayudarán para fortalecer los lazos entre nosotros y eso fortalecerá la disciplina.

Por último es cierto que los estudios europeos desconocen y muestran indiferencia hacia Iberoamérica, pero también es cierto que nosotros como especialistas tampoco hemos hecho vínculos permanentes o convenios institucionales, a lo cual no están cerrados, de acuerdo a mi experiencia, por el contrario, he recibido generosidad ante el conocimiento y disposición a abrir espacios a estudiosos serios en instituciones y publicaciones.

NOTAS

¹ El Libro de Actas del evento está disponible en: <<https://www.yumpu.com/es/document/fullscreen/59755236/libro-de-actas-i-coloquio-de-investigadores-en-textil-y-moda>>

² Los chapines era un calzado, especie de chanclos de corcho, sumamente altos, forrados de piel o cordobán, muy usados por mujeres entre los siglos XIII y XVII.

³ Centre de Documentació i Museu Tèxtil de Terrassa.

⁴ Este es un tema que traté para el proyecto Análisis material de cuatro vestidos virreinales pertenecientes al acervo del Museo nacional de Historia. Cuyos resultados de investigación se darán a conocer en el libro homónimo del proyecto próximamente (México, Museo Nacional de Historia). El artículo se titula: "La Originalidad de la moda en la Ciudad de México, los caminos hacia un Modus Propio. Propuesta de análisis", aceptado para publicación en septiembre de 2016.

⁵ En la carrera de Diseño de Modas suele brindarse materias de historia del vestido, historia de la moda y en ocasiones de trajes aborígenes.

⁶ El blog del Seminario de Estudios de Indumentaria y Modas es el siguiente: <<https://shistoriadelamoda.wordpress.com/>>

[ALINE LOPES ROCHEDO]

Jornalista e antropóloga. Doutoranda em antropologia social na UFRGS. Pesquisadora nos grupos Antropologia da Economia e da Política e História da Arte e Cultura de Moda, ambos ligados à UFRGS.
E-mail: alinerochedo@gmail.com

Fashion Victims: The Pleasures and Perils of Dress in the 19th Century

*Curadoria: Elizabeth Semmelhacke
Alison Matthews David.
Local e período: Bata Shoe Museum
(BSM), Toronto (Canadá). De junho de
2014 a abril de 2018.*

Prazeres e perigos da moda

Uma narrativa crítica sobre moda, economia, política, moral e estética que contempla produção e consumo, passado e presente, prazer e perigo. Assim é *Fashion Victims: The Pleasures and Perils of Dress in the 19th Century* (Vítimas da moda: os prazeres e perigos do vestuário no século XIX), exposição temporária instalada em junho de 2014 no Bata Shoe Museum (BSM), em Toronto, Canadá. Organizada por Elizabeth Semmelhack, curadora do museu, e Alison Matthews David, professora de História de Têxteis e Vestuário da The School of Fashion da Ryerson University, a mostra se encerraria em junho de 2016, mas foi estendida até abril de 2018. Graças à prorrogação, tive a oportunidade de vê-la em maio de 2017.

Na verdade, não fui ao BSM por causa da *Fashion Victims*. Minha curiosidade, na ocasião, dirigia-se ao acervo de calçados – são cerca de 13 mil itens para contar mais de quatro mil anos de história –, ao prédio assinado pelo arquiteto canadense Raymond Moriyama e às peças de vestuário autóctone da região Ártica. Após quase duas horas circulando pelo museu, cheguei ao terceiro andar, onde está instalada a exposição sobre as vítimas da moda do século XIX.

[279]

Na entrada, fitei um cavalheiro elegantemente trajado (Figura 1). Tratava-se de um dos personagens de um mural instalado no meio de um salão revestido de madeira, com nichos laterais protegidos por vidros contendo artefatos diversos e lembrando vitrines de lojas de departamento nos moldes franceses e ingleses. Atmosfera sóbria, elegante, sofisticada, para poucos, como se diz. Em uma das mãos, junto ao corpo, a figura masculina do cartaz segurava uma cartola, acessório fundamental para os bem-vestidos daquele século. Já uma mulher, à direita, aparecia impecavelmente vestida, porém prostrada numa cadeira, expressando fadiga e desalento.



Figura 1: A bota Pinet e o mural antecipam os paradoxos da exposição do BSM.

Foto: Aline Lopes Rochedo.

Avancei sobre o piso quadriculado e me posicionei diante de um pé de bota feminina produzida à mão pela empresa de Jean-Louis François Pinet (1817-1897), renomado fabricante de calçados de luxo da França do fim do século XIX. Exposta numa caixa de vidro, a peça exhibe a riqueza de bordados feitos por mulheres que trabalhavam longas jornadas em suas casas traçando coloridos motivos florais com linhas e agulhas e que recebiam poucos trocados pela tarefa. Jamais era o suficiente para comprar os objetos que ajudavam a embelezar. Tendo seu nome na etiqueta, o patrão Pinet lucrava com a fama e o dinheiro.

Por meio de 90 artefatos acompanhados de textos didáticos e trechos de obras literárias, visitantes percorrem fenômenos socioculturais pautados pela atmosfera perniciosa que enfeitava elites ao mesmo tempo que contaminava centros urbanos europeus em expansão e irradiava, além-mar, discursos de progresso, modernidade e *evolução* social e industrial. Calçados, roupas, acessórios e anúncios publicitários, cada item conecta um fragmento à reflexão sobre a engrenagem fabril de um contexto de produção massificada de bens de consumo catalisado pela Revolução Industrial em suas diferentes fases.

[280] Em uma das maiores vitrines do salão, há um manequim portando um vestido verde, "inglês ou francês" (a imprecisão consta do texto explicativo), de meados do século XIX. Para compreender o destaque concedido a este e a outros itens de cores vibrantes, é preciso considerar técnicas remotas: o corante verde, por exemplo, foi inventado no fim do século XVIII pelo químico alemão Carl Scheele (1742-1786) ao juntar arsênico e cobre numa combinação funesta. No início do século XIX, caiu nas graças das elegantes saudosas de referências bucólicas e cansadas do excesso de cinza dos esfumaçados centros fabris. Homens e crianças também não resistiam à paleta variada. Naquela época, porém, médicos já alertavam a população para a toxicidade das anilinas, pois eram frequentes irritações de pele e olhos, delírios e até morte de quem trajava, tocava e manufaturava roupas, brinquedos e peças decorativas feitos com o corante. Os danos não poupavam nem pobres, nem ricos, nem consumidores, nem produtores. Mas a ânsia para parecer elegante, entre os que podiam pagar, ou a necessidade de trabalhar para sobreviver, se sobrepunha à saúde.

Não menos popular em indumentária e enfeites foi o corante roxo criado pelo britânico William Perkins (1838-1907) na sua empreitada pela cura da malária e que continha alcatrão mineral, outro ingrediente nocivo. Conforme a curadoria da exposição, testes encomendados a laboratórios universitários indicaram a presença, ainda hoje, de todas essas substâncias em vários artefatos expostos.

A moda masculina passava longe de ser inofensiva, embora a associação aos perigos fosse, já naqueles dias, dirigida ao consumo feminino, parecendo brotar de um "desejo irracional" (MATTHEWS DAVID, 2015). O processo de confecção das cartolas, por exemplo, levava mercúrio, elemento que, além

de poluir o ambiente, provocava tremedeira, sede, perda dentária e confusão mental, entre outros males, em pessoas que faziam as peças. Daí a inspiração do escritor Lewis Carroll para criar o personagem Chapeleiro Maluco, de *Alice no País das Maravilhas*, como tão bem relata a exposição.

Ao lado desses e de outros riscos, há crinolinas altamente inflamáveis que contribuíram para a morte por queimadura de pelo menos 300 mulheres por ano no Reino Unido – quando estas esbarravam as saias em velas e lareiras –, e espartilhos, além de, sapatos e botas, tão apertados a ponto de modificar contornos do corpo e provocar tonturas, desmaios e quedas. E o que dizer da substituição do casco de tartaruga em adornos de cabeça para mulheres pelo celuloide, mais barato, mas que entrava em combustão em contato com qualquer fonte de calor? Ou das botas masculinas polidas por crianças que manipulavam – e se envenenavam com – graxas tóxicas e ficavam à mercê da exploração de sua mão de obra barata? Sem falar nos acidentes provocados por saltos.

281] Percorrendo a exposição, o visitante atento capta a ideia de que o consumo galopante e acelerado no período vitoriano espelhava modos de produção, vaidades e jornadas exaustivas. Cito, por exemplo, uma ilustração de John Tenniel intitulada *Ghost in the looking-glass* (Fantasma no espelho, tradução minha). Na figura, uma mulher se deleita com sua elegância e observa a dedicada costureira morta no reflexo. Trata-se de uma referência a um incidente ocorrido em meados do século XIX, quando Mary Ann Walkley faleceu aos 20 anos depois de costurar por 26 horas e meia sem parar (MATTHEWS DAVID, 2015).

Ao embaralhar luxo, ciência, saúde e poder, dessa forma, *Fashion Victims* conecta prazeres e perigos e proporciona um conjunto de inquietações sobre múltiplas relações sociais entre pessoas, espaços de circulação e cultura material. A narrativa da mostra culmina numa sala cuja expografia parece inacabada em relação aos ambientes ocupados por objetos luxuosos e por suas versões massificadas e populares, porém belas e desejadas. Nessa última área, de aspecto frio, com poucas cores além de marrom, cinza e preto, instalaram-se mostruários de calçados e instrumentos de trabalho da classe operária. Acessórios rudes e grosseiros, opacos, sem bordados. A expressão da exploração, da desigualdade, dos maus-tratos da vida.

A temática e a narrativa da exposição temporária se originam de uma extensa pesquisa social, política e culturalmente engajada encabeçada por Alison Matthews David, uma das curadoras. Em 2015, ela publicou o livro *Fashion Victims: The Dangers of Dress Past and Present*, no qual aprofunda inúmeras questões tratadas na mostra do BSM.

Não me parece exagero afirmar, portanto, que a exposição *Fashion Victims* é uma experiência estética e ética na qual a exuberância e a morbidez desestabilizam nossas emoções. Ao vivenciá-la, facilmente se

percebem paralelos entre a perversidade da moda do século XIX e a indústria de hoje, com casos notórios de exploração na produção têxtil. Por meio dos episódios narrados, é possível ultrapassar a desqualificação reducionista frequentemente dirigida apenas a consumidores – ou melhor, a consumidoras – que sucumbem às tendências, deixando de criticar um sistema produtivo muito mais amplo e perverso e outras práticas danosas movidas por prazeres, riscos e abusos que estão para além da compra de produtos e serviços do universo das aparências.

[282]

REFERÊNCIAS

MATTHEWS DAVID, Alison; SEMMELHACK, Elizabeth. *Fashion Victims: The Pleasures and Purils of Dress in the 19th Century*. Toronto: Bata Shoe Museum, 2014.

MATTHEWS DAVID, Alison. *Fashion Victims: The Dangers of Dress Past and Present*. Londres: Bloomsbury, 2015.

Normas para publicação na revista dObras[s]

A revista dObras[s] aceita artigos, entrevistas, traduções e resenhas inéditos de pesquisadores autônomos ou vinculados a instituições públicas ou privadas. São bem-vindos artigos que tratem de moda, figurino, design, corpo, comunicação, artes e humanidades.

Os textos podem ser redigidos em: português, espanhol, francês, inglês ou italiano e digitados em editor de texto Microsoft Word (.doc).

As submissões de artigos são realizadas através do site:

<http://dobras.emnuvens.com.br/>

O e-mail para contato é dobras@abepem.com.br

As normas para submissão de artigos, resenhas e entrevistas nesta revista são:

[ARTIGOS]

Os artigos devem conter no mínimo 5.000 e no máximo 9.000 palavras, em fonte Arial, corpo 12, entrelinha 1,5, margens de 3 cm e numeração consecutiva de páginas, incluindo referências bibliográficas, notas, imagens, gráficos, tabelas etc.

Os artigos devem vir acompanhados de título, em português (ou na língua em que foi redigido) e inglês, de resumo de até 10 linhas e *abstract*, palavras-chave (no máximo cinco), *keywords*.

[283]

As referências bibliográficas devem vir ao final do texto em ordem alfabética por autor e cronológica para títulos do mesmo autor, seguido de: **Título da obra**. Número da edição (quando houver). Cidade: editora, ano, número de páginas. As referências também devem vir citadas no corpo do texto entre parênteses, com o sobrenome do autor, o ano da edição e página (para citação direta). Exemplo: (COSTA, 2000, p.10). As notas explicativas, concisas e informativas, devem vir ao final do texto. Os gráficos e as tabelas devem ser digitalizados com indicação do local para sua inserção no texto. Além de numerados e titulados, devem trazer as referências das fontes.

[RESENHAS]

As resenhas devem ter até 2.500 palavras em fonte Arial, corpo 12, entrelinha 1,5, margens de 3 cm e numeração consecutiva de páginas. Podem versar sobre livros, exposições, figurinos de peças de teatro, espetáculo de dança ou cinema lançados ou exibidos no Brasil (até dois anos do lançamento) e exterior (até três anos do lançamento). As resenhas devem identificar o livro, filme, exposição ou espetáculo resenhado, logo após o título da seguinte forma:

PARA LIVROS

Nome do autor. **Título da Obra**. Cidade: editora, ano, número de páginas.

PARA OBRAS TRADUZIDAS

Nome do autor, **Título da Obra**. Cidade: editora, ano, número de páginas. Tradução de [nome do tradutor].

PARA EXPOSIÇÕES

Nome do curador. **Título da Exposição.** Cidade: local, período em cartaz (Ex.: 30 de agosto a 10 de novembro de 2014).

PARA FILMES

Nome do diretor. **Título do filme.** Produtora (Ex.: Universal Filmes, Conspiração Filmes etc.), tempo de duração, data.

ESPETÁCULOS

Nome do diretor. **Título do espetáculo.** Cidade: local, período da temporada.

[ENTREVISTAS]

Devem ter entre 1.500 e 3.500 palavras em fonte Arial, corpo 12, entrelinha 1,5, margens de 3 cm e numeração consecutiva de páginas.

[TRADUÇÕES]

Não há limite mínimo de palavras para as traduções, que devem estar em fonte Arial, corpo 12, entrelinha 1,5, margens de 3 cm e numeração consecutiva de páginas.

[IMAGENS]

As imagens devem ser de domínio público ou devem ter autorização por escrito do autor da imagem. Devem ser digitalizadas em formato JPG, 20 cm de largura (e altura na proporção), com 300 dpi (resolução) e identificadas para serem relacionadas com as legendas e créditos (obrigatórios).

[AVALIAÇÃO]

Somente serão analisados textos que atendam as recomendações explicitadas anteriormente.

Os textos serão avaliados por uma dupla de pareceristas *ad hoc*. Em caso de discordância entre os pareceres um terceiro parecerista *ad hoc* será acionado para emitir um terceiro parecer.

Os textos selecionados podem ser publicados em qualquer edição de **dObras[s]**, com notificação prévia aos autores.

[PUBLICAÇÃO]

Ao autorizar a divulgação do texto em **dObras[s]**, o autor confere o direito de publicação inédita, inclusive em versão eletrônica. Entretanto, mediante autorização dos editores, o autor tem permissão para publicar o texto em outros meios, impresso ou digital, em português ou em tradução, desde que os créditos sejam dados à revista. O autor deve enviar minicurrículo com no máximo 300 caracteres (com espaço). É opção do autor disponibilizar seu e-mail para contato.

O conteúdo do texto é de exclusiva responsabilidade do autor.

Ao enviar seu texto, o autor estará ciente e de acordo com todas as especificações acima.

