UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

Departamento de História

Doutorado em História da Arte

Coleção Rhodia

Arte e Design de Moda nos anos sessenta no Brasil

Orientação: Profa. Dra. Claudia Valladão de Mattos

Orientanda: Patricia Sant'Anna

Campinas, 2010

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP
Bibliotecária: Marta dos Santos – CRB 5892

Sa59h **Sant'Anna, Patricia**
Coleção Rhodia: arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil / Patricia Sant'Anna. - - Campinas, SP : [s. n.], 2010.

Orientador: Claudia Valladão de Mattos.
Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Moda – Brasil – Historia – Sec. XX. 2. Moda – Estilo. 3.Anos 1960. 4. Arte e Moda - Brasil. 5. Arte - História. I. Mattos, Claudia Valladão de. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. III.Título.

Título em inglês: Collection Rhodia: art and fashion design in the sixties in Brazil

Palavras chaves em inglês (keywords):
Fashion – Brazil – History – 20th century
Fashion design
Nineteen sixties
Art and fashion – Brazil
Art - History

Área de Concentração: História da Arte

Titulação: Doutor em História

Banca examinadora: **Rosane Preciosa Sequeira, Maria do Céu Diel de Oliveira, Luciano Migliaccio, Nelson Aguilar.**

Data da defesa: 16/04/2010

Programa de Pós-Graduação: História

PATRICIA SANT'ANNA

Coleção Rhodia

Arte e Design de Moda nos anos sessenta no Brasil

Tese de Doutorado apresentada como exigência parcial para a obtenção do Título de Doutor em História da Arte, ao Programa de Pós-Graduação em História, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, sob orientação da Profa. Dra. Claudia Valladão de Mattos.

Este exemplar corresponde à redação final da tese defendida e aprovada pela Comissão Julgadora em 16 de abril de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Claudia Valladão de Mattos (orientadora)_____

Profa. Dra. Rosane Preciosa Sequeira (UFJF)_____

Profa. Dra. Maria do Céu Diel de Oliveira (EBA-UFMG)_____

Prof. Dr. Luciano Migliaccio (FAU-USP)_____

Prof. Dr. Nelson Aguilar (IFCH-UNICAMP)_____

SUPLENTES

Profa. Kathia Castilho (Universidade Anhembi Morumbi)

Prof. Marcos Tognon (IFCH-UNICAMP)

ET. Onde se lê: kathia Castilho

Leia-se: kathia Castilho Cunha

Prof. Dr. Omar Ribeiro Thomaz
Matr. 28270-6
Coordenador de Comissão de Pós-Graduação
IFCH/UNICAMP

Campinas, 2010

Para Helder Oliveira

Agradecimentos

Agradeço à ***Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo*** (FAPESP), que, de 2006-2010, financiou o estudo aqui concluído. A todos os funcionários do IFCH, em especial aos da Secretaria de Pós-Graduação: Júnior, Neide, Rita e Rodrigo, que com paciência e atenção sempre ajudaram a resolver todos os problemas e encaminhamentos administrativos. Sou grata ao pessoal da Biblioteca Otávio Ianni (IFCH), do Arquivo Edgard Leuenroth (AEL) e do Centro de Documentação Alexandre Eulálio (CEDAE) da Unicamp. Também aos funcionários da Biblioteca Dener Pamplona de Abreu (Universidade Anhembi Morumbi), Biblioteca e Modateca do Senac Moda (Lapa e Campus Santo Amaro), Biblioteca da Faculdade Santa Marcelina e Itaú Cultural. Reconheço a especial atenção que recebi dos profissionais do MASP; todos me ajudaram a colher as informações fundamentais desta tese, em especial: Eunice Sophia e Ivani de Grazia. Meu muito obrigada aos colegas do MASP do momento de estágio de pesquisa: Geraldino, Luís e Bárbara, vocês fizeram os dias de pesquisa divertidos.

Obrigada aos professores Marcos Tognon, Luiz Marques, Jorge Coli, Marcio Seligman Silva, Nelson Aguilar e Luciano Migliaccio, por me introduzirem nos debates sobre historiografia da arte, abordagens metodológicas e diálogos transdisciplinares sobre arte, design e moda. A minha querida orientadora Claudia Valladão de Mattos, que nestes anos me acompanhou e ajudou a dar cada passo na direção da construção desta tese. Reconheço a colaboração imensa e inestimável dos professores Nelson Aguilar e Luciano Migliaccio durante todos esses anos de doutorado, bem como pela atenta leitura que fizeram na banca de qualificação. Estas leituras me deram um norte para a escrita da versão final da presente tese. Sou grata à atenção e à disponibilidade da banca examinadora final por ler esse trabalho: Prof. Dr. Luciano Migliaccio, Prof. Dr. Nelson Aguilar, Profa. Dra. Rosane Preciosa e Profa. Dra. Maria do Céu Diel de Oliveira.

Aos pesquisadores-fundadores (e também amigos) do *Grupo de Arte, Design e Moda Unicamp*: Stela Politano, Soraya Coppola e André Barros. Pela força, apoio irrestrito e trabalhos incansáveis para fazer a pesquisa sobre história do vestuário e design de moda acontecer de maneira séria e acessível. Ao líder do grupo prof. Dr. Luciano Migliaccio, sem seu suporte nada teria ocorrido. Agradeço imensamente também a minha orientadora Claudia Valladão e ao prof. Nelson Aguilar por nos apoiar de maneira irrestrita. Aos outros membros e colaboradores do grupo, também, o meu muito obrigada por disponibilizarem o tempo de vocês para essa empreitada. Também sou grata aos colegas que despendiam tempo comigo em diversas ocasiões para debater ou simplesmente trocar ideias sobre arte, design e moda, e acabaram por se tornarem queridas amigas 'da moda': Tula, Gabi Coppola, Rita Andrade, Maria Alice, Mariane Cara e Camila Perlingeiro. Brígida Cruz e Astrid Façanha, amigas de longa data, que enfrentam comigo os debates sobre artes visuais e suas correlações com o design de moda.

Destaco aqui a importância do trabalho de equipe para se fazer essa tese, pois sem André Barros e Cybele Washington tudo seria muito menos colorido e detalhado... enfim, a tese seria bem mais pobre, obrigada pelo trabalho impecável de digitalização de acervos. Meu agradecimento encarecido pelo profissionalismo e competência na experiência de pesquisa em arquivos e acervos destes jovens pesquisadores.

A experiência de lecionar foi muito frutífera em todo esse período de doutoramento, agradeço aos alunos do PED (Programa de Estágio Docente) da Unicamp, a minha orientadora e ao professor Paulo Kühl a oportunidade de lecionar no Instituto de Artes da Unicamp. Aos alunos do *Tote Espaço Cultural*, por me proporcionar uma das mais felizes experiências lecionando em cursos livres; aos alunos e colegas professores do Instituto Europeo di Design (IED), em especial à Roberta Cosulich. Ao experimento de workshops sobre arte e moda na PUC-Campinas, experiência possível graças aos convites delicados de Paula

Almozarra. Também agradeço aos alunos e aos meus novos colegas de docência na Universidade Anhembi Morumbi: Eloise Navalon, Miriam Levinbook, Luciana Gragnato, Eleni Kronka, Geny Abdel, Kathia Castilho, Márcia Merlo, Paulo Roberto, Sérgio Gregório, Cris Mesquita, Valeska Nakad, Vania Cerri, Regina 'Gold', Luis Fernando Campanella, Mário Queiroz, Otávio Lima e Tarcísio d'Almeida. Saibam que é uma felicidade trabalhar com vocês. Neste ambiente, tive o prazer de trabalhar com Rosane Preciosa, que sempre me incentivou, criticou e me colocou a pensar a partir de outras praias intelectuais. Sua energia é refrescante!

Agradeço imensamente por ter sido introduzida aos debates da museologia por Maria Cristina Bruno. Sua contribuição nesta área é inestimável, sua abordagem democrática do fazer museal e seu incansável fôlego (para não abandonar o debate e a luta pelo patrimônio museológico no país) são inspiradores.

Aos amigos e colegas da História da Arte: Chris Decarli, Marina Berriel, Renata Sunega, Luciana Piacenza, Ana Paula Lima, Rodrigo, Miriam Seraphim e Joelma vocês foram fundamentais no momento dos créditos, alegrias, descobertas, e novas e felizes amizades surgiram no convívio com vocês, sinto saudades de todos.

A todos os amigos que me ajudaram e tiveram paciência com ausências e esperas sem fim: a Malú, André Tavares, Alexandre 'Fino' e Chris, Livinha, Nini e Luís Carlos 'Bibelô' Beduschi, Carol Cotta de Mello, Claudião e Cris (em Brasília, mas sempre no coração), Daniel 'Americano' Somaio (agora pai de Francesco), Krishna Brunoni, Lara Deppe e Marcão (com Anaí, "new family"), Paula Vermeersch, Marotta, Maurício de Carvalho, Maximiliano 'Max' Gutiez, Nalú, Norma e Vera do 'Tote', Paulo Trevisan, Tati Bo, Gianpaola 'Peroba', Raquel e Tânia Amin, Estefânia Gaviña, Hebert Gouvea, Renato Palumbo, Renato Baldin, entre outros, meu muito obrigada! Um agradecimento especial à Elaine Dias, que tornou possível o início desta empreitada, seu apoio irrestrito e amizade incondicional foram fundamentais: obrigada do fundo do meu coração.

À família de meu marido que nos apoia e tenta entender essas profissões em que nós 'nos metemos': Natália, Anastácio e Vitor. Obrigada pela paciência e carinho. A minha família que sempre soube compreender e apoiar minhas escolhas, mesmo quando controversas: Rene, Nadyr, Rodolfo, Paulo, Renata, Lucas, Débora e Luciana, saibam que vocês são fundamentais em tudo faço. Obrigada por vocês serem *quem* e *como* são!

E meu último agradecimento ao meu amado marido Helder, sempre ao meu lado, apoiando minhas caminhadas, desencontros e empreitadas, você é pura inspiração! Obrigada por estar comigo e construir tantas coisas em comum.

“A ideia que o homem tem do belo imprime-se em todo o seu vestuário, torna sua roupa franzida ou rígida, arredonda ou alinha seu gesto e inclusive impregna sutilmente, com o passar do tempo, os traços de seu rosto. O homem acaba por se assemelhar àquilo que gostaria de ser.”

Charles Baudelaire

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo investigar a *Coleção Rhodia* do Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand' (MASP). Esta é composta de 79 vestuários que foram produzidos durante a década de sessenta como fruto de uma estratégia de marketing que uniu as manifestações artísticas produzidas àquele tempo com o nascente processo produtivo de moda industrial no Brasil. O estudo centrou-se em três questões principais: (1) compreender o caráter performático das apresentações para as quais estes vestuários-moda foram criados; (2) como e quais eram as poéticas tratadas pelos artistas plásticos envolvidos em produção de estampas; e (3) de que maneira e por que estas peças passaram por um processo de musealização em um museu de arte. O estudo almeja avaliar e explicitar as contribuições dessa coleção para a História da Arte e do Design no Brasil, elaborando uma pesquisa que trata de analisar os aspectos plásticos desse vestuário e correlacioná-lo às experiências estéticas de seu período, bem como desenvolver uma breve análise sobre a entrada desses objetos no MASP e as consequências simbólicas para a compreensão de um objeto-vestuário como patrimônio.

ABSTRACT

This research aims to investigate the Rhodia Collection Art Museum of Sao Paulo 'Assis Chateaubriand' (MASP). This consists of 79 garments that were produced during the sixties as the result of a marketing strategy that united the art forms produced at that time with the rising production process of fashion industry in Brazil. The study focused on three main issues: (1) understand the performative character of those for whom these garments were created, fashion, (2) how and what were the poetic addressed by artists involved in the production of prints, and (3) how and why these parts have undergone a process of cultural units in an art museum. The study aims to assess and explain the contributions of this collection in the history of art and design in Brazil, producing research that is examining aspects of plastic clothing and correlate it the aesthetic experiences of your period and develop a brief analysis on the entry of such objects in the MASP and symbolic consequences for the understanding of an object and clothing and heritage.

SUMÁRIO

BANCA		3
AGRADECIMENTOS		7
RESUMO/ABSTRACT		11
SUMÁRIO		13
INTRODUÇÃO	**Coleção Rhodia**	15
	Os desafios de se escrever sobre a coleção Rhodia	20
CAPÍTULO 1	**Arte e Moda**	41
	Arte e moda no século XX: um diálogo	41
	Arte vestível e moda nos anos sessenta	78
	O contexto de moda e artístico no Brasil	87
CAPÍTULO 2	***Desfiles-show* Rhodia: o projeto de 'Moda Brasileira'**	101
	Análise do caráter performático dos *desfiles-show*	126
	A temática popular como meio de transformar o consumo no país	133
CAPÍTULO 3	**Os artistas e suas atuações junto à Rhodia**	161
	O cenário do design no país e a Coleção Rhodia	165
	Estampas: abstração geométrica e construtiva	176
	O expressionismo abstrato e a abstração lírica como motivos de estampagem	207
	Nova Figuração e o mundo Pop	214
CAPÍTULO 4	**A coleção Rhodia entra no MASP**	219
	Vestuário como indicador de memória	219
	Quando a moda entra no museu de arte	226
	O MASP e a Moda	231
	Doação Rhodia	244
	Moda e Arte: um recorte patrimonial possível	250
CONCLUSÃO		255
REFERÊNCIAS	Bibliografia, Discografia e Filmografia	267
	Fontes	275
APÊNDICES	Lista de Abreviaturas e Lista de Ilustrações	283
	Demais coleções de vestuário do MASP	290
ANEXO	Anexo - Poema	293

INTRODUÇÃO

Coleção Rhodia

A pesquisa de doutoramento aqui apresentada diz respeito à *Coleção Rhodia*[1] pertencente ao Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand' (MASP). Esta é formada por 79 peças documentadas[2] que compõem significativa porção da produção da Rhodia para os seus *desfiles-show* ocorridos na FENIT (Feira Nacional da Indústria Têxtil)[3] durante a década de sessenta (1960-1970). A *coleção Rhodia* é um conjunto de objetos-vestuário e documentação sobre estes, que foi produzido pelo departamento de publicidade da indústria internacional de mesmo nome. A intenção foi a de introduzir novos materiais têxteis no modo de vestir nacional: os tecidos sintéticos. Isto significa que para construir um espaço, dentro do cenário do consumo do Brasil, esta indústria investiu pesadamente na constituição de uma *cultura da moda brasileira* que se baseasse em têxteis sintéticos[4].

No Brasil, os fios sintéticos já eram utilizados desde a década anterior, porém, vinham do exterior, e eram aplicados na produção de têxteis usados no fabrico de roupas íntimas. O material não era usado para vestuário visível (*outwear*). O tecido sintético, nos

---

[1] A Rhodia é uma multinacional de origem francesa do grupo *Rhône-Poulenc*. Instalou-se no Brasil em 1919, como indústria química; em 1955, com a implantação da Rhodia Poliamida, iniciou a produção de fios e filamentos sintéticos. No decorrer dos anos de 1950, a passagem dos têxteis artificiais (como *rayone* e *fibrane*) para as fibras sintéticas (*rhovyl*, *crylor*, *tergal* etc.) fez a prosperidade internacional da Rhodia (devido ao *nylon*). A empresa entrou no universo da moda nacional, tornando-se peça-chave para a consolidação da FENIT nos anos de 1960 (ver mais em Cayez, 1988, Ruffat, 2000).

[2] Numericamente, a coleção do MASP é pequena, se comparada ao que foi produzido pela Rhodia durante toda a década de 1960. Só para termos ideia, em uma coleção das *Seleções Rhodia* eram confeccionadas mais de 180 peças. As peças que hoje pertencem ao MASP são aquelas que permaneceram sob os cuidados da empresa até o início dos anos 1970 e foram selecionadas por Pietro Maria Bardi para dar entrada no acervo do museu.

[3] A FENIT é realizada em São Paulo pela Alcântara Machado e teve sua primeira edição em 1958, que foi um fracasso. A partir de 1959, a feira recebeu o financiamento maciço, apoio logístico e criativo da Rhodia, através de seu gerente de publicidade, Lívio Rangan. Neste momento, o evento tornou-se um sucesso e é também local de lançamentos de tendências internacionais de moda no país.

[4] O uso de sintéticos já era aceito nos Estados Unidos e na Europa, porém, nesta, isso se deu devido ao contexto da Segunda Grande Guerra, pois havia escassez de tecidos e as leis proibiam o desperdício têxtil, o uso de fibras naturais, sobretudo as luxuosas, por isso, o uso de tecidos sintéticos tornou-se corrente; dessa maneira, não eram compreendidos como têxteis exclusivos de *underwear*, mas também de *outwear*. O uso de fibras naturais na guerra era praticamente exclusivo do universo militar; por exemplo, a seda foi usada para fazer pára-quedas e bolsas para carregar pólvora; o algodão e a lã para uniformes, lençóis etc., sobrando para a população civil o uso de sintéticos, mais baratos e resistentes (mais sobre o assunto: Veillon, 2004).

anos 1960, na Europa e nos Estados Unidos, era sinônimo de moda jovem, inovadora e barata. E é justamente este o nicho que a Rhodia desejava formar no Brasil. Para tanto, desenvolve uma longa campanha publicitária para a popularização do fio sintético como base para o tecido de roupas-de-cima. O brasileiro, agora, tinha mais uma nova possibilidade tecnológica para a confecção de vestuário cotidiano.

A empreitada foi liderada pelo gerente publicitário da empresa, Lívio Rangan (c.1933-1984)[5]. Ele foi o responsável, na Rhodia, pela estratégia que construiu um ambiente favorável ao uso de tecidos sintéticos no país, vencendo as barreiras culturais que impediam um maior consumo dos filamentos deste tipo no Brasil. Sua tática foi criar peças de vestuário que eram fruto de uma pesquisa internacional de tendências, fundidas aos estudos de aspectos culturais e artísticos brasileiros. Essas peças eram lançadas em meio a um espetáculo que unia moda, artes visuais, teatro, dança, música, enfim, tudo o que ajudasse na compreensão desta nova experiência vestimentar: a roupa sintética feita no Brasil para o público brasileiro. Lívio Rangan tinha a clara intenção de transformar o gosto – e consequentemente o consumo – do brasileiro em relação aos tecidos sintéticos.

O estudo enfatiza as conexões entre arte, design e moda[6], que podemos verificar na produção plástica e nas poéticas presentes na citada coleção de vestimentas. Para tanto, buscamos apresentar algumas compreensões sobre a concepção, a execução e a divulgação desse grupo de objetos culturais, que foram responsáveis, na década de 1960, por moldar o gosto e a experiência estética vestimentar no país. Esta tese também procurará compreender como se deu a patrimonialização e salvaguarda destes objetos-vestuários em um museu de arte.

O objeto de pesquisa é uma coleção com características particulares, pois nela

---

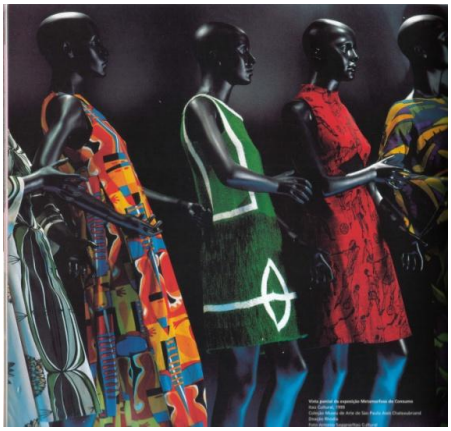
[5] Lívio Rangan chegou ao Brasil vindo da Itália em 1953. Era bailarino, mas no Brasil atuou como professor de latim no colégio *Dante Alighieri* e como repórter do jornal *Fanfulla*. Ao tentar um financiamento para a montagem de um balé junto a Rhodia, teve esse pedido negado. Mas foi convidado pela mesma empresa a ser o gerente de publicidade. Rangan foi contratado no ano de 1959 pela Rhodia e executou os desfiles-show até 1972 (Dória, 1998). Neste momento, ele sai e monta a sua própria agência publicitária a 'Gang' com Licínio de Almeida, Rodolfo Volk e Fernando Camargo (matéria *A união faz a indústria da moda*, in Veja, 29 de março de 1972, edição 186).

[6] Compreendendo *moda* como um movimento regulador do consumo, que traz em seu interior a busca pela ideia de 'novidade', tornando, dessa forma, objetos ainda aptos ao uso culturalmente obsoletos, pois estes já não transmitem o sentido que o utente necessita culturalmente (Veblen, 1965). Ver mais sobre a definição de moda em Sant'Anna, 2009.

podemos encontrar questões sobre a produção plástica do design de vestuário no Brasil, tais como a relação entre arte e moda, o desenvolvimento do design de moda, padrões de consumo vestimentar, profissionalização do universo da moda, incremento da indústria têxtil e de confecção no cenário nacional, entre outros elementos que tornam esses objetos bastante polissêmicos e importantes para um estudo sobre o design do vestuário da década de 1960. Notamos que são artefatos cuja fabricação demandou a reunião e os esforços de pessoas e áreas diversas, como artistas plásticos, estilistas/costureiros, confecções, indústrias têxteis e químicas. Essas diferentes áreas tinham um horizonte comum, que foi a produção de um desenho-de-produto de moda que era concebido a partir da ideia central da construção de um design de moda nacional.

1. Itaú Cultural da Exposição *Arte e Cotidiano: Metamorfoses do Consumo*,Instituto Itaú Cultural, São Paulo (*Coleção Rhodia*, MASP), 1999, Fotografia de Antonio Saggese.

A presente pesquisa não inaugura os estudos sobre a atuação da Rhodia no Brasil[7] e seu impacto na moda no país. A proposta é abordar a *coleção Rhodia* do MASP na relação de arte e moda. Para tanto, buscaremos compreendê-la como um conjunto de objetos artísticos que a empresa francesa patrocinou e promoveu através dos *desfiles-show* que Lívio Rangan promoveu na FENIT durante os anos 60 no Brasil e que hoje se encontram no MASP, constituindo a mais importante coleção de vestuário deste museu.



2. Itaú Cultural da exposição ***Arte e Cotidiano: Metamorfoses do Consumo***, Instituto Itaú Cultural, São Paulo (*Coleção Rhodia*, MASP), 1999, Fotografia de Antonio Saggese.

*

* *

A presente tese de doutoramento está ordenada da seguinte maneira:

A ***introdução*** apresenta-nos o objeto de pesquisa, isto é, a Coleção Rhodia, e nos traz os debates teóricos sobre os desafios de se escrever a história da moda a partir da História da Arte e do Design. O ***primeiro capítulo*** aponta os encadeamentos estabelecidos entre arte e moda pertinentes a esse estudo e que surgem ao longo do século XX, assim como apresentamos o panorama da moda nos anos 60 e a importância da juventude na produção das novas formas vestimentares industriais. Finalizamos o capítulo 1 com a apresentação do cenário da moda e das artes no Brasil, em especial, no que concerne à maneira como alguns artistas brasileiros pensaram e experienciaram o vestir-arte.

O ***capítulo 2*** dedica-se a esclarecer o papel e o impacto dos *desfiles-show* da Rhodia no Brasil. Apresentaremos algumas abordagens para a interpretação do projeto da

[7] Outros estudos sobre a produção de moda da Rhodia durante os anos sessenta: Sant'Anna, 2002b, Toledo, 2004 e Bonadio, 2005.

empresa química francesa para incrementar a divulgação de seus produtos (fios e filamentos sintéticos) no país. Neste capítulo, a centralidade está em analisar os *desfiles-show* (que geraram a *coleção Rhodia*) como *lócus* privilegiado para analisarmos de que maneira arte, design e moda fundem-se para conformar mudanças de gosto. E de que maneira a construção performática dos desfiles pretendia transformar, não só as roupas ali apresentadas, mas fazer delas um dado de alteração do consumo da sociedade brasileira. Lívio Rangan tem papel de destaque, como líder desta engrenagem promocional e performática da Rhodia; demonstraremos, ademais, como há precedentes tanto no universo artístico quanto da moda no uso de estratégias similares ao que ele usou, porém, a maneira como fez no Brasil com a Rhodia, transforma-o em um caso *sui generis*. Tanto que trazemos como caso exemplar, a maneira como ele e sua equipe se apropriam de um tema – em específico o da arte popular – e produzem suas coleções (então chamadas na mídia de *Seleções Rhodia*) a partir de processos inventivos que são resultados de pesquisas criativas que fundem referências nacionais com as tendências internacionais (trazidos por Rangan após suas viagens de pesquisa pela Europa e Estados Unidos). Assim, perceberemos como esta estratégia se desenvolvia como um argumento sensível para a formação tanto das roupas quanto dos *desfiles-show*, e mesmo davam o tom da própria campanha publicitária e coberturas jornalísticas (quase sempre engajadas no projeto da Rhodia).

O ***terceiro capítulo*** apresenta uma análise voltada à produção das estampas que os artistas fizeram para a Rhodia. O objetivo é proceder em um estudo mais aprofundado das temáticas presentes nestes processos criativos, bem como avaliar de que maneira os assuntos plásticos adentram como referências visuais a serem trabalhadas sobre os tecidos e vestuários da Rhodia. Desse modo, foi também tema do capítulo 3 estudar a maneira como as poéticas dos artistas migram para os têxteis, além de notar a maneira como as diferentes posturas dos artistas conseguiram se aglutinar ao redor de um mesmo eixo-criativo, formado pelos motes que Lívio Rangan e equipe propunham aos criadores.

O ***capítulo 4*** leva-nos ao debate acerca da entrada dos vestuários da Rhodia no MASP. Para tanto, apresentamos quais são as consequências da entrada de vestuários-moda em museus, especialmente em museus de arte (como o *Metropolitan Museum*, em Nova Iorque, e o *Museu do Louvre*, em Paris). A partir deste ponto, achamos necessário investigar como o tema moda foi incorporado ao projeto do MASP, para então adentrar na especificidade do processo de musealização da *Coleção Rhodia*.

A ***conclusão*** destes quatro capítulos desenvolvidos nos traz aspectos importantes sobre a *Coleção Rhodia* do MASP, primeiro como ela se insere em um percurso histórico de diálogos entre arte e moda; em seguida como ela surgiu, isto é, por que estes objetos tridimensionais foram produzidos; depois, a sua especial relação com a arte, estabelecida notadamente através das estampas criadas pelos artistas plásticos de então; e, finalmente, como ela se torna o indicador de memória quando é musealizada pelo MASP. É necessário fiar, tecer e costurar uma série de documentações, depoimentos e informações de qualidades e tipos muito diferentes e que vai além do aspecto (e espectro) inicial da *Coleção Rhodia*. Tecer esta conjuntura é primordial para compreendermos qual a importância desta coleção de vestuário, tanto para o universo da História da Arte e do Design quanto para a História da Moda.

*

* *

Os desafios de se escrever sobre a Coleção Rhodia

Pesquisar as peças da *Coleção Rhodia* traz um triplo desafio: tentar redesenhar seu contexto cultural e compreender o impacto destas peças neste ambiente é o primeiro; o segundo, é notar de que maneira se deram os diálogos plásticos com as produções artísticas contemporâneas à sua produção; e, por último, como se construíram os trajetos destas vestes junto ao projeto museológico do MASP. Para tanto, alguns pressupostos sobre os desafios de escrever História da Arte, do Design e da Moda serão aqui brevemente debatidos.

O primeiro debate a se enfrentar é sobre o modo como podemos tratar esta coleção dentro da História da Arte, segundo Castelnuovo (2006: 131), ao se fazer um estudo baseado em objetos – isto é, uma História da Arte baseada em história das obras. Devem-se levantar, em primeiro lugar, as fronteiras do *corpus* estudado. Desta maneira, o que define as fronteiras do objeto aqui pesquisado? Sua materialidade? Seus autores? Seu contexto? Tudo isso e nada em específico, mas sim, o quadro sinótico ou mesmo o emaranhado de referências possíveis para criar possíveis olhares sobre o objeto. Cada um dos itens citados traz desafios específicos que não devem ser desprezados. Afinal, o grupo de objetos não é formado por artefatos feitos para serem obras de arte originalmente, e por serem vestuários, já trazem, por si só desafios específicos. Os autores são um desafio seguinte, afinal a quem devemos nos dirigir quando pensamos sobre autoria destas roupas? Ao coordenador de todo o evento que indicava a linha mestra criativa? Aos estilistas e confeccionistas? Aos artistas que estampavam? Em verdade, como é comum em objetos de design, todos possuem sua participação no processo criativo, cada um a sua maneira e especialidade. O contexto nos ajuda a compreender qual foi o cenário ou o horizonte cultural que tornou possível a produção destas vestes, porém, estas não são mero espelho de sua conjuntura, mas antes são partes ativas na constituição e na construção deste contexto. Sendo assim, a partir do conceito de 'bem cultural'[8], tratamos os objetos aqui estudados sob três pontos de vista: (1) enquanto um evento que ordenava e atualizava a moda, o design e a arte nos anos 1960 no Brasil; (2) como uma manifestação plástica dos artistas envolvidos na produção de estampas; e (3) sua transformação em indicador de memória sobre moda e arte ao adentrar no MASP. Estas

[8] Quando Castelnuovo refere-se a 'bem cultural', ele está apontando que um objeto – mesmo concreto, matérico e feito no passado com a intenção de ser arte – nem sempre é compreendido como artefato interessante para um historiador da arte contemporâneo, isto significa que, como qualquer outro elemento que constitui a cultura, o objeto artístico pode ora ser valorizado ora esquecido e colocado de lado. As obras de arte podem mudar de estatuto e de importância cultural ao longo do tempo. Portanto, objetos produzidos pelo homem que não tinham a intenção de serem obras de arte inicialmente, podem vir a sê-lo, e obras feitas com este fim podem perder este estatuto (mais sobre: Castelnuovo, 2006 e Geertz, 1997). A definição de um objeto como 'de arte' está diretamente ligada à concepção e aos valores que moldam a estética e o gosto de um determinado período e de um determinado grupo, portanto, não são regras cristalizadas, mas contextuais e processuais.

três frentes de análise pretendem vislumbrar e apresentar ao leitor da tese 3 pontos possíveis de se compreender a *Coleção Rhodia*:

1) seu contexto formador e seu impacto à época;

2) o tipo de valor estético que manipulou em seu tempo; e

3) como um objeto que nasceu com outra intencionalidade, teve seu estatuto objetal alterado e é 'certificado' como arte pela sua estada em um museu de arte.

A intenção é investigar a história destes objetos, sem perder do horizonte que pesquisamos os contextos pelos quais estes passaram (e se transformaram).

As obras da *Coleção Rhodia* não estavam isoladas, visto que elas foram produzidas *em um* contexto e *para ele.* Ao mesmo tempo em que apresentam este tempo-espaço sócio-cultural, elas o constituem. Mergulhamos a *Coleção Rhodia* em uma gama de referências que foram para além dela própria, proporcionando-nos um horizonte de compreensão não só mais amplo, mas mais preciso. Assim, percebemos de que ponto da História da Arte, do Design, da Cultura e da Moda esta coleção pode hoje nos falar sobre estética do cotidiano, transformações no gosto vestimentar, questões socioculturais, etc.

A maneira de enfrentar os objetos aqui estudados pretende privilegiar as peças da coleção em seu diálogo com outras fontes, isto é, buscar as tensões que advêm das obras em questão e toda a documentação paralela que nos dá acesso a alguns aspectos do contexto[9]. A intenção é analisar a continuidade e as rupturas nos diálogos travados na moda e na arte dos anos 60 através da pesquisa na *Coleção Rhodia*. Trata-se de uma tentativa de abordá-la não somente enquanto materialidade, mas como um *lócus* de cruzamento de diversas referências de seu tempo; dessa maneira, o objeto artístico é compreendido primeiro como objeto cultural e não exclusivamente estético[10].

As fontes utilizadas foram de diversos tipos e tiveram diferentes papéis e importância ao longo da pesquisa. O foco e principal tipo de material utilizado foram as

[9] Referenciamos aqui autores como Enrico Castelnuovo (1988 e 2006) e Michael Baxandall (1991 e 2006).

[10] Mais sobre o método warburguiano em História da Arte ver: Burucúa (2007); Ginzburg (1989); e Gombrich (1986). A discussão tem continuidade mais à frente nesta introdução.

peças de vestuário. A *Coleção Rhodia* é formada por objetos, e estes são específicos – vestuários – inseridos dentro de uma lógica – a capitalista – e nos demonstram, de maneira exemplar, a forma das pessoas construírem a sua aparência – a linguagem da moda – ao longo da década de 1960. Esta coleção exigiu um tratamento em que diversos materiais documentais foram pertinentes para responder a algumas questões propostas na pesquisa, portanto, indo além do grupo inicial de documentos que a cerca, como também adiante em sua materialidade. Assim, além da própria coleção utilizamo-nos de entrevistas e publicações da mídia dos anos 1960[11] que nos ajudaram a conformar o processo destes objetos no mundo. À maneira de Castelnuovo e Baxandall[12], a abordagem feita dos objetos artísticos na presente tese, busca inseri-los em um leque de materiais documentais amplo – sejam relativos aos objetos específicos, ou sobre os eventos nos quais eles participaram. Dessa maneira, procuraremos elucidar as tensões socioculturais que se estabelecem em torno da *Coleção Rhodia,* tentando escapar de interpretações tradicionais da História da Arte, como a escrita sobre os artistas, por exemplo. O objetivo é mostrar que há uma intensa circulação de pessoas e objetos que conformam diversos contextos. Assim, buscamos apreender tópicos distintos, como a produção dos *desfiles-show* (isto é, a criação conjunta em diversos níveis sensoriais), o contexto artístico da época e a produção de estampas e modelos de vestuários, assim como a conformação de uma doação a um museu de arte. Castelnuovo e Baxandall demonstram exemplarmente que cada historiador decide, junto à documentação a que ele tem acesso, os seus problemas de análise, sem necessariamente ter uma metodologia ou chave-interpretativa pré-concebida.

O objeto-vestuário moda pressupõe desafios próprios em sua análise, desde sua materialidade – têxteis confeccionados – até sua aparência final – quando vestidos sobre um corpo – passando por sua construção – modelagem e costura – e seu descarte –

[11] As entrevistas foram poucas e geralmente nos confirmaram pontos já indicados nos periódicos. Utilizamos-nos de periódicos de moda nacional, moda internacional, femininos nacionais, masculinos nacionais, magazines semanais, entre outras publicações (ver mais no item: *Referências*).

[12] Por exemplo, Baxandall, em sua obra *O olhar renascente*, usa diversas qualidades de documentação, desde as mais tradicionais para a compreensão de pinturas do século XV, como contratos de encomendas e cartas entre artistas e mecenas, até mais excêntricos como os registros contábeis. Ver mais: Baxandall, 1991.

exclusão do mundo dos objetos ativos. Em cada um destes pontos temos uma possibilidade de análise. A veste, do ponto de vista de sua materialidade[13], possui como base compreendê-la como um conjunto de materiais que constroem uma cobertura para o corpo, que antes de ser meramente funcional – proteção – é, sobretudo, expressiva dos valores simbólicos que aquele que a porta quer ostentar socialmente.

A veste – que hoje se encontra em um museu de arte – tem um histórico precedente, uma biografia e funções sociais[14]. Ela é indicada pelos criadores, divulgada pela publicidade e mídia em geral, apropriada e (re)inventada pelo(s) utente(s) e, finalmente, é descartada do uso, passando, quando adquirida por um museu, a ser indicador de memória de um determinado tempo, espaço e contexto simbólico. Portanto, os objetos-vestuário moda aqui estudados são socioculturalmente conformados e seus significados são constantemente rearticulados dependendo de seu contexto (desfile, editorial de moda, reserva técnica, exposições de arte e/ou de design, etc.), sobrevivendo para além de seus produtores originais e das pessoas que um dia usaram essas peças hoje musealizadas. Para compreender a biografia dos objetos-vestuários da Rhodia, cruzamos essa cultura material com documentos do MASP, em sua grande maioria confeccionados quando da entrada na coleção no museu, e também de recortes de jornais sobre as exposições de que estas peças participaram. Resolvemos nos apoiar, também, em publicações periódicas da época anterior a essas roupas entrarem no museu, isto é, anteriores a 1972. Dentro destas, destacamos dois tipos de acesso às peças da Rhodia: matérias cobrindo os desfiles dos quais elas participavam[15] e os editoriais-publicidade que a empresa fazia em diversas publicações periódicas nacionais, como as revistas *Manchete*,

---

[13] Do ponto de vista matérico, temos estudos na área de museologia, conservação e restauro de têxteis e vestuário que se debruçam sobre a materialidade, processos de tecimento, tipologia de tingimento, estamparia, construção da modelagem e costura, histórico da peça, etc. dentre estes, é importante citar os estudos sobre a coleção do Museu Paulista (Museu do Ipiranga) feitos por Paula (1998, 2004) e os estudos de Andrade (2008) sobre objetos vestuário em museu.

[14] Para tanto, as abordagens propostas por Appadurai, 1986; Kopitoff, 1986; e Lehnert, 1998, foram-nos muito úteis. Tem-se, no entanto, consciência dos limites desta abordagem, pois a biografia das coisas esclarece partes da trajetória de um objeto, assim como uma biografia de pessoa, que é sempre parcial, porque depende de fragmentos da história, de pontos de vista, de referências sócio-econômicas, etc. (Kopytoff, 1986: 68).

[15] Apesar de majoritariamente serem os desfiles-show da Rhodia nas FENITs, há também desfiles em outros eventos no país e no exterior com as mesmas peças que hoje configuram a *Coleção Rhodia*.

Claudia, Manequim[16], dentre outras. Também utilizamos matérias veiculadas em jornais e em publicações periódicas que não tratavam deste tipo de assunto com muita frequência, como a revista *Veja*. Através desta rede de informações sobre a conformação da produção das roupas da Rhodia pudemos verificar a circulação social destas, notando-a a partir de uma perspectiva sociocultural mais complexa e passível de interpretações múltiplas.

A vida de um objeto-vestuário moda está além de um significado cristalizado: é um constante devir, pois a trajetória de uma peça muda dependendo de seu contexto e de sua circulação no mundo das coisas, e, assim que ela adentra o museu, passa a ser não só referência de sua materialidade (história da técnica e tecnologia), como também indicador de um processo sociocultural pelo qual só ela passou e do qual ela pode nos dar uma possibilidade de acesso e compreensão através da pesquisa e interpretação.

A C*oleção Rhodia* (e a documentação que a envolve) nos proporciona questionamentos e possíveis interpretações sobre a moda dos anos 1960 que são muito pertinentes, pois a partir dela podemos notar como o Brasil ingressa em um diálogo internacional criativo (tanto na moda quanto nas artes), como a formação de gosto é algo ligado a uma pedagogia da sensibilidade e, também, como o processo de musealização no MASP revela a maneira como uma instituição lida, amplia e esgarça o conceito mais tradicional de arte.

Dois autores foram capitais na construção desse pensamento: Aby Warburg e Aloïs Riegl[17]. Porém, aqui, trata-se de uma apropriação bastante livre das ideias destes dois historiadores, sobretudo, porque ambos desenvolvem suas abordagens para o universo da tradição clássica. Tentaremos, aqui, brevemente explicitar as razões para a eleição desses dois autores como referências para o presente trabalho. Warburg e Riegl procuram aliar dois posicionamentos até então inconciliáveis no universo da História da Arte: (1) a produção acadêmica voltada para a teoria e o conhecimento crítico sobre as

[16] A revista *Manequim* é a primeira revista totalmente dedicada à moda feita no Brasil, ela é uma criação da Editora Abril; mais sobre o tema ver: Sant'Anna, 2002.

[17] Aloïs Riegl é produto da Escola de Viena, e influencia na formação de toda uma geração de historiadores, como Julius von Schlosser, Fritz Saxl, Max Dvoràk, Strzygowski, Ernst Gombrich, Erwin Panofsky, Paul Kaufmann, Ernst Kris e Otto Rank (Kultermann, 1996).

obras de arte e (2) a do erudito (ou *connaisseur*[18]), cujo enfrentamento pragmático com obras de arte produz o treinamento de sua sensibilidade artística[19]. Riegl estuda a forma, mas não exclui o conteúdo. Pelo contrário, a forma traz sempre indicações preciosas sobre o conteúdo. Por isso, por exemplo, é possível um trabalho de História da Arte sobre o ornamento[20], já que a forma é um dado importante para compreendermos a sensibilidade de determinado contexto produtor de arte. Dessa maneira, abre-se a possibilidade de se estudar períodos e estilos não-clássicos com o mesmo rigor. Riegl não hierarquiza as artes, ou valoriza-as sobremaneira devido ao 'toque' de algum artista em específico. Tanto que em seu trabalho no Museu Austríaco de Artes Decorativas:

> "onde dirige o departamento de produtos têxteis (...). Riegl vai tratá-la [as artes decorativas em geral e os têxteis em específico] como um fato artístico autêntico, tão prenhe de significados, tão digna de exame quanto as obras de Rafael ou de Michelangelo. Diversas revistas eruditas vão sugerir sob a assinatura de numeroso estudos de obras têxteis ocidentais e orientais conservados em seu museu" (Bazin, 1989: 131).

Riegl é um autor que reavalia os pressupostos da tradição historiográfica da arte com relação à distinção hierárquica entre as ditas '*artes maiores*' das '*artes menores*' (Bazin, 1989: 81). Este autor desenvolve seus pressupostos na obra *Die Spätromische Kunstindustrie nach den Funden in Österrich-Ungarn* (1901)[21], na qual afirma que para estudar o caráter e determinar a maneira de analisar visualmente o sentir artístico do período barroco, não devemos partir da ideia de decadência (em relação aos valores e às

---

[18] O *connaisseur* é um especialista – geralmente de museu ou de mercado (*marchand*) – que conhece profundamente as obras, sobretudo seus detalhes matéricos, pois ele reconhece a 'pincelada' ou a 'cinzelada' do artista, assim como consegue reconhecer, muitas vezes, as soluções de detalhes anatômicos. Seu conhecimento está muito ligado a uma prática de reconhecer estilos, épocas e artistas; além disso, são chamados no meio das artes para fazerem atribuições e distinguirem um original de uma cópia ou mesmo falso, porém, seus métodos não são infalíveis. Mais sobre o assunto, ver Bazin, 1989 e Kultermann, 1996.

[19] Aloïs Riegl tem formação em paleografia e em diplomática, além de ter sido professor na Universidade de Viena, trabalhou no Museu Austríaco de Artes Decorativas, aliando, assim, no cotidiano profissional, as problemáticas teóricas e práticas.

[20] Esta abertura permite que Riegl se interesse por arte contemporânea (por exemplo, pela arte expressionista e mesmo pela abstração de Kandinsky e Klee).

[21] Tradução livre: *A indústria da arte no âmbito do período romano tardio encontrada em Österrich-Hungria.* Nesta obra, sobre a história do ornamento, notamos que há uma quebra na hierarquia entre as artes ditas 'maiores' e 'menores', bem como na referência, *a priori* romana e grega, para o julgamento da forma artisticamente produzida. Ver mais: Campos, 2005.

formas do Renascimento), mas perceber que se trata de outros períodos que "*souberam, através de suas próprias peculiaridades, desenraizar novas formulações para a arte ocidental"* (Bazin, 1989). Riegl é fundamental para compreendermos a relativização da intencionalidade artística, dado que ele consegue restituir o valor e a autonomia das formas que são "*substancialmente estranhas à concepção clássica de beleza"* (Campos, 2005).

Aby Warburg apropria-se de Riegl, mas se recusa à compreensão evolucionista da imagem na história cultural que permeava seu pensamento. Em seus estudos, ele aponta o quanto é impraticável as periodizações tradicionais, e também demonstra que o 'respeito' exagerado pelas 'fronteiras' que determinam o que é Antiguidade, Idade Média e Modernidade são obsoletas, pois se trata de épocas correlacionadas entre si (Bazin, 1989: 127-142). Atualmente, retomar Warburg e Riegl é fundamental para uma renovação da disciplina de História da Arte, pois ambos repensaram e reelaboraram a questão do método e dão certo caráter de transversalidade aos seus estudos. Riegl consegue desvincular o estudo das artes de uma visão que a coloca sempre como consequência de seu tempo. Sua busca pelo desenvolvimento de um estilo imanente nas obras (*kunstwollen* – a ideia artística de uma época) estabelece relações claras com as abordagens warburguianas.

Warburg era um pesquisador ordenado e com uma motivação marcial. Ele confrontava-se primeiro com os originais – as obras empiricamente – e retirava delas todas as informações possíveis. Seu encontro com as obras era munido de todo aparato disponível à época: escadas, lanternas, réguas, trenas, recursos fotográficos, etc. Anotava tudo, inclusive, ideias que lhe viessem à mente naquele momento. Sua posição era mais de detetive do que de um apaixonado pelas artes (Kultermann, 1996: 290). Era compenetrado e altamente dedicado aos seus estudos. Qualquer deslize ou dispersão dos assistentes era repreendido com fervor, pois o respeito ao estudo central não poderia ser quebrado. Mesmo que seus estudos, por outras áreas pareçam, num primeiro momento, 'desvios', são em verdade, aprofundamentos em áreas correlatas, pois estes são necessários para a melhor compreensão e possível interpretação do objeto artístico

estudado[22]. Em seu método de estudo, Warburg vai além do próprio objeto artístico e da literatura especializada, recorre às mais variadas fontes, como por exemplo, a astrologia, magia, indumentária e vestuário, relações com as festas, cartas comerciais, contratos, etc. (Kultermann, 1996: 288).

O Renascimento foi o tema principal dos estudos de Aby Warburg, mais especificamente, como os elementos (formas e conteúdos) da tradição clássica transformavam-se e permaneciam em obras renascentistas. O conceito de história de Warburg é baseado na noção de memória social ou coletiva e numa teoria do símbolo. Para este autor, o fluxo das imagens na história, ou o percurso temporal das imagens, é o ponto de vista privilegiado do qual a história cultural pode partir para compreender como as formas cunhadas no passado sobrevivem, transmitem-se e mesmo transformam-se. Por exemplo, ao pesquisar as formas da Antiguidade e a expressividade nos quadros de Botticelli, Warburg não só nos demonstra que os gestos dotados de *pathos* referem-se a uma linguagem mímica, cujo transcorrer histórico e geográfico é passível de ser acompanhado, mas demonstra que a História da Arte trabalha com imagens que regressam e são reinventadas constantemente (forma da memória coletiva que conserva e transforma ao mesmo tempo). Consequentemente, notamos que Warburg não segue modelos canônicos da História da Arte ou História Cultural, mas que constrói uma forma específica para solucionar a transitoriedade das formas no tempo imersa na teia cultural (Geertz, 1997; Geertz, 1989), sendo imprescindível abrir-se para muitos campos do saber. Assim, a concepção de história de Warburg pressupõe que o passado nunca é um tempo concluído, pois dele emergem, no presente, as formas e os significados. Por isso, a ideia de tradição não-linear é base para esse autor. A tradição deve ser um mecanismo que implica conflito e tensão entre presente e passado.

O objeto de estudo, para Warburg, era sempre visto com uma potencialidade dupla, tanto era analisado à luz de testemunhos históricos e estes poderiam ser de

[22] A primeira guerra transtornou profundamente Warburg; ao final do conflito, ele estudava as profecias de Lutero, quando adoeceu e ficou seis anos afastado. Esta doença é silenciada pela maioria de seus biógrafos, no entanto, ao final dela, ele escreve um artigo sobre o ritual da serpente, reunindo conhecimentos ocidentais e uma experiência etnográfica com povos nativos americanos (os Hopi) e abre uma nova possibilidade interpretativa para o grupo do *Laocoonte* (Warburg, 1984).

qualquer tipo e nível (essa rede de referências ajudava a tecer a gênese e o significado da obra de arte), quanto à luz da própria arte. A partir das obras de arte, o autor identifica uma fonte de referências a serem interpretadas que só ela – e nenhum outro elemento exterior – pode fornecer ao estudioso (Ginzburg, 1989: 56). Para Warburg a pesquisa iconográfica é base, mas não fim de um estudo, pois junto à busca pelas imagens é necessário que as questões artístico-culturais impulsionem a pesquisa.

Warburg se encontra entre os precursores de uma nova concepção da História da Arte, mesmo que tenha escrito pouco ou nada a respeito de seu método. Ele expressou de maneira poderosa sua abordagem sobre a produção artística, vendo-a não como um objeto a ser valorizado alienadamente, mas como uma materialidade que também faz parte da história da cultura. Isto porque Aby Warburg nos faz repensar a disciplina da História da Arte dentro de uma visão transdisciplinar, como um campo de conhecimento em franco diálogo com as outras ciências humanas.

A análise warburguiana das formas e conteúdos nos apresenta constâncias e modificações, em um jogo de relações que se entrecruzam constantemente. *Forma* é *conteúdo*, portanto, são inseparáveis. Dessa maneira, respostas 'prontas' ou já 'cristalizadas' sobre alguns objetos artísticos, acabam por ser desconstruídas através da leitura atenta e não hierarquizada de documentos que, direta e indiretamente, são ligados ao objeto que se quer compreender. A sua compreensão do objeto artístico é inovadora, pois compara várias obras de natureza diferentes, lançando mão de uma variedade imensa de documentação. Este tipo de abordagem permitiu, entre outras coisas, que o autor percebesse que elementos laicos surgiam em meio a produções de intenções sacras. Não é forçoso dizer que Warburg faz uma antropologia da imagem, pois para ele toda imagem traz valores simbólicos que não são – e não podem ser – desprezados. Seu método se livra do 'eurocentrismo' e do valor artístico como fundamentos primordiais para a construção da análise de uma imagem.

Atualmente, com o crescimento das áreas de pesquisa consagradas à abordagem de *Visual Studies*, isto é, dedicadas a uma perspectiva que aborda a cultura visual, temos uma retomada das ideias de Warburg. Esta nova forma de *olhar* a imagem

artística exige um aprofundamento no contexto, pois é necessário compreender como são estabelecidas as relações entre imagem e as modificações que esta sofre ao longo de sua existência. Trata-se, portanto, de uma crítica à forma tradicional de produzir História da Arte (e consequentemente ao instrumental utilizado). Sobretudo porque a arte contemporânea desafia os formatos habituais da disciplina. Michael Baxandall e Svetlana Alpers são considerados pesquisadores atuais que retomam, por exemplo, a metodologia de Warburg[23]. Através de uma compreensão das configurações visuais que referenciam a produção estudada, inicia-se a construção de um novo instrumental de pesquisa histórico-artístico.

O papel da imagem dentro de um contexto cultural é duplo, pois é, ao mesmo tempo, documento e indício de um dado desenvolvimento e de suas conexões. O já citado estudo de doutoramento de Warburg é um bom exemplo da metodologia de Warburg, pois nele notamos como o autor aprecia o objeto artístico e dá atenção aos detalhes iconográficos, persegue sua identificação e seu caminho na evolução das formas, faz isso com fontes que configuram tanto o objeto quanto o problema histórico de maneira mais ampla. Com o foco voltado para o estudo da continuidade, ruptura e sobrevivência da tradição clássica, funde em seu método, a um só tempo, a busca pela compreensão da obra de arte (como um objeto cultural), os testemunhos imagéticos como fontes históricas e documentação variada sobre o período, não os hierarquizando. O autor propõe uma análise sobre o objeto artístico a partir de variados ramos do conhecimento, integrando a História da Arte em uma perspectiva de investigação cultural. Conteúdo e forma são indissociáveis, portanto, e, dentro do método warburguiano é impossível uma leitura puramente formal. A imagem[24] é potência simbólica pronta a disparar. Assim, mesmo que a presente pesquisa centre-se em uma coleção contemporânea,

[23] É importante notar que Warburg não escreveu sobre sua metodologia, ela é notada e construída a partir de seus trabalhos em História da Arte e relatos de assistentes e pares que conviveram com este autor durante sua vida de pesquisador. Michael Baxandall e Svetlana Alpers têm passagem pelo *Instituto Warburg*, importante instituição fundada por Warburg e que revela em sua organização *sui generis* o método do autor. O livro: *O olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença*, de Baxandall, é considerado, por Thomas da Costa Kauffman, como o 'marco zero' da produção de *Visual Studies*.

[24] Imagem como expressão da mente humana, como princípio ativo segundo o qual o mundo é percebido.

posicionamentos como a não hierarquização das fontes, o cruzamento do maior número possível de material documental, bem como a superação de pressupostos preestabelecidos dos objetos artísticos, aqui citados, estarão no horizonte desta tese.

Pensar a distinção entre arte e design também se faz necessário em um estudo como o presente, sobretudo para compreendermos como este debate é articulado nos anos 1960 no Brasil. Porém, a ideia é fazê-lo sem criar hierarquias e valorações de uma área sobre a outra. O início do debate se dá no século XIX, com John Ruskin e William Morris (1834-1896), recomendando uma diferenciação radical entre objeto de *arte* e *utilitário*. Isto porque o cenário deles é de desenvolvimento da indústria de bens cotidianos. Assim, a distinção dos objetos é decorrente do modo de produção destes em âmbito industrial. Ambos acreditam que esta diferenciação seria a consequência negativa, mas também inevitável, da industrialização (Harrinson, 1998: 204). A partir deste ponto, Ruskin não só distingue, mas também hierarquiza os objetos artísticos como superiores aos industriais. Pode nos parecer, contemporaneamente, uma perspectiva ultrapassada, sobretudo, depois de debatermos sobre as abordagens de Riegl e Warburg, porém, vamos compreendê-lo para melhor entender como a crítica da arte tratou esse aspecto capcioso das distinções internas da arte (Ruskin, 2004: 20).

Para Ruskin, a produção industrial que não deve abandonar, ou melhor, deve valorizar o patrimônio, a permanência e a continuidade. Este autor percebe a transformação que se opera na sociedade àquele momento, também se dá no indivíduo. E a moda[25] – compreendida como a busca frenética e acelerada por novas experiências visuais/sensíveis – é o lado mais pernicioso desta nova possibilidade de produção de objetos. A indústria cria uma quantidade imensa de objetos e estes não possuem apelo estético, sendo, portanto, um desperdício de riqueza, produção e atenção do homem comum:

> "A arte ruim tem esse poder [de atar a sensibilidade e não deixá-la se desenvolver] e é exatamente isto que faz, visto que você não pode gostar

[25] A moda aqui compreendida como parte do dado simbólico que tece a decisão de aquisição de um objeto (consumo). Ver mais sobre a definição de moda em Lipovetsky (1989) e Sant'Anna (2009).

> de boas gravuras enquanto está com a atenção voltada para as ruins. Se deparássemos neste momento com uma xilogravura de Ticiano ou Dürer, não iríamos gostar dela – pelo menos, não aqueles dentre nós que se acostumaram com o trabalho vagabundo que se faz hoje em dia. Não gostamos e não podemos gostar, de um trabalho ruim por muito tempo, mas, quando cansamos de um, o descartamos e compramos outro; e assim ficamos a vida toda a contemplar coisas ruins. Ora, as mesmas pessoas que produzem o trabalho rápido e deficiente para nós são capazes de produzir trabalhos perfeitos" (Ruskin, 2004 [1857]:51-52).

Além disso, a própria ideia de moda – o belo fugaz – é compreendida por Ruskin como o falso belo, pois para ele, a fatura de objetos que estão fadados a serem perecíveis e descartáveis é, por si só, desvalorização do processo de investir quantidade de pensamento e de trabalho. A moda, para Ruskin, tem local exemplar no vestuário, mas necessariamente já se espraiava para elementos que não deveriam ser, segundo sua abordagem, perecíveis, como móveis e baixelas. Isto lhe dá uma visão amarga sobre a difusão da moda, sobretudo, de maneira como a moda educa o consumo. O vestuário em si não é criticado por Ruskin, ele o reconhece como objeto de prazer e de utilidade sociocultural. Porém, é a maneira como no século XIX as vestes de um dia são suplantadas por outras que assustam o crítico e o fazem pensar sobre o valor que se pode dar a essa experiência vestimentar (Ruskin, 2004).

A 'grande arte' da tradição, para Ruskin, sempre teve um forte caráter decorativo, pois foram feitas pensando em um lugar e na subordinação a este espaço, assim como é necessário criar o diálogo harmonioso com os outros objetos do ambiente (Ruskin, 2004: 156-57). A arte que se adéqua a qualquer lugar, a 'arte portátil', é, para esse autor, a arte degradada, ainda que sua execução seja impecável. Mesmo sendo um posicionamento de crítica à mecanização industrial e à produção de massa, as ideias, e, sobretudo, a produção feita por Morris, será inspiradora para o movimento de Art Nouveau, ainda que esse não recuse a indústria, mas ao contrário, se situe em seu interior. O Art Nouveau não escapa à indústria, antes, estiliza os valores da arte, tornando-os possíveis em produção de larga escala. Matiza e acredita-se como espaço criativo em que as relações entre arte, indústria, função útil e forma ornamento podem se acompanhar e devem fortalecer os valores e o cotidiano da burguesia.

O debate sobre o design de moda só se tornou mais intenso após Charles Baudelaire e seu texto *"O pintor da vida moderna"* (1996 [1863])[26]. No texto, ele expõe as controvérsias sobre as questões fundamentais da teoria da arte e da estética da segunda metade do século XIX, incluindo a abolição da tradicional hierarquia entre artes 'maiores' e 'menores', promovendo o questionamento da diferença de estatuto dos artistas e artesãos, e a vontade daqueles de ir além das fronteiras tradicionais da arte. Do final do século XIX até a primeira metade do século XX, temos muitos artistas se envolvendo em projetos de design de moda, compartilhando com os *couturiers* esse campo privilegiado de expressão artística. Isso é especialmente explicitado para o caso das vanguardas históricas, pois elas perceberam – e abriram caminho – para que os artistas, através da moda, pudessem ultrapassar os limites da arte tradicional e agir diretamente sobre a relação arte e vida, através de objetos cotidianos – já pertencentes à lógica industrial – que povoavam cada vez mais o dia a dia das pessoas nas cidades. Não houve apenas uma direção, uma linguagem seguida por todos, mas sim uma explosão de possibilidades expressivas, em que cada um dos artistas envolvidos agiu na direção que lhe satisfazia. É necessário afirmar que nem tudo foi apropriado pela moda 'oficial', porém, suas propostas fomentaram novas possibilidades, muitas vezes sendo compreendidas como antimoda[27]. No entanto, estas abriram janelas criativas, estilísticas e expressivas que fundiram arte e moda ao corpo das pessoas.

As vanguardas mergulharam em temáticas com base em valores civilizatórios da sociedade industrial e buscaram, ou tentaram formar ideias plásticas de uma cultura

[26] Artigo presente no volume *L'Art Romantique*, coletânea póstuma de críticas de arte de Baudelaire.

[27] Compreende-se por antimoda propostas de vestuário que fazem críticas abertas à linguagem corrente da moda. Dessa maneira, manipular vestuário de outros lugares (deslocamento geográfico e/ou político), de outros períodos (deslocamento temporal) e que nunca foram usados (deslocamento formal) são meios de apontar para as restrições presentes na linguagem corrente de moda. Porém, o fato de se produzir uma antimoda não significa que ela não pode ser consumida por sua lógica. Por exemplo, os movimentos sufragistas e sua luta por deixar de usar o espartilho acabam por ser consumidos no início do século XX e torna-se, assim, moda (Steele, 2003: 11-12). Os vestuários dos anos 1960 feitos como meio de questionar os padrões industriais da moda são denominados também de antimoda, pois os limites tradicionais do que compreendemos como tal são colocados em xeque e abrem novas possibilidades, tanto de produção de vestuário, quanto de novos diálogos possíveis, bem como a maneira como compreendemos o que é elegância. Estes questionamentos também são identificados no design industrial da mesma década (o antidesign) (Ver mais sobre antidesign: Cardoso, 2004; e sobre antimoda: Mendes, Haye, 2003).

industrial utópica. Haja vista que a cidade, ou melhor, a experiência da metrópole moderna, era recheada de novos estímulos, como *outdoors* de publicidade, perfis de fábricas e seus ritmos geométricos encimados por chaminés esfumaçadas, galpões e estruturas monumentais de engenharia que nasciam a todo tempo. Neste cenário da primeira metade do século XX, os artistas se confrontavam com esse espaço físico do homem moderno e intervinham como agentes que podiam (re)configurar o cotidiano. Não é equivocado perceber que o design se contaminou desta ideia, pois os mesmos valores que eram manipulados nas artes visuais, não raro, eram legitimamente manipulados pelo design (Argan, 1992: 324-330; Chipp, 1996: 331-369). Porém, é a partir das vanguardas que temos os primeiros estudos de história do design (Cardoso, 1998), tanto por aproximação de certos aspectos quanto pelo desejo de afastamento de certas características, que após a Revolução Industrial, tornavam-se inevitáveis à produção dos objetos. Para Greenberg, por exemplo, a produção da arte e do design são distintas, mesmo que não sejam de todo incompatíveis. Este autor reconhece que a liberdade conquistada pelos primeiros artistas modernistas está justamente no assumir o caráter ornamental da pintura, em detrimento da ideia fixa de imitação da natureza (ideia compartilhada em certa medida com Maurice Denis). Nesse sentido, quando um pintor assume esta posição, ele tende a desprezar a ideia de copiar 'estupidamente' aquilo que vê na natureza, e passa a não mais se preocupar com a exatidão da cópia, mergulhando então na noção de que o quadro confeccionado é uma representação, um ponto de vista pessoalmente expressivo. Desse modo, supera a hierarquia estabelecida desde o Renascimento entre artista e artesão, iniciando a linguagem moderna da pintura. Um exemplo claro desta posição é a experiência de ilustração do livro *Arte*, de Clive Bell. Neste, cerâmicas persas e peruanas, pinturas bizantinas e modernas de Cézanne e Picasso estão lado a lado dissolvendo a tradicional hierarquia das Artes (Paim, 2000, 37-52; Greenberg, 2001).

Por outro lado, a produção de objetos em escala industrial produz o Kitsch, que na definição de Greenberg é a oposição aos avanços artísticos da vanguarda. Isto

porque o kitsch é baseado na ideia de 'estilo'[28], e este não requer criação, mas sim, cópia de modelos preestabelecidos, que obedecem cegamente às normas já impostas anteriormente. Trata-se de um objeto de difusão e de fácil aquisição (econômica e ideológica). São, de modo geral, reproduções, cópias simplificadas, que visam ter leitura facilitada para o consumo imediato da classe média. Trata-se de algo simples e de fácil alcance, disponível em vitrines comerciais. Não raro, a produção de objetos kitsch é sincrética, isto é, mistura elementos retirados de contextos muito díspares, mas desejáveis do ponto de vista do consumo alienado. Este processo pode chegar ao extremo de não ter mais função a não ser a de ser adquirido, assim nascem a gratuidade e o sentido contemporâneo de decorativo[29] (Greenberg, 2001). Para pensar e conceber a escrita sobre a história do design deve-se levar em conta que nem sempre a funcionalidade do objeto é razão principal da circulação e ação dele no mundo. Aspectos Kitsch também podem circular e compor seu todo simbólico.

O design caracteriza o século XX, com suas tônicas de comunicação e produção em massa (Pevsner, 2001). Ele tem definições múltiplas que vão desde a ideia de que o design tem como objetivo criar objetos industriais que executem bem suas funções (tirando daí sua potencialidade de beleza) – abordagem bastante comum nos anos 50 – até um método de superar e resolver problemas. E também está relacionada à produção de lucro e à transmissão de idéias (Forty, 2007). Portanto, a história do design deve ser levada em consideração sob a óptica socioeconômica, pois foi a partir do processo de industrialização e das novas condições sociais advindas dessa situação que os designers trabalharam criando soluções que não só cumpriram uma função prática, mas comunicaram quem somos no mundo e quais foram nossos pares.

A história do design é uma parte da história da modernidade, já que este é consequência do mundo industrial. É também um ambiente de pleno fluxo de informações internacionais. Dessa maneira, pensar na *Coleção Rhodia* é contextualizá-la no Brasil, mas também no mundo, já que o entorno não só a influencia, mas ela também

[28] Para Greenberg 'estilo' significa arte da cópia, das sensações falsas, e da obediência às regras acadêmicas.

[29] Mais sobre kitsch ver: Moles, 1986 e Greenberg, 2001.

toca o mundo como um agente de valores de design, moda e arte produzidos no Brasil, dentro de uma lógica já globalizada (Cardoso, 2004). O ideal é escrevermos uma história que dê conta de atravessar a coleção sem ficar reificando nomes de movimentos, artistas e estilistas (Forty, 2007). Tentaremos, aqui, compreender a coleção como um conjunto de objetos-vestuários que possuem uma biografia (Kopytoff, 1986) similar entre si e que podem nos ajudar a acessar os processos de transformação da sensibilidade de moda no Brasil ao longo dos anos 60[30].

Tratar da história destas peças da coleção é recair, inevitavelmente, em uma malha de conexões entre arte e moda, fundindo, assim, aspectos e abordagens da História da Arte, Design e Moda. Este texto pretende identificar algumas abordagens mais pertinentes para se pensar essa coleção em específico. Sobre história da moda e/ou do vestuário, é necessário levarmos em conta algumas problemáticas metodológicas, tais como a forma de se escrever a história da moda e a maneira como o objeto vestuário é tratado. Segundo Roland Barthes (2005), a história da indumentária, além de ser recente, possui algumas deformações em sua origem como objeto de pesquisa. Primeiro, faz-se importante compreender o vestuário como um meio direto para se alcançar o 'espírito do tempo' (*zeitgeist*) de outra época, e com a certeza de que este elemento, em algum momento, se espalhou. E, o segundo ponto destacado pelo autor, é o de tratar o vestuário como um dado que se sucede no tempo, sempre tentando primeiro datar e localizar a origem circunstancial da peça, independente do *lócus* que ela realmente vivenciou no tempo e no espaço sociocultural com (e pelo) ser humano. Isto é, a história da indumentária é uma história historicista. Escapar destas duas ciladas é muito difícil, pois são como cacoetes intelectuais impressos em diversas publicações de história da moda, com raras exceções. A proposta aqui é compreender e estudar o vestuário como um elemento que conforma e forma a estética cotidiana do vestir e que, portanto, está imerso nos valores sensíveis de seu contexto. Tendo como base o pensamento de que, ao mesmo tempo em que a moda cria regras, abre espaço para a sua modificação e a sua atualização, tem-se que:

[30] Mais sobre a escrita da história do design ver: Ruskin, 2004; Pevsner, 2001; Pevsner, 2002; Cardoso, 2004; e Forty, 2007.

> "... o vestuário é, a cada momento da história, o equilíbrio entre formas normativas, cujo conjunto, apesar disso, está o tempo todo em devir." (Barthes, 2005:259).

A história da moda é uma história das formas, mas que tenta escapar às questões que expliquem tais formas. As explicações escapam tanto ao universo estético, quanto ao sociológico, mesmo sendo, talvez, um dos registros mais marcantes desses campos. Como qualquer *bem cultural*, os vestuários-moda sofrem atualizações e mudanças; mesmo que esperadas , as transformações das vestes não ocorrem de forma controlada ou sazonal – como muitas vezes o calendário de desfiles nos faz acreditar –, uma vez que há inovações, mas as velocidades com que estas acontecem são variáveis, e mais, elas convivem lado a lado com as tradições (Castelnuovo, 2006: 136). Este aspecto gera uma terceira deformação metodológica que é o recenseamento das 'diferenças', que deve ser compreendida tanto do ponto de vista das diferenças internas (silhuetas) quanto da história geral (conectando-as como qualificadores de época, país, classe social etc.).

No primeiro caso, os problemas que envolvem esta abordagem acabam por nos trazer a ideia de conceber as vestes enquanto dados inseridos em um sistema, ou seja, é um conjunto de proposições que se admitem como verdadeiras porque delas podemos deduzir outras suposições. Desta maneira, compreendem-se as silhuetas como padrões/modelos puramente gráficos que dialogam única e exclusivamente com a ordem estética sem relacioná-los socialmente. Assim, as mudanças são anunciadas, mas não explicadas. Olha-se a forma e esquece-se, ou desconecta-se do conteúdo. E, por isso, é dado um tratamento horizontal (camadas de roupas dispostas sobre o corpo) que não é analisado qualitativamente, mas apenas elencado (quantitativamente tratado).

No segundo caso, quando o autor se vincula a explicações ligadas ao universo da história geral, corre-se o risco de tratar e refazer uma história das elites, das lideranças, sem problematizá-las, do ponto de vista do seu caráter político, pois a classe social é reduzida a uma imagem e a indumentária nunca é relacionada com o trabalho feito por quem a usa. Datar um modelo vestimentar é sempre problemático, já que não podemos considerar a sua invenção (técnica) com o seu uso, e mesmo quando podemos, o seu uso

varia muito de local para local. Destarte, a peça de roupa (enquanto modelo) não pode ser reduzida a uma função datada. Se confundirmos, pois, as peças com sua cronologia, acabamos por cometer mais uma distorção: *"O rei fica aí magicamente investido de uma função carismática: é considerado, por essência, o usuário da roupa"* (Barthes, 2005: 262). Isto é, a roupa fica refém do significado inicial e primário dela, e toda a sua potencialidade semântica é violentamente reduzida. Nas palavras de Barthes:

> "O vestuário é sempre implicitamente concebido como o significante particular de um significado geral que lhe é exterior, mas, sem aviso prévio, o historiador ora segue a história do significante – evolução das silhuetas – ora a do significado – reinos, nações. (...) as relações entre significante e significado indumentário não podem ser dados em momento algum de modo simples e linear" (Barthes, 2005: 263).

O significado original é só o princípio de uma das diversas leituras possíveis a respeito da peça a ser analisada. O contexto, a vivência sociocultural da peça, os caminhos que trilhou são elementos contextuais que abrem possibilidades interpretativas mais amplas e mais significativas sobre o que realmente representou a peça estudada em sua conjuntura original. Isto porque, o vestuário não é só um espetáculo plástico vazio, mas antes é uma fala valorada de um sujeito em seu meio social. Por isso, no presente estudo, pretendemos, inicialmente, situar as peças da *Coleção Rhodia* dentro de uma dimensão sociocultural, isto é, perceber como as regras de disposição e uso são ali operadas, ao mesmo tempo em que almejamos apreender de que maneira essas regras gerais são reinventadas nas passarelas e nos editoriais de moda que usam essas mesmas peças[31], configurando uma constante troca dialética que estabelece uma relação semântica entre a compreensão inicial da peça e seu uso. O desafio é unir a relação entre o plano sincrônico (caráter sistêmico da indumentária) e o diacrônico (o caráter processual do traje), já que se trata de um sistema flexível (baseado em 'tendências' e não em um equilíbrio) e no qual o tempo todo elementos externos são introduzidos, tornando sua

[31] Segundo Barthes (2005), seria o confronto entre o *traje* e a *indumentária* que nos daria essa dinâmica dialética entre regras gerais e apropriações pessoais ou específicas. O primeiro termo significa para o autor o modo pessoal de usar a indumentária (são significações sempre morfológicas ou psicológicas ou circunstanciais, de qualquer maneira, nunca sociais), e o segundo seriam as regras do grupo (Barthes, 2005: 267-271).

lógica interna maleável, e simultaneamente *lócus* de integração do usuário à sociedade.

Gilles Lipovetsky (1989) descreve que a moda[32] é um fenômeno cultural dividido basicamente em dois grandes períodos: um que vem desde o final da Idade Média (segunda metade do século XIV) até, aproximadamente, 1850, quando há a organização da *Haute Couture*, por Gaston Worth (1853-1924), primeiro presidente da *Chambre Syndicale de La Haute Couture* e filho de Charles Frederick Worth (1825-1895). De acordo com o autor, a moda, sem dúvida, transformou-se, entrando em um processo em que paulatinamente adota a lógica industrial e espraia-se por toda a sociedade, deixando de ser exclusiva manifestação da elite e passando a ser acessível e utilizada por grande parte das classes sociais. E é a partir deste ponto que a moda começa a se configurar da maneira como a compreendemos hoje, isto é, a moda é uma metáfora para o advento do moderno. Da perspectiva de Lipovetsky, a clássica premissa de Thorstein Veblen (1965), que compreende o vestir como uma expressão da cultura pecuniária ou a teoria de Pierre Bourdieu (Ortiz, 1983) de entender a moda como 'distinção', não pode ser aceita. Lipovetsky rejeita a noção de que a moda tem o seu lugar e sua verdade última na existência da rivalidade de classes, nas lutas de concorrência existente entre as várias camadas e facções do corpo social. Segundo Lipovetsky (1989), a moda é mais do que um signo de ambição de classe, trata-se de um sinal que anuncia o final da tradição como referência base[33]. E indica que a distinção social e a pretensão de classe não são os únicos elementos na dialética na construção da imagem da pessoa imersa nesta lógica.

Percebemos que os significados e os valores culturais entram fortemente nesta equação. Diversos elementos, da expressão de individualidade até a posição social, são materiais, ou melhor, são informações de desempenho preponderantes no jogo da moda. Em vez de pressupor que a moda foi inventada pela indústria têxtil, apenas para criar artificialmente mercados, numa tentativa de explorar as novas capacidades de

---

[32] A moda como fenômeno sociocultural que nasce no final da Idade Média, início do Renascimento, nas cortes italianas dedicadas ao comércio coincidem com nascimento do sistema econômico do capitalismo. Assim, períodos anteriores possuem outras formas de compreender e vivenciar os hábitos vestimentares que não estão inclusos na lógica da moda. Ver mais: Lipovetsky, 1989 e Laver, 1989.

[33] Isto significa abandonar os modelos estéticos como maneira de criar dentro dos mesmos pressupostos criativos, mergulhando na ideia de incessante busca pelo novo, ou pela ideia de novidade.

produção, podemos nos lembrar de que o crescimento industrial não foi apenas uma resposta imediata causada a partir do que é considerado importante na modernidade. Moda não é, apenas, as mudanças que fazemos em nossa maneira de vestir, mas é um tipo particular de mudança indissoluvelmente ligada à modernidade e ao exercício (e busca) daquilo que compreendemos como 'novidade'. Nesta perspectiva, a moda não é uma decorrência do capitalismo, mas um dos fatores que contribuiu para a construção do seu lugar central em nossa sociedade. Assim, de acordo com Lipovetsky (1989), temos de expandir significativamente a nossa concepção de moda, compreendendo-a como algo capaz de moldar as formas de experiência social. Dessa maneira, na dialética das relações sociais, as pessoas criam aparências para os outros, e como em um jogo, os olhos se cruzam e escrutinam a forma do outro, deliciando-se em compreender (e concordar) com a visualidade do outro ou opondo-se e estranhando-se.

As questões que surgem no horizonte da arte e do design são cada vez mais similares. Assim, temas como a identidade, as questões sociais ou estereótipos, acabam por embaçar os limites entre arte e moda, já que os artistas do século XX se utilizam de estratégias da moda para explorar novas ideias e questões, ou dar novas resoluções aos mesmos questionamentos. Como as fronteiras continuarão a ser movediças, os artistas e designers de moda permanecerão a inventar mais formas de envolver o espectador, criando originais possibilidades de interação entre a arte e a moda.

CAPÍTULO 1

Arte e Moda

O presente capítulo tem como intenção introduzir de que modo a questão de arte e moda se delineou na história, especificamente durante o século XX, notando a forma como o momento de ruptura das artes – em especial as vanguardas históricas – também causou uma fissura e uma transformação na moda. Também é intenção deste capítulo apresentar o cenário específico dos anos 1960 no mundo e no Brasil tanto no que concerne às artes visuais quanto à moda.

Arte e Moda no século XX: um diálogo

A arte e a moda possuem diversas e antigas conexões[34]. Porém, é a partir de meados do século XIX, quando os movimentos artísticos, de design e de moda se rebelam contra os formatos tradicionais que nos ateremos. Neste cenário, temos a possibilidade de vestir a arte, pois se torna possível usar sobre o corpo uma *nova* proposta estética. Isto porque, os valores sensíveis anteriores não conseguem expressar a vida urbana, acelerada, industrial e individual que gradativamente se estabelece nos grandes centros. Dessa maneira, vemos florescer tanto a 'arte pela arte' quanto à *Haute Couture* (Alta-Costura)[35]. Na *Haute Couture* temos o nascimento da expressão individual de um criador,

[34] Os mais antigos elos entre arte e moda podem ser estabelecidos a partir da Renascença, início tanto da lógica da moda (Lipovetsky, 1989: 27-68) quanto do sistema capitalista. Em tal cenário, artistas como Jacopo Bellini (c.1400-1470) e Antonio Pisanello (c.1395-1455) produziram não só pinturas, como também criaram modelos de vestuário, desenvolveram padrões têxteis, de bordados e brocados (Mackrell, 2005, 05-19) para as influentes cortes da península itálica como as dos Visconti em Milão, dos Este, em Ferrara e dos Gonzaga, em Mantua. Não raro, podemos compreender as vestes escolhidas para figurar nos retratos a partir destas conexões criativas, já que os processos artísticos utilizados para o desenvolvimento de uma pintura passam, assim, como o projeto de um têxtil e/ou veste, pelos esboços e pela projeção a partir do desenho (Steele, 2003).

[35] *Haute Couture* (Alta-Costura) é a designação dada às roupas de luxo e de altíssima qualidade de artesanato feitos por costureiros que são aprovados e participam da *Fédération de la Couture*, da *Chambre Syndicale de la Haute-Couture Parisienne* (Câmara de Alta-Costura de Paris). Esta foi fundada por Gaston Worth, filho do célebre *couturier* Charles Frederick Worth, para organizar e regrar a produção de vestuários de luxo em Paris (há diretrizes sobre como uma *Maison* deve ser dirigida; regras sobre o processo criativo e produtivo; sobre a maneira e a quantidade mínima de empregados que a *Maison* deve ter; o número mínimo de criações que devem ser feitos por temporada, entre outras

e mesmo a percepção de que aquilo que cada um veste, comunica, é um texto a respeito de si próprio sobre seus corpos.

Na literatura, temos Charles Baudelaire – influenciado por Theophile Gautier – elogiando e redigindo diversos textos sobre as novas linguagens visuais e sensibilidades que se estabelecem na vida moderna. Inclui-se nestas produções, escritos que tratam da estética cotidiana, em especial aqueles dedicados à moda e à aparência, por exemplo, o já citado na introdução, *"O pintor da vida moderna"*, originalmente publicado em 1863, no *Le Figaro*. Trata-se de uma eloquente afirmação de suas ideias sobre arte, beleza e vida, desenvolvido a partir da análise que Baudelaire faz da produção de Constantin Guys (1802-1892), artista que registrava as modas femininas e masculinas, em traços rápidos e econômicos. Seus desenhos sobre o cotidiano parisiense trazem um rascunho acelerado da vida urbana, as mulheres em seus vestidos com crinolinas e os homens em sua cilíndrica silhueta negra encimada por longas cartolas eram admirados também por Eugène Delacroix (1798-1863), Edouard Manet (1832-1883) dentre tantos outros. Nos desenhos de Guys[36], Baudelaire identifica não só a moda registrada, mas o novo caráter do belo fugidio da sociedade moderna:

"O belo é constituído por um elemento eterno, invariável, cuja quantidade é excessivamente difícil de determinar, e de um elemento relativo, circunstancial, que será, se quisermos, sucessiva ou combinadamente, a época, a moda, a moral, a paixão. Sem esse segundo elemento, que é como o invólucro aprazível, palpitante, aperitivo do divino manjar, o primeiro elemento seria indigerível, inapreciável, não adaptado e não apropriado à natureza humana. Desafio qualquer pessoa a descobrir qualquer exemplo de beleza que não contenha os dois elementos." (Baudelaire, 1996: 10-11).

3. Constantin Guys, *Mulher com garotinha e homem*, séc. XIX, pena e nanquim sobre papel, fonte: Getty Foundation

caracterizações), assim, os modelos registrados na Câmara, por exemplo, eram protegidos por direitos autorais. Desta maneira, fazer *Haute Couture* não é simplesmente fazer roupas de luxo ou roupas sob medida, mas é cumprir todos os requisitos pedidos pela Câmara dando um 'selo' de controle de qualidade e de procedência (Jones, 2005, Seeling, 2000, O'Hara, 1992).

[36] Ver catálogo da exposição *Les Dessins de Constantine Guys – Fleurs du Mal* (2002).

Esta compreensão, que percebe a veste como parte de uma experiência estética, ganha voz na Inglaterra com o Movimento Estético. Este é conformado por um grupo de artistas que conferem primazia à sensibilidade visual, caso exemplar é o romance *O retrato de Dorian Gray*, de Oscar Wilde (1998), onde arte e aparência se fundem e possuem na elegância do seu protagonista sua corporificação.

Ao final do século XIX, o assunto da reforma do vestuário feminino tornara-se um aspecto de imensas possibilidades para os debates feministas[37]. A respiração com sofreguidão – devido às barbatanas e aos laços apertados dos espartilhos, então tão na moda na década de 1880 – é violentamente atacada pelos círculos progressistas, pois eles compreendiam essa forma de vestir como uma manipulação e obstrução do movimento e da própria respiração feminina. Os novos estilos 'saudáveis', contudo, indicam um deslocamento das recentes noções de vestuário como indicativos de classes e ocupação, para mais uma preocupação moderna com a roupa como significado de identidade criativa.

Na Inglaterra, o movimento estético fundia suas preocupações formais com o debate feminista e geravam trajes para as mulheres – o chamado *traje estético*[38] – que foram disseminados apenas entre as que estavam envolvidas no grupo (Kaplan, Stowell, 1995) e eram vestes inspiradas nas heroínas dos Pré-Rafaelitas[39]. O traje estético consistia em túnicas soltas, desestruturadas e com poucos detalhes e adornos, sobretudo, se compararmo-lo à moda da época – a silhueta em 'S' construída a partir do uso de

[37] A partir da década de 1850, nascem diversos movimentos que questionam o uso do espartilho, muito provavelmente, o primeiro seja o liderado por Amelia Bloomer, nos Estados Unidos. Esta ativista, além de lutar pelo abandono do espartilho, também pleiteava o uso de calças por mulheres, a abolição da escravatura e o direito ao sufrágio; há também o *Rational Dress Reform*, grupo fundado na capital inglesa em 1881, que também lutava pelo não uso de espartilhos, pelo uso de calças por mulheres, etc. Estes movimentos e questionamentos a respeito do vestuário-moda feminino influenciaram o abandono do uso do espartilho no início do século XX (ver mais sobre o assunto em Stern, 2004).

[38] O traje estético é uma proposta que advém das ideias de movimentos reformistas de vestuários femininos surgidos nos Estados Unidos em meados do século XIX, que influenciam o círculo de artistas de vanguarda inglês no final do mesmo século. A partir destas propostas, produziram-se muitas reflexões e novas formas vestimentares, encampadas pelas mulheres que viviam nestes círculos (Stern, 2004: 5-10). O traje estético articula novas noções de beleza, ao mesmo tempo em que ostenta uma assertiva modernidade (Mackrell, 2005: 96).

[39] Grupo Pré-Rafaelita: John Everett Millais (1829-1896), William Holman Hunt (1827-1910), Dante Gabriel Rossetti (1828-1882) etc.

espartilhos e anquinhas, e que era profusamente decorado com rendas, fitas, bordados e joalheria ostensiva. Aliás, quando comparada às roupas do período, tratava-se de uma revolução visual, afinal, as mulheres que adotaram o traje estético não usavam espartilhos.

4. Exemplo da silhueta em 'S': fotografia da Princesa Alexandra da Dinamarca, depois Rainha do Reino Unido e Imperatriz da Índia, c.1900

5. O modelo de traje estético inspira-se em heroínas pré-rafaelitas, por exemplo, esta pintura de Dante Gabriel Rossetti (*Proserpina*, 1874, ost, Tate)

6. Exemplo de traje estético usado pela Sra. Jane Morris fotografada aqui por Dante Gabriel Rossetti (Julho, 1865)

Notamos que se trata de unir os discursos artísticos e de moda em uma mesma perspectiva, compreendendo que a cultura material cotidiana treina nossa sensibilidade do dia a dia, e, desse modo, os engajados no *traje estético* tinham consciência de que a arte não era única e/ou exclusiva maneira de educar nossa percepção estética sobre o mundo. A partir destes movimentos para o traje estético, notamos que são as coisas do mundo, do cotidiano, que esbarram costumeiramente em nossas sensibilidades. Este grupo compreendia que o ser humano estava imerso em elementos que nos tocam sensivelmente e que, portanto, as regras das artes e da moda brincam com a vida das pessoas e da sociedade.

Os exemplos do final do século XIX nos ajudam a perceber que os artistas, designers e *couturiers* deste período já estão atentos ao fluxo dialógico entre arte e moda. Nas primeiras décadas do século XX, Mariano Fortuny (1871-1949), artista espanhol,

radicado em Veneza (Itália), imergiu em pesquisas sobre um novo tipo de vestuário feminino, que não mais tolhesse o movimento. Em verdade, a ideia era de revelá-lo em conjunto com as formas corpóreas. O artista inspirou-se no panejamento das esculturas da tradição clássica, fazendo uma pesquisa técnica sobre drapejamentos, que o levou a desenvolver tecidos e vestes agradáveis às mulheres envolvidas em movimentos artísticos de vanguarda[40]. Seus vestidos drapejados conseguiam ajustar-se ao corpo ao mesmo tempo em que não restringiam os movimentos (Steele, 2003: 7).

Uma vez que o movimento da moda é baseado na contínua busca pela 'novidade' e da rápida obsolescência dos objetos imersos nesta lógica, Fortuny inspirou-se na tradição clássica, com a sua aura de ideal duradouro e imutável, pode até parecer um paradoxo[41], mas não o é. Afirmamos que Fortuny – em conjunto com Jacques Doucet (1853-1929) e Paul Poiret (1879-1944) – inaugura o vestuário-moda do século XX, pois, ao abandonar a silhueta de ampulheta, cria uma corporalidade longilínea para as mulheres. Seus vestidos dão ao corpo feminino uma silhueta alongada e ondulante. Não é forçoso dizer que Fortuny mergulhava na tradição clássica para criar o moderno, em sua mente se fundia o pensamento simbolista, a memória pessoal e um espectro idealizado do futuro, que era a base de suas criações plásticas com perfume veneziano.

[40] São mulheres que usam Mariano Fortuny: Isadora Duncan, Eleonore Duse, Cléo de Mérode, Liane de Pougy e Émilienne d'Alençon, entre outras.

[41] Porém, a maneira como tecido é utilizado na estatuária clássica, continuamente inspirará estilistas de vanguarda ao longo do século – como veremos com Madeleine Vionnet (1876-1975) e Alix Grès (1899-1993) –, em especial àqueles que pesquisam e aspiram solucionar a problemática de alcançar um padrão de beleza dito 'universal', buscando transformar a mulher em 'deusa' através do vestido (Koda, 2000 [b], [c] e [d]).

7. Mariano Fortuny, Vestido Pregueado (modelo *Delfos*), início do século XX, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque

8. Mariano Fortuny, Conjunto Pregueado, 1934, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque

9. Mariano Fortuny, Vestido pregueado, anos 20, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque (pertenceu a atriz do cinema mudo Lillian Gish)

Com o início do século XX, temos novas ideias que foram semeadas nos territórios artísticos e do design, devido ao crescimento de artigos tratando da nova mulher, da nova ficção, do novo jornalismo e da nova arte nos periódicos jornalísticos. A Art Nouveau inaugura a ideia de que a arte deveria ser introduzida em cada aspecto do cotidiano – só que agora em roupagem industrial. Mais do que uma abordagem recorrente, no *Art Nouveau* temos a primeira linguagem artística modernista que consegue alcançar o universo decorativo e da moda de maneira mais contundente.

A ideia de obra de arte total (*Gesamtkunstwerk*) unifica as expressões artísticas e do design. Vê-se aflorar a oportunidade da interação e estimulação entre arte e moda, em diversos pontos da Europa. Neste cenário, talvez a mais pertinente contribuição seja a de Henry van de Velde (1863-1957). Fascinado pela estética do *Arts & Crafts*, pelas ideias de William Morris sobre o design, ele se convenceu de que era possível transformar a sociedade através de sua experiência cotidiana, isto é, por meio da arquitetura, mobiliário, objetos do dia a dia e – incluso neste propósito – o vestuário e ornamentação pessoal (compreendido como moda).

10. Henry van de Velde, Senhora Henry van de Velde usando vestido desenhado por seu marido, publicado na *'Dekorative Kunst'*, 1901

Este pressuposto é levado a sério, tanto que Maria Sèthe, esposa de Henry van de Velde, só usava vestuários criados por ele. Segundo o artista, o uso de vestuários que seguiam a moda francesa seria um insulto à arquitetura e decoração modernas, isto é, ao ambiente criado dentro de seus valores estéticos modernos. Para tanto van de Velde cria o 'vestido artístico' (*Künstlerkleid*) [42].

O artista-designer acreditava que as mulheres eram relevantes demais na visualidade cotidiana. Dessa maneira, suas roupas são tão importantes na composição de um ambiente quanto o mobiliário, os artefatos de decoração e arquitetura. Este posicionamento aparece no texto de van de Velde: *Die kunstlerische Hebung der Frauentrach* (1900)[43]. Neste, as propostas para as roupas femininas seguem os princípios de seus projetos em design. Assim, identificamos as mesmas linhas suaves e levemente vegetativas que notamos em seu mobiliário, artes gráficas, sobretudo, os padrões decorativos[44]. Trata-se também de um momento político alemão em que alguns intelectuais lutam contra os 'afrancesamentos' presentes na língua e nos costumes. A proposta de Henry van de Velde certamente coaduna com essa idéia[45]. Para o artista conceber e executar um vestido, era um desafio projetual de design como qualquer outro, a diferença, é que neste caso, ele tinha em mente os ideais do 'vestuário artístico' ou 'estético'. Ideias estas alimentadas pela abordagem científica – com base em médicos que

[42] Henry Van de Velde – sob influência do movimento *Arts and Crafts* e de William Morris – cunha o termo *Künstlerkleid* para definir algo como 'roupa-de-artista' ou 'vestuário artístico' (Müller, 2000).

[43] Tivemos acesso à tradução para o inglês *The artistic improvement of women's clothing* (tradução livre: *As melhorias artísticas das roupas das mulheres/femininas*) presente em Stern (2004).

[44] As vestes masculinas não são tratadas, porque, segundo o artista, esta é, por excelência, racional e moderna em diversos aspectos.

[45] A crítica que Henry van de Velde faz à moda parisiense é a de que esta homogeneizaria as mulheres e não levariam em consideração os diferentes corpos, tons de pele, cor de cabelos e olhos, enfim, impõe a todas o mesmo formato de solução corporal que, para ele, elimina a individualidade e graça que cada mulher, diferentemente, possui. Van de Velde procura escapar do sistema tradicional da moda de Paris propondo uma nova forma de pensar o vestuário feminino, isto é, propõe uma antimoda.

condenavam o uso de espartilhos – e nos debates feministas que apoiavam aparentemente todos os movimentos de reforma do vestuário. Apesar de estar distante das loucuras em rendas e bordados da moda parisiense, Henry van de Velde não abre mão do ornamento, porém, este não é de ordem naturalística, mas sim abstrata, que, segundo ele, seria a única maneira de ornar um vestido que segue ideais racionais.

Estas manifestações não se limitavam, apenas, à Alemanha; ao contrário, elas influenciaram a cena internacional da moda, espraiando-se inicialmente para outros países germânicos, como a Áustria e depois chegando a Paris. Em Viena, na Áustria, temos a produção de moda da *Wiener Werkstätte* (*WW*) [46], braço de design da Secessão Vienense. Estes artistas, arquitetos e designers de vanguarda criavam joias e roupas como complementos necessários aos projetos arquitetônicos e de interiores, assim como van de Velde. Para se criar um todo moderno, passava-se, inevitavelmente, pela maneira como as pessoas em seu interior se vestiam (em especial, as mulheres). A solução dada por estes artistas foi uma revolução na elegância feminina, do tecido ao formato das roupas, tudo foi modificado em suas propostas. As linhas plásticas trabalhadas pela *WW* eram mais sóbrias, racionais, maquinais, industriais, do que as utilizadas pelo *Art Nouveau*, elas eram linhas essencialmente modernas. As cores contrastavam violentamente, numa tentativa de expressar possibilidades de personalidade. Segundo Josef Hoffmann[47], as pessoas não percebiam que a moda era um meio de externalizar seus sentimentos, vontades e mesmo sua originalidade. A aparência foi compreendida por Hoffmann como um *lócus* em que a sociedade, ou melhor, os valores sociais são especialmente exemplificados. Por isso, nesta nova situação do mundo – industrial, urbano, moderno – as mulheres possuem liberdade com relação às cores, texturas e formas e deviam olhar atentamente para o processo histórico, no qual estão imersas para corajosamente romper com os padrões do século XIX

[46] A *WW* foi fundada por um dos principais líderes da Secessão Vienense Josef Hoffmann (1870-1956). E contou com a participação de Gustav Klimt (1862-1918), Koloman Moser (1868-1918), Eduard Josef Wimmer-Wisgrill (1882-1961), Carl Otto Czeschka (1878-1960), Dagobert Peche (1887-1923), entre outros (Brandstätter, 2000; Fahr-Becker, 2008) e teve a sua oficina de moda aberta em 1911 (Stern, 2004).

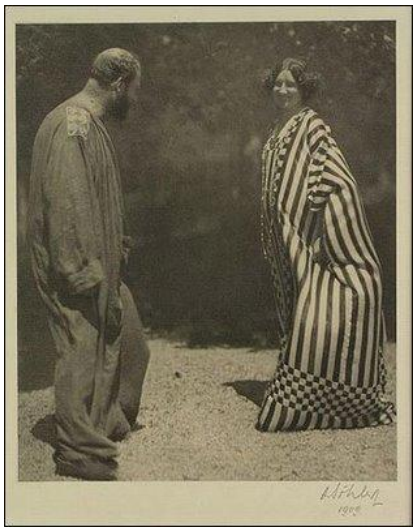
[47] Josef Hoffmann escreveu o texto *Das individuelle Kleid* no *Die Waage 1*, n.15, (9/04/1898), tivemos acesso a tradução para o inglês feita por Radu Stern intitulada *The individual dress* (2004), isto é, *O vestido individual* (tradução livre).

(Stern, 2004). Na moda proposta pela *WW* não havia linhas sinuosas ou alongamentos vegetativos ou assimetrias radicais; ao contrário, as propostas seguem o caminho de linhas retas e quando onduladas, são singelas. Os elementos construtores da aparência ganham outras soluções, muito diferentes das usadas em Paris. Trata-se de estampas abstratas e expressivas, em cores fortes, silhueta reta em vestidos amplos que não tolhiam o movimento do corpo feminino, e adornos e joias em linhas geométricas, industriais. Todo este conjunto de criações se aglutinou em uma casa de moda vanguardista: a *Schwestern Flöge* (Casa das Irmãs Flöge), que era liderada por Emilie Flöge (1874-1952), amiga de Gustav Klimt (1862-1918) e com quem se uniu em criações para sua butique. Esta era toda decorada pela *WW* contando com projetos de Josef Hoffmann e Koloman Moser, assim como tecidos e vestimentas criados pelos artistas da Secessão Vienense.

11. Josef Hoffmann e Kolo Moser, provadores da Schwestern Flöge, 1904

A butique das irmãs Flöge era uma experiência totalmente dentro da linguagem de arte, arquitetura e design modernos, propostos pela Secessão Vienense. Afinal, em um ambiente em que toda a arquitetura de interiores é composta por linhas retas, evidenciando o pensamento sobre o plano, com grossas faixas negras sobre fundo branco, as linhas sinuosas das roupas de Paris não se encaixavam. Segundo Hoffmann, era extremamente necessário colocar vestes femininas mais adequadas a este ambiente, para que elas não desestabilizassem a experiência como um todo.

Gustav Klimt e sua trupe vienense acompanham de perto o caminho aberto por Henry van de Velde, isto é, o 'vestido artístico' (*Künstlerkleid*).



12. Emilie Flöge e Gustav Klimt. Ele usa sua bata de trabalho e ela um vestido reformista, 1905-6

Klimt e Flöge iniciam, em 1906, sua parceria criativa em moda, com uma série de desenhos de vestuários, joias e padrões têxteis para *Schwestern Flöge*. Flöge possui interesses criativos alimentados, também, pelos ideais dos movimentos feministas e movimentos para o vestuário reformista feminino. Os vestidos eram de modelagem e cortes simples, conferindo toda a importância das peças aos grafismos abstratos contrastantes de suas estampas e padrões.

Em sua elegante butique vienense, Emilie Flöge não só produzia e vendia as criações feitas por ela, Klimt e todos da *WW*, mas ela própria era uma das mais ativas consumidoras destas novas propostas de vestuário. Por esse motivo, Alice Mackrell (2005) aponta o século XX como o momento em que temos as primeiras iniciativas conscientes da união entre produtores de arte e moda.

A moda deve vincular-se à ideia de 'novidade', e nada mais 'novo' do que as artes de vanguarda. Porém, esse diálogo com manifestações vanguardistas é uma manobra radical. Notamos que quanto mais longe se está de um local arduamente vigiado por críticos institucionalizados – no caso Paris e seu atento jornalismo de arte e moda, e o fato de a moda ser um sólido negócio desde o século XVIII – mais facilmente consegue-se travar uma conversa franca, em que propostas realmente novas podem surgir. Por isso, percebemos que a indumentária compreendida como meio de empreender e cultivar a capacidade provocadora e mesmo teórica da estética do cotidiano, tem uma experiência muito mais radical em ambientes fora de Paris, por exemplo, em Viena[48] (Brandstätter, 2000).

Paul Poiret só se 'arrisca' nesta empreitada após conhecer as experiências de arte e moda feitas em terras austríacas. O *couturier* francês assumidamente inspirou-se

[48] Viena não é periferia cultural nesta época, mas no quesito moda, a centralidade de Paris é inegável, e é desta que se irradia para o resto do mundo as formas vestimentares então em voga.

nas criações de moda de Gustav Klimt, Emilie Flöge e seus companheiros da *WW*, que conheceu em viagem de visita a ateliês e butiques vienenses (Troy, 2006). Poiret foi um dos primeiros *couturiers* a usar a colaboração de artistas da arte de vanguarda em Paris. Isso porque as experiências destes traziam-lhe o novo conhecimento sensível, que procurava. O estilista se utilizou da força hostil e chocante da arte moderna[49] para propor novas silhuetas ao mundo[50]. Não só contou com artistas como Raoul Dufy (1877-1953) para o desenvolvimento de estampas e design têxtil, como o próprio Poiret vestiu um manequim para ser fotografado por Man Ray (1890-1976) e que foi usado na capa de 15 de julho de 1925 no *La Révolution Surréaliste*[51].

Liberar as mulheres do espartilho é um processo cultural longo, que, sem dúvida, inicia-se com os movimentos críticos ao seu uso em meados do século XIX, passando pelo impacto dos figurinos e corporalidade do balé moderno (*Ballets Russes*, Isadora Duncan, etc.), o contínuo processo de envolvimento das mulheres em esportes (tênis, equitação, ciclismo, golfe, etc.), e um avanço das mesmas no espaço público. Paul Poiret não é, portanto, o responsável único por retirar o espartilho das roupas femininas e alterar sua silhueta, mas todo um entorno de transformações sócio-culturais, ao qual ele

---

[49] Poiret aprendeu com Jacques Doucet a respeito da força demolidora da arte moderna como inspiração criativa, sobretudo como meio de destruir os parâmetros da moda então vigentes. Doucet herdara uma coleção de arte rococó de sua família, vendeu-a ao estado francês e iniciou uma nova, agora de arte moderna. Contratou André Breton, Louis Aragon (1897-1982) e Pierre Reverdy (1889-1960) como bibliotecários que 'caçavam' obras para o seu acervo de manuscritos de autores modernistas. Vivia em uma mansão modernista em Neuilly, cercado de obras de Brancusi (1876-1957), De Chirico (1888-1978), Braque (1882-1963), Miró (1893-1983) e Masson (1896-1987), seus móveis seguiam seu gosto pelo moderno e eram de Pierre Legrain (1889-1929), Eileen Gray (1879-1976), entre outros. Doucet foi o primeiro proprietário de *Les Demoiselles d'Avignon* (1907), pintura que adquiriu diretamente de Pablo Picasso em seu ateliê (Baudot, 2002: 38-39). Incentivava e financiava jovens artistas, como, Paul Iribe, o revolucionário ilustrador de moda do início do século XX. A biblioteca a respeito de arte moderna de Doucet foi doada à Universidade de Paris e recebeu o nome de *Bibliothèque Littéraire Jacques Doucet* (http://www.bljd.sorbonne.fr/).

[50] Notar que além da influência do ambiente de Viena, Paul Poiret, vivia em uma Paris repleta de experimentações radicais. Por exemplo, os *Ballets Russes* (1909-1929) e seus espetáculos que proporcionavam a experiência de romper com o balé romântico, com a música clássica tradicional e com a sensibilidade plástica a respeito da construção dos espaços (cenários) e das vestes (figurinos).

[51] O *couturier* era identificado com os trabalhos de diversos artistas das vanguardas no início do século XX, seja por apoiá-los seja por colecionar a produção destes. Em sua coleção de arte, contava com obras de Paul Iribe, Georges Lepape, Man Ray, Raoul Dufy, Erté (1892-1990), Constantin Brancusi, Kees van Dongen (1877-1968), Henri Matisse (1869-1954), Amadeo Modigliani (1884-1920), Francis Picabia (1879-1953), Jean Metzinger (1883-1956), Robert Delaunay (1885-1941), André Derain (1880-1954) e Pablo Picasso (1881-1973), apenas para citar os mais conhecidos.

foi sensível, proporcionou tal mudança dentro do universo da moda, em Paris. Os vestidos simples, seguindo a linha *Directoire*[52] e com estampas e detalhes inspirados no mundo oriental, propõem às mulheres do início do século XX, uma corporalidade que permite movimento e leveza[53], mas que dialoga francamente com o entorno artístico, isto é, cores *fauves* e linhas cubistas. Além de alterar a silhueta feminina, o estilista segue outro elemento que viu em Viena, isto foi o franco diálogo entre artistas plásticos com a produção de design (incluindo aqui a design de moda e interiores). Logo após o *tour* vienense, Poiret lança em 1911 a *École Martine*, uma *maison* de artes decorativas. Foi a partir da fundação desta *maison* que o *couturier* convidou e iniciou sua parceria com Raoul Dufy na produção de têxteis em uma pequena tecelagem, que recebeu o nome de *La Petit Usine*[54].

Deve-se também a Poiret uma renovação nas ilustrações de moda, caracterizadas anteriormente pelos desenhos descritivos do século XIX. Nas criações de Paul Iribe (1883-1935) e Georges Lepape (1887-1971) as ilustrações ganham traços simples e composições planas. Vale apontar que são os mesmos valores almejados pelas mulheres para os seus corpos neste contexto.

---

[52] A linha *Directoire* segue a silhueta da moda usada na corte napoleônica, isto é, o chamado 'vestido-império' ou 'vestido-coluna' ou 'vestido-diretório'. Trata-se de um modelo simples de vestido com busto justo, cintura marcada abaixo dos seios e saia longa e ampla que não marca a silhueta do corpo. Esta veste tem uma leitura fortemente ligada à ideologia revolucionária.

[53] A leveza é tanto do ponto de vista visual quanto físico, desde 1850 as mulheres usam estruturas – como o espartilho, a crinolina e a anquinha – sob seus vestuários, além de diversos níveis de roupas-de-baixo, isto gera um vestuário extremamente pesado, tanto que as sufragistas norte-americanas reivindicavam, além do sufrágio e fim da escravidão, o uso de lingeries mais leves.

[54] *La Petit Usine* foi uma tecelagem de têxteis exclusivos elaborados por Paul Poiret e Raoul Dufy. A parceria, apesar de promissora, foi curta, pois, o industrial da área têxtil, Bianchini, percebendo o talento de Dufy, contrata-o para sua empresa lhe dando *"meios industriais mais dignos"* (Müller, 2000:05). Dufy passa a trabalhar na indústria têxtil Bianchini-Férrier (Perez-Tibi, 1997).

13. *Petit Courier des Dames*, década de 1840. *Fashion Plate* do século XIX, busca a representação mais detalhada possível do vestido, com o gosto pela profundidade ilusionista

14. Paul Iribe, Ilustração para criações modernas de Paul Poiret, 1908

15. Georges Lepape, *Les choses*, vestes de Paul Poiret, 1911

16. Paul Iribe, Ilustração para casacos de Paul Poiret, déc. 1910

Na Europa anterior à primeira Guerra Mundial, os *Ballets Russes* florescem transformando tudo o que até então era compreendido como um espetáculo de balé. Estes são organizados e gerenciados por Serge Diaghilev (1872-1929), empresário que concebe e promove os espetáculos. Os eventos citados não só apresentam uma nova forma de dançar, mas expressam todo o potencial vanguardista, isto é, dança, música, tema/dramaturgia, cenário, figurinos, etc., enfim, um espetáculo total em que cada uma destas áreas expressivas agem juntas criando um único evento performático de impacto sobre a plateia. Sob as mãos de Diaghilev, a ideia de que qualquer coisa do evento é meramente decoração perde o sentido. Forma e cor são postos em concordância com movimentos e sons, inscrevendo-se em um mesmo espaço. Diaghilev e o *Ballets Russes* tomaram Paris de assalto e representaram um dos acontecimentos mais marcantes do início do século XX.

A novidade de seu espetáculo era fundir cenários, movimentos, trajes e músicas para contarem juntos (e que com a mesma força e importância) o roteiro de uma história. Os parisienses tiveram sua percepção transformada para sempre, vestir-se, decorar suas casas, movimentar-se e ouvir músicas e sons passaram a ter nova conotação depois dos *Ballets Russes*. Paul Poiret era atento, e criou não só uma coleção, mas uma

série de eventos (festas) para promoveram a onda de vestes soltas e orientais que remetem claramente à sensibilidade introduzida por Diaghilev e sua trupe.

17. *Ballets Russes*, Vaslav Nijinsky e Ida Rubinstein dançando juntos em *Scheherazade*, 1910

18 e 19. Paul Poiret, *Fancy Dress*, 1911, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art

20. Paul Poiret, Denise Poiret posando em fotografias de moda para seu marido, década de 10

21. Paul Poiret, Denise Poiret posando em fotografia de moda para seu marido, década de 10

22. Paul Poiret, Daisy Irving (atriz) posa em 1910 com vestido de Paul Poiret

Ele estiliza as tendências estéticas gerais do período, colocando-as nos vestuários que cria e na maneira como os promove[55]. Toda e qualquer linguagem artística que surgia era logo consumida e digerida por ele para um novo tipo de objeto de consumo. (Mackrell, 2005: 133).

Assim sendo, o diálogo entre arte e moda, no início do século XX, pode ser pautado pelas experimentações artísticas. Por exemplo, a abstração tem conexões profundas com o universo da moda. A abstração na pintura e na escultura se inicia em alguns centros artísticos da Europa no século XX. Trata-se de um desenvolvimento do pós-

[55] Paul Poiret é um dos primeiros que investem em treinar as suas modelos, e usá-las em desfiles performáticos, chamados de *'Poiret's Mannequin Circus'* (Mackrell, 2005, 124).

impressionismo e do cubismo, que tem como intenção quebrar com a representação da natureza. Porém, há aspectos menos explorados do desenvolvimento da abstração no início do século XX, que são especialmente relevantes para o universo de moda: primeiramente, o fato de essas linguagens abstratas derivarem do universo das artes decorativas, particularmente dos tecidos (tecelagem); e igualmente a constatação de que a moda usava a abstração geométrica, como signo de modernidade, ao mesmo tempo em que obscurecia as mudanças sociais que deveriam finalmente erodir o ideal de liberdade individual artística (escala industrial) que havia então premiado os artistas modernos do início do século.

Entre 1863, quando Baudelaire situa a moda no coração do imperativo modernista, e em 1923, quando a artista da vanguarda russa Alexandra Exter (1881-1940) defende o *Vestido Industrial*[56], percebemos que a moda é usada de maneira complexa e contraditória. Baudelaire discerniu os signos da vida moderna no efêmero, no fugidio, no contingente. Localizando-os no estilo individual e gestual – portanto, no efêmero dos hábitos cotidianos, tão fluídos e inconstantes[57]. Entretanto, mais recentemente, a interpretação descrita acima, aponta a tendência de olhar a modernidade como um simples desejo de ser "do tempo" (Chadwick, 1990: 236). A emergência de novas formas de pintar, no final do século XIX, na França, vem enlaçada ao desenvolvimento concorrente de novos ambientes de mitos sobre a modernidade formados por uma nova cidade de Paris. Central no novo território da vida urbana industrial formada por *lazer, consumo, espetáculo e dinheiro*, a modernidade é ligada tanto ao desejo pelo 'novo' que a moda expressa tão bem, quanto pela busca cultural pelo desenvolvimento de uma nova linguagem visual para o século XX – a abstração.

Em 1925 ocorre a *Exposição Internacional de Artes Industriais e Decorativas,*

---

[56] Em seu texto *Industrial Dress,* Alexandra Exter aponta que: *"O ritmo da vida moderna exige um mínimo de perda de tempo e energia... Para as atuais modas que mudam de acordo com os caprichos dos negociantes em posições opostas à maneira de vestir que é funcional e bela em sua simplicidade"* (tradução livre) [*"The rhythm of modern life demands a minimum loss of time and energy... To present day fashions which change according to the whims of the merchants we must counterpose a way of dressing that is functional and beautiful in its simplicity"*].

[57] Baudelaire contrasta tais elementos com o ideal de eterno, para ele isso significa tradição clássica e, portanto, o que a arte oficial e comercial francesa perseguia em meados do século XIX.

organizada para exaltar a fusão de arte, indústrias e empresas comerciais de design decorativo. Paris, antes da primeira Guerra Mundial, é o centro das artes e da moda no mundo, depois da guerra era difícil imaginar que a cidade conseguiria retomar o seu lugar como capital da moda, porém, mesmo após a destruição causada pela guerra, temos uma demonstração da centralidade de Paris com uma exposição que resumia a moda produzida em terras parisienses: o *Pavillon de l'Élégance* no pavilhão francês da exposição. Com isso, a moda francesa demonstrou não só seu potencial criativo, mas também de resistência. Fez isso a partir das criações das *Maisons de* Paul Poiret, Jeanne Lanvin, Jeanne Paquin, Irmãs Callot e Madeleine Vionnet, que contaram com a decoração de Raoul Dufy. Este espaço foi visitado por milhões de turistas e era chamado, pelos visitantes, como 'paraíso dos compradores' ou 'museus do povo' ou 'rua das butiques para a mulher moderna'. Todas essas alcunhas revelam o olhar positivo que se teve para essa retomada da moda na cidade luz.

23. Capa da *Vogue* Britânica, jan/1925, ilustração de Georges Lepape sobre vestido e carro *Simultâneos*

A única artista ativa em Paris a ser convidada para esse pavilhão com criações de moda foi Sonia Terk-Delaunay (1885-1979) (Mackrell, 2005). Delaunay é chamada para montar uma loja, a *Butique Simultânea*, com Jacques Heim. Porém, nos outros pavilhões nacionais havia também criadores de design de moda e os que mais chamaram a atenção – em conjunto com Terk-Delaunay foram os artistas soviéticos.

Existiram duas linhas de moda feminina propostas na exposição: as silhuetas longilíneas e com curvas suaves da *Haute Couture* francesa, e as linhas tubulares, abstratas e modernas propostas por Sonia Terk-Delaunay e os artistas soviéticos. No pavilhão da URSS, o grupo de artistas-designers de vanguarda trouxe novidades em sua linguagem construtivista-produtivista. Similaridades podem ser notadas entre a produção comunista soviética e o universo ocidental capitalista no que se inserem as roupas propostas por artistas. Os tecidos são aparentados, as questões artísticas são comuns e

atuais para ambos os grupos de artistas/designers, como comentários e indicações dos conteúdos e formas de uma nova moda para um novo mundo.

Serge Diaghilev antes de formar a sua famosa companhia de balé, montou a primeira exposição de jovens artistas russos no *Salão de Outono de 1906*, trazendo o pintor Mikhail Larionov (1881-1964) para Paris, e sua companheira Natalia Goncharova (1881-1962)[58] exibindo seus trabalhos na mesma exposição. A artista-designer era entusiasta dos vestidos da *Maison Myrbor*, na qual trabalhou entre 1922-26, que ela descrevia como uma '*exposição mutante de arte moderna'*. Outro impacto para Goncharova na área de design de moda foi ver a chegada, em Paris, das criações dos construtivistas russos como Varvara Stepanova (1894-1958), Liubov-Sergeevna Popova (1889-1924) e Alexander Rodchenko (1891-1956). Eles trouxeram vestes experimentais, geométricas, industriais, enfim de vanguarda. Afinal, as criações desse grupo eram baseadas nas ideias explicitadas no *Manifesto Construtivista*, isto é, no conceito de construção da arte pela concepção puramente geométrica, refletindo a experiência maquinal e tecnológica moderna.

24. Natalia Goncharova, Casaco em seda e cetim bordados a mão, *Maison Myrbor*, c1925

25. Natalia Goncharova, Vestido em seda e veludo bordado e costurado a mão, para *Maison Myrbor*, c1923

Os artistas-designers soviéticos tinham um espaço valioso para a aplicação das

[58] Goncharova estava em sua fase raionista, fundia elementos *fauves*, cubismo e nativos decorativos russos, tudo isso refratado em raios de luz que espalhavam cores através da superfície da tela. Em 1912, Larionov e Goncharova participam juntos da segunda exibição do *Blaue Reiter* em Munique, e da segunda exposição pós-impressionista que Fry organiza em Londres. Elaboram um manifesto e organizam a primeira exposição raionista incluindo trabalhos de Goncharova, Larionov e Malevitch. A estes trabalhos abstratos somam-se exemplares de arte feita por crianças e trabalhos de xilogravuras populares russas (*luboks*), dando, assim, origem a poética abstrata de Goncharova (Chadwick, 1990: 246-247).

ideias das vanguardas, atuando a partir dos princípios de design concebidos para objetos cotidianos. Portanto, fora do eixo capitalista, também ocorreram debates e iniciativas que unem questionamentos estéticos de vanguarda e o vestir-se[59].

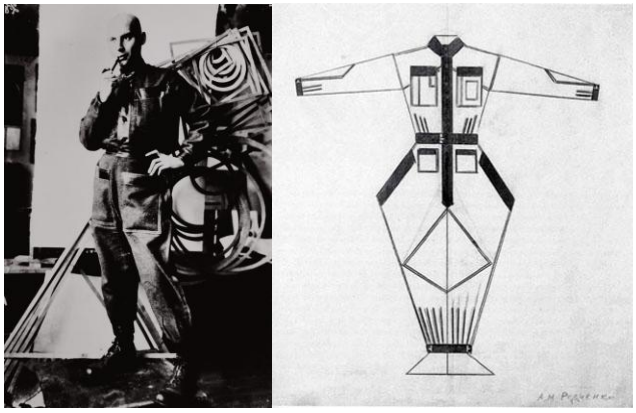
A *roupa futurista* entrou no vocabulário da Rússia em exibições, leituras e demonstrações feitas por David Burliuk (1882-1967), Olga Rozanova (1886-1918), Larionov, Goncharova e outros Cubofuturistas. A *tour* futurista de Marinetti (1876-1944) pela Rússia, em 1914, levou Alexandra Exter[60], Olga Rozanova e Alexander Archipenko (1887-1964) a participarem da *Exibição Futurista Livre* na *Galleria Sprovieri* em Roma. A partir de 1914, quando a Rússia forçou o isolamento intelectual e cultural, até 1917, no zênite do movimento da Vanguarda Russa, muitos artistas que viviam no exterior – entre eles Marc Chagall (1887-1985), El Lissitsky (1890-1941), e Wassily Kandinsky, foram forçados a retornar para casa. As pesquisas desses artistas, por uma nova linguagem estética, caminhavam lado a lado com o modernismo ocidental, ao mesmo tempo em que buscavam uma compatibilidade com a nova realidade da URSS, que se pretendia industrial. São pesquisas que se dedicam à arte anti-ilusionista, em composições bidimensionais, em que a superfície plana pintada tornasse-se o foco. O cenário soviético traz surpreendentes experiências advindas do ambiente das *VCHUTEMAS* (Escolas de Estudos de Arte Altamente Técnicos) e seus *Ateliês do Vestuário Moderno*, fundados por Nadejda Lamanova (1861-1941)[61].

[59] Na URSS, muitos projetos modernistas com arquiteturas e planejamentos produtivos para design feitos pelos artistas de vanguarda, não conseguiram ser erigidos e produzidos de verdade, ficaram para sempre em projeto e debates teóricos, isto porque os materiais e os meios produtivos eram escassos e, geralmente, danificados, devido à revolução e guerras civis (1918-21). Porém, os têxteis e os vestuários gozavam de uma situação diferente, pois Moscou possuía um parque industrial dedicado a estes.

[60] Alexandra Exter, no início associada de David Burliuk (responsável pelo manifesto *Um tapa na cara do gosto público* de 1912, advogava os princípios da desarmonia, dessimetria e desconstrução), encontra os cubistas em Paris em 1912 (Chadwick, 1990: 247).

[61] Nadejda Lamanova foi uma grande *couturier* da aristocracia russa, que se juntou aos artistas e designers da revolução e se dedicou a reformar o vestuário na URSS.

Alexander Rodchenko e László Moholy-Nagy (c.1895-1946) usam cotidianamente o macacão (*macacão produtivista,* imagens ao lado). Dessa maneira, a ideia de transformar a forma do vestir começa sobre os corpos dos próprios artistas-designers.



26. Alexander Rodchenko usando o *macacão produtivista* e 27. Alexander Rodchenko, *Projeto de Macacão Produtivista*, 1920, Rodchenko e Stepanova Archive

Em 1921, Rodchenko, Stepanova, Popova, Alexandre Vesnine (1883-1959) e Exter[62] declaram que abandonaram a arte tradicional (leia-se 'pintura de cavalete') para dedicarem-se, exclusivamente, à *arte produtivista*, o que inclui design têxtil e do vestuário. Os ateliês visavam à transformação do modo de vestir, pois tinham como meta criar formas para uma nova maneira de viver: o comunismo.

A produção artística nos anos anteriores à revolução de 1917 desenvolvia-se ao longo destas duas grandes trajetórias: de um lado o posicionamento de franco diálogo com as vanguardas europeias, de outro, um mergulho nas referências e nos valores das culturas populares locais. Durante algum tempo, alguns artistas trabalharam inicialmente nas duas dimensões, uns enfatizaram a construção, a textura e o design, como é o caso de Vladimir Tatlin (1885-1953), Exter, Popova e Malevitch que acolheram as inovações das artes europeias[63]. Do outro lado, temos Goncharova e Larionov que acreditam que somente pela referência aos valores que são próprios as culturas populares soviéticas (russa, ucraniana, etc.), os artistas podem expressar algo relevante.

O desenvolvimento de têxteis e de vestuários era central no Produtivismo que desejava fundir completamente os aspectos artísticos e tecnológicos da produção. No início de 1923, um artigo publicado no *Pravda* indicava que eram aos artistas que se devia

[62] As ideias de vestuário de Exter conseguem um grande impacto via os figurinos que faz para o cinema, por exemplo, no filme de ficção científica de Yakov Protzanov (1881-1945), *Aelita* (1924).

[63] Nadezha Udaltsova (1886-1961), estuda em Paris (1911), na *Académie de la Palette,* instruída por pintores cubistas como Metzinger, Le Fauconnier e Segonzac; e, então, retorna para a Rússia. Em 1913, trabalha com Popova no ateliê de Tatlin, em Moscou, onde fundiram os princípios do Cubismo com os da arte folclórica russa e usaram letras e fragmentos de palavras em colagens, pinturas e construções.

endereçar o problema industrial. Os primeiros artistas a responderem a esse desafio foram Popova, Rodchenko, Stepanova, Tatlin e Exter, que enviaram seus rascunhos e projetos para a Primeira Fábrica Estatal Têxtil em Moscou, mas, somente Popova e Stepanova entraram na produção de massa. As estampas eram, ao mesmo tempo, impessoais e mecânicas, demonstrando como deveria ser a 'civilização industrial'. No entanto, estes motivos abstratos, quando articulados de maneira individual, geravam formas cinéticas que poderiam simbolizar a emancipação e a mobilidade dentro desta nova realidade sociocultural (Chadwick, 1990: 257).

28. Alexander Rodchenko, retrato de Varvara Stepanova, usando lenço de seda com motivo de Liubov Popova

29. Liubov Popova, Estampas Têxteis, 1923-24, State Tretiakov Gallery

30. Alexander Rodchenko retrata Varvara Stepanova, usando vestido com padrão criado por ela

31. Liubov Popova, *Vestuário Produtivista*, 1924

32. Varvara Stepanova, *Protótipo de Roupa Esportiva*, 1923

33. Varvara Stepanova, *Projeto de Vestuário Esportivo*, década 1910

Tatlin e Rodchenko desenvolveram desenhos de roupas que ofereciam soluções para as novas funções sociais do vestir, mas Popova e Stepanova repensaram todo o processo do design têxtil e do vestuário dentro da realidade industrial soviética. Tal

situação fica clara nos artigos que publicaram na época, em especial, em um de 1923, intitulado *"Vestuário Atual – Produção de Vestuário"*[64], no qual Stepanova expõe o desafio que elas têm que enfrentar:

> "o básico da tarefa do artista têxtil hoje é o de unir o seu trabalho em têxteis com o do design de vestuários... superar todos os métodos artesanais de trabalho, para introduzir instrumentos mecanizados... ser envolvido pela vida do consumidor... pois o mais importante é saber o que acontece com a roupa depois que ela sai da fábrica." (Stern, 2004: 172-173).

No artigo de Stepanova, ela rejeita o conceito pré-revolucionário da roupa como forma decorativa e, em vez disso, define-a como um efeito estético, como um produto feito do movimento físico requerido nas atividades diárias. Popova, em seu ensaio, *"O vestido de hoje é o vestido industrial"* (1923)[65], também argumenta pela redefinição do vestuário a partir da função, isto é:

> "moda, que é usada para ser um reflexo psicológico da vida diária, dos costumes e do gosto estético, é agora recolocada pela forma de ser projetada para ser usada em várias formas de trabalho, para uma atividade particular em sociedade". (Stern, 2004: 170)

Esta forma de vestir não se centra, apenas, na construção da aparência, mas foca sua criação nas potencialidades de movimentos que as mulheres necessitam durante o processo de suas atividades. Por outro lado, a vida prática não é uma representação dos nossos valores ou de uma forma particular de trabalho de arte.

O futurismo também procura por um caminho alternativo ao da moda vigente, foca suas críticas nas vestes masculinas. Filippo Tommaso Marinetti, líder futurista, condenava a moda como algo que corrompia o mundo moderno, e que as mulheres, por sua fraqueza, não conseguiam resistir (Stern, 2004: 24-44). Porém, os futuristas não ficaram somente na crítica moral, mas abraçaram a ideia de transformar a vestimenta. No manifesto *"Pintura Futurista: manifesto técnico"* (1910) (Chipp, 1996), assinado por

---

[64] Tradução livre do texto em inglês publicada por Radu Stern (2004), intitulado "Present Day Dress – Production Clothing", do original "Kostium segodniashnego dnia – prozodezha" (LEF, 1, no. 2, 1923).

[65] Tradução livre do texto em inglês publicado por Radu Stern (2004), intitulado *The Dress of Today is the Industrial Dress.*

Umberto Boccioni (1882-1916), Carlo Carrà (1881-1966), Luigi Russolo (1885-1947), Giacomo Balla (1871-1958) e Gino Severini (1883-1966), já se indicam as harmonias das linhas e das pregas do vestido moderno, e como elas contaminam e trabalham nossa sensibilidade com o mesmo poder emocional e simbólico como fez o nu sobre a sensibilidade dos antigos mestres. A ambição dos futuristas era defender a reconstrução do universo a partir de suas ideias. Dessa forma, arquitetura, mobiliário, tapeçaria, brinquedos, comida, música, enfim, tudo estava no projeto de transformação, inclusive, as vestes.

A partir de 1914, isto passa a ser uma preocupação mais sistematizada, pois Giacomo Balla escreve manifestos sobre a roupa masculina *("O vestuário masculino futurista"* e *"Roupa Anti-Neutral"*[66]), e nestes o artista proclama que a roupa é um elemento dentro de um turbilhão de transformações, em que a base era a busca pelo dinamismo e pela novidade (identificada agora com modernismo de *avant-garde*). Se a rua é a nova possibilidade de museu ou de galeria, o vestuário deve tomar de assalto as convenções sociais.

A vestimenta burguesa (considerada por eles insossa), deve se tornar experiências plásticas complexas e estimulantes:

[66] Tradução livre do texto publicado por Radu Stern (2004), do original *Le Vêtement masculin futuriste* (Stern, 2004: 155-156). Os futuristas são produtores profusos de escritos sobre a sua maneira de pensar o vestuário dentro de uma lógica modernista, verificamos que além dos escritos iniciais de Balla segue-se uma série de outros, como por exemplo, (também redigido por Balla) "Il vestito antineutrale: manifesto futurista" (1914); um texto de Volt (Vincenzo Fani) sobre as vestes femininas intitulado "Manifesto della moda femminale futurista" (1920); outro assinado por Marinetti, Francesco Monarchi, Enrico Prampolini e Mino Somenzi, sobre os chapéus italianos ("Il manifesto futurista del cappello italiano", 1933); dois de Ernesto Thayaht ("Estetica del vestine: moda solare, moda futurista" e "Manifesto per la transformazione dell'abbigliamento maschile", ambos de 1932) e, finalizando, com o artigo de Renato di Bosso e Ignazio Scurto intitulado "Manifesto futurista sulla navatta italiana", de 1933 (ver mais sobre o assunto: Radu Stern, 2004; Steele, 2003: 11-12).

IL VESTITO ANTINEUTRALE

Manifesto futurista

Glorifichiamo la guerra, sola igiene del mondo.

MARINETTI.

Viva Azinari di Berezzo!

MARINETTI.

Vestito bianco - rosso - verde

(...) “Nós devemos destruir a vestimenta tradicional, epidérmica sem cor, funerária, decadente, chata e doente. Nos materiais abolir: o desbotado, o bonitinho, caprichosas cores neutras, desenhos com listras, xadrez ou bolinhas. O corte e o feitio. Abolição da simetria das linhas estáticas, punhos uniformes, lapelas, mau corte, etc... Pôr um ponto final de uma vez por todas nestas exumadas vestimentas de hipócrita aparência de luto. As ruas apinhadas, reuniões, teatros, cafés têm uma atmosfera de funeral porque as roupas refletem o miserável e grosseiro humor dos tradicionalistas de hoje. (...) Nós queremos confortáveis e práticas roupas Futuristas, Dinâmicas, Agressivas, Espantosas, Desejadas, Violentas, voadoras (sugerindo o vôo, alçar, correr), Fosforescentes, decoradas com lâmpadas elétricas...” (Giacomo Balla, tradução de Rubens Gerchman, 1975)

Enfim, o vestuário futurista tinha de ser agressivo, a fim de aumentar a coragem dos fortes e de perturbar a sensibilidade dos covardes, emprestando agilidade para adicionar impulso à luta, ao embate, ser forte na vontade como ordens no campo de batalha e ser usados com sapatos futuristas que dariam – ou ao menos inspirariam – pés dinâmicos, com aptidão para alegres pontapés. Mistura-se uma exaltação pelo progresso com o desejo por um engajamento de uma arte-ação, tentando mudar o homem e o mundo através dessa estratégia artística. Balla traduz em tecidos os elementos de síntese estudados na pintura como a linha-velocidade, as formas barulho e os ritmos cromáticos.

34. Giacomo Balla, *Terno para Balé futurista*, c1930

Os próprios artistas portavam suas propostas pelas ruas, andando vestidos em roupas quadriculadas, gravatas em materiais insólitos como plástico, papelão ou madeira, além de serem peças enfeitadas com lâmpadas (acionadas nos momentos ‘*eletrizantes da conversação’*). Notamos que o futurismo propunha uma antimoda. Eles eram contra a

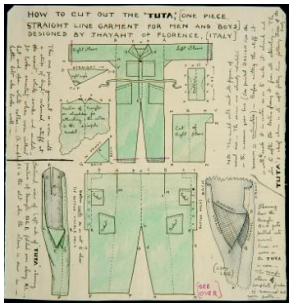
moda pasteurizada burguesa. O movimento irrompe com uma proposta para vestuários que pensava reposicionar o indivíduo no espaço urbano.

As ideias futuristas de Balla encorajam uma série de artistas, dentre eles, Ernesto Michaehelles, vulgo Thayaht (1893-1959), a montar a *Casa D'Arte,* local onde desenvolviam objetos, projetos de decoração de interiores e vestuários (Gerchman, 1975). A proposta desta *Casa*, no que concerne ao vestuário, era criar uma nova visualidade/aparência para as pessoas que vivem no mundo moderno. As propostas de Thayaht são especialmente inovadoras, já que propõem macacões – nomeados por ele de 'Tuta' – que poderiam – e deveriam – ser usados por homens e mulheres.

35. Tahyaht, vestindo a *Tuta*

36. O exemplo de Tahyaht de como usar a *Tuta* em desenho

37. Tahyaht exemplificando modos de usar a *Tuta*



38. Projeto da *Tuta*

Thayaht é um dos primeiros artistas futuristas a se envolver com a concepção e debates sobre as vestes. Este artista foi para Paris depois da primeira grande Guerra e trabalhou com Madeleine Vionnet (1876-1975), de 1921 a 1925. Conhecer o método de trabalho de Vionnet foi fundamental para notar que outras técnicas construtivas poderiam ser usadas de maneira expressiva para criar vestuários, e não apenas as antigas – e para ele já antiquadas – fórmulas de construção da alfaiataria. Vionnet é uma das precursoras do uso do corte em viés, e da modelagem feita *para* os corpos, pensando nestes como suportes da veste (*moulage*), tornando o recurso de planificação corporal (base absoluta da alfaiataria) um detalhe no processo criativo e de construção[67].

[67] Vionnet inventou o corte enviesado. Ela concebia seus modelos em bonecos em miniatura, que depois eram ampliados para o tamanho da cliente. Sua contribuição técnica à *Haute Couture* foi inigualável, pois alcançou forma e caimentos inimagináveis até então. As inspirações vinham de esculturas clássicas, com drapejados e tecidos em excesso, mas que mesmo assim não escondiam, ao contrário, revelavam o corpo feminino e sua movimentação. Sua técnica foi extensamente imitada no início do século, até

Nos manifestos de Balla existe muito dos experimentos pioneiros de Delaunay, e seus esboços e projetos (*design*) resultam, tanto em Paris quanto em Milão, em mudanças que já estavam acontecendo em vestuários masculinos[68], decorrentes do impacto da primeira Guerra Mundial, da Revolução de Outubro de 1917, das invenções do início do século e da mudança de hábitos cotidianos. Basicamente, as teorias futuristas sobre a visualidade, exploradas (tanto ideológica quanto praticamente) na pintura e na escultura, isto é, os cortes diagonais e em espiral, as cores intensas e contrastantes, enfim, a dinâmica criada sobre as telas, foi empregada em seus projetos e programas de vestuário. As roupas futuristas trazem a ideia de interação entre arte e moda, especialmente influenciadas pelos experimentos inequívocos de Sonia Delaunay e Madeleine Vionnet.

39. Jeanne Lanvin, *Geometria e Abstração*, Victoria & Albert Museum, Londres

A influência que a moda poderia propagar foi algo notado logo inicialmente por esses artistas futuristas, já que ambas as criadoras eram largamente usadas pelas mulheres culturalmente mais influentes da época, e eram amplamente copiadas.[69]

---

mesmo em Hollywood (Boucher, 1996, Laver, 1989).

[68] A moda masculina da virada do século XIX para o XX passou por transformações sutis, mas fundamentais para compreendermos as vestes que os homens usam até hoje. A discrição e a formalidade no vestir eram as regras básicas, pois a moda e suas transformações incessantes deveriam ser identificadas com o elemento feminino da sociedade. A alfaiataria complexa e as regras formais no vestir, forçavam os homens a trocarem diversas vezes de roupas durante o dia (já que a cada circunstância, o homem elegante deveria estar no traje adequado). Isto foi substancialmente transformado devido ao lazer, ao esporte e à crescente valorização da juventude. Devido a isso, temos, nas primeiras décadas do século XX, um contínuo processo de tornar as roupas masculinas mais informais e confortáveis, bem como há uma crescente valorização de atributos da juventude como a força muscular e o rosto sem barba ou bigode. Alguns adventos foram fundamentais para isso, como a camisa polo inventada pelo tenista René Lacoste, e o aparelho de barbear da marca *Gillette* (Baudot, 2002:56-59;102-103).

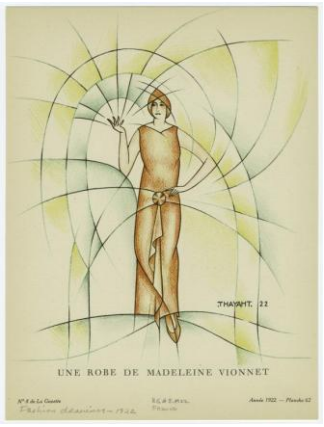
[69] A moda francesa pós-1925 é dominada por estilistas mulheres, que seguem os pressupostos de Vionnet. Essa maioria feminina é consequência direta da primeira Guerra Mundial, de modo que as criadoras estão no centro da difusão de elegância. Destacam-se: Jeanne Lanvin, Jeanne Paquin e Irmãs Callot (a *Maison* dura de 1895-1937).

Estas estilistas focavam sua produção na 'mulher moderna'. Por isso, suas linhas de silhueta tinham de ser básicas, o corte preciso e arquitetônico, os corpos cilíndricos ou retangulares. O fim das curvas é denunciado por Colette (1873-1954), na *Vogue,* em 1925 (Damase, 1997: 115), como um diálogo franco da moda com as questões cubistas. Segundo Richard Martin (1987), podemos ver como as interpretações do corpo feitas pelo cubismo ressurgem nos cortes e nas formas de vestuário de Madeleine Vionnet. O universo cubista e seus princípios foram fundamentais para mudar a sensibilidade do mundo sobre as coisas cotidianas. Madeleine Vionnet, por exemplo, transporta para o processo de fazer moda, as formas, caimentos e silhuetas em planos sobrepostos, dando uma interpretação cubista ao corpo. É o processo de organizá-lo e pensá-lo geometricamente fundamentos que podemos destacar de sua produção em relação ao mundo de sensibilidade cubista.

40. Thayaht, *Ilustração para Madeleine Vionnet*, 1922

41. Madeleine Vionnet, *Vestido de Noite*, década 1920, Metropolitan Museum

42. Madeleine Vionnet, *Vestido de Noite*, 1938, Metropolitan Museum



43. Tahyaht, *Ilustração para Madeleine Vionnet*, 1922

44. Edward Steichen fotografando para *Vogue* Americana, 1925
e 45. *Vestido Cubista*, *Vogue*, 1925

A *Vogue* norte-americana também mostra os valores das vanguardas em um artigo intitulado *"Paris pinta seus vestidos em padrões cubistas"* (1925)[70]. O artigo valorizava os novos vestuários e acessórios modernistas, baseados na pesquisa pictórica cubista.

O que nas primeiras décadas eram considerados vestuários experimentais e de vanguarda, feitos em ateliês e para o consumo de classes artísticas e intelectuais, agora, eram produzidos para o consumo de massa, cujo público-alvo era a classe. Espalhou-se, assim, rapidamente pela Europa Ocidental e pelas Américas.

46. Douglas Pollard, *Vogue*, Janeiro, 1929

Temos, assim, a constituição de uma nova imagem da mulher, mesmo que nem sempre os valores socioculturais vividos por elas no cotidiano pudessem ser mudados. Contudo, devemos assinalar que a forma de vestir indicou uma contundente mudança do posicionamento feminino na cidade.

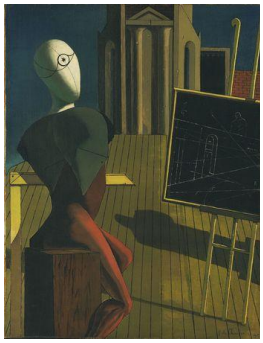
Na década de 1930, temos a Grande Depressão, que fez com que vestidos enviesados, e uma nova sensibilidade advinda da guerra – as linhas aerodinâmicas – migrassem e influenciassem sobremaneira a moda e o design de interiores. As linhas *Art Deco* atravessam os anos 30 como uma linguagem da ornamentação arquitetônica, do design industrial e da moda, em especial, das norte-americanas. Já que estas desfilavam entre silhuetas aerodinâmicas de prédios, que facilmente dialogavam com as joias, acessórios, roupas e o próprio corpo feminino do período.

A Paris dos anos 1930 oferece um cenário particularmente criativo. O manifesto surrealista de André Breton (1896-1966) cria impacto e faz diferentes personalidades repensarem suas concepções artísticas e suas expressões plásticas. No

[70] Tradução livre do texto original: *"Paris Paints its Frocks in Cubism Patterns"* (1925 in Damase, 1997).

surrealismo, temos duas ideias persistentes: a crítica da crise da cultura ocidental (todos os valores maquinais que eram tão elogiados e admirados até então, são, agora, motivo de reflexão crítica, afinal, o que a primeira guerra legou à Europa?) e a procura por reatar os valores da sociedade, agora baseados, ou melhor, inspirados, pelas teorias psicanalíticas de Sigmund Freud.

No dadaísmo, existe não só um fascínio, mas uma leitura crítica do mundo moderno, o que se constata quando se enxerga nos manequins um rico manancial de potencialidades para criar processos de antiarte. Isto é, estes objetos podem ser suporte de questionamentos ácidos que explodem com os sentidos originais do que compreendemos como 'cotidiano e normal'. Nesse sentido, o nascente varejo de moda e suas estratégias são fascinantes para esse grupo, afinal são vidas *não-vivas*, são logros. A *mise-en-scène* da moda – as vitrines – encanta os dadaístas como instrumento, como via de acesso a possibilidades absolutamente novas de expressar suas ideias sobre o mundo moderno.



47. Giorgio de Chirico, O vidente, 1914-15, ost, 89,6 x 70,1 cm, MoMA

Os manequins aparecem nas telas de De Chirico (1888-1978) a partir de 1915, como uma forma estilizada e representam, ao mesmo tempo, a presença e a ausência do corpo. Os bonecos surgem em tamanho natural nas lojas de moda como simulacros da vida, magnetizando os surrealistas como algo que lembra a vida sem sê-la. Aparenta-se, ainda, a vida em situações onde as vestes, a superfície efêmera das pessoas, são protagonistas. Os manequins são como fantasmas.

48. Man Ray, cartaz da *Exposição Internacional de Surrealismo de 1938*, fotomontagem

49. André Masson, Manequim da *Exposição Internacional de Surrealismo*, 1938, Paris, fotografia Man Ray

50. Salvador Dalí, Manequim da *Exposição Internacional de Surrealismo*, 1938, fotografia Man Ray

51. Sonia Mosse, Manequim da *Exposição Internacional de Surrealismo*, 1938, fotografia Man Ray

Em 1938, André Breton e Paul Éluard (1895-1952) organizam a *Exposition Internationale du Surréalisme,* em Paris. Nesta, cada um dos 15 participantes[71] ganhou um manequim, o qual deveria usar como suporte de suas expressões artísticas[72].

Para os surrealistas[73], a figura feminina era um manancial de possibilidades exploratórias a respeito de suas principais questões, porém, isso não poderia ser expresso sobre o corpo das mulheres. Assim, buscam uma metáfora para o corpo humano, encontrando-a nos manequins. Corpo falso, feito para participar da ficção das vitrines. Os manequins passam a ser musas misteriosas, que podem catalisar a imaginação de todos. A *Maison*, ou melhor, a oficina e a loja de moda, arrebatam os surrealistas, porque a compreendem como um *lócus* criador de acessórios e vestes que podem – ou tem o potencial de – poetizar a vida cotidiana[74]. São espaços de produção e concretização de ficções, *"... palacio de lo insólito... el espacio misterioso y maravilloso de la cãs de costura"* (Baudout, s/d: 9).

A moda parece ser um espaço frutífero para as ideias do surrealismo se espalharem, afinal, assim como a fotografia e o cinema, é um suporte que nasceu da experiência urbana moderna: a construção da imagem individual. Os surrealistas identificam, na criação de vestuário, algo similar ao processo criativo artístico que praticam. Observavam nas vitrines das lojas e magazines de moda as novas propostas

---

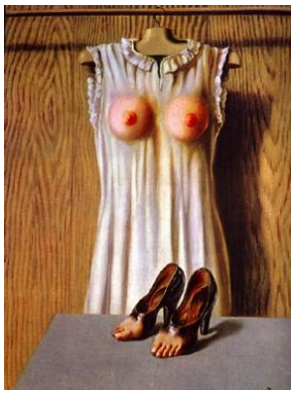
[71] Participaram desta exposição: Salvador Dalí (1905-1956), Oscar Dominguez (1904-1989), Marcel Duchamp (1887-1968), Joan Miró (1893-1983), Leo Malet (1909-1996), André Masson (1896-1987), Wolfgang Paalen (1906-1956), Kurt Seligmann (1900-1962), Yves Tanguy (1900-1955), Marcel Jean (1900-1993), Max Ernst (1891-1976), Augustín Espinoza (1897-1939), Maurice Henry (1907-1984), Sonia Mosse e Man Ray (1890-1976) (ver mais em Kachur, 2003).

[72] Outro artista que também cria sonhos – e/ou pesadelos – com manequins é Hans Bellmer (1902-1975), que mescla torsos, roupas, trapos e rendas em composições que nos lembram corpos, mas que podem ser – e são – outra coisa, como em uma lembrança de sonho, nos quais os detalhes são incompreensíveis ou difíceis de serem digeridos pela mente consciente.

[73] O surrealismo é composto por um conjunto de procedimentos de criação e expressão que utilizam todas as forças físicas liberadas do controle da razão (os sonhos, o inconsciente, a prática do automatismo, etc.) como base para a produção plástica. Trata-se de uma manifestação artística que luta contra os valores estabelecidos socialmente como arte. Desta maneira, não surpreende que a revolução surrealista tenha se espraiado para além da bidimensionalidade das telas ou do estático mundo dos suportes tradicionais.

[74] Salvador Dalí, por exemplo, fez vitrines para lojas de departamento em Nova York e para a Tiffany's.

visuais invadindo constantemente as cidades, o que os fascinava.



52. René Magritte, *Filosofia de Alcova*, 1947, ost, Thomas Claburn Jones Collection

Arrebatam-se pelos manequins inanimados e postos em cenários de sonho, criando desejos e imagéticas ficcionais bem nos centros das cidades. Um dos artistas mais entusiastas desta pesquisa é René Magritte (1898-1967), que investigará o guarda-roupa feminino e imprimirá sobre tecidos fragmentos de corpos, além de fazer trabalhos para algumas casas de moda, tais como conceber e executar catálogos.

A moda se desprega das coisas mundanas, e seu mais alto nível de execução – *as Maisons* – é um assunto para iniciados, como o surrealismo. Trata-se de uma linguagem codificada e que tende à metáfora surrealista.

53. *La Révolution Surrealiste*, capa do primeiro número, dezembro, 1924

"Toda descoberta que transforma a natureza, o destino de um objeto ou de um fenômeno, constitui um feito surrealista" (André Breton, *La Révolution Surrealiste*). Daí o gosto pelo disfarce, pela construção da aparência, pelo jogo de máscaras, pelo travestismo.

E com esse intuito temos Marcel Duchamp transformando-se em *Rrose Sélavy* (1920). Duchamp explora a feminilidade através da expressão do rosto, e das mãos, assim como da construção de uma aparência que traz os elementos visuais lidos como característicos da imagem feminina, em fotografia tirada por Man Ray.

54. Man Ray e Marcel Duchamp, ***Rr****ose Sélavy*, 1920-21

Man Ray se apropria da moda antes que ela se aproprie dele. Sua ousadia no enquadramento, seus enfoques e manipulações da imagem fotográfica, marcam para sempre a linguagem fotográfica de moda. Esta não tem compromisso com o real, mas com a experiência impactante e estética que o espectador deve ter, e, a partir

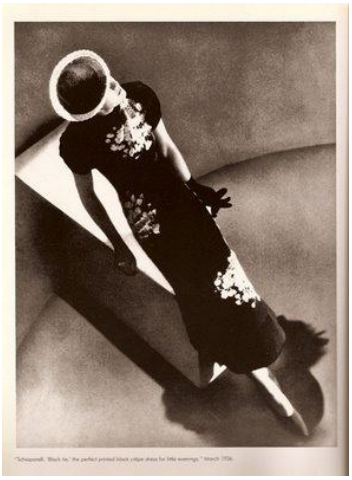
disso, reconhecer e identificar a potencialidade semântica da foto de moda[75]. Talvez, por isso, a fotografia dadá e surrealista logo foi apropriada pelo universo da moda. Em verdade, a linguagem fotográfica de moda rompe com a idéia de que o que vemos nesta imagem é algo ligado à realidade, ou o indicativo de realidade. As imagens de moda presentes em revistas especializadas falam a respeito de sonhos, de espaços simbólicos de criação sobre a própria aparência. Percebemos que nem sempre a idéia de novidade está contida na proposta de vestuário em si, às vezes ela provém da forma como esse é promovido sócio-culturalmente (publicidade e propaganda). Man Ray e seus ensaios fotográficos surrealistas são vistos, pelo universo do jornalismo de moda, como uma possibilidade de experiência visual que coincide com o que há de mais característico no sistema da moda: a promoção da – e pela – novidade[76].

Segundo Richard Martin (1987), as formas de expressões artísticas sugerem que os artistas compreendiam a moda não como algo simplesmente pertencente ao universo do mercado, mas como uma possibilidade de linguagem legítima e de longo alcance de público.

[75] Diferentemente da fotografia publicitária tradicional, que tem como foco mostrar o produto e/ou serviço a ser vendido da melhor e mais explícita maneira possível, na fotografia de moda, elabora-se uma imagem que não foca em mostrar o vestuário (matéria) inteiramente, mas sim, o espectro de sentidos que o vestuário-moda pode exercer.

[76] As fotografias de moda de Man Ray são publicadas tanto em revistas reconhecidamente de moda como a *Vogue* e *Harper's Baazar* quanto na publicação surrealista *La Revolucion Surrealiste.* Além disso, não só as fotografias, mas todos os designs gráficos das revistas de moda, sobretudo as ilustrações de moda, seguiram de perto as propostas surrealistas e empregaram diversos artistas desta vanguarda, como Eduardo Benito, que fez capas para a *Vogue* britânica em (julho de) 1926 e (julho de) 1929, além de ilustrações de peças de Schiaparelli e Chanel na década de 30 para a *Vogue* norte-americana (julho de 1938), Jean Cocteau também ilustrava para as revistas de moda, por exemplo, suas célebres ilustrações de vestuários de Schiaparelli para a Harper's Bazaar.

55. Man Ray, fotografia de moda para Harper's Bazaar, março 1936



56. Man Ray, fotografia de moda, *Vogue*, 1936

O surrealismo compreende o vestuário e o manequim como suportes, ou formas análogas ao corpo humano, fazendo, muitas vezes, um paralelo explícito com a estatuária clássica, sobretudo, identificando nestes 'organismos' possibilidades oferecidas tanto para a moda como para as artes plásticas, para representar a figura e para demonstrar a transmutação da forma encontrada na natureza em arte (Martin, 1987).

57. Alix Grès, *Vestido Grego*, jérsei azul, c1937, coleção particular

Por exemplo, Jean Cocteau (1889-1963) era obcecado pela estatuária grega[77]. Outro exemplo é Salvador Dalí, que fazia surgir, em seus quadros, drapejados que parecem ter vida própria. Identificamos neste mesmo período, nos vestidos drapejados de Alix Grès (1903-1993) – feitos em cortes enviesados à maneira de Madeleine Vionnet – assumidamente inspirados em estátuas gregas e que dialogam com os exemplos anteriores (Koda, 2000a; 2000b; 2000c; 2000d).

A década de 1930 também presencia a rivalidade entre Coco Chanel e Elsa

[77] Segundo Richard Martin (1987), no filme *The Blood of a Poet* (1930), de Cocteau, há diversas cenas em que o drapejado invade os corpos e tornam-se vívidos, criando uma transição quase imperceptível entre real e artificial.

Schiaparelli[78] surgir fortemente no mundo da moda e das artes, afinal, ambas seguem de perto os debates artísticos e produzem vestuários que estão em franco diálogo com o universo das artes.

É neste cenário que temos Gabrielle 'Coco' Chanel (1883-1971) como uma das maiores influências no estilo das mulheres se vestirem. Suas propostas vestimentares eram simples, industriais, versáteis, práticas, enfim, tudo aquilo que o estilo *Art Deco*, de certa maneira o fazia[79].

58. Man Ray, *Gabrielle 'Coco' Chanel*, 1935, Metropolitan Museum e, 59. Coco Chanel, Perfume no. 5

Chanel reduz a silhueta da mulher a roupas geométricas puras e em planos de cor contrastantes, particularmente similares ao da fase analítica do movimento cubista. A partir destas experiências, estabelece o básico de um guarda-roupa de uma mulher moderna[80]: malharia, saias curtas, calças, cardigãs, vestidos pretos ('pretinho básico'),

---

78 Elsa Schiaparelli (1890-1973) é uma estilista de origem italiana, mas que atua em Paris e desenvolve a ideia de coleções temáticas. Isto é, ela toma um tema, estuda-o profundamente, e a partir do estudo, desenvolve a coleção de roupas e acessórios. Este era também o processo utilizado por Lívio Rangan em sua orquestração para cada uma das coleções feitas para a Rhodia.

79 O perfume Chanel n°. 05 é, ele próprio, uma manifestação abstrato-industrial. Coco Chanel quando o encomenda declara: "Eu quero dar às mulheres um perfume artificial. Isto, eu realmente quero que ele seja artificial, como um vestido!". Trata-se do primeiro perfume com fragrância abstrata, e que possui um frasco que não tem nada de ornamentação ou excesso, ao contrário, trata-se de um design feito a partir da forma de um cubo, em vidro transparente, isto é, barato, resistente, prático e dentro da linguagem da vanguarda (Frankel, 2008).

80 A 'mulher moderna' ou a 'nova mulher' é reiterada nas publicações do mercado de massa desde o começo do século XX. O imaginário popular foi alimentado pela heroína do romance de Victor Marguerite, *Monique Lerbier*, de "La Garçonne" (1922), uma novela muito popular, e que foi traduzida para muitas línguas e vendeu milhões até 1929. A protagonista do livro tornou-se modelo de estética e comportamento, que as mulheres almejavam vivenciar. Ela usava cabelos e saias curtas, dançantes, praticava esportes, fazia cursos na Sorbonne, tinha vida sexual ativa e trabalhava em coisas interessantes. O ideal de novidade é extraído ou derivado originalmente das vanguardas artísticas, simultaneamente, há uma profunda mudança econômica e cultural. A imagem desta 'nova mulher' possui dados masculinizantes muito fortes (vide as pinturas de Romaine Brooks [1874-1970]), e sua aparência é arduamente construída com elementos industriais (vestuário, cosméticos, acessórios, etc.). Essa liberdade visual não refletia a realidade das mulheres. No entanto, a relação entre real e o ideal de moda dos anos 1920 deu origem a um modelo de mulher jovem e tensa, com uma aparência liberada, mas de comportamento quase sempre muito tradicional, tornando a realidade mais complexa. O trabalho não era tão enobrecedor, e sim maçante e cotidiano. Trabalhar fora exigia das mulheres uma dupla jornada (doméstica e profissional). A independência financeira trazia um poder pequeno frente às regras sociais que elas ainda vivenciavam; por exemplo, na França, as mulheres só tiveram direito a voto

joias e bijuterias que se misturam. Notamos que este tipo de experimentação na moda de Chanel usa elementos da linguagem cubista, ao mesmo tempo em que cria o início da estandardização da moda. Mais que isso, essa criadora faz roupas para uma mulher que se movimenta, sai às ruas, dança sozinha, pratica esportes, enfim, o início da 'mulher moderna'.

60. Elsa Schiaparelli, *Chapéu Scarpin*, década de 30

Elsa Schiaparelli encontrava na moda o espaço passível para desenvolver e deixar suas ideias surrealistas tomarem corpo e forma, unindo arte e vida[81]. *Schiap* implanta sua *Maison* na Place Vendôme, em Paris, em 1935. E lança suas vestimentas, que são, a um só tempo, *chiques* e *insólitas.* Por exemplo, o vestido telescópio, os botões malabaristas, os bordados audaciosos, e a chapelaria excêntrica, como o célebre chapéu em forma de *scarpin*.

Sua relação estreita com os artistas sem dúvida trazia enriquecimento às criações. Exemplo claro deste diálogo é o perfume *Shocking,* lançamento dedicado às mulheres que não queriam passar despercebidas. A modelo foi a atriz Mae West, já que seu corpo curvilíneo deu origem ao modelo do frasco, que era, além disso, embrulhado em papéis em violento rosa fúcsia – que depois veio a receber o seu nome, rosa *shocking* – finalizada com um buquê de flores e uma fita métrica 'apertando' a cintura do frasco. Schiaparelli compreendeu rapidamente, talvez como poucos, que o ato provocador era consubstancial a toda ideia nova. Isto, no universo da moda, converteu-se hoje, talvez, na noção – equivocada – de que nada choca. Schiaparelli trouxe para o mundo da moda a

em 1946, a liberdade sexual era exercida por poucas. Ao final, a imagem promissora de um novo mundo para uma 'mulher moderna' na sociedade industrial do século XX era real apenas para as mulheres ricas e privilegiadas. Essa imagem era passada – e filtrada – pela mulher trabalhadora, e funcionava mais como fantasia, do que como uma realidade que podia ser construída. No entanto, desde esse momento, a mídia fez campanhas para promover o consumo ligado aos valores da 'mulher moderna', isto é, juventude, beleza e prazer construindo a ideia de moda. Ver mais sobre o assunto em Chadwick (1990).

81 Elsa Schiaparelli foi inovadora também para o próprio mundo da moda, pois foi ela quem criou coleções temáticas, em que um tema inicial é profundamente estudado e se transforma em tema de um conjunto de roupas que são criadas para passarem uma mensagem específica, por exemplo, a coleção *Circus* ou *Astrologia/Zodíaco* (1938) (ver mais sobre a estilista em Blum, 2003; Schiaparelli, 1954).

concepção das ideias plásticas mais radicais: as aparências deveriam seduzir, provocando deslumbrar, surpreender, privilegiando o singular em detrimento do plural. A criadora de moda aplica literalmente a definição de André Breton: *"A beleza será convulsiva ou não será"*.

61. Elsa Schiaparelli, *Suéter Trompe*, década de 30

62. Elsa Schiaparelli, *Luvas*, década de 30

Segundo Fiona Bradley:

> "Talvez Breton não considerasse de todo má a diluição do surrealismo na vida contemporânea. Afinal, o movimento estava preocupado com sua disseminação. Seus integrantes viviam fascinados pelas possibilidades de comunicação que a cidade moderna lhe oferecia, bem o que essas possibilidades comportavam" (Bradley, 1999: 74).

O vestuário-moda vislumbra o universo da arte como meio de quebrar com a rigidez dos suportes tradicionais e subverter a conceituação de vestuário, ao mesmo tempo em que também subverte as definições da arte. Caso exemplar são os suéteres e casacos *trompe-l'oiel* (imitando tatuagens de marinheiros ou o esqueleto humano como se a pessoa que usasse estivesse em um raio-X) e a chapelaria surpreendente (como chapéus em forma de sapato) de Elsa Schiaparelli. Estas produções contavam com a colaboração de seus amigos artistas em seus processos criativos, e estes, sem dúvida, colocavam as ideias surrealistas em ação em seu ateliê de moda.

O surrealismo teve uma força tão grande, enquanto linguagem e pressuposto de criação artística, que o vemos se espraiando para todas as configurações de produção de imagem do período. Isto significa que sua influência vai além das artes literárias e visuais. As ideias surrealistas espalham-se pela fotografia, cinema, design e moda. Segundo Richard Martin: *"a metáfora e o significado da moda estão no coração da força*

visual da linguagem surrealista"[82] (1987). É nesse braço criativo das artes de vanguarda que associamos a produção de Elsa Schiaparelli, pois, enquanto Coco Chanel procura vestir a mulher emancipada, com roupas funcionais, e com claras influências formais do cubismo e do *Art Deco*, Schiaparelli cria uma moda inspirada pela colaboração direta com as ideias e os artistas de vanguarda como Man Ray, Salvador Dalí, Jean Cocteau, etc.[83]. Tanto assim que Chanel desenvolveu figurinos para teatro e balés[84], sendo estes uma importante contribuição junto às vanguardas.

A partir do momento em que a arte moderna se colocou como uma ação que não mais imitava ou interpretava o real, mas o construía, ela passou a ser um campo autônomo de produção de conhecimento sobre o mundo. O universo moderno pressupõe que arte, design, fotografia, moda, cinema, enfim, tudo tem como paradigma as vanguardas como meio de pensar novas possibilidades construtivas do mundo. O ato de *cortar* passa a ser o meio de quebrar com as convenções e propor um novo olhar, a construção de algo novo, de uma nova sensação:

> "O golpe de tesoura é semelhante a um golpe de máquina fotográfica e cinematográfica, a um golpe de lápis e pincel, marca uma superfície que **gera** uma realidade" (Celant, 1999:169).

Cortar é, assim, um ato criativo característico do mundo pós-industrial, que tem como pressuposto saber que se deve olhar de um ponto de vista, de uma maneira distante para as possibilidades do recorte (paisagem), para verificar as angulações e possibilidades de compreensão do mundo, pois a noção de verdade torna-se relativa. Os futuristas mergulham na ideia de intervenção do mundo fatual, para tanto, não pensam os vestuários como elementos racionais e industriais, mas como meio de comunicação de

---

[82] Tradução livre: *"metaphor and meaning of fashion were at the heart of Surrealist visual language"*.

[83] Este círculo que vivia ou gravitava em Paris durante as décadas de 1920 e 1930 são basicamente artistas ligados a todos os movimentos de vanguarda que surgiram na Europa nesse momento, significa dizer que faziam parte deste imenso círculo pessoas como Diaghilev, Picasso, Igor Stravinsky (1882-1971), Jean Cocteau, Christian Bérard, Eduardo Garcia, Marcel Vertès, Salvador Dalí, Tamara de Lempicka (1898-1980), etc. No entanto, é importante saber que Chanel circulava entre os mesmos amigos e clientes, artistas e celebridades, que frequentavam o universo de Schiaparelli.

[84] Gabrielle Coco Chanel cria figurinos para a peça *Antigone* (1922), *Oedipe Roi* (1937) e *Les chevaliers du table ronde* (1937) todas peças de Jean Cocteau; com este e Diaghilev faz o famoso balé *Le train bleu* (1924); com Stravinsky cria o figurino do balé *Apollo Musagètes* (1929); e com Dalí faz o figurino de *Baccanale* (1939).

seus ideais transformadores (como Henry van de Velde, ou Joseph Hoffman). Assim, cortes assimétricos, contrastes entre cores, a falta de unidade e a aplicação da lógica da apresentação do dinamismo do mundo moderno, conformam seus cortes abruptos e futuristas, na construção de vestes, que tentam sintetizar as ideias de mundo destes artistas.

Sonia Terk-Delaunay adiciona a isso, a consciência do suporte corporal e de seus movimentos, não focados no corte – já que os seus são bastante tradicionais, similares ao do universo da moda que a rodeava em Madri e em Paris – mas nos efeitos, no caimento sobre a pessoa, na maneira como estas viam a experiência do vestir sobre os corpos, a superfície que ganha movimento. Tanto Terk-Delaunay quanto os futuristas propõem vestes que unem a experiência de arte e vida, retirando das galerias e museus e povoando os espaços sociais que homens e mulheres circulam. Trata-se de uma consciência de que o ponto de vista pode mudar, isto é, há recortes necessários a se fazer no cotidiano para que se produza a lógica da novidade (novas sensações, novas experiências, novas formas, etc.), afinal, é isto que cria a experiência cotidiana da modernidade.

Dessa maneira, a máquina de costura acaba por ser a responsável por colagens. Colagens estas que serão caras ao universo dadá e surrealista, pois apesar de ser uma composição, em sua leitura e sentido, as colagens são instáveis e sempre há um ar de 'aleatório', de algo que foi captado e colocado em um lugar que não é originalmente o *seu*, no mundo das coisas. O surrealismo apropria-se dos objetos e os redireciona, comungando-os com os corpos, criando a partir da dissolução do objeto: o pé agora é sapato, o sapato agora é chapéu, a boca é a abertura do bolso, enfim, transforma o vestir como algo ativo na comunicação, não mais uma comodidade, mas um espaço de mutação e questionamento constante sobre o que compreendemos como corpo e vestuário, aliás, não mais pensados em separado, mas em uma comunhão íntima e constituinte da experiência artística e do design de moda.

Arte vestível e moda nos anos sessenta

A moda nos anos 1960 provém de um cenário em que o *prêt-à-porter* é uma realidade já consolidada desde a década anterior. A roupa funcional já não é algo do universo experimental, mas faz parte do dia a dia de qualquer um na paisagem urbana. As transformações desta década estão profundamente ligadas aos impactos e às consequências do final da segunda Guerra Mundial. São elementos transformadores da ordem sociocultural: (1) a geração *baby-boom;* (2) o crescimento do nível de vida; (3) a abertura do mercado (Mercado Comum Europeu); (4) a urbanização da vida cotidiana (60% da população do mundo capitalista vive em cidades); (5) o alto poder de consumo; e (6) a expansão da indústria do vestuário. Sendo que esta última atende, agora, a um consumidor sensível aos fatores formais transmitidos a ele via televisão, cinema, jornalismo especializado, publicidade, etc.

Na década de 1960, temos a consolidação da moda enquanto indústria, isto significa que há a conformação de uma cadeia produtiva que age e movimenta suas estratégias tendo como horizonte a ideia de moda. Portanto, esta deixa de ser uma lógica exclusiva da área de consumo da elite e passa a ser algo consumido por todas as classes (Ruffat, 2000).

Os estilistas sabem, pois vivenciaram ou conheceram a força dos diálogos com a arte. E o público compreende o espaço da arte como um lugar de criação do novo ou da ideia de novidade. Dessa maneira, criadores de moda apropriam-se de ícones da arte e os popularizam como os *vestidos Mondrian*, de Yves Saint Laurent (1936-2008). Este estilista aplica as telas abstratas de Mondrian sobre o corpo feminino, recorta tiras negras, quadriláteros vermelhos, amarelos, brancos e azuis e reproduz a abstração *sobre* e *para* os corpos. Substitui a tela e o chassi pelo corpo como suporte. O vestido feito para a coleção de *Haute Couture* foi amplamente copiado, disseminando os quadros de Mondrian de maneira industrial. Transformou algo que era do debate de poucos, para o mercado de massa. Seguiu-se a essa empreitada, em 1966, a coleção *Pop Art*, que Saint Laurent, sabiamente, fez para a sua marca de *prêt-à-porter Rive Gauche*, também popularizando os questionamentos da arte, só que agora os termos eram industriais.

Saint Laurent usou, também, as artes visuais com entusiasmo; em muitas coleções, inspirou-se – e estabeleceu diálogo – por exemplo, com Pablo Picasso, Henri Matisse e Andy Warhol. Mas, assumidamente, não se colocava como artista, pois acreditava que o seu *métier* era diferente.

63. Yves Saint Laurent, *Coleção Mondrian*, 1965

64. Yves Saint Laurent para *Rive Gauche*, Vestido da coleção *Pop Art*, 1966

Os artistas, agora, se apropriam do vestuário como uma extensão de suas questões em três dimensões e em movimento. Como quando Lucio Fontana (1899-1968) – em conjunto com Bruna Bini – utiliza o vestuário como suporte da expressão de seu *manifesto espacial,* 'abrigando' vestidos em suas telas rasgadas. Estes representam os questionamentos sobre a fronteira entre o *indivíduo* e a *sociedade*, entre o *dentro* e o *fora*, entre estar *protegido pela veste* ou *estar nu*. Bruna Bini, além desta parceria, promove, no ano de 1961, um desfile de roupas-de-artista em sua *Maison*, em Milão.

65. Lucio Fontana, *Conceito Espacial*, 1965, MAC-USP

66. Lucio Fontana e Bruna Bini, *Vestido*, 1961

Fontana apresenta o plano de conjunção entre o interno e o externo da vestimenta, entre tecido e corpo, o corte sobre a tela retira dela a tensão; no vestido, cria o contato direto com a carne, promove o questionamento sobre o dentro e o fora (arquitetura), sobre o natural e o artificial, ocupa o espaço e torna o mundo consciente de que as vestes são tridimensionais de forma efêmera, que a todo tempo se transformam a partir do movimento corporal. Intervém em nossa percepção no espaço e é uma proposta visual que desfila – em performance – pelo mundo.

A *Pop Art* possui diversos interesses na moda, pois sendo um movimento de reação ao Expressionismo Abstrato, retoma a arte figurativa[85]. Porém, agora não mais sob a égide da tradição clássica, mas das artes cotidianas, que povoam o universo urbano industrial do pós-guerra. Trata-se de um movimento sem definições advindas de manifestos, mas no qual podemos identificar alguns pressupostos gerais, baseados no uso do imaginário da cultura de massa e do consumo – tal como histórias em quadrinhos, publicidade, embalagens, cartazes, etc. – para criar críticas ao ambiente consumista e sua mentalidade. A agressividade do design comercial 'contaminou' o espaço artístico, ao mesmo tempo em que firmou a produção artística como algo que é, no pós-guerra, simultaneamente fruto desta lógica cotidiana, amparada pelo consumo e pelo espaço de crítica deste mundo[86].

Dentre os artistas norte-americanos empenhados nesta vertente, Andy Warhol (1928-1987) é o caso exemplar que usa o diálogo moda-arte como forma de manifestar seus questionamentos através de uma linguagem que una visceralmente arte e vida. Warhol começa sua carreira como artista publicitário dedicado especialmente à moda. Dentre estes trabalhos, ele fez ilustrações para as publicações *Mademoiselle*,

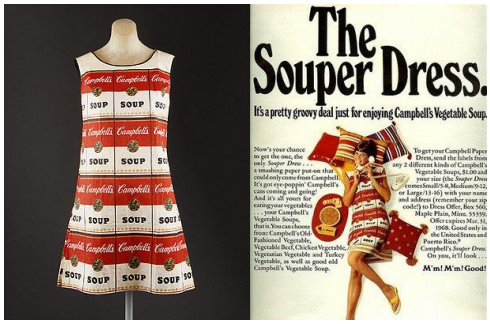
---

[85] A *Pop Art* quebrou os valores recém-institucionalizados pelos críticos e marchands da 'Escola de Nova Iorque'. Ela retoma a figuração e tenta restaurar as matrizes da arte moderna: a relação da arte com a vida e a valorização da experiência do espectador. Prenunciada por Robert Rauschenberg (1925-2008) e Jasper Johns (1930), tal conceito introduz a cultura de massa urbana – o chamado Kitsch – nos objetos artísticos. A fala de Rauschenberg é exemplar para compreendermos isso*: "As pinturas relacionam-se tanto com a arte como com a vida. Tento agir na brecha entre as duas"* (Rauschenberg apud Bueno, 1999: 192).

[86] Segundo Edward Lucie-Smith (2006), inspirar-se no design comercial (e consequentemente em sua implacável técnica de venda) trouxe à *Pop Art*, sobretudo a norte-americana, um dado de agressividade muito potente, reverberando como algo que está profundamente ligado a uma ideia de continuidade com o passado, ou, ao menos, com o cotidiano das pessoas (Stangos, 1991:160-169).

Vogue e *Harper's Bazaar*; produziu vitrines para as lojas de departamento nova-iorquinas; e desenvolveu peças de publicidade de grande sucesso para os sapatos *Miller & Sons*, de 1955 a 1959, que eram publicadas no jornal *The New York Times.* Nos anos 1960, ele enlaçou a linguagem musical e fílmica, criando personagens que eram especialmente vestidos por ele. Suas atrizes, por exemplo, tornaram-se modelos que sustentavam vestidos de papel com bananas estampadas.

Andy Warhol, em 1966-1967, fez uma série de vestidos de papel[87], seguindo a silhueta 'A' e os estampou com suas pinturas baseadas em latas de sopa *Campbells*; as roupas receberam o explícito nome de *Vestidos Sopa* (1966-67).



67. Andy Warhol, *The Souper Dress*, 1966-67

Os *Vestidos Sopa* remetiam diretamente ao consumismo, e desempenhou um papel importante na divulgação da *Pop Art*. Isto porque, o consumo de moda desenfreado tem nos vestidos feitos de papel e a silhueta em forma de 'A', sua forma mais comum, já que, experimentar novos materiais para a fatura de peças de vestuário, foi uma das grandes características da moda jovem[88] deste período. A ideia mais proeminente da moda neste período é a de que os formatos usados pelos pais deveriam ser descartados. Assim, materiais caros e luxuosos, acabamentos complexos, exigência de roupas feitas sob medida, referência direta advinda da *Haute Couture*, são dados postos de lado na nascente moda jovem. Materiais baratos e alternativos (e porque não experimentais),

[87] Vestidos de papel foram inventados pela *Scott Paper Company* em 1966, como instrumental de marketing e publicidade. O 'papel' é um TNT (tecido-não-tecido), composto normalmente por 93% de celulose e 7% de nylon, e eram descartáveis.

[88] A moda jovem começa a nascer nos Estados Unidos e na Inglaterra a partir da década de 1940 e possuiu duas vertentes: a dos os campi universitários (estudantes que inventavam culturas de vestuários próprias, incorporadas por produtores locais), e a dos bairros de imigrantes (que com hábitos musicais e dança diferentes também desenvolveram formas de vestuário específicas), criando práticas vestimentares que rompiam com os padrões estabelecidos pela moda feminina parisiense ou pela elegância masculina advinda de Londres. Porém, seu impulso mais forte veio com a geração *baby-boom,* na década de 1960, que tanto na América quanto na Europa, embarcam na mesma rejeição aos valores do vestir das gerações precedentes. Os jovens passaram a ter a sua própria categoria geracional e esta foi alargada pela escolaridade prolongada e pela entrada tardia no mercado de trabalho em níveis mais abastados. O centro cultural deste novo grupo de consumo é a cidade de Londres, neste momento vivenciando o *Swinging Sixties.* Ver mais: Breward, Gilbert, Lister, 2006; Mendes, Haye, 2003.

construção simples e acabamento industrial são as armas dos designers que fazem roupa para a juventude. A silhueta em 'A', que não marca curvas, nem mesmo fica justa ao corpo, pode ser feita dentro de medidas padronizadas, e em massa, barateando imensamente o custo final. A moda jovem tinha que ser barata e altamente volátil, acompanhando a aceleração do ritmo de vida que a geração *baby-boom* vivenciou.

68. Vestido de Papel, *Dispo*, por Diane Meyershohn e Joanne Silverstein, Inglaterra, 1967

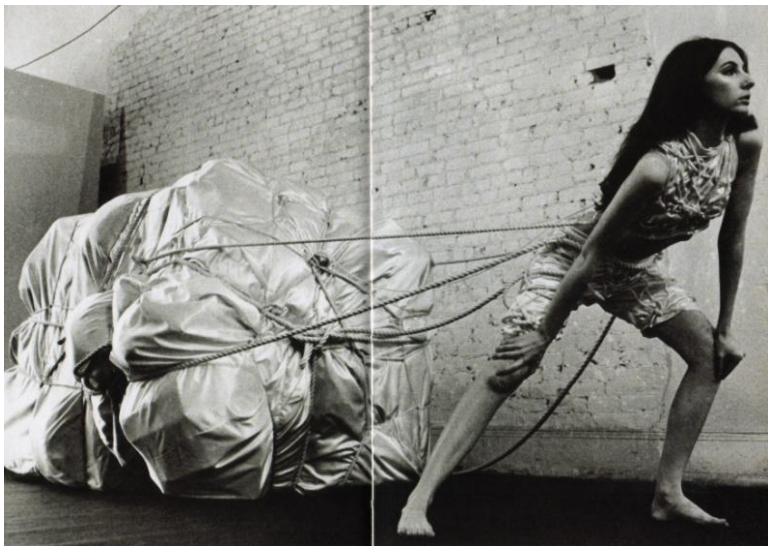
69. Vestido de Papel, *Waste Basket Boutique* por *Mars of Asheville*, EUA, 1967

70. Leonard Joseph, Vestido de Noite para *Look Boutique NY*, 1968, Celofane

Warhol era sensível a estes movimentos e estende sua influencia sobre a moda – ou o *Warhol look* como aponta Mackrell (2005) – através da *Paraphernalia* (misto de butique e galeria de arte) que abriu com sua amiga Betsey Johnson (1942-). O artista criou visuais em plástico, papel, metal, etc. Com a banda *Velvet Underground* – da qual ele era o empresário – organizou a abertura da loja, que tinha como meta ser um *happening* contínuo. Percebemos que o vestido acaba por ser um tecido, uma trama que une elementos que parecem díspares. Isto tem continuidade, pois enquanto Andy Warhol transpôs seus quadros para vestidos, o estilista Halston (1932-1990) – seu amigo – contamina-se com a ideia e estampa imensas flores em suas criações, inspirado nas telas de flores de Warhol.

No cenário artístico da década de 1960, destacamos as experiências que centraram esforços sobre o corpo e que acabam por trazer questionamentos resolvidos plasticamente em *Body-Art*, performances e em arte vestível (ou roupa-de-artista). No caso de performance e arte-vestível, podemos destacar a obra de Jeanne Claude (1935-2009) e Christo (1935) intitulada *Vestido de Casamento* (1967), que demonstra não só a

constante temática do casal em cobrir objetos e monumentos com tecidos criando uma 'roupa' que lhes transforma, ou melhor, revela (e mesmo constrói) a silhueta do objeto, como todo vestuário faz – como também evoca, a um mesmo tempo, tanto o peso do casamento quanto a liberdade dos minivestidos, tão em voga na moda jovem dos anos sessenta.



71. Christo e Jeanne Claude, Registro da Performance *Vestido de Casamento*, 1961

Os materiais passam a ser foco dos processos criativos e temos a plenitude desta pesquisa com a *Land Art,* a *Body Art* e com *Arte Povera*. Nestas, as coisas reais do mundo que nos cerca que se erigem como meios que são o início do processo de significação. Segundo Germano Celant:

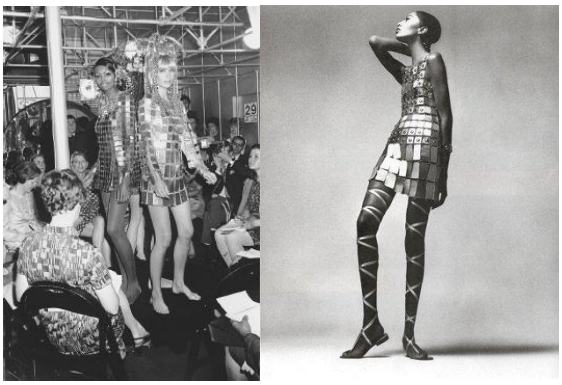
> "O golpe de tesoura abre agora uma fissura ou um talho através da crosta terrestre, demarca um ambiente natural. O vestido se mimetiza com ele e se transforma em um jato de energia ligado à vitalidade de uma árvore ou de um peixe, de uma abóbora ou de uma excrescência epidérmica". (Celant, 1999: 175).

O design da década acima mencionada encara uma série de problemáticas ligadas à tecnologia e à maneira de aplicá-la em um processo criativo que lhe dê uma atividade significativa. Estes esforços vão ao sentido de tornar o design mais próximo às necessidades sociais. No caso do vestuário, é importante destacar que é nesta década que muitos elementos da sociedade industrial e sua tecnologia são consolidados, como o uso dos fios sintéticos e a moda jovem, um dos mais importantes expoentes – tanto criativa

quanto quantitativa – na produção confeccionista da Europa e da América. As formas dos vestuários foram inovadas constantemente durante toda a década, devido tanto ao diálogo com a arte quanto com a tecnologia[89]. Novos comportamentos sócio-culturais se mesclavam a esses ingredientes e a moda tornou-se definitivamente um veículo de expressão de pensamentos.

A bibliografia tradicional de história do vestuário e da moda (Boucher, 1996; Laver, 1989; e Mendes, Haye, 2003) apresenta essa década como um momento de ruptura nos parâmetros da moda e consonância com a arte do período. Por exemplo, Yves Saint-Laurent criou em 1966, em sintonia com a arte contemporânea, a *coleção Pop*. No mesmo ano, Paco Rabanne (1934) organizou seu primeiro desfile com manequins negras, dançando descalças ao som de *Marteau sans Maître*, de Pierre Boulez (1925). Ainda nesta década, Rabanne criou os vestidos em malha de alumínio, com clara inspiração nos móbiles/instalações cinéticas de Julio Le Parc (1928). As inovações artísticas entram no universo da moda, não mais apresentando novas formas de vestir, mas justificando-as através de um discurso que se encaixa com a ideia de contemporaneidade.

72. Julio Le Parc, *Escultura Cinética*, c1967, alumínio



73. Paco Rabanne, inverno de 1968, *A água* (esquerda) e *O Fogo* (direita), minivestidos feitos em placas plásticas prateadas e douradas
74. Paco Rabanne, Donyale Luna veste coleção de 1966, fotografia de Richard Avedon

As novas tecnologias também são consumidas como um elemento de 'ser moderno' e, sobretudo, com o apelo da 'era espacial', pois desde 1957, quando o *Sputnik I* foi colocado em órbita, as viagens espaciais povoaram o imaginário das pessoas. Ir ao

[89] Isto se refere tanto às novas tecnologias têxteis, novos materiais, quanto ao imaginário sobre a tecnologia e seu poder transformador, isto porque essas ideias eram alimentadas vorazmente pela competição espacial entre EUA e URSS durante a Guerra Fria.

espaço significava a libertação das leis da gravidade que condenavam o homem a permanecer inexoravelmente preso a Terra. Adentram, no universo da moda, materiais que trazem em si uma sustentabilidade, dando a impressão de que não obedecem à gravidade, são eles metalizados, vestidos-tubo estruturados, tecidos encorpados, emborrachados, metais, ilhoses, zíperes, elementos identificados como futurísticos[90]. Como exemplos de tais tendências, aparecem os primeiros modelos da Emilio Pucci (1914-1992), inspirados na aerodinâmica e trajes esportivos, e de Pierre Cardin (1922-) e sua coleção *CosmoCorps*, de 1964:

75. Pierre Cardin, Coleção *CosmoCorps*, 1964, fotografias publicitárias

Essa coleção tenta usar todos os referenciais ligados à nova sensibilidade advinda da experiência espacial, como fazer vestidos tubos, em tecidos encorpados, dando a impressão que a gravidade não age sobre eles. Ao mesmo tempo em que remetem à ideia de reinventar a alfaiataria, como contraste, na fotografia da direita, temos à esquerda um homem vestido como um 'típico inglês': alfaiataria em cor cinza rato e o icônico chapéu coco. Os modelos masculinos que se seguem usam botas sobre a calça, cores fortes (vermelho, verde, roxo e preto), materiais surpreendentes (zíper, cintos claros, vinil etc.), cabelos longos e bagunçados. Notamos que, se na tradição, a Inglaterra

[90] Os filmes de ficção científica são grandes referências deste tipo de moda nos anos 1960. Não está em discussão se eles tinham um apelo crítico como '*2001 – Uma Odisséia no Espaço'* (1968), de Stanley Kubrick, ou se eram leves e libertários sexualmente como em '*Barbarella'* (1967), de Roger Vadim. Neste, Jane Fonda é a protagonista que se veste em roupas mínimas metalizadas e/ou em plástico e placas feitas por Paco Rabanne, o que fez com que a personagem fosse o novo modelo de mulher emancipada sexualmente e sexy ao mesmo tempo.

dá as diretrizes de elegância dos homens, também é ela quem inspira o criador francês em sua aventura de criar roupas para jovens.

Em contraponto a esse movimento de total fascínio pela tecnologia, temos o surgimento, na segunda metade da década de 1960, de movimentos de contra-cultura que criticam essa idolatria à tecnologia: o movimento *hippie*. Este tinha aversão aos materiais tecnológicos e preferência assumida por materiais naturais e com clara inspiração em roupas já descartadas pela lógica do capitalismo (modas antigas, vestuário de segunda mão), bem como em vestuários originalmente não-ocidentais (em especial, as vestimentas com inspiração na Índia e no Marrocos). A moda *hippie* é um movimento de antimoda, em que as peças de vestuário usadas possuem seus referenciais deslocados ou no tempo ou no espaço. Destacam-se como criadores dentro deste estilo Zandra Rhodes (1940-) e Barbara Hulanicki (1936-), inspirando-se em vestes orientais como batas e caftans, e Emilio Pucci, com sua estamparia psicodélica:

76. Zandra Rhodes, *Caftan*, 1969, Victoria & Albert Museum

77. Zandra Rhodes, *Vestido*, 1968-69, seda, Metropolitan Museum

78. Zandra Rhodes, *Vestido*, 1969-70, tecido sintético, Metropolitan Museum

79. Emilio Pucci, *Vestido de Noite*, 1966 (feito para a Saks Fifth Avenue, NY), seda, Metropolitan Museum

80. Emilio Pucci, *Vestido*, 1965, seda, Metropolitan Museum

81. Barbara Hulanicki (butique Biba), *Colete*, c1969, brocado, Metropolitan Museum

Portanto, os anos 1960 pairaram sob uma tensão entre referências, ora à tecnologia de ponta e referências claras aos valores capitalistas, ora à arte popular, exótica e novas formas sensíveis, advindas de fora da lógica capitalista (Laver, 1989, Seeling, 2000, Breward, 2003, Mendes, Haye, 2003, e Calanca, 2008).

O contexto de moda e artístico no Brasil

A moda no Brasil dos anos 1960 caracterizou-se por fazer parte de um panorama que almejava por desenvolvimento tecnológico, sobretudo nos meios de comunicação, e pela internacionalização dos processos culturais e dos movimentos sociais, havendo uma busca por desarmamento, desenvolvimento e descolonização (Gontijo, 1987). Ao mesmo tempo, o país ansiava por criar expressões que falassem de nossa forma *sui generis* de ser, valorizando expressões artístico-culturais próprias de terras brasileiras. Dessa maneira, notamos que o cenário é de tensão entre ser internacional e local, entre falar uma linguagem que circunda o mundo ou falar aos que são os pares culturais diretos. Isso influi muito na maneira como percebemos as produções de moda ao longo do final dos anos 50, anos 60 e início dos 70.

Após a primeira Guerra Mundial, a mais importante casa de moda do país estava no Rio de Janeiro, e era a *Canadá de Luxe*, comandada por Philomena Pagani Selleri, ou como era mais conhecida: Mena Fiala (1908-2001). A *Casa Canadá* – como era

mais conhecida – trazia modelos de Paris importados, e vendia cópias autenticadas[91] de *maisons* francesas como Christian Dior (1905-1957), Balenciaga (1895-1972) e Jacques Fath (1912-1954), isto é, os três grandes mestres da moda francesa do pós-guerra. Dessa forma, não só os modelos vestimentares chegavam ao país, mas a tecnologia de como executá-los também.

Uma série de estilistas dos anos 1950 e 1960 tiveram seus primeiros contatos com a alta-moda internacional através dos salões e desfiles promovidos por Mena Fiala, em sua *Canadá de Luxe.* Além disso, a *Canadá* também criava modelos próprios, sobretudo de noivas. Mena Fiala era uma criadora inventiva e até mesmo experimental, pois criava novas técnicas e ousava na utilização de novos materiais. Por exemplo, quando sua filha Lucianita casou-se, em 1953, ela fez um vestido em filó de nylon[92], uma novidade sem precedentes e que superou as expectativas. Afinal, tecidos sintéticos só eram usados em roupas de baixo, sua ousadia teve crítica favorável e o vestido foi comparado ao vestido usado pela rainha Elisabeth II da Inglaterra, que subira ao trono em junho do mesmo ano e que teve seu vestido de coroação muito elogiado (e copiado). Apesar de nunca terem trabalhado na *Canadá*, tanto Dener Pamplona de Abreu (1936-1978) quanto Guilherme Guimarães (1941-), expoentes da moda nas décadas seguintes, dizem ter aprendido muito com o que viam na *Canadá de Luxe* (o primeiro frequentava o ateliê das costureiras e o segundo o salão de desfiles). A disseminação da informação de moda que a *Canadá* trazia do exterior se dava através das colunas sociais em jornais de circulação nacional e regional (Rio de Janeiro e São Paulo)[93] e era diretamente ligada a *Haute Couture* produzida nas *maisons* francesas.

A Rhodia tem papel crucial em uma guinada em direção à superação da

---

[91] Uma prática muito comum no pós-guerra, as *maisons* parisienses vendiam o direito à cópia para casas de costura espalhadas pelo mundo, em especial para países da América. O kit de cópia vinha com modelagem, indicação de tecido, quantidade de possíveis cópias e etiquetas originais para serem colocadas após a roupa ser confeccionada. Além da Casa Canadá, Dener Pamplona de Abreu – em São Paulo – e José Ronaldo – no Rio de Janeiro – executavam modelos advindos das *maisons* francesas, além de suas próprias criações (Manchete, 1961, 478, p. 84).

[92] O filó de nylon é um tecido reticular de malha fina feito em fibra têxtil sintética (nylon).

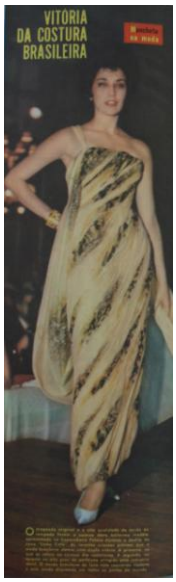
[93] A *Canadá* vestiu primeiras-damas, mulheres que circulavam no poder e também atrizes e cantoras. Por exemplo, vestiu Sarah Kubitschek na posse de JK em 1956, e na inauguração de Brasília em 1960, aliás, nesta festa, mais da metade das convidadas vestia *Canadá de Luxe* (Queiroz, 1998).

imitação das formas e técnicas francesas, iniciando com discursos e ações que pretendiam não só copiar, mas emular o modelo europeu de produção de moda. Destacamos que não só o formato modelar francês foi usado pela empresa, mas também o italiano e o inglês, o que colaborou para adentrar em concorrência com a imensa máquina industrial de moda que se formou nos Estados Unidos, após a primeira Guerra Mundial.

Ademais, tal negócio foi feito através de uma empreitada que visava superar o modelo do fazer moda até então instituído a partir da inspiração em motivos e hábitos locais. Assim, Dória (1998: 67-68), a partir da fala de Alceu Penna (1915-1980), demonstra o projeto da Rhodia de uma *moda brasileira* através da consolidação cultural de como pensar o que era fazer moda no país:

> *"Na estação em curso, a moda está se inspirando em trajes de Espanha, nas listras indianas e nas de Marrocos. Em grande evidência, o bordado Inglês. Ora, por que o bordado Inglês? E por que não o do Ceará? Por que Espanha, Índia, Marrocos e não o Brasil? Até onde uma linha de inspiração brasileira poderia influenciar a moda internacional? Uma linha de expressão brasileira? Teríamos que descobrir algo que fosse de atualidade e, ao mesmo tempo, adaptável às novíssimas tendências da moda. Algo como… café!".*

Texto da imagem abaixo e à esquerda:



82. Manchete, Cobertura de desfile no Copacabana Palace (Manchete na Moda), 1960, edição 447, p. 88

> *"O drapeado original e a alta qualidade do tecido estampado fazem sucesso deste belíssimo modelo. Apresentado no Copacabana Palace durante o desfile da nova "Linha Café". As recentes criações provam que a moda brasileira obteve dupla vitória. A primeira, no que se refere ao sucesso dos costureiros. A segunda, no tocante ao alto grau de perfeição atingido pela indústria têxtil. O tecido brasileiro de luxo está causando espanto e está sendo disputado em todas as partes do mundo"*

Percebemos o impacto na mídia pela quantidade de vezes em que a coleção foi citada visualmente, e a insistência de uma 'novidade' brasileira (seja ela técnica ou criativa ou ambas) se consolidava com a divulgação da *Linha Café.*

83. Manchete, Editorial de Moda, *Coleção Linha Café*, 1960, edição 448, p. 69. Vestido e *manteau* feito musselina *Rhodianyl*, em estampa de tons de café feitos pela gravurista Fayga Ostrower.Foto de G. Dambier

84. Manchete, Editorial de Moda, *Coleção Linha Café*, 1960, edição 449, p. 03. Vestido desenhado por Alceu Penna trazendo tendências advindas de Paris. Foto de G. Dambier

85. Manchete, Editorial de Moda, *Coleção Linha Café*, 1960, edição 453, p.07. Vestido feito por Dener em tule degradé da cor "do grão de café cru ao café torrado". O modelo tem um drapeado assimétrico com notável trabalho de encaixe, formando um desenho geométrico. Arremata o decote canutilhos em vidro nas mesmas cores do tule. Foto de G. Dambier

86. Manchete, Editorial de Moda *Coleção Linha Café*, 1960, edição 450, p.33

Percebemos que mesmo com a declaração entusiasta de Alceu Penna, os valores franceses de moda, no início da década de 1960 ainda são muito fortes. Na imagem acima (número 86), o texto que acompanha declara o seguinte:

> *"**Nova Formula da Moda Primavera/Verão***
> *Linhas Francesas para 1961 interpretadas para o verão brasileiro no tema e com detalhes "Café" e realizadas nos últimos lançamentos têxteis das Seleções Albène, Rhodia e Rhodianyl"*

87. Manchete, Editorial de Moda, *Coleção "Linha Café*, 1960, edição 451, p.03

O vestido foi executado por Dener Pamplona, seguindo a rígida metodologia de *Haute Couture*, e as estampas de mulheres e peneiras (cenário comum nos cafezais) em traços de xilogravura, são de Aldemir Martins. A *moda brasileira* ainda não possui forma ou linguagem definidas, assim, a partir do modo técnico francês, timidamente se começa a empreitada de buscar uma sensibilidade vestimentar própria do Brasil a partir das estampas. Assim, estas se destacam como um *lócus* de destaque para compreendermos a coleção Rhodia como um todo. Afinal, este foi o espaço em que se permitiram as primeiras alterações no vestir nacional.

A *Coleção Linha Café* (1960, desfilado III FENIT) foi a primeira feita pela equipe de Lívio Rangan e, como podemos notar nesta declaração de Alceu Penna, o grupo estava em busca de um caminho para fazer uma moda que fosse ao mesmo tempo conectada às linguagens internacionais e consonantes com a cor local. Dessa maneira, fica-se claro o uso de cores presentes na natureza local e formas advindas das sementes, flores e dos frutos do café em tons vermelho-escuro, verde-vegetal e marrom. As estampas contavam com estilizações das formas não só da natureza, mas do cotidiano da produção de café. Assim, sugeriram moendas, cestos e peneiras feitas por artistas do período. Se as cores e formas das estampas aconteciam baseadas no café, a modelagem, isto é, a forma das roupas, seguia padrões e técnicas já bastante consagrados internacionalmente. Alceu

Penna[94], e sua extensa experiência como ilustrador, figurinista (de teatro, shows e de fantasias de carnaval) e correspondente de moda (em Nova Iorque e Paris) conseguiu facilmente se inserir no projeto da Rhodia, pois tanto tinha experiência em trabalhar com questões plásticas locais quanto conhecia profundamente o fazer moda internacional e as limitações e referências culturais do Brasil.

Os eventos da Rhodia foram transformadores porque se nortearam pela ideia de compreender a moda como uma produção internacional de alma capitalista. Ao lado dos *desfiles-show* da Rhodia (e, às vezes, ao mesmo tempo na passarela), grandes nomes internacionais da moda (como Valentino [1932-], Pierre Cardin, Nina Ricci [1883-1970], Lanvin [1867-1946], Givenchy [1927-], Chanel [1883-1971], Emilio Pucci, etc.) estavam lado a lado com as criações de Alceu Penna, Dener Pamplona, Clodovil (1937-2009), dentre outros. A informação de fora caminhava de braços dados com a invenção nacional. A mídia compartilhava e participava desta empreitada com a Rhodia, em especial a publicação *Manchete*, que não só cobria e veiculava as publicidades de tudo que estava incluso neste programa de transformação da moda brasileira, como dedicava páginas sazonalmente à moda internacional e como essa era (ou poderia ser) consumida no país. Por exemplo, em 1965, em uma matéria sobre as minissaias revolucionárias de André Courrèges (1923-), o jornalista responsável 'testa' a mesma ideia vestimentar nas ruas cariocas. A publicação pede ao costureiro de Copacabana Luis Rossier executar minissaias, referenciando o comprimento do estilista atuante em Paris. Testar a minissaia em ruas cariocas foi um jeito e um motivo para ver como essa plena novidade, usada ainda por poucas e jovens consumidoras na Europa e nos Estados Unidos, iria ser compreendida no Brasil. No entanto, a matéria tem certa intenção de convencer a brasileira, afinal, a chamada já indica que a saia curta tem *bossa*, uma palavra que tinha, àquele momento, conotação muito positiva, devido ao movimento musical bossa nova.

[94] Alceu Penna inicia sua empreita com a moda quando começa a desenhar *As Garotas do Alceu* (1938-1964) para a revista *Cruzeiro.* As "garotas" rapidamente tornam-se modelos de comportamento de consumo e beleza para as jovens brasileiras. Penna possui experiência como correspondente de moda (em Nova Iorque e em Paris) e também como figurinista de fantasias de carnaval, teatro, balé e cantoras como Carmem Miranda (quando nos Estados Unidos). Este profissional atuará junto à Rhodia de 1960 até 1975, e circulava com facilidade criativa tanto em um concurso de fantasia de carnaval quanto em um desfile-show de moda da Rhodia na FENIT.

88. Manchete, 1965, o impacto da ideia do uso de minissaia jogado ao mundo pelos desfiles e criações desfiladas por André Courrèges (foto à esquerda na matéria de Willy Rizzo da coleção de 1965) nas ruas cariocas é um 'experimento' feito pela própria publicação para medir a reação dos brasileiros frente a uma novidade da moda internacional

Notamos, portanto, que por um lado as tendências internacionais chegam rápido e são apresentadas ao público na mesma velocidade pela mídia. A moda no país passa a obedecer ao ritmo da produção industrial internacional e sua sazonalidade. Assim, o Brasil lança suas coleções 6 meses depois, tomando Paris, Londres, Milão e Nova Iorque como pontos de referência muito importantes. Com isso, por outro lado, as transformações que a própria moda estava passando nos anos 1960 – a moda jovem – ocorrem quase que concomitante no Brasil, pois a moda deixa de ser meramente 'roupa da elite' imposta aos outros da sociedade a partir de versões mais baratas e industrializadas, e passa a ser forma de expressão, não só do *status* social, mas do repertório cultural e de ideias que as pessoas querem expressar.

Sem essas transformações no tratamento dado à moda feito pela Rhodia e pela mídia durante os anos 1960, é difícil imaginar que Zuzu Angel (1923-1976), no final da mesma década, compreendesse a moda como um meio de expressão tão pungente e amplo, em pudesse expor sua dor de mãe (que teve o filho desaparecido em plena ditadura) e o seu posicionamento frente à realidade de repressão política no Brasil como tema de coleções desfiladas no Brasil e nos Estados Unidos.

Os anos 1960 são caracterizados por ser o momento histórico no qual a arte contemporânea se consolida. Isto significa uma ruptura com as temáticas e questionamentos dos movimentos artísticos modernos. Trata-se de um rompimento com os suportes tradicionais, especialmente com a noção de se pensar a manifestação/objeto

de arte enquanto *pintura* ou *escultura*[95]. De certa maneira, a arte contemporânea supera a ideia de um valor visual – ainda premente na arte moderna – e permite a expressão de atores sociais até então destituídos de espaço. Um crescente questionamento do *lócus* da arte e dos meios tradicionais de expressão artística abre-se para experiências sensoriais, subjetivas, políticas e culturais jamais colocadas anteriormente. A arte contemporânea – apesar de suas inumeráveis linhas poéticas – tem algo que podemos identificar como comum a todas: a procura por estabelecer um diálogo entre arte e vida, isto é, por direcionar a expressão artística para um confronto direto com o mundo. Também, por isso, as vias de que a arte contemporânea se utiliza são híbridas ou inventivas, pois permitem uma intensa articulação entre diversas linguagens para expressarem de maneira mais precisa seus questionamentos (a respeito da política, da subjetividade, do mercado e do sistema de validação das artes).

Entre tantas possibilidades, podemos destacar duas grandes premissas que podem ser verificadas nos anos 60 no Brasil: (1) uma abertura imensa no que se refere à experimentação de suportes e meios expressivos; e (2) um retorno à figuração. O Brasil dos anos 50 construiu uma sólida produção concreta, que se expressou tanto via artes plásticas, quanto na arquitetura e no design. Porém, na década de 1960, alguns artistas começam a fazer a crítica a este tipo de produção e abrem espaço para a *nova figuração*. Esta tinha diversas linguagens, mas em geral, foi inspirada nos meios de comunicação de massa. E, mesmo que parecesse, em um primeiro momento, possuir certa neutralidade, esta é apenas aparente, pois, a nova figuração no Brasil apresentou-se como crítica feroz à realidade do país.

No Brasil, a arte repensa o vestir a partir dos anos 1950, com Flávio de Carvalho. Este artista produz uma série de artigos publicados em 1956, no *Diário de São Paulo*, intitulada *"A Moda e o Novo Homem",* dentro da seção *"Casa, Homem e Paisagem"*. Consequência de esse pensar sobre as vestes, nasce uma performance por ele

[95] Estes rompimentos são frutos de um processo mais longo iniciado por artistas dadaístas e futuristas, pois estes são os primeiros a quebrar os limites da arte, compreendendo-a não como um objeto, mas como um meio matérico que expressa uma poética, sendo que este meio matérico não necessariamente perene (ver mais: Archer, 2001 e Fineberg, 1995).

intitulada *"Experiência número 3"*[96]*.* Nesta, Flávio de Carvalho desfila, em 1956, pelas ruas de São Paulo em seu *New Look Tropical*. Trata-se de uma vestimenta-manifesto, composta por um saiote plissado, uma blusa larga com aberturas laterais, meia arrastão e sandálias de couro (o pensamento que é a base de construção vestimentar é a circulação de ar sobre o corpo, a base ideológica é repensar o vestuário masculino nos trópicos, afinal, por que seguir os padrões do mundo temperado europeu?). A caminhada-desfile-performance de Flávio de Carvalho, em seu traje concebido a partir das conjecturas ambientais e culturais do Brasil, é um manifesto para a transformação da silhueta masculina no país, bem como coloca a moda como espaço de campo artístico (Toledo, 1994).

89. Flávio de Carvalho, *"Experiência número 3", New Look Tropical*, 1956

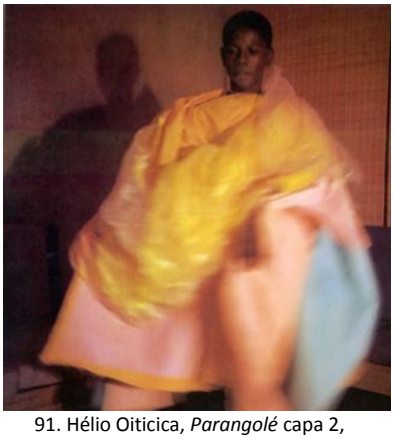
Na década seguinte, outros artistas se envolvem no debate sobre a possibilidade e experiência de vestir o objeto artístico, destacamos aqui: Hélio Oiticica (1937-1980), Lygia Clark (1920-1988) e Rubens Gerchman (1942-2008).

Hélio Oiticica propõe obras que constituem uma experiência vivencial do objeto artístico, isto é, este último captura e é capturado pelo espectador. Portanto, o espectador não é mais um ente passivo frente à experiência plástica, mas ativo na constituição da obra, criando, assim, novas possibilidades para a integração e interação entre o ser humano e um objeto de arte. Oiticica ambiciona, com a invenção dos

[96] Flávio de Carvalho faz anteriormente a *Experiência número 2*, na qual enfrenta uma procissão de Corpus Christi com chapéu, desafiando o público católico, que enfurecido parte para agredir o artista – que por pouco não acabou linchado. Trata-se de uma experiência – quase no sentido científico – sobre a psicologia das multidões, baseado em leituras de Frazer (antropólogo evolucionista) e Freud. A *Experiência número 2* pode ser compreendida como uma performance agressiva a maneira dos futuristas. O chapéu como elemento que desarticula e desestabiliza uma situação de ordenação sacra a muito estabelecida, um dado vestimentar rearticulado em momento e local proibido fazendo a multidão reagir.

Parangolés, alargar sua arte em direção ao ambiente. *Parangolés* são obras em que o artista coloca sua experiência de estrutura-cor no espaço; trata-se de uma experiência inovadora a partir do que se reconhece e do que se experiencia como *objeto plástico.* Segundo Oiticica, o que interessa é a composição total, não só o vestir, o tecido, as cores, o pigmento, mas a experiência do todo, compreendendo o *Parangolé* como uma obra total. O *Parangolé* é uma arte ambiental, que cria lugares, experiências, sensações e significados múltiplos (Oiticica, 1964)[97]. A arte ambiental só é completa na ação corporal direta do espectador com a obra, que também se deve à descoberta que o artista faz da dança, especialmente do samba. Apenas através do intercâmbio entre artefato artístico, espectador e oscilação corporal do que veste é possível instalar e vivenciar a obra. Diante disso, os *Parangolés* vivem e só existem no corpo do outro e em conjunto aos seus movimentos (Favaretto, 1992).

90. Hélio Oiticica*, Parangolé* capa 1, Projeto Hélio Oiticica



91. Hélio Oiticica, *Parangolé* capa 2, Projeto Hélio Oiticica

92. Hélio Oiticica, *Parangolé* capa 5, Projeto Hélio Oiticica

Durante a mesma década, Lygia Clark traz-nos roupas-de-artista que transformam e tocam as sensações individuais tornando-as pontos de partida do pensamento sobre a percepção artística. As obras são dedicadas ao sensorial a respeito do corpo, que visam alargar a percepção, retomar lembranças e gerar sentimentos distintos.

[97] Hélio Oiticica escreveu muito sobre suas obras, fruto de muita reflexão e diálogo com outros artistas. Vários de seus textos estão disponíveis no "Programa Hélio Oiticica – Itaú Cultural", ver mais em *Referências*.

Neles, a ação da artista é de propositor ou canalizador de conhecimentos e vivências. Por exemplo, em *Luvas Sensoriais* (1968), dá-se a redescoberta do tato por meio de bolas de diferentes tamanhos, pesos e texturas. Em *O Eu e o Tu: Série Roupa-Corpo-Roupa* (1967), um par de pessoas veste trajes confeccionados por Clark e cujo forro comporta materiais diversos. Fendas na vestimenta dão acesso ao privilégio exclusivo de tocar o outro, porém, transformando e trazendo a sensação táctil feminina ao homem e, à mulher, uma sensação masculina (Milliet, 1992).

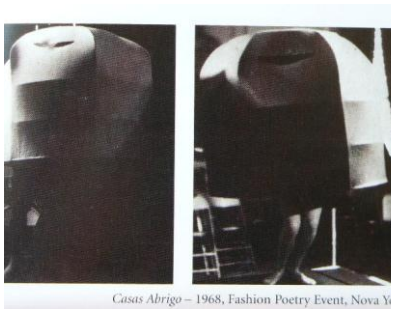
93. Lygia Clark, *O Eu e o Tu: Série Roupa-Corpo-Roupa,* 1967

Rubens Gerchman, em um texto chamado *"Roupa dentro do corpo",* publicado em 1975, na revista *Malasartes*[98], apresenta-nos sua pesquisa sobre a questão do vestuário – como temática e/ou suporte de expressões artísticas ao longo do século XX. O estudo é fruto da elaboração de uma série de obras intituladas *"Casas Abrigo"*[99]. Estas eram objetos artísticos compostos por grandes armações estruturais cobertas por tecidos e vime, e que se completavam a partir de seus usos, isto é, são obras que só existiam quando eram vestidas, vivenciadas sobre o corpo. Por isso, Gerchman pesquisou artistas e objetos artísticos que problematizavam ou a veste ou a questão da moda. O artista não busca provar se os vestuários *são* ou *não são* arte, mas aponta, cirurgicamente, a relevância dos pontos em que arte e vestuário/vestuário-moda se interconectam.

[98] A revista *Malasartes* foi uma publicação de vida curta, mas profícua, enquanto um fórum de debates sobre o campo das artes, abordando os processos produtivos das artes nos anos 70, propondo e discutindo os diversos posicionamentos das artes, sobretudo devido aos perfis díspares de seus responsáveis (Mário Aratanha, Bernardo de Vilhena, Carlos Vergara, Carlos Zílio, Cildo Meirelles, José Resende, Luis Paulo Baravelli, Ronaldo Brito, Rubens Gerchman e Waltércio Caldas).

[99] Suas 'Casas Abrigo' foram expostas, em 1967, na Bienal Internacional de São Paulo. Em 1968, na Universidade de Cuiabá (MT), e em 14 de janeiro de 1969, na exposição *Fashion Poetry Event*, realizada em Nova York. Este evento contou com poesias de Eduardo Costa, John Perreault e Hannah Weiner, e criações de moda e/ou de arte vestível de James Lee Byars, Enrique Castro-Cid, Eduardo Costa, Allan D'Arcangelo, Alex Katz, Nicholas Krushenick, Robert Plate, Sylvia Stone, Marisol, Les Levine (que fez o cartaz), Andy Warhol, Hannah Weiner, Alfredo Rodriquez Arias, Juan Stoppani, Susana Salgado, John Perreault, Marjorie Strider, James Rosenquist, Claes Oldenburg e Rubens Gerchman (evento organizado por Eduardo Costa e promovido pelo *Council of Americas* – America Society).

Também apresenta uma nova perspectiva de abordagem da relação entre arte e moda: o ponto de vista do artista sobre a experiência/desafio do vestir. Para tanto, Gerchman tece um texto em que reúne imagens de diversas experiências artísticas (com obras vestíveis e de temática vestimentar) e análises a respeito de algumas experiências fundamentais ligadas ao diálogo entre arte e vestuário/vestuário-moda. Concepções e enfrentamentos que artistas e críticos de momentos diversos da História da Arte expressaram sobre o vestuário, a moda e a arte vestível/roupa-de-artista[100]. A multiplicidade de pontos de vista e olhares críticos a respeito do vestuário, da moda e da construção da aparência demonstra como as vestes são um desafio pertinente para a arte contemporânea. As "Casas Abrigo" de Gerchman eram obras voltadas às experiências sensoriais, que os dois artistas anteriores também exploraram; Gerchman não só assume a influência destes, como fazia parte do debate travado com eles sobre como tirar o espectador da inércia para que este começasse a usufruir e – literalmente – entrasse na obra de arte (Magalhães, 2006).



94. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, Fashion Poetry Event, Nova York, 1969

95. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, Bienal Internacional de São Paulo, 1967

96. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, 1968, Universidade de Cuiabá, MT

Mesmo que os mais destacados diálogos entre arte-moda, como podemos perceber, partam de artistas que procuraram entender as vestes como uma maneira de repensar o posicionamento do homem na sociedade, isto não impediu que a própria

[100] Compõem o texto de Gerchman (1975), imagens e escritos das obras de David Burliuk (*Eu Burliuk*, 1913), Giacomo Bala (*Roupas antineutrais*, 1914), Rodchenko (*Macacão Produtivista*, 1920), Joaquim Tórres Garcia (1874-1949) (*New York World's Center*, 1921), Marchel Duchamp e Man Ray (*Rrose Sélavy*, 1921), Johannes Itten (veste *Mazdaznan*, 1921), Flávio de Carvalho (1899-1973) ('*New Look' Tropical Masculino*, 1956), Lygia Clark (1920-1988) (*Roupa/Corpo/Roupa*, 1967), Lygia Pape (1929-2004) (*Ovo*, 1967), Samantha Lomba (*Roupa de Trabalho na Selva*, 1974), Hélio Oiticica (1937-1980) (*Capas* e *Parangolés* décadas de 60 e 70), o próprio Gerchman (1942-2008) (*Jaca/Cajamanga/Caju* e *Casas Abrigos*, final da década de 60 e anos 70) e o artista-autor também cita (visualmente) um indígena Uiaká do alto Rio Negro (Gerchman, 1975).

indústria têxtil e do vestuário cortejassem artistas. O empresariado avalia que estes são detentores de possíveis meios de impregnar os produtos industriais com algum teor de *novidade*.

Portanto, parece-nos correto afirmar que alguns artistas tratam o vestuário como uma maneira de operar uma massificação da arte, usando uma linguagem industrial, como fez Klimt e Dufy, enquanto outros encaram o vestuário como uma possibilidade – e por que não instrumento – de transformação da sociedade (via um pensamento artístico), como Rodchenko, Stepanova, Popova, etc. Há também os artistas que olham o vestuário como uma possibilidade de discussão de temáticas ligadas tanto ao corpo quanto à sociedade, e mesmo sobre os limites entre os dois, como Balla, Duchamp e seus companheiros futuristas, surrealistas e dadaístas. Por outro lado, temos os estilistas/confeccionistas que se apropriam de linguagens e/ou temáticas artísticas na produção de vestuário-moda, como vimos em Emilie Flöge, Paul Poiret, Madeleine Vionnet, Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, etc. Apresentamos aqui os diálogos do início do século XX, notando como estes já assumiam uma conversa franca a respeito do desafio de repensar as novas definições – e expressões – de arte, design, moda e o vestir.

As vanguardas transformaram para sempre as relações entre vestuário, corpo e a vida moderna. Antes de 1945, a aproximação entre arte e moda abriu caminhos que nunca mais foram abandonados. A moda, após as vanguardas, entrou em ciclos criativos que foram sempre marcados pelas liberdades conquistadas por esses artistas. Eles abriram as mentes do mundo para uma nova forma de pensar o vestuário, não só como proteção contra intempéries naturais, mas sim socioculturais. A moda também não é mais um simples indicador de classes sociais, é antes, uma forma de expressão que revela valores éticos e estéticos. Isso demonstra que *consumir* é uma das ações mais complexas e simbolicamente fascinantes de nossa sociedade. Os artistas-designers citados neste primeiro capítulo defendem uma roupa que exprima os ideais de suas vidas. Estas propostas de vestuário procuravam, a partir de uma reflexão teórica e técnica, contestar a dominação da *Haute Couture* parisiense, considerada por estes, como fútil e elitista.

No cenário da nascente arte contemporânea, as vestes reivindicam uma

atitude que exorcizam suas origens e leituras fáceis, e indicam as colocações políticas caóticas e a invasão das sensibilidades pela mídia. Portanto, na paisagem de onde os *desfiles-show* da Rhodia surgem, temos um afrouxamento dos limites da arte, pautado pelo desmantelamento e pela autocrítica das disciplinas.

Assim, a expressão artística que busca o choque teatral caminha com a moda que se apresenta de forma impactante. Os desfiles ordenados por Lívio Rangan não eram constituídos de roupas sobre cabides humanos, eram antes, expressão corporal, música de vanguarda, cenários extravagantes, enfim, experiência única e transformadora.

CAPÍTULO 2

Desfiles-show Rhodia: o projeto de 'Moda Brasileira'

> *"Nunca me esquecerei de um rapazinho de dezesseis anos, cabelos cor de fogo, um casaco de brim azul novinho, uma calça laranja e uma mão manchada de azul da Prússia, contemplando embasbacado umas mulheres nuas em molduras douradas. Sem sequer imaginando que, com sua indumentária de operário moderno, refulgente de cores, ele matava todo o salão, não ficava mais nada nas paredes, a não ser sombras vaporosas em molduras envelhecidas. O garoto deslumbrante, que parecia ter sido parido por uma máquina agrícola, era símbolo da exposição ao lado, da vida de amanhã, quando o preconceito será destruído".*
>
> Fernand Léger in
> *A estética da máquina – O objeto fabricado, o artesão e o artista*

Neste capítulo, analisaremos a *Coleção Rhodia* em sua especificidade de expressão artística e cultural performática. A estratégia escolhida foi notar como se construiu a tática de Lívio Rangan para mudar a leitura que o brasileiro fazia do têxtil sintético, ao mesmo tempo em que transformava o gosto no quesito vestir-se, já que a jovem tônica industrial era a maneira agora divulgada e vulgarizada para o país. Para tanto, Rangan valeu-se de estratégias de divulgação muito criativas e inovadoras, por exemplo, os eventos – os *desfiles-show* Rhodia apresentados nas FENITs, em especial – fundem as linguagens de artes visuais, música, design, teatro e moda, criando para a Rhodia um eficiente instrumental de comunicação, tanto com os seus clientes primordiais (as tecelagens e confecções) quanto com os consumidores finais[101].

O evento dos *desfiles-show* da Rhodia é um dado relevante para percebermos como se dá a dinâmica tanto da moda como das artes em sua manutenção de elementos simbólicos mais perenes. Segundo Sahlins (1990),

> "um evento é uma atualização única de um fenômeno geral, uma realização contingente do padrão cultural – o que poderia ser uma boa caracterização *tout court* da própria história. Por outro lado, entretanto, como as circunstâncias contingentes da ação não se conformam necessariamente aos significados que são atribuídos por grupos específicos, sabe-se que os homens criativamente repensam seus

[101] O desfile é o primeiro lugar, dentro de todo o processo produtivo de uma vestimenta, em que as peças de roupas serão expostas publicamente; antes disso, ela é vista, apenas, pelos profissionais que a produzem.

> esquemas convencionais. É nesses termos que a cultura é alterada historicamente na ação. Poderíamos até falar de *'transformação estrutural'*, pois a alteração de alguns sentidos muda a relação de posição entre as categorias culturais, havendo assim uma *'mudança sistêmica'"* (Sahlins, 1990: 07).

O evento da Rhodia era sazonal e falava de elementos simbólicos ligados à moda, isto é, à maneira de construir a imagem sociocultural das pessoas no Brasil. Os *desfiles-show* são, assim, compreendidos como eventos que, ao mesmo tempo em que reafirmam e consolidam a importância das artes produzidas no país (artes visuais, corporais e musicais) e da moda (linguagem internacional) na vida cotidiana dos brasileiros, também atualiza – e lentamente transforma – a maneira como pensamos o nosso vestir.

Personalidade *sui generis* e muito criativa, Rangan orquestrou por toda uma década a produção dos *desfiles-show* Rhodia para modificar o significado que os brasileiros davam aos tecidos sintéticos, e conseguiu. Para tal transformação, concentrou-se em apresentá-los, através de shows performáticos. Estes contavam com temas e coreografia de modelos, cenários, música e efeitos especiais, fundindo dados da cultura vivenciada no Brasil com informações internacionais de moda. Tudo seguindo o mesmo criativo fio condutor.

Na história da arte e da moda há precedentes para pensarmos esse tipo de manifestação, que tenta transformar a sensibilidade das pessoas a partir de eventos. Do ponto de vista do espetáculo artístico, que tem impacto no universo da moda, devemos citar principalmente o empresário das artes e agitador cultural Serge Diaghilev e sua trupe dos *Ballets Russes*. Rangan tem muitos quesitos em comum com Diaghilev, já que ambos possuem a mesma força gravitacional que consegue fazer orbitar em torno de si uma quantidade imensa de artistas, de diversas expressões, trabalhando juntos sob sua batuta. Os dois são organizadores de espetáculos que pretendem surpreender o espectador por quase todos os meios sensíveis. Diaghilev teve tanto êxito que, pela primeira vez, as mulheres sentadas na plateia desejaram vestirem-se com os figurinos das bailarinas no

palco[102].

Diaghilev provocou um impacto tão grande com seus eventos que Paul Poiret inspira-se nestes espetáculos e cria festas temáticas em que vestia todos os seus convidados. Estas festas, indubitavelmente, fizeram o gosto *oriental,* que Diaghilev tão bem apresentou em seus primeiros balés, tornando-se comum entre os amigos (e consumidores) de Poiret. Até então, as temáticas da coleção não costumavam ficar expostas tão francamente aos espectadores.

Das manifestações artísticas que trazem no evento o diálogo entre arte e moda, destacamos também as festas que Sonia Delaunay fazia para promover suas criações em moda e design de interiores. Nelas, eram abolidos os limites entre moda, poesia e artes visuais; criavam-se espaços descontraídos, em que era permitido não só declamar poesias, mas vê-las passando aplicadas nos célebres vestidos-poemas da artista-designer, ou escritas nas paredes e biombos do espaço da festa – que, não raro, acontecia em sua própria casa ou em seus ateliês.

No contexto da moda, por sua vez, já no pós-guerra, notamos que a 'festa promotora' torna-se um artifício amplamente utilizado. Giovan Battista Giorgini (1898-1971), por exemplo, 'inventou' a moda italiana do pós-guerra através de um *show de moda* organizado em sua casa, em fevereiro de 1951 (Villa Torrigiani, Florença)[103]. Sendo um homem de negócios, Giorgini selecionou os melhores produtos para serem mostrados aos compradores das lojas de departamento norte-americanas e aos jornalistas

[102] A mulher da primeira década do século XX tinha uma conduta corporal muito rígida. Sua corporalidade era treinada pelo balé romântico, que criava um corpo forte e com movimentos altamente controlados. Quando essas mulheres assistiam aos espetáculos de balé, elas esperavam ver o apogeu de sua educação corporal surgir nos corpos das bailarinas. Por isso, os *Ballets Russes* causaram tanto impacto, pois a expressão corporal – e consequentemente o vestir do corpo de baile – era simetricamente oposto ao esperado. Afinal, os bailarinos corriam, rodopiavam, caíam de pés espalmados no chão, o corpo não era controlado, e sim solto, sem premissas e posições antevistas no repertório do balé. Os figurinos que vestiam estes corpos livres davam ênfase a cada um dos movimentos conquistados. A platéia observava atônita e as mulheres passaram a desejar aquelas novas silhuetas e corporalidades para si mesmas (mais sobre este assunto, cf. Gnoli, 2008, Garafola, 1998, Garafola, 1999).

[103] Participaram desta festa promotora de moda italiana: Maria Antonelli, Carosa (Princesa Giovanna Caracciolo), Alberto Fabiani, irmãs Fontana, Emilio Schubert, condessa Simonetta Visconti, Jole Veneziani, Marucelli, Noberasco e Wanna, todos estes de Milão. E outros quatro designers Emilio Pucci, baronesa Gallotti (conhecida como 'malharia de Capri'), Avolio e Bertoli (mais sobre o assunto, cf. Steele, 2003, 19-20; Mendes, Haye, 2003: 142-145).

especializados. Oito compradores e apenas um jornalista aceitaram o convite, no entanto, este último era da importante publicação *Women's Wear Daily*. O impacto foi tanto que ganhou notoriedade de primeira página no jornal. Na edição seguinte do evento, em julho do mesmo ano, 200 compradores compareceram e toda a imprensa especializada estava presente. A revista *Life* publicou um artigo apontando que as criações italianas estavam se recuperando mais rápido e mais eficientemente que Paris. Abalando – de dentro da própria Europa – o monopólio parisiense da *Haute Couture*, que já sofria com a concorrência do *ready-to-wear* norte-americano. Nestes shows de moda, difundiam-se tanto as *casas* italianas de alta-costura quanto as butiques e marcas dedicadas ao *sportswear*. A moda italiana não podia mais ser ignorada, e no final dos anos 50, era consumida francamente no mercado norte-americano, que considerava as criações de *alta moda* italiana sinônimo de elegância casual associada a estilo e acabamento refinado.

Assis Chateaubriand também apostou em festas para promover, não a moda ou a confecção nacional, mas sim, o tecido brasileiro. Os festejos que organizava não animavam as noites paulistas ou cariocas, mas francesas, mais precisamente no *Château de Coberville*[104]. Tal iniciativa foi anterior a do aristocrata italiano, pois teve início no final da década de 40, antes de 1951. No Brasil, Chateaubriand anima a moda nacional via MASP, apoiando as iniciativas de Pietro Maria Bardi e Lina Bo Bardi, com eventos que promoviam a vinda de estilistas ao país como meio não só de trazer a informação de moda, mas também de demonstrar aos criadores internacionais os tecidos feitos em terras brasileiras.

Do ponto de vista criativo, talvez, quem melhor desenvolveu essa dramaticidade na apresentação de vestuários-moda, antes de Rangan, tenha sido Elsa Schiaparelli, que a partir de 1935, passou a criar coleções temáticas. Sua dinâmica de criação consistia em tomar um tema-problema e desenvolvê-lo como discurso criativo para toda uma coleção. Utilizando o recurso surrealista de deslocamento (no tempo e no

[104] Assis Chateaubriand encontrou par em Jacques Fath, dono do *Château de Coberville* e estilista de renome, que após a segunda grande guerra, lidera os criadores atuantes em Paris para se restabelecerem. O apoio endinheirado de Assis Chateaubriand, bem como de magnatas norte-americanos era bem vinda no momento de reconstrução da França após o conflito (ver mais: Mendes, Haye, 2003). No capítulo 3 trato em detalhes esta relação.

espaço), criava vestes que não eram figurinos, mas que não passavam despercebidos pelo cotidiano de quem as usava. O impacto dos desfiles de Schiaparelli nascia nas próprias roupas e também da maneira como muitas vezes eram divulgadas em editoriais de moda feitos por Man Ray ou Cecil Beaton. Notamos que Lívio Rangan aprende com Schiaparelli, ao desenvolver coleções com temáticas internas que 'amarram' o desfile. A coleção e, consequentemente, o desfile, são pensados enquanto um texto visual que necessita, não só se relacionar com os outros que surgiram na passarela em comum, mas que precisam dialogar com o cenário e música, como em um espetáculo de dança, ou teatro.

A iniciativa de Rangan na Rhodia não é isolada. Haviam os eventos organizados pelas indústrias Matarazzo, no caso o *Festival da Moda*. Neste, a estratégia era fazer desfiles tradicionais com criações de nomes habituais da moda no Brasil de então (como, por exemplo, Madame Rosita). A demonstração de alguma tendência ou novas formas de vestuário dependia totalmente da iniciativa destes criadores de informar e trazer as novidades de moda ao país[105]. As indústrias Matarazzo não se envolviam no processo criativo das roupas.

Portanto, quando Rangan chega ao Brasil, em 1953, estas práticas – as festas promocionais, espetáculos, desfiles – já eram feitas tanto por empresários da moda do país e por aqueles que vinham de fora. Não é a festa-espetáculo a inovação dos *desfiles-show* da Rhodia, mas sim o formato, a grandiosidade e o poder de inserção na mídia dos eventos. Nenhum dos exemplos anteriores possui tamanha imponência e nem ganhavam as manchetes da imprensa não-especializada e especializada com tanto espaço e impacto quanto os desfiles da Rhodia na FENIT.

A divulgação dos produtos da Rhodia era o ponto inicial para se realizar desfiles de moda, porém, é necessário que reconheçamos o impacto para além da esfera exclusiva da moda ou do Brasil. Segundo Durand:

> "O pretexto dos shows tipo *'Brazilian Style'*[106] era 'promover a alta

[105] Revista *Manchete*, diversos números, década de 1960.

[106] A coleção *Brazilian Style* foi lançada e divulgada no país durante os anos de 1964 e 1965, portanto, o projeto de criação e promoção de uma moda brasileira feita por Rangan e sua trupe já durava, pelo menos, de 4 a 5 anos.

> costura nacional', dando espaço de desfile a uma série de jovens costureiros aspirantes a criadores. Como também se impunha desenvolver a estamparia, ela contratou artistas plásticos para conceber motivos 'bem brasileiros'.(…) Para reforçar ainda mais a ilusão de 'inspiração nacional' da 'alta costura' então nascente, a Rhodia fez viajar pelo Brasil costureiros, manequins e coleções, de modo a autenticar sua 'brasilidade' em sítios celebrados como símbolos da nacionalidade , como Salvador, Ouro Preto e Brasília." (Durand, 1988 p. 79).

A ideia de fixar uma linguagem nacional de moda para o próprio país se deu, então, de maneira ampla, pensando em todos os pontos da cadeia produtiva que envolve o vestuário. Assim, produziram-se estampas com motivos ditos 'brasileiros' (feitas por artistas ativos no país e com temáticas de estereótipos tropicais) e as vestes tentavam exprimir a sensualidade e desenvoltura tão proclamadas como 'nacionais' (as coleções eram claramente para o clima tropical, isto é, nada de composições muito sobrecarregadas ou em tecidos que lembrassem o inverno; leveza, fluidez, amplitude, movimento e jovialidade eram tônicas da produção vestimentar da Rhodia). Porém, desenvolver a moda brasileira apenas no vestuário era pouco, assim, era acoplada às apresentações das coleções outros elementos que também tocavam a sensibilidade dos que se confrontavam com ela. Foi assim que a música, o cenário, a coreografia e a participação de artistas da nascente televisão foram arrebanhados para este trabalho comum (seja nos desfiles na FENIT, nos *pocket-shows*, nas páginas publicitárias e/ou editoriais de moda das revistas ou na cobertura jornalística). A experiência ambiental dos cenários, a coreografia dos corpos em cena, a música tocada, o tema tratado, enfim, diversas manifestações não só eram acomodadas em conjunto, mas se retroalimentavam, criando uma experiência total que, portanto – como nos balés de Diaghilev – não falavam (ou tinham impacto) sobre uma só forma sensível, mas ativavam questionamentos sobre artes visuais, design, literatura, artes corporais, música e moda.

Livio Rangan se insere no que Fernand Léger identifica como um novo lugar (ou talvez seja a nova função social) do artista no mundo urbano das grandes cidades industrializadas: o artista como uma espécie de fomentador do espetáculo da vida. Há algo, segundo Léger, de promotor de entretenimentos, afinal, para ele: "Falar do espetáculo é encarar o mundo em todas as suas manifestações visuais cotidianas" (Léger,

1989: 13). Assim, o artista é alguém que articula novos estímulos sensoriais, que visam trazer novas possibilidades sensíveis para o espectador. Usar os diversos órgãos sensoriais do homem é algo debatido desde o romantismo pela idéia de *obra de arte total*. Porém, são as vanguardas que mergulham firmemente nesta intenção, criando espaços (arquitetura e decoração), aparências (têxteis, vestuários, joalheria), dança, música, literatura, teatro e não desprezando os novos meios artísticos como a fotografia e o cinema. Esta reunião torna-se um meio de alcançar e travar um contato direto e espetacular com o homem e a nova realidade social. Léger aponta que o artista agora tem caráter de organizador de espetáculos – muitas vezes fugazes – mas com intenção transformadora (e não mais contemplativa) e seus espectadores.

Como vimos na introdução, o Brasil já usava material sintético para o vestuário desde o período das grandes guerras. Entretanto, estes eram utilizados e vinculados às roupas íntimas. Esta visão foi o que a Rhodia desejou mudar, em contexto nacional: a percepção simbólica dada ao têxtil sintético. Para conseguir tal transformação, a empresa contrata, em 1959, Lívio Rangan e o incumbe de transformar o gosto do brasileiro no que concerne à moda; além disso, sua missão era fazer o país consumir sintéticos para 'roupas de cima', isto é, *outwear.* Rangan opta por construir um ambiente cultural em que fosse possível não só tal transformação – a do gosto para consumo de vestuário – como também inserir o Brasil em uma lógica de consumo ligada à condição industrial que o país vivenciava: a lógica do consumo de moda industrial.

Rangan iniciou seu trabalho desenvolvendo uma estratégia de publicidade organizada em três frentes:

(a) A *Rhodia* financiava a publicidade das tecelagens e confecções (sobretudo industriais) que usavam os fios e materiais da empresa;
(b) Apoiava e financiava diversas manifestações culturais nacionais (usando-as em suas publicidades nos veículos de massa); e
(c) Desenvolvia os *desfiles-show* com a intenção de formar uma *moda brasileira*.

A primeira estratégia centrou-se na criação de diversas peças publicitárias e tornou possível a formação e a divulgação de marcas regionais e nacionais ligadas à moda.

O desenvolvimento da linguagem publicitária de moda era nítido, verificado, nesta pesquisa, através das publicações *Manchete*, *Claudia*, entre outras. As informações de moda, até aquele momento, eram transmitidas ao público via desenhos. Lívio Rangan, ao conhecer o fotógrafo Otto Stupakoff (1935-2009), identifica neste um profissional que conseguiria alcançar uma qualidade fotográfica como a dos fotógrafos das grandes revistas de moda internacionais. E com ele inicia uma série de produções fotográficas que servem como matérias sobre moda, editoriais de moda, publicidade e, às vezes, até mesmo como alguns destes itens ao mesmo tempo.

Rangan inicia as primeiras campanhas publicitárias de moda com fotografias do país[107], e estas mais se pareciam com editoriais de moda, do que com publicidade. A Rhodia encorajava a sensibilidade de Rangan e o talento fotográfico de Stupakoff. A partir daí, vemos a instauração da fotografia de moda no Brasil[108]. Importante também notar que esses "editoriais-publicitários" tinham um caráter didático como condição básica, pois eles eram feitos para serem eficientes instrumentais nas mudanças dos hábitos vestimentares dos brasileiros. Como podemos ver na imagem abaixo, o didatismo foi uma das tônicas:

[107] Do ponto de vista da estratégia dentro da empresa, o que Rangan faz não é propriamente uma novidade, averiguamos, por exemplo, na revista de moda francesa *L'Officiel*, de 1961, nº. 470, que a Rhodia tinha o mesmo procedimento na França. A diferença está em que Rangan consegue fazer isso no Brasil, um país até então sem tradição no que concerne à moda. Ressalte-se que, ainda, que faz fotografias externas, em locais variados do Brasil e com um fotógrafo brasileiro para publicar para um público do país. Só vemos o mesmo tipo de produção em moda acontecer em outros países da América Latina ao final da década de 1960, por exemplo, na revista *Fashion* mexicana. Porém, trata-se de um periódico que só é publicado de três em três meses, diferentemente das revistas *Claudia*, *Jóia*, *Manequim*, que são mensais, e mesmo da *Manchete*, de periodicidade semanal.

[108] A linguagem fotográfica publicitária e de moda são diferentes em sua forma e intenção. Aquela prima por mostrar o produto da melhor maneira possível, despertando o desejo de compra a partir da ideia de que o consumidor deve conhecer o objeto que comprará; já a fotografia de moda, possui como intenção maior demonstrar os significados que as roupas podem vir a ter, nascendo da linguagem surrealista de Man Ray. A fotografia publicitária é literal, enquanto a de moda é poética (ver mais em Sant'Anna, 2002a).

97. Revista *Manchete*, nº 471, p.74, 1961

A publicidade de moda inventa várias tipologias de editorial publicitário, fazendo-os 'ensinar' às nossas revistas de moda como construir um discurso visual da área. Por exemplo, em 1961, na revista *Manchete*, há uma publicidade da *"Tecidos Votorantim"*, que segue o formato de um editorial didático, isto é, não só apresenta as roupas, mas as contextualiza em um tema e cenário. Assim, em uma das páginas, vemos o tema "*A Alvorada da Moda Brasileira*", em que a modelo está em Brasília dando como referência o Palácio da Alvorada. Em outra publicidade (edição nº 426), o tema ainda é "A Alvorada...", mas o subtítulo agora é "*Na Guanabara Maravilhosa...*", tendo a baía da Guanabara como cenário de fundo e a modelo em primeiro plano.

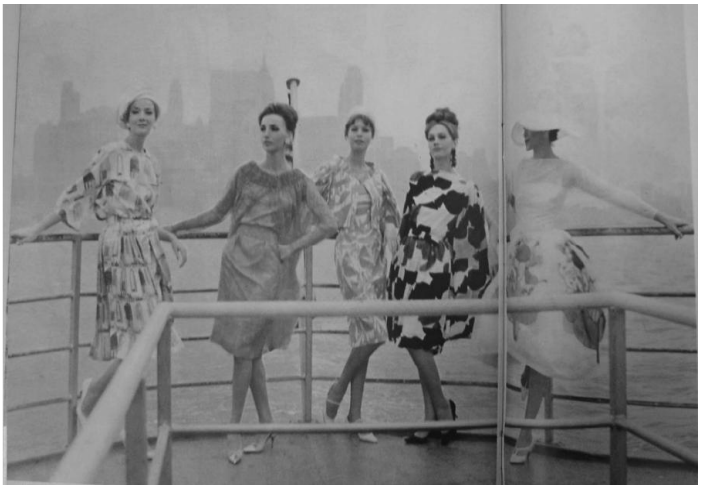
98. Revista Manchete, ano 1960, edição 426, p. 49, Publicidade Tecidos Votorantim

99. Revista Manchete, ano 1960, edição 423, p. 37, Publicidade Tecidos Votorantim

A linguagem dos editoriais de moda no Brasil é fruto dos editoriais internacionais e da publicidade de moda presente nas revistas brasileiras. Até porque não havia a ideia de um editorial 'puro'. Por exemplo, notamos que a empresa aérea que fez o transporte das modelos, o hotel que as recebeu, a confecção, os criadores, a tecelagem, enfim, todas as empresas que de alguma forma participaram da matéria eram promovidas. A Rhodia é uma das principais empresas envolvidas nessa remodelagem da linguagem de moda (moda industrial) na mídia no Brasil. Segundo Otto Stupakoff, a

empresa foi pioneira em diversas iniciativas e modificou a imagem de moda no país[109]. Para tal, a Rhodia usava as produções publicitárias que saíam nas revistas *Manchete, Claudia* e *Manequim*.

Percebemos, nas fontes, a presença das modelos em fotografias tiradas fora do país, anunciando várias vezes que as vestes feitas no Brasil, pela Rhodia, poderiam circular tranquilamente no exterior, lançando o *slogan*: "Não tenha medo! As roupas nacionais possuem elegância internacional". No entanto, internamente, podemos notar que a tentativa constante do projeto de Lívio Rangan é correlacionar o que é feito no Brasil à cultura brasileira, ao mesmo tempo em que esta dialoga com os modelos vestimentares que são feitos e ostentados fora do país, em especial nas capitais da moda: Paris, Londres, Milão e Nova Iorque.



100. Modelos da Rhodia com o *skyline* de Nova Iorque por detrás

Do ponto de vista formal (modelagem e costura) as roupas promovidas pela equipe da Rhodia seguem o padrão vigente internacionalmente, isto é, são os grandes *couturiers* de Paris, prática moda jovem inglesa e norte-americana que regem as formas. A noção de 'tipicamente brasileiro' é explorada na temática das estampas e dos *desfiles-show* da Rhodia na FENIT.

Ainda através das análises das revistas, notamos que as publicidades, muitas vezes, indicam que o engajamento dos artistas não era só com os desfiles da Rhodia, mas

[109] Nos primeiros anos desta empreitada, as fotografias eram feitas por Otto Stupakoff e com a parte gráfica feita por Wesley Duke Lee. Cf. Stupakoff em entrevista (2001).

travavam contato direto com o desenvolvimento de estampas para as tecelagens.

É interessante observar que a *Manchete* de 1960 divulga amplamente as estampas (e tapeçarias) feitas por Genaro de Carvalho como um diferencial nos padrões de estamparia postos no mercado para mulheres. A chamada do informe publicitário (que tem 5 páginas) destaca que as consumidoras devem dar asas à imaginação e usar estampas mais criativas, coloridas e elaboradas por um artista plástico, no caso, Genaro de Carvalho (*Manchete*, edição nº 438, p.49-56).

101, 102, 103, 104 e 105. Genaro de Carvalho e seu envolvimento com a estampagem industrial no Brasil, Revista *Manchete*

Na revista *Manchete*, publica-se um misto de informe e publicidade da Rhodia,

chamadas “Seleções Rhodia”. Nestas mesclas de editoriais de moda com as informações sobre as tendências, vemos o mesmo tipo de intenção que é posto em cena nos *desfiles-show* da Rhodia. Isto é, a soma das manifestações artísticas com o universo da moda, como meio sensível de espalhar uma sensibilidade moderna.

Nesse contexto, podemos citar a “Seleções Rhodia” de 1961 (*Manchete,* edição nº 471, p. 57-73), em que apontamos alguns diálogos possíveis, pois as imagens fotográficas, feitas por Otto Stupakoff, fundem a leitura visual de moda (modelos posando com roupas que se configuram como futuros do vestir-se) com personalidades dos mais diversos meios, como arquitetura (Oscar Niemeyer), literatura/humor (Millôr Fernandes e Jorge Amado) e até mesmo do meio esportivo (o pugilista Éder Jofre)[110], estabelecendo, assim, identificação com aquilo que o brasileiro, em 1961 gostava de ver na mídia, o que se revertia em consumo: a inauguração de Brasília, as charges humorísticas de Millôr, os romances baianos de Amado, e, até mesmo, o boxe, através do campeão profissional sul-americano e mundial no peso galo .

No entanto, a página dupla central é dedicada a Dener Pamplona de Abreu, que como o estilista legitima o tecido sintético não só como uma possibilidade criativa que se conjuga com essas diversas manifestações culturais do Brasil, mas também dentro da linguagem específica da moda:

[110] Segundo entrevista de Otto Stupakoff concedida aos pesquisadores do Centro Cultural São Paulo (CCSP), este momento é o início da fotografia de moda no Brasil, pois antes, as informações de moda eram comunicadas via desenho. O grande desenhista de moda naquele momento era Alceu Penna. Com estes editoriais de moda/publicidade de moda inaugura-se no Brasil a fotografia de moda (Stupakoff, Fernandes Jr., 2006).

106. Editorial Publicitário na *Manchete* com Manabu Mabe

107. Editorial Publicitário na *Manchete* com Abílio Pereira de Almeida

108. Editorial Publicitário na *Manchete* com Tom Jobim

109. Editorial Publicitário na *Manchete* com Vinícius de Moraes

110. Editorial Publicitário na *Manchete* com Dener Pamplona de Abreu

A *Manchete* e a *Realidade*[111] tratavam a moda não só como assunto comercial, mas como matéria jornalística de interesse público, como um bem cultural. Notamos que o reconhecimento de estilistas nacionais fora do país, bem como a apresentação de tendências de moda, biografias e entrevistas com estilistas internacionais não são exceção nas páginas destas revistas, mas ao contrário, é matéria comum.

[111] A revista *Realidade* (1966-1976) não tratava tanto de moda quanto a *Manchete, mas* quando o fazia era para além do comercial, compreendendo-a como um bem cultural. A *Realidade* foi criada em abril de

111, 112, 113 e 114. Algumas páginas de revistas *Manchete* sobre a *Coleção Brazilian Style*. Nas matérias, há o destaque para a apresentação da coleção que será feita no Japão e em Paris; destacam-se, ainda, os principais profissionais de cada área atuante no Brasil e que estão envolvidos com a Rhodia-Manchete nesta empreitada: Dener Pamplona e Alceu Penna são os estilistas, as modelos de diversas origens étnicas também são evidenciadas (a miscigenação como característica positiva), Jambert é o cabeleireiro que acompanha o evento, Michel faz bijuterias e joias para a coleção, a área de tinturaria e estampagem fica a cargo da Tinturaria Brasileira de Tecidos a estampagem do tecido atrás da modelo é da artista plástica Maria Leontina, e na última imagem, contamos com criações de estampa de Manabu Mabe (vários números da revista *Manchete* de 1964-65).

Na matéria acima, a *Manchete* faz questão de destacar a empreitada que não só a Rhodia, mas ela mesma, a revista, estava construindo junto à moda e às artes naquele momento. A *Coleção Brazilian Style* (1964-5) foi para diversos lugares do mundo, dentre eles, como indicado na matéria, para o Japão. Portanto, não se tratava mais, apenas, de uma ação local – mesmo que esse tenha sido o estopim. Em meados dos anos 1960, temos os eventos da Rhodia extrapolando o eixo Rio - São Paulo, avançando por sobre o país (tanto para ser desfilado quanto para ser fotografado para as revistas e anúncios publicitários) e superando as fronteiras. Do ponto de vista da recepção popular, temos uma associação da produção (industrial e cultural ao mesmo tempo), reconhecida como de nível internacional. Esses eventos (desfiles, sessões fotográficas) são baseados em um conjunto de ideias que são exemplificadas assim:

> *"**Coleção Brazilian Style** – Rumo ao Japão.*
>
> *Alguns dos belíssimos modelos que MANCHETE vai mostrar este ano em Paris e Tóquio.*

1966, pela Editora Abril e marcou a história do jornalismo brasileiro. Feita no modelo norte-americano do *new journalism*, era composta de reportagens ousadas em sua forma e conteúdo, o que fez com que obtivesse sucesso imediato, mesmo em um país sob imensa repressão. Enfrentou tabus, cobriu guerras e abordou questões sociais internas ao país até então pouco discutidas pela própria sociedade. Mais sobre o assunto, cf. Moraes, 2007.

> *Quando grandes nomes da pintura brasileira se unem aos nossos mestres da alta-costura, o resultado só pode ser magnífico. A matéria-prima desse consórcio da arte com a elegância foram os belíssimos tecidos da coleção Rhodia Têxtil, cujos estampados têm a assinatura (e o estilo inconfundível) de 21 artistas consagrados: Alfredo Volpi, Tomie Ohtake, Darel Valença, Kasuo Wakabayashi, Heitor dos Prazeres, Fukushima, João Suzuki, Milton da Costa, Yuji Tamaki, Masumi Tsushimoto, Antonio Bandeira, Luigi Zanotto, Lula Cardoso Aires, Fernando Lemos, Manabu Mabe, Danilo di Pretti, Iberê Camargo, Ivan Serpa, Aldemir Martins, Paulo Becker. Os modelos foram, em seguida, criados pela inspiração de Dener, José Nunes, Jorge Farré, José Ronaldo, Guilherme, Rui e Marcílio. Assim nasceu a coleção 'Brazilian Style', cujos primeiros modelos a MANCHETE e os manequins Inge, Mila, Mailú, Bárbara, Norma e Lilia apresentam em 'avant-première'.* (...)"

A matéria continua explicando o estilo dos modelos criados bem como a estratégia internacional, nacional e local:

> *(...) "Linha básica francesa, com acentuada influências orientais, em modelos sobre estampados e com detalhes autenticamente brasileiros. É assim, em resumo, a fórmula da Coleção Brazilian Style, que define a silhueta da mulher elegante para o verão de 1964-65. Um capítulo especial, de fato, é os acessórios. Neles só foram utilizados materiais típicos de nosso país, como pedras preciosas, sementes, bordados do Ceará, penas de aves tropicais e peles da fauna brasileira. Repetindo as vitoriosas apresentações feitas no estrangeiro, nos anos anteriores, a Coleção Brazilian Style vai viajar, impondo o nome do Brasil no campo da moda internacional e constituindo incomparável veículo de divulgação do nosso país. Este ano o roteiro inclui Paris e depois o Japão, onde o desfile dos manequins milionários precederá a Semana de Cultura Brasileira, promovida em Tóquio pelo Serviço de Propaganda e Expansão Cultural do Ministério das Relações Exteriores. O Japão foi escolhido por ser sede da XVIII Olimpíada Mundial, para a qual se voltará a atenção do mundo inteiro, e também pela influência oriental na alta-costura nos grandes centros ocidentais[112]. Em agosto, a coleção será apresentada na VII FENIT, em São Paulo.*
>
> *Para a apoteose paulista a Companhia Brasileira Rhodiaceta está construindo, no Ibirapuera, um gigantesco estande-auditório, montado sobre imensa piscina. As grandes cidades brasileiras figuram outra vez no*

[112] Em meados dos anos 1960, o Japão inicia um crescimento econômico que ocorre ao mesmo tempo em que se transforma em uma das nações que mais consome bens culturais ocidentais. A moda é um bem cultural dos mais pertinentes para o mundo japonês.

> *mapa da elegância, convergindo para elas, depois do desfile da VII FENIT, os manequins da Rhodia e o guarda-roupa feérico do próximo verão.*
>
> *MANCHETE acompanhará a trajetória da moda brasileira pelo mundo*
>
> *A caravana da alta costura brasileira será constituída, também, de um conjunto de música popular e de intérpretes do nosso melhor cancioneiro moderno. Em Paris, já está sendo organizado um grande desfile que será assistido pelos maiores nomes da moda francesa, assim como, igualmente pela alta sociedade e principais fabricantes de tecidos de toda a Europa".*

O texto acima nos dá diversos elementos para pensarmos sobre a estratégia de Rangan. Primeiro, a Rhodia é a principal empresa (a que patrocina, faz as roupas e os eventos), mas não é a única: a Bloch Editores (via *Manchete*), companhias aéreas (como a *Air France*), as tecelagens, a Alcântara Machado (FENIT) e mesmo órgãos federais, como o Ministério das Relações Exteriores são parte de uma rede de relações e de arranjos que veem na moda industrial um bem cultural a ser desenvolvido e promovido junto à população brasileira, que colabore, também, para a construção de uma imagem sobre o que é o Brasil fora do país. A ordenação da divulgação é de fora para dentro; assim, primeiro expõe-se no estrangeiro, depois em São Paulo e Rio de Janeiro e, finaliza, espraiando-se por quase todo o país. Esta estratégia tem como fim lançar a coleção 6 meses depois no Brasil, o que significa que, mesmo que seja elaborada, inicialmente como a moda do verão 64-65, efetivamente as roupas só serão consumidas e popularizadas no ano verão de 65-66, não 'queimando' a estação européia de lançamento.

A tática criativa é tomar a *base francesa*, isto é, as formas (modelagem, caimento, costura e comportamento da roupa sobre o corpo) provêm do modelo francês. Porém, tenta-se, ao mesmo tempo, 'temperar' com caracteres ditos 'brasileiros', lançando mão de materiais que lembrassem ou fossem de imediata leitura como algo 'tipicamente brasileiro'. Penas, peles, pedras brasileiras, enfim, elementos que matericamente são reconhecidos para se usar em acessórios, demonstrando que estes não são dispensáveis na composição visual de uma pessoa, pois a construção da aparência é uma das experiências estéticas cotidianas mais importantes do mundo ocidental industrial – como bem apontava Baudelaire no século XIX.

Notamos que a moda se alimenta da arte contemporânea não só como meio de apresentar o *novo* constantemente, mas como via de divulgar visualidades que condizem com as novas correntes do comportamento social – e mesmo econômico – da década de 1960. As artes como um todo era barulhenta, jovem, cheia de cores e novas propostas corporais. As peças da *Coleção Rhodia* deram soluções vestimentares para esse cenário, isto é, criou vestes arrojadas, com cortes agressivos, estampas impactantes, apresentadas de maneira inovadora. A adaptação e criação brasileira feita por Rangan e equipe realmente transformou o consumo no país. Isto significa que houve mudança na maneira de compreender as peças de roupa, que agora estavam na lógica industrial da moda e eram instrumento de expressão do caráter mais jovem da sociedade.

A segunda estratégia, que tem por base colaborar com as manifestações culturais nacionais, foi importante para conectar a empresa a uma transformação mais profunda, junto aos valores culturais mais relevantes para os brasileiros. Assim, por exemplo, a Rhodia apóia e financia o *I Festival de Música Popular Brasileira,* da TV Excelsior (1965), e este foi fundamental para vincular à marca as idéias de criatividade, mundo pop, juventude, enfim, valores que eram identificados como pertencentes à Rhodia e, consequentemente, aos tecidos sintéticos, o que acabava por levar a produção da empresa francesa para as tecelagens de todo o país (Mello, 2003). Importante lembrar o último parágrafo do texto da *Manchete* acima transcrito, pois destaca o envolvimento de um grupo de música popular e do cancioneiro, elemento fundamental na criação do ambiente em que os *desfiles-show* da Rhodia[113] ocorriam.

A última estratégia, central para este estudo, foi a criação dos *desfiles-show* Rhodia, que se caracterizaram por mega-eventos responsáveis, por lançar as *tendências* internacionais de moda para todo o país e eram especialmente elaborados para serem realizados na FENIT, durante um período que se estendeu entre 1959 e 1971. As vestes eram concebidas quase sempre por Alceu Penna (ilustrador e figurinista), mas não raro, outros estilistas e confeccionistas eram chamados para assessorar, e mesmo criar, vestes para estes espetáculos. É o caso de Dener Pamplona de Abreu, Ugo Castellana, Jorge

[113] Participaram como maestros, compositores e músicos envolvidos nos desfiles da Rhodia: Rogério Duprat, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Rita Lee, a lendária banda *Brazilian Octopus*, entre outros.

Farré, entre outros. As roupas desfiladas eram executadas por diversas tecelagens e confeccionistas, todas, sem exceção, clientes da Rhodia. Para o desfile, eram produzidas uma quantidade grande de peças (ultrapassava-se os 100 '*looks*'), dispostas na passarela e que tentavam repassar tendências internacionais – colhidas por Rangan e equipe em viagens – a partir de pesquisas aprofundadas em temas prioritariamente 'nacionais'.

Só para se ter uma ideia do rigor destas pesquisas, em matéria da revista *Veja* de 15 de abril de 1970 (p.78), Lívio Rangan fala sobre a tendência internacional de valorização da moda *paysan* (isto é, camponês) que invadia a Europa naquele momento (referência clara a um movimento de antimoda *hippie*, que, uma vez consumido pela lógica da moda, torna-se, entre outras coisas, uma moda camponesa). A referência, no Brasil, ao mundo rural não é a do imaginário do camponês europeu, mas da pessoa que vem da roça. Para conseguir introduzir essa tendência no mundo cultural brasileiro, Rangan manda sua equipe para o interior de São Paulo durante dois meses e adapta a moda *paysan* para a cultura do país, ou melhor, para o consumo do país.

115. Rita Lee, Tonico e Tinoco, *Nhô Look*, abril de 1970, UD, São Paulo

Concebem o show *Nhô Look* apresentado na UD e que conta com a participação de Rita Lee e da dupla sertaneja Tonico e Tinoco. Nas palavras de Lívio Rangan: "Somente vendo a roupa no ambiente em que foi criada, a mulher se sente encorajada a usá-la" (*Veja*, 15 de abril de 1970, p.78).

As pesquisas reuniam todas as formas expressivas. Dessa maneira, a música não era somente um pano de fundo, mas parte fundamental para constituir a experiência total que era vivenciar os *desfiles-show* da Rhodia. Esses desfiles monumentais eram executados primeiramente em São Paulo, depois seguiam pelo país em versões itinerantes, configurando-se como uma estratégia para disseminar as *tendências* aos 'quatro cantos do país', por conseguinte, notamos uma campanha com caráter assumidamente nacional.

Esses *shows* também excursionavam para fora do país. Abaixo, por exemplo, no mesmo ano em que a revista *Realidade* coloca em seu primeiro número o 'rei' Pelé na capa usando um chapéu de guarda da rainha, e tomados pela euforia de ganhar a Copa que ocorreria na Grã-Bretanha, a coleção da Rhodia, naquele ano, foi batizada com o sugestivo nome de *Brazilian Fashion Team e p*articipa da *London Fashion Parade* e tem fotos tiradas em Londres e na Grã-Bretanha, que imitavam ou se inspiravam em editoriais de moda de Mary Quant (1934-) e de Courrèges. O tema do futebol foi trazido em estampas e em materiais que lembram, ou campo de futebol, ou a própria dinâmica do jogo.

116. Rhodia Brasil apresentando modelos na *London Fashion Parade*, 1966
(Estampas de Fernando Lemos e Aldemir Martins, quatro vestidos pertencem à coleção Rhodia, MASP)
para a coleção *Brazilian Fashion Team*

117. N° 000-V, estampa Fernando Lemos, 1966, MASP

118. N°063-V, estampa Aldemir Martins, confecção Jorge Farré, 1966, MASP

119. N°062-V, estampa de Aldemir Martins, 1966, MASP

120. N°003-V, estampa de Aldemir Martins, 1966, MASP

Neste caso, a principal missão era divulgar os tecidos feitos por fábricas nacionais fora do país. Tanto que, diversas vezes, a Rhodia convidava grandes estilistas e marcas internacionais para confeccionar em tecidos brasileiros. De qualquer maneira, a divulgação e a tentativa de vincular o Brasil a materiais têxteis sintéticos de qualidade foi uma constante durante toda a década.

121.Publicidade da *Seleção Rhodia*, tecidos feitos em tecelagens brasileiras, concebidos e confeccionados respectivamente por Givenchy, Chanel, Chanel, Givenchy e Cardin. Revista *Manchete,* 494, 1960, p.20-21

Para o desenvolvimento e execução desses desfiles, Rangan viajava à Europa para detectar o que era lançado como moda nestes centros.

> "A cada ano (…) viajava para Paris e Milão apenas para copiar o que então era moda. Trazia cores, padronagem, estilo. Depois, fazia adaptações, criando a coleção com alma nacional." (Dória, 1998, p. 60)

Embora Paris e Milão fossem os lugares mais visitados, sabe-se que há passagens de Rangan também por Londres e Nova Iorque[114]. O criador das coleções trazia

[114] Informações retiradas de diversos documentos do Acervo da Biblioteca e Arquivo Artístico do MASP. Londres era, nos anos 1960, a capital mundial da moda jovem, pois são seus jovens estilistas (Mary Quant, Barbara Hulanicki) que dizem à juventude como se vestir, o que ouvir, como se comportar. Por sua vez, Nova Iorque é o centro da moda industrial, já organizada e eficiente desde o período da segunda Guerra Mundial, tornou-se capital da moda industrializada ao copiar os modelos de alta-costura

formas, cores, padrões e *estilo*; depois, junto a sua equipe, Rangan elaborava um tema de cunho nacional, que tivesse relações com as informações que trouxe de fora. Rangan e equipe desenvolviam mais uma pesquisa sobre o tema, e, a partir deste ponto, faziam adaptações dos modelos estrangeiros e criações autônomas, tendo como referência os materiais internacionais e nacionais, o que resultou nas roupas que hoje compõem a coleção da *Rhodia* com 'alma nacional'. Também concebiam e inventavam toda a estratégia de promoção, isto é, os *desfiles-show Rhodia*, os editoriais de moda, a publicidade e os desfiles fora do país[115]. Rangan formou uma equipe fixa com pessoas que trabalhavam quase que exclusivamente para a *Coleção Rhodia.* Todos esses participantes eram prestigiados profissionais dos meios publicitário, jornalístico e artístico, a saber: Otto Stupakoff (fotógrafo, participou nos primeiros anos), Alceu Penna (figurinista, estilista e ilustrador) e Licínio de Almeida (diretor de arte). Além destes três, temos também a participação constante de Cyro del Nero fazendo cenários e Aldemir Martins criando estampas.

As tendências internacionais adentravam no país com facilidade, devido ao processo de 'adaptação' feito pelo grupo de profissionais. Basicamente, os valores internacionais eram colocados ao público nacional a partir de um tema central – à maneira de Schiaparelli – que correlacionava diretamente os valores internacionais aos valores locais[116]. Após a definição temática, os integrantes da equipe, em conjunto com Rangan, arquitetavam quais artistas plásticos fariam os elementos pictóricos da coleção, sobretudo, elaborando as estampas exclusivas dos tecidos que serviriam aos estilistas/confeccionistas para a concepção e execução das roupas dos *desfiles-show*.

---

parisienses e divulgando-os aos quatro cantos da América a custos módicos, vulgarizando a linguagem de moda para todas as classes sociais.

[115] É importante notar que todo esse contingente de estratégias para se chegar ao público-alvo (tecelagens e confeccionistas de todo o Brasil) e público-final (aquele que via as revistas, os desfiles e passou a querer manipular a linguagem moda) não era completamente financiada pela Rhodia; a cada nova empreitada, Rangan e equipe arregimentavam empresas e empresários (nacionais e internacionais) de distintos setores, nem sempre, ligados ao universo produtivo da moda.

[116] Tais tendências são demarcadas na Europa e Estadas Unidos e divulgadas para os outros países que seguem a lógica da moda. Na revista mexicana *Fashion,* de outubro 1968, fica clara a preocupação com as tendências internacionais, por exemplo, as grandes estampas de cores contrastantes e fortes são importantes nesse momento como tendência internacional, a grande referência é a estamparia de Emilio Pucci. Vale ressaltar que a revista mexicana desenvolve editoriais e divulga estampas baseadas em temáticas locais (maya e zapoteca), assim como a Rhodia fez no Brasil.

Decidiam ainda, quais músicos fariam as trilhas sonoras, que escritor faria o roteiro, enfim, quais seriam os envolvidos na produção do evento.

122. FENIT, Lenny Dale ensaiando as modelos para o desfile *Momento 68*, cenários de Cyro del Nero, 1968

123. FENIT, Show descontraído de Gil e Caetano com os apresentadores Raul Cortez, Eliana Pittman e Walmor Chagas e modelos, *Momento 68,* 1968

Para termos uma ideia dos artistas que participaram desses acontecimentos fazendo estampa para a Rhodia, citamos aqui apenas os que possuem peças estampadas na coleção Rhodia do MASP: Aldemir Martins (1922-2006), Alfredo Volpi (1896-1988), Antonio Bandeira (1922-1967), Antonio Maluf (1926-2005), Carlos Lemos (1925), Carlos Vergara (1941), Carmélio Cruz (1924), Carybé (Hector Júlio Paride Bernabó, dito) (1911-1997), Danilo Di Prete (1911-1985), Fernando Lemos (1926), Francisco Brennand (1927), Genaro de Carvalho (1926-1971), Glauco Rodrigues (1929-2004), Hércules Barsotti (1914), Ivan Serpa (1923-1973), João Suzuki (1935), Kenichi Kaneko (1935), Lívio Abramo (1903-1992), Luigi Zanotto (1919-1989), Lula Cardoso Ayres (1910-1987), Manabu Mabe (1924-1997), Manézinho Araújo (1910-1993), Nelson Leirner (1932), Roberto Burle Marx (1909-1994), Samico (1928), Tomoshige Kusuno (1935) e Willys de Castro (1926-1988).

Como podemos perceber, são artistas que pertencem a uma imensa variedade de expressões e programas artísticos.

124. Aldemir Martins, Estampa têxtil *Cactos Floridos*, Rhodia, coleção particular

125. Ivan Serpa, estampa abstrata, Rhodia, Coleção Rhodia, MASP

126. Carlos Vergara, estampa Pop, Rhodia, Coleção Rhodia, MASP

127. Alfredo Volpi, estampa abstrato-geométrica, Coleção Rhodia, MASP

Entre os estilistas/confeccionistas podemos apresentar: Dener Pamplona, Alceu Penna, Jorge Farré, Ugo Castellana e José Ronaldo. Os cenários foram, em grande parte, concebidos e executados por Cyro Del Nero; os roteiros dos desfiles são de autoria de Millôr Fernandes, Flávio Rangel, Torquato Neto e Carlos Drummond de Andrade. Os desfiles eram geralmente coreografados por bailarinos como Lenny Dale (coreógrafo da Broadway). E as trilhas sonoras eram feitas por Gilberto Gil, Tim Maia, Jorge Ben (hoje Jorge Benjor), Caetano Veloso, Tom Zé, Júlio Medaglia, Rogério Duprat, Diogo Pacheco e pelas bandas *Mutantes* e *Brazilian Octopus*[117] e eram executadas ao vivo.

Como podemos notar, essas conexões arquitetadas por Rangan e equipe renderam não só o desenvolvimento das peças que eram lançadas em eventos performáticos, mas a própria ideia de um espetáculo, no qual elas eram peças-chave, mas não únicas, uma vez que conversavam e atuavam ao lado de cenários, música, danças, enfim, o encontro de todos os elementos pensados por Rangan constituíam a atmosfera do show, possibilitando, hoje, ao MASP, compor objetos-documento destes desfiles.

Podemos pressupor, inicialmente, que se tratou, apenas, de uma 'jogada de marketing´ bem-sucedida, pois para tornar seu produto mais 'palatável' ao gosto nacional,

[117] A *Brazilian Octopus* foi uma banda reunida por Lívio Rangan para compor e tocar músicas selecionadas para os desfiles da Rhodia. Eles tocaram juntos até 1970, quando fizeram seu primeiro e último disco, e do qual, segundo Hermeto, nunca ganharam nada. Esta banda reunia Hermeto Pascoal, Lanny Gordin (guitarra), Cido Bianchi (baixo), o violonista Olmir *Alemão* Stocker e Nilson da Matta (contrabaixista). Esse encontro inusitado aconteceu mais exatamente em 1968. Participavam também Douglas de Oliveira (bateria), João Carlos Pegoraro (vibrafone), Carlos Alberto Alcântara (sax tenor e flauta), Cazé (sax alto) e Matias (contrabaixo). Interessante notar que estes músicos fechavam contratos em que recebiam durante três meses só para fazer ensaios, algo inédito no meio musical brasileiro de então. Mais sobre o assunto, cf. Calado (2000).

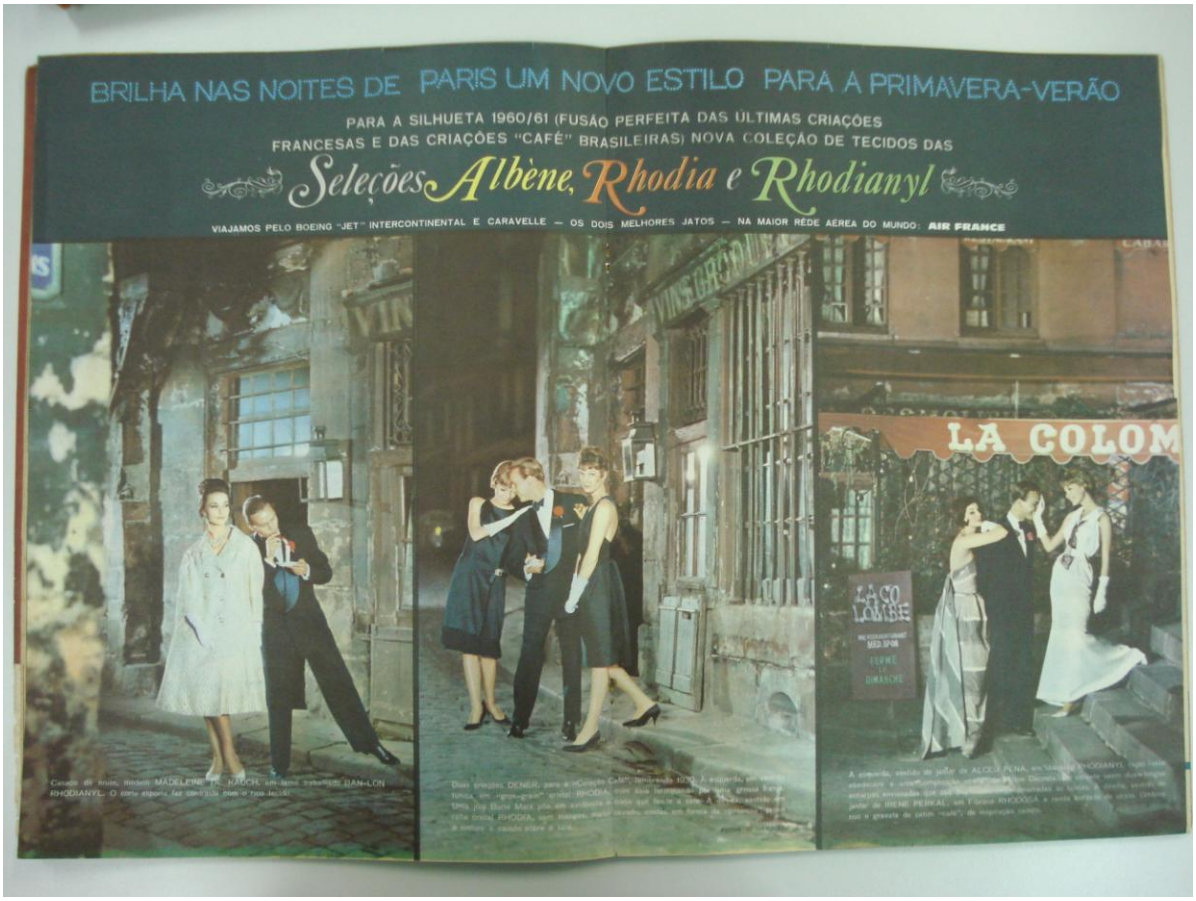
essas coleções utilizavam temáticas estereotipadas, como o sol, as frutas tropicais, o futebol, etc. No entanto, devemos destacar que, primeiro, nem sempre eram utilizadas temáticas tão óbvias e, em segundo lugar, uma abordagem tão simplificadora não leva em consideração a ação dos artistas plásticos, estilistas/confeccionistas, músicos, cenógrafos, escritores, atores, coreógrafos, envolvidos no desenvolvimento dessas coleções e eventos. Ou seja, o posicionamento deles não era neutro e tampouco 'obedeciam' simplesmente a Rangan, também criavam a partir de seus parâmetros e programas artísticos. Os estilistas confeccionavam tendo como limite criativo as ditas *tendências internacionais* de moda do momento e o tema a ser desfilado, desenvolvendo, assim, vestuários que, como as estampas dos têxteis, eram concebidos para disseminar o uso de sintéticos, justificados e legitimados pelo discurso (internacional) da arte e da moda.

Notamos que a pretensão não é apenas fazer o brasileiro parar de usar sintético como material de roupas-de-baixo, este pode até ser o primeiro motivo, e a razão inicial de investimento da Rhodia, mas o projeto de Rangan e sua trupe, tornou-se mais ambicioso e desejava fazer o mundo olhar para o Brasil como um lugar produtor de ideias criativas para a moda. Segundo Alceu Penna, citado por Dória:

> " *'E para divulgar essa linha* [a coleção *Linha Café*] *era necessário ocupar o coração da capital da moda, Paris. Manequins brasileiros fotografados pelas ruas parisienses, modelos da Linha Café destacando-se na paisagem típica da Cidade Luz… E haveria, depois, a volta para o Brasil. Numa cadeia de desfiles, de Brasília a Manaus, divulgando a fabulosa coleção de modelos autênticos franceses e dos grandes criadores brasileiros. Eis uma magnífica idéia promocional em favor da moda nacional'*. O desfile realmente aconteceu (…) em Paris. Data e local que fizeram história: a partir de então, para aqueles pioneiros, era possível dizer que a moda nacional começava a existir no âmbito mundial.(…) Provando à sociedade francesa que o Brasil, além do petróleo, tem elegância também." (Dória, 1998: 67-68)

Esta empreitada conseguiu ser executada não só com o financiamento da Rhodia, mas com apoio de diversas empresas, pois para ir a Paris, Rangan conseguiu apoio da *Air France* (transporte para a equipe e todas as modelos) e da *Manchete* (que subsidiou a estadia para o desenvolvimento de um editorial de moda em Paris em que misturavam vestes da coleção *Linha Café* com criações de estilistas franceses). Portanto, não bastava

só arquitetar o plano de ação para o Brasil, mas arregimentar profissionais para criar a coleção, criar os eventos, e firmar parceria com empresas dispostas a cooperar, apoiar e financiar os projetos.



128. *Manchete*, edição nº 447, p.54-55, 1960

Análise do caráter performático dos desfiles-show

Os *desfiles-show* possuíam um forte impacto visual, concentravam aspectos visuais (cenários e vestimentas), movimentos corporais (desfiles coreografados), música (muitas vezes ao vivo e feitas sob encomenda para dar sentido ao desfile), inovações (técnicas e tecnológicas) e entretenimento (uso de celebridades e artistas amplamente divulgados na televisão)[118]. Dizer que um desfile por si só é uma arte corporal é forçar por demais os limites (mesmo que expandidos) da arte. A arte corporal envolve uma temática e uma expressão na qual o ato corporal consegue concentrar e externalizar a temática do

[118] Um desfile é composto por 4 componentes principais: modelo, locação, tema e encerramento (Duggan, 2002).

corpo como meio (e suporte) da expressão artística. É isso que vemos nos desfiles feitos pela Rhodia na FENIT nos anos 1960. Afinal, segundo alguns depoimentos, os corpos das modelos eram os suportes ativos necessários para que a atuação e ação do desfile não só ocorresse, mas fizesse sentido. As modelos não simplesmente andavam, eram coreografadas e tinham, portanto, uma composição de movimentos no espaço – com certo tipo de procedimento corporal necessário – para expressar o que era previsto no roteiro do desfile.

Aqui, mais uma conexão com o mundo das artes se estabelece, pois a arte sobre os corpos toma de assalto o século XX como uma possibilidade de ensaio de fusão expressiva e de ideias. Eventos futuristas e dadaístas, *happenings, Body-Art*, performances teatrais, enfim, a fusão de linguagens a experimentar e experienciar novas possibilidades expressivas[119]. Todavia, há diferenças importantes, pois o desfile é um evento que tem caráter mercadológico, sua função é comunicar algo a respeito da maneira de as pessoas se vestirem, provocando naqueles que assistem desejos por novas peças vestimentares. Nos desfiles da Rhodia, essa função era motivação inicial para uma expansão dos limites do que se compreendia como desfile no país. Retomemos a forma como as ditas *maisons* nacionais faziam:

> "... em 1944 foi inaugurada no Rio de Janeiro a *Canadá de Luxe*. A casa, na esquina da rua da Assembléia com a avenida Rio Branco, era luxuosa e enorme: por seus quatro andares distribuíam-se lojas, escritórios, salão e ateliês. Construído em 'L', especialmente para sediar desfiles, o salão era todo em cinza e grená, com mármore bege. Mena treinou meia dúzia de moças bonitas e altas para serem manequins da casa. O dia da inauguração foi histórico: o Brasil jamais havia assistido antes a um desfile com manequins" (Queiroz, 1998: 8).

Em 1951, no desfile da *maison Christian Dior* no MASP, foi necessário a casa francesa trazer modelos profissionais de Paris, pois no Brasil não havia manequins profissionais. Diante disso, Bardi achou necessário, já que o MASP investia em cursos de formação para diferentes áreas do design, inclusive de moda, que se formassem também

[119] Por exemplo, *Untitled Event* orquestrado por John Cage (que criou uma 'partitura' que indicava momentos de ação, quietude e silêncio) e protagonizado por Merce Cunningham, Robert Rauschenberg, David Tudor, Mary Richards, Charles Olsen e pelo próprio John Cage (ver mais: Glusberg, 1987).

as modelos que desfilariam as criações destes alunos. Em 1952, pediu indicações de profissionais que poderiam ministrar cursos de manequim para a editora de moda da revista *Elle* em Paris e, no mesmo ano, inicia o primeiro curso de manequins[120]. Os desfiles contavam com passarelas em formatos de 'I', 'L' ou 'T', música de fundo e manequins andando com postura ereta e elegante, seguindo o pressuposto de mostrar da melhor forma as roupas que elas estavam portando.

Também é interessante notarmos que é por volta dos anos 1960 que vemos uma alteração nos desfiles nas capitais da moda, já que nos anos 50 as modelos projetavam uma imagem arrogante e uma corporalidade quase estática[121]. A moda jovem desejava ser diferente da moda dita 'adulta', isto significa não só que as roupas eram peças que não seguiam as regras do fazer e das formas (já que eram industriais e irreverentes), mas que também a sua apresentação deveria ser original. Desse modo, os estilistas e as marcas jovens incrementaram seus desfiles com som, luz e corporalidades expressivas e divertidas. É neste momento que

> "os desfiles de moda passaram a exibir fantasias elaboradas, luzes, adereços, música e cenários, e a ser chamados de 'teatro sem trama'"(Duggan, 2002: 6).

Marcos dessa transformação foram Mary Quant e André Courrège. Courrèges, no desfile de 1964, em Paris, criou um ambiente forrado em vinil branco, e suas modelos surgiram sorridentes, de vários tipos étnicos e com roupas tão impactantes quanto o formato do desfile apresentado, que ficou conhecido como *Space Age* (Keenan, 1977). Mary Quant colocava suas modelos ao som de jazz e preferia modelos fotográficos a manequins de passarela, devido à maneira como se movimentavam, considerada por ele mais vívida que as das profissionais de passarela. Outra coisa importante era a preocupação com dar uma atmosfera de velocidade e movimento ao desfile; para isso, as modelos pulavam, chutavam, corriam na passarela, e mostravam 60 peças em apenas 15

[120] Ver mais: Sant'Anna, 2002b.

[121] No filme *Cinderela em Paris* (1957), logo no início, há uma cena em que o fotógrafo interpretado por Fred Astaire faz uma sessão de fotos para um editorial de moda, e a presença da modelo transmite exatamente esse tipo de corporalidade.

minutos[122].

129. Maison Christian Dior, Coleção Primavera-Verão, 1957, fotografia de Cecil Beaton, Getty Images, Los Angeles

130. André Courrèges, *Space Age*, 1964, imagem publicitária, Victoria and Albert

Os *desfiles-show* da Rhodia rompiam, portanto, com o formato de desfiles dos anos 1950. As modelos necessitavam interpretar não só as roupas, mas todo o tema do evento, assim, elas eram coreografadas, não só para 'expor a roupa da melhor maneira possível', como também para expressar os sentidos das vestes e do evento ali propostos. A importância dos movimentos corporais das modelos era tão grande que elas eram coreografadas por expoentes profissionais da dança da época, como os coreógrafos Lenny Dale e Ismael Guiser (1928-2010)[123]. Ressaltamos que Rangan vale-se de fontes de referências muito variadas, isto é, performances dadaístas, arte performática (intensa nos anos 60 e 70), o grupo Fluxus, o teatro e arte popular e mesmo o ativismo político. Todas estas manifestações (artísticas ou não) impunham ações (sobretudo corporais) como meio

[122] Poderíamos listar vários outros exemplos de desfiles que experimentavam novas formas, como os de Yves Saint Laurent, Ossie Clark, entre outros. Ver mais: Evans, 2002: 31-70.

[123] Ismael Guiser era de origem argentina, veio para o Brasil para ser solista do Balé do Quarto Centenário. Guiser começou a dançar aos 18 anos, tornando-se solista do *Balé de La Plata*, em Buenos Aires. No início dos anos 50, seguiu para a Europa, onde chegou a trabalhar no *Teatro La Scala*, de Milão e a dançar na companhia do francês Roland Petit. O convite para dançar no Brasil veio em 1953, por meio do próprio diretor do *Balé do Quarto Centenário*, Aurelio Milloss (1906-1988). Logo após sua chegada a São Paulo, Guiser começaria a exercitar a sua porção de coreógrafo no *Balé do MASP*, para o qual criou suas primeiras coreografias profissionais. Na mesma época, também atuou na extinta *TV Tupi*. E ao longo de sua carreira no Brasil, coreografou para sua própria companhia, fez trabalhos para grupos tão distintos quanto o *Balé do Teatro Municipal do Rio de Janeiro* e o *Cisne Negro*, além de nos anos 1960 ter coreografado as modelos da Rhodia para Lívio Rangan.

de expressar suas ideias, posicionamentos e crenças.

Os desfiles da Rhodia tornam-se mais do que lugares de exposição da última tendência de moda, passam a ser espaços de espetáculo, assim, relacionando-se intimamente com as artes performáticas[124]. As roupas são parte fundamental, mas a experiência de vê-las imersas em sons, cenários e corpos movimentados de maneira expressiva transforma a recepção e a compreensão do que era um desfile de moda até então. Podemos até mesmo apontar que em alguns destes desfiles temos roteiros dramatizados, por exemplo, em *"Build up – Eletronic Fashion Show"* (1970), Rita Lee interpreta uma garota que aspira ser estrela, as músicas da trilha contam a história dessa menina que deseja ganhar o mundo, em especial, na canção: *Sucesso, aqui vou eu (Build up)*[125]. A roupa é contextualizada imediatamente e acaba por ser compreendida rapidamente pelo grande público.

O recurso de tornar o desfile um espetáculo performático acaba por ter duas consequências: primeiro, torna a moda mais acessível ao grande público, afinal, a *Haute Couture*, pressupõe conhecimento técnico para ser admirada em profundidade. Vai além, portanto, de tornar uma pessoa bonita, ou de expressar aquilo que ela sente, pois a *Haute Couture* – como qualquer outro artesanato – é para iniciados, isto é, para quem conhece – e reconhece – os procedimentos tradicionais, manuais, requintados e de altíssima qualidade que uma fatura destas exige. Dessa forma, não adianta mostrar simplesmente os modelos da *Haute Couture*, porque não são compreendidos em sua dimensão técnica e tradicional por leigos, sua absorção é superficial. Rangan aposta em comunicar as coleções da Rhodia de maneira marcante e – por que não – acessível, usando e abusando da mídia disponível nos anos 1960 no Brasil. Segundo, a ênfase na natureza espetacular do desfile pode diminuir sua leitura imediata como um instrumento comercial. Isto porque as roupas apresentadas em corpos super produzidos (maquiagem, penteados e acessórios), em meio a várias referências e estímulos sensoriais, o desfile se desintegra em uma fantasia/ficção.

---

[124] Mais sobre a relação dos desfiles, cf. Duggan, 2002: 3-29.

[125] Música de Rita Lee e Arnaldo Batista, gravada no disco com o mesmo nome do desfile: *Build up*. Segundo Calado (1995 e 2000), Rangan escolhia os músicos através de indicações e sugestões do todo-poderoso da gravadora Phillips, André Midami.

Similar à *Body-Art* e performances praticadas nos anos 1960[126], os *desfiles-show* possuem concepções sobre o corpo. As ideias depositadas no suporte corporal são de que as modelos eram capazes não só de demonstrar diferentes padrões de beleza (pois elas eram de diversas origens étnicas e havia claramente uma valorização da miscigenação), mas que seus corpos eram passíveis de expressar diversas mensagens. O corpo vestido sofre transformações que podem operar-se no espetáculo do desfile fundindo sedução, beleza, estranhamento, leitura corporal, fundo musical, interação com o cenário e com os outros corpos. Glusberg escreve que na *Body-Art* e performance:

> "... o artista necessita de uma prática e ao mesmo tempo física para sua realização, da mesma forma que o espectador necessita de certo treinamento para encarar o novo. Muitas imagens são oferecidas a um público que vive a ficção de seu próprio corpo, que se apresenta de uma forma imposta por rituais estabelecidos. Frente a essa ficção, os artistas vão apresentar, em oposição, um corpo que dramatiza, caricaturiza, enfatiza ou transgrida a realidade operativa." (1987: 57)

Assim, verificam-se semelhanças com o desfile que tem como foco ir além de vender as tendências de moda, mas transformar a sensibilidade dos que estão assistindo a respeito da moda feita no Brasil, afinal, a realidade de moda no mundo havia mudado – o tom agora era dado pela juventude e a produção era industrial – e isso ocorria no Brasil também.

A produção desses desfiles pretendeu-se – e se firmou durante a década – como influência forte na produção de vestuário nos anos 1960 no Brasil. Mesmo possuindo esse poder irradiador da ideia de *tendência* da moda, as roupas da coleção *Rhodia* tinham um caráter muito especial, pois eram vestuários e têxteis exclusivos e que não seriam postos à venda:

> "O sonho de consumir terminava ali na passarela. Não estávamos vendendo moda, mas fazendo uma metamorfose no consumo. Nada como antes: sair correndo para comprar. Inútil: os tecidos, os desenhos, as cores, a elegância dos desfiles, o brilho dos shows – tudo terminava ali. Só o novo discurso da moda podia ser absorvido. Não mais o algodão

[126] A *Body-Art* possui várias vertentes, mas, para Glusberg, há um "denominador comum de todas essas propostas era o de desfetichizar corpo" (1987: 42), tentando eliminar a exaltação à beleza clássica, e fazer do corpo um instrumento expressivo do homem.

> e a lã, mas o fio sintético" (Cyro Del Nero, in *Ribenboim*, 1999: 30)

Como podemos perceber, esses objetos foram *sui generis* dentro da história do design de moda nacional, pois desempenharam um papel de transformadores culturais através de seu desejo de alterar o hábito de consumo. Para realizar tal intento, utilizava-se de diversas linguagens ligadas às artes, cruzando a forma do produto de consumo – o vestuário – com as intervenções vanguardistas e das novas tecnologias (Ribenboim, 1999). O diálogo moda-arte dá-se numa época de forte produção artística no país, na verdade os eventos da Rhodia não só dialogavam como incentivavam a produção de artes plásticas, música, literatura, tudo ligado aos *desfiles-show.* Segundo Ribenboim (1999) a moda – no caso exemplar do vestuário feito pela Rhodia – e a arte nessa época *consumiam* a cultura brasileira. Consumia no sentido de utilizar seus valores como subsídios de criação, pois

> "o valor atribuído à arte transformava a moda numa espécie de glamour cultural, propondo assim uma definitiva mudança no comportamento do mercado com a introdução do fio sintético na roupa brasileira" (Ribenboim, 1999: 03).

Concordante com esse posicionamento é o depoimento de Cyro Del Nero, em que coloca a importância de seu trabalho nos *desfiles-show*:

> "Nossa alegria é termos contribuído para uma ação inesquecível para quem viu. Contribuímos também para a história do povo que consome e consome melhor quando a origem do produto é criativa, da sensibilidade de alguns que saem para fora de seu âmbito para o macrocosmo do mercado. E a maior contribuição ainda é propiciar a apreciação da arte através da moda" (Cyro del Nero, in Ribenboim, 1999: 37).

Os artistas plásticos envolvidos nessa empreitada possuem históricos e intenções plásticas muito diferentes, assim como os próprios costureiros articulam distintos estilos. Faz-se necessário tentar compreender como essas relações estabeleceram um universo de diálogo cultural capaz de criar um objeto-design comum, mesmo que à primeira vista pareça uma simples operação empresarial. Ao desmembrá-las, teremos acesso a uma rede de relações que são extremamente complexas, como tecido, com fios de várias tonalidades, espessuras e texturas, com tramas das mais variadas e que a cada coleção, a equipe responsável pelos *desfiles-show Rhodia*

(re)inventavam maneiras de tramar.

As grandes mostras internacionais – *Bienal de Veneza*, *Bienal de São Paulo*, *Documenta de Kassel* – já haviam se tornado – na década de 1950 – espaços de consagração da produção artística moderna e contemporânea (Bueno, 1999: 149)[127]. Nada mais coerente a atenção que Lívio Rangan dedicou a esse universo, como forma de inspiração criativa para conceber as temáticas presentes nos *desfiles-show* da Rhodia.

A escolha dos artistas era feita de inúmeras maneiras: desde conhecimento pessoal, até a procura por uma manifestação que coadunasse com a temática desenvolvida na coleção. Porém, o que notamos é que os artistas, quase sempre são de destaque e reconhecimento no universo das artes no Brasil e no mundo. Muitos dos artistas convidados participaram de mostras artísticas internacionais como *Bienal de São Paulo*, *Bienal de Veneza*, vários deles são ganhadores de prêmios e menções honrosas. Além disso, há o que é *macrotêndencia*, indicada através dos *Bureaux* de moda internacionais e das próprias pesquisas *in loco* que Rangan fazia em Paris, Milão e Londres. Estes dois pontos de referência eram cruciais para as escolhas de Livio Rangan e sua equipe: tendências artísticas e de moda.

Para melhor exemplificar esse processo, usaremos a análise dos desfiles e das roupas da *Coleção Rhodia* do MASP que tratam das temáticas sobre a arte popular brasileira. Este foi um tema recorrente ao longo dos *desfiles-show* da Rhodia, já que o apelo à cultura do Brasil era uma preocupação constante nas criações destes eventos por Rangan.

A temática popular como meio de transformar o consumo no país

As vestes que hoje constituem a *Coleção Rhodia* do MASP foram produzidas como parte de uma estratégia de marketing que procurou introduzir o filamento sintético

[127] Enquanto os salões do século XIX legitimavam obras, as instituições internacionais que organizavam estas mostras temporárias construíam a reputação dos participantes, surgindo manifestações que avançavam em direção à quebra dos valores tradicionais cada vez mais radicais. Dessa maneira, a *Bienal Internacional de São Paulo* não é qualquer espaço, pois se trata de um esforço de ligar a América Latina ao circuito internacional, afinal o júri da *Bienal de São Paulo* era praticamente o mesmo que o da *Bienal de Veneza*. Segundo Bueno, a experiência da *Bienal de São Paulo* reeditava "o modelo dominante, funcionou como um mecanismo de divulgação e consolidação da arte moderna e do campo artístico internacional" (Bueno, 1999: 151-152).

no país como uma possibilidade têxtil para *outwear*. Dentre os argumentos da empresa francesa, para o seu programa de marketing, temos a ideia de se criar e consolidar uma *moda brasileira* feita por estilistas, artistas, músicos, cenógrafos, designers, confecções e indústrias têxteis de atuação no país. Esta mobilização, para a produção de uma década dos *desfiles-show Rhodia,* criou um guarda-roupa extremamente relevante para estudarmos a cooperação e o trabalho criativo em conjunto de toda uma cadeia produtiva de moda como nunca havia sido feita no Brasil até então. A fusão de tendências internacionais com discursos artísticos nacionais, o consumo do discurso e da maneira de consumir norteados pela ideia de moda industrial, entre outras quase infinitas possibilidades de abordagens possíveis sobre essa coleção são alguns dos pontos relevantes para as discussões apresentadas. Aqui, propomos o debate sobre a maneira como a cultura popular, e em especial, a arte popular, foi apropriada pelo discurso visual presente nas estampas da Rhodia, como sinônimo de *brasilidade*[128].

O tema é circunscrito pela ideia de como a *cultura* e a *arte popular* foram apropriadas como base criativa de algumas das peças que compõem a referida coleção. Os motivos de estamparia produzidos que trataram de temáticas ditas 'brasileiras' não raro coincidem com as pesquisadas por artistas plásticos que assumidamente trabalhavam com temas ditos 'populares'. Porém, voltemos ao contexto para compreender esse posicionamento criativo nos anos 1960. Na citada década, a cultura e a arte popular eram continuamente colocadas como *'a mais genuína manifestação do povo brasileiro'*, e eram constantemente chamadas a legitimar manifestações das mais variadas como *'tipicamente brasileiras'*. Nesse sentido, é notório que criar uma moda – que se queira reconhecida como *brasileira* – pressupõe trabalhar com estes temas, já que é uma estratégia simbólica conquistar o 'povo brasileiro' para entrar na lógica da moda, ao mesmo tempo em que este era convencido sobre o consumo e uso do têxtil sintético.

Antes de adentrarmos nas questões específicas da estamparia, retomemos as definições e posicionamentos mais recorrentes nos anos 60 sobre 'arte popular'. A partir

[128] A ideia de *brasilidade* é anterior ao golpe de 1964, trata-se de um conceito forjado no período democrático entre 1946 e 1964, em especial no período João Goulart, porém, a busca pela *brasilidade,* após o golpe, pode ser compreendida como uma reação à desarticulação que a ditadura militar estabeleceu nos meios intelectuais e artísticos brasileiros.

deste ponto, abordaremos o especial reconhecimento que este tipo de produção artística feita no Brasil teve na década de 1960, já que era identificada como receptáculo exemplar de caracteres imagéticos ditos 'brasileiros', ou seja, portadores de uma *brasilidade*. Matericamente, a temática popular surge como via nas quais os artistas plásticos que produziram este tipo de estampa, requerida pela empresa francesa, conectavam-se com um público mais amplo. Contudo, antes debateremos a ideia de como se deu a associação entre as concepções de *cultura* e *arte popular* com a caracterização de ser 'brasileiro' nos anos 1960. Somente tendo ciência destes discursos, podemos verificar o *porquê* e *de que maneira* alguns vestidos desta coleção conjugam todas essas variantes (nacionais e internacionais) e conformam um objeto-vestuário artístico.

Nos anos 1960, a discussão sobre o que é *arte popular* e qual sua importância dentro das manifestações artísticas brasileiras, passa por uma transformação profunda[129], pois o cenário geral mudou de maneira radical, em primeiro lugar, do ponto de vista político: o país havia passado pela ditadura varguista, acabara de vivenciar um curto período de democracia (marcada pela política desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek), seguido do golpe de 1964, que transformou o Brasil em uma ditadura militar. Da perspectiva econômica, vivia-se um momento de rápida industrialização, feita a partir de vultosos investimentos de empresas multinacionais no país. Consequentemente, o território transformou-se rapidamente de rural a urbano[130]. Culturalmente, a inauguração de Brasília, dava a sensação a todos de que o Brasil passava por um momento de transição para a modernidade. Ainda no âmbito cultural, é inegável que havia certa hegemonia *gauche* (Schwarz, 1978). Foi, neste momento, que a indústria cultural se instalou e se consolidou no país, tornando-se motivo constante de debate para os artistas e intelectuais, afinal, estes tinham que se posicionar (aderir ou não) e discutir o impacto de

[129] As abordagens anteriores com relação à arte popular provêm da perspectiva do folclore, por exemplo, os estudos de Câmara Cascudo. Também identificamos um interesse e valorização da arte popular a partir do final dos anos 1940. Neste período, também identificamos a valorização de alguns pintores populares que começam a receber atenção da crítica, como José Antônio da Silva (1909-1996), que teve suas obras postas à venda na Galeria Domus, em 1948, Pietro Maria Bardi adquire algumas delas e parte é doada ao MASP, que, ao expor em 1951, na *1ª Bienal Internacional de São Paulo*, recebe o prêmio aquisição do MoMA.

[130] O processo de urbanização do Brasil foi um dos mais rápidos do mundo (Ridenti, 2005: 87).

tais questões sobre o país. Por último, nesta mesma época, houve uma revisão a respeito do pensamento social brasileiro, desmistificando teses consagradas até então, como o 'caráter cordial do brasileiro' e os princípios que conformam o populismo no Brasil[131]. Este repensar era feito tendo como pano de fundo a valorização do pensamento de transformação da sociedade do Brasil. Esta era, paradoxalmente, baseada no homem simples do povo, um possível 'homem do campo', porque se supunha que este não era contaminado pela modernidade urbana capitalista e também seria capaz de modificar a sociedade brasileira através de uma qualificação provinda de sua 'identidade nacional', baseada em 'raízes' capazes de romper com o subdesenvolvimento sem submeter o país ao fetichismo da mercadoria e do dinheiro.

A partir deste panorama – profícuo de tensões – temos uma produção artística (teatro, música, artes plásticas) que tenta se rearticular e forjar um posicionamento político após o golpe de 1964. Dessa maneira, durante toda a década, a temática de construir uma *arte brasileira,* ou que *falasse* em nome do país, foi amplamente debatida. A primeira dificuldade a ser solucionada foi a de escolher *uma* imagem para um país extremamente multifacetado, fragmentado, enfim, com diferenças internas imensas. Notamos que uma parte dos artistas toma consciência do caráter contraditório do Brasil – que justapõe moderno com arcaico, erudito com popular, o primitivo com o *high-tech* – e percebem que o discurso nacionalista homogeinizador não mais responde aos anseios e às perspectivas que eles – os artistas – esperam e desejam para o país. Até quase o final dos anos 1960, a cultura e a arte popular são constantemente reiteradas como material fundamental para a criação de uma arte que seja imbuída de *brasilidade.* Porém, mesmo essa reiteração tem significados bastante diferentes, conforme o posicionamento dos artistas e dos agentes culturais que estavam envolvidos. De qualquer maneira, é importante apontar que as manifestações artísticas e culturais estavam constantemente em diálogos com o universo internacional, e sua tentativa de síntese entre *brasilidade* e internacionalização, arcaico/primitivo e moderno, bem como passado e futuro, era uma procura de muitos dos artistas daquela época.

[131] Entre os intelectuais que reviram e re-analisaram teses do pensamento social brasileiro nos anos sessenta podemos citar Caio Prado Júnior, Octávio Ianni e Francisco Weffort.

Os posicionamentos mais destacados, destas tentativas de reflexão podem ser notados nos estudos sobre cultura popular, que enfrentam a problemática historiográfica a respeito das definições e abordagens sobre cultura, folclore e cultura popular feitas até então, mesmo que este tenha sido um tema amplamente debatido nos anos de Goulart (Motta, 1977). Há, por exemplo, a iniciativa do *Centro Popular de Cultura* (CPC) e da *União dos Estudantes* (UNE). O CPC foi fundado em 1961 e fizeram parte deste centro, Ferreira Gullar, Carlos Estevam Martins, Oduvaldo Vianna Filho, entre outros. Eles tinham como mote inicial a preocupação com a produção de uma dramaturgia crítica sobre a realidade do Brasil, que logo se alargou e trouxe à discussão toda e qualquer manifestação artística. Desse modo, o CPC debatia amplamente como a arte popular poderia – e em sua opinião deveria – ser apresentada *na* e *para a* sociedade brasileira, destacando, em seus questionamentos, a importância e a necessidade da maior aproximação entre os artistas e o povo. Notamos que a grande preocupação do CPC era a construção de uma cultura nacional popular que fosse capaz de transformar a realidade de toda a sociedade brasileira. Assim, era a arte que dava base às ações políticas do CPC, como instrumento de articulação e comunicação com o povo, pois, toda e qualquer manifestação artística que não fosse engajada era rejeitada como 'arte alienada' e/ou 'alienante' (Catenacci, 2001)[132]. Trata-se de um exemplo de movimento que pretendeu não só discutir a arte popular, mas que produziu manifestações artísticas a partir deste debate[133], politizando a arte e identificando-a como um 'bem do povo', e que deveria ser base para um projeto político transformador da sociedade brasileira.

No Nordeste, mais precisamente no Recife, Pernambuco, temos o *Movimento*

[132] Estes debates geram o "Manifesto do CPC", escrito por Carlos Estevam Martins. Neste documento, são definidas as diferenciações entre a *arte do povo*, a *arte popular* e a *arte popular revolucionária* dos cepecistas. A distinção entre elas era: (a) *arte do povo:* ligada a uma tradição arcaica e ao cotidiano, trata-se de uma arte ingênua, tosca, retardatária e apenas satisfaz necessidades lúdicas e de ornamentação; (b) *arte popular:* é uma arte produzida por artistas pertencentes a classes sociais distintas do público, e é típica de centros urbanos, trata-se de uma arte que é lírica com a miséria; e (c) *arte popular revolucionária:* que parte da essência do povo, sendo uma arte que é popular porque se identifica com os objetivos do povo e se une a ele na luta pela transformação da sociedade (Hollanda, 1981: 130). Porém, não podemos achar que todos no CPC concordavam com essa visão tão dogmática, pois este ambiente era profícuo em contradições internas (Garcia, 2004).

[133] Produzindo e apresentando produtos culturais na porta de fábricas e sindicados como peças teatrais (*Eles não usam Black-tie*, de Gianfrancesco Guarnieri), filmes (*Cinco vezes Favela*) e coleções de livros (*Cadernos do Povo* e a série *Violão de Rua*) (Hollanda, 1981, Garcia, 2004).

da Cultura Popular (MCP). O MCP foi fundado por volta de 1961 e participaram dele Miguel Arraes, Germano Coelho, Ariano Suassuna, Hermilo Borba Filho, Abelardo da Hora, Paulo Freire e Francisco Brennand. Como podemos perceber, o MCP foi formado, assim como o CPC, por intelectuais e artistas, que visavam, principalmente, o desenvolvimento da cultura saída das '*raízes* populares'. Rapidamente, suas discussões os levaram a se encaminhar para os problemas educacionais e defenderem a força da cultura nordestina, compreendida como menos influenciada pelos ditames estrangeiros (Bo Bardi, 1994).

Lina Bo Bardi (1914-1992), na esteira de um debate que também utiliza a arte popular como centro, destaca-se por uma abordagem que é fruto de uma perspectiva que trata a produção da arte popular como uma denúncia da situação sociológica do país, distinta, portanto, da visão imbuída de romantismo revolucionário proposto pelo CPC[134]. Bo Bardi mergulha na produção artística popular nordestina, aponta para a necessidade de se conhecer a produção do povo sem compará-la à alta cultura, evitando a todo custo essa comparação, pois caso este movimento seja feito, a arte e a cultura popular podem ser 'rebaixadas' ou abordadas como pobres, não só porque advêm de uma realidade miserável, mas porque não manipulam os mesmos valores, significados e técnicas presentes na produção artística da *alta cultura*. Bo Bardi também repudia qualquer abordagem folclorista[135], pois, sua ideia é reavaliar de maneira radical a cultura popular e suas potencialidades. Mais uma vez, não se trata de opor *arte erudita* e *arte popular*, mas de mergulhar na possibilidade fundamental que a arte popular tem de não escapar ao valor de uso, esquivando-se da leitura imediata de bem de consumo, sobretudo, impostos de fora para dentro. Isto porque, dentro da estética pobre, o encontro com os materiais não cria uma nova possibilidade plástica, uma nova linguagem, mas um objeto necessário. Através dessa pesquisa, a incansável designer/arquiteta fortalece sua produção. Caso exemplar é a escada projetada por ela para o *Solar do Unhão*. Nesta obra, Lina Bo Bardi

[134] Lina Bo Bardi tem um posicionamento *gramsciniano* que embasa suas análises, em especial porque não está à procura de valores nacionalistas, identificados por ela, como atitudes políticas que visam impor valores e modos a um país, muitas vezes, de maneira violenta. Sua procura é pelo nacional, por aquilo que são os valores reais e vivenciáveis do país (Bo Bardi, 1994).

[135] A visão folclorista tende a listar e a cristalizar manifestações culturais, que muitas vezes será mantida artificialmente após a 'folclorização', deixando de ser uma manifestação espontânea.

utilizou o sistema de encaixes dos carros de boi e, segundo Aguilar (2000), a escada adentra em um repertório *rabelaisiano* que supera qualquer distinção entre a cultura de elite e a popular. Dessa maneira, Lina Bo Bardi, surge com sua escada em espiral que irrompe de um conhecimento vernáculo.

No governo, os debates acerca da cultura popular tiveram algumas ações similares às de Lina Bo Bardi; um exemplo é quando Celso Furtado, então superintendente da SUDENE, criou a ARTENE, em 1961. Este foi um órgão dedicado à ajuda dos produtores de arte popular regionais. Em suas palavras:

> "Não era uma iniciativa romântica, mas era um frio plano de financiamento sem preocupações estéticas. Um plano intermediário que desapareceria com o desenvolvimento e a elevação das rendas. Na 'base' estava o levantamento das condições sócio-econômicas do povo nordestino rural e semi-rural dedicado ao 'artesanato', isto é, rendeiras, ceramistas, funileiros, marceneiros, tecelões, etc." (Furtado. In: Bo Bardi, 1994: 63).

Furtado tem uma política distante de uma folclorização, assim como não se acomoda com a miséria nordestina, embasando-se, como Lina Bo Bardi, no discurso *gramscinano* sobre arte e sua importância como base de desenvolvimento material do grupo social. Porém, vê o risco da cristalização deste programa na fase de pesquisa:

> "Refiro-me apenas ao risco de que nos detenhamos na fase de identificação e terminamos como a literatura nordestina, que terminou dando volta em torno dos 'castelos' e servindo de tranqüilizante para os que não têm sono na hora da sesta" (Furtado in Bo Bardi, 1994: 63).

Infelizmente, assim que os sociólogos, antropólogos e economistas, que se dedicavam àquela empreitada saíram do projeto, este foi abandonado, e a ARTENE tornou-se uma loja de souvenires no Recife – exatamente o que temia Celso Furtado. Além disso, essas sofisticadas abordagens foram completamente abortadas pela ditadura militar, que destituiu essa geração de qualquer possibilidade de continuação de seus projetos/programas.

A década de 1960 é marcada pela polaridade entre a busca por se aproximar de tendências internacionais e pela descentralização da arte brasileira, isto é, movimentos

engajados que conseguiam superar a hegemonia do eixo Rio - São Paulo, como podemos notar, nos diversos grupos que se formam, como a *Sociedade Cearense de Artes Plásticas* (CE), o *Ateliê Coletivo da Sociedade de Arte Moderna do Recife* (PE), *Clube da Gravura de Bagé* (RS), *Clube da Gravura de Porto Alegre* (RS), e políticas institucionais como a *Bienal da Bahia* (Salvador, BA), *Museu do Unhão* (Salvador, BA), entre outros.

A Tropicália[136] surge no fim da década de 1960 e é constituída por manifestações artísticas que nascem da antropofagia dos modernistas de 22 fundidas às referências internacionais (que caíam como avalanche sobre os artistas nacionais), ao universo *kitsch* (que crescia desordenamente e vinha para se firmar no mundo cotidiano brasileiro) e às referências regionais como meio de expressar a *brasilidade*. Dessa maneira, cultura popular, televisão, crônica policial, heróis políticos, *Pop Art*, carnaval, samba, rock, alta cultura, amalgamavam-se em produções artísticas que também se utilizavam das possibilidades mais inusitadas para se expressar. Isto significa que, desde os cursos oferecidos no MAM/RJ, MAM/SP e MASP até os desfiles da Rhodia, passando por propagandas de televisão, pelas instalações, produções performáticas e suportes tradicionais, tudo é meio possível e passível de ser manifestação artística no Brasil nos anos 1960[137] (Morais, 1994; Costa, Roels Júnior, 1992).

Lívio Rangan organizava artistas em seus *desfiles-show* e com eles conseguiu imprimir uma nova forma de pensar a moda no país. Não mais imitação de Hollywood ou das elites europeizadas, mas algo com forte conexão com as manifestações culturais que existiam no Brasil de então. Além disso, foi responsável por criar um programa em que os próprios brasileiros pensavam e repensavam sua condição vestimentar, bem como

[136] Tropicália também é o nome da obra de Hélio Oiticica exposta em 1966, na Whitechapel (ver Brett, 1969) e em 1967, na mostra *Nova Objetividade Brasileira,* no MAM do Rio de Janeiro. Esta obra são dois penetráveis do artista, em que a imagem tropical é amplamente requisitada, através de elementos como areia, plantas, araras, enfim, elementos que nos remetem à lembrança do mundo tropical brasileiro. A ideia inicial desta obra encontra diálogo claro no cinema de Glauber Rocha, no teatro do Grupo Oficina, na música de Caetano Veloso e Gilberto Gil, e finalmente nos desfiles (e vestuários) da Rhodia (mais sobre o assunto, cf. Favaretto, 1992 e Basualdo, 2005).

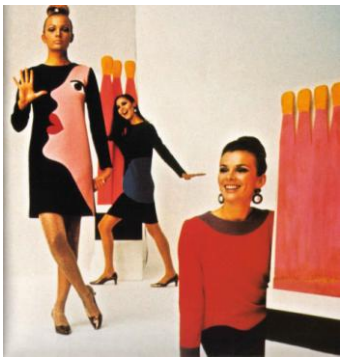
[137] Neste ambiente, destacamos as exposições: *Jovem Arte Contemporânea* do MAC/USP, *Opinião 65*, no MAM/RJ, *Bienal Nacional da Bahia* e a exposição *Nova Objetividade Brasileira*; estas se constituíram como espaços onde a opinião dos artistas dos anos 1960 podia ser vista e vivenciada. Notar que estas exposições que mostram 'arte jovem' não são exclusividade do ambiente brasileiro, elas também ocorrem no exterior, como a exposição *Young Contemporaries* feita em Londres.

mostrou ao mundo estas criações. Não é forçoso dizer que Lívio Rangan, em uma década, mudou os rumos da história do vestuário no país.

A moda dos anos 1960 segue a atmosfera de ruptura presente no universo das artes, pois o corpo[138] foi compreendido pelos estilistas desta década, não mais como um simples suporte, mas sim como parte de um programa criativo em que as ideias e questionamentos sobre as roupas e o corpo tinham espaço para serem propostas. Além disso, no decorrer dos anos 1960, a moda deixa de ser uma atividade eminentemente artesanal (*Haute Couture*) e passa a ser industrial, o que podemos considerá-la até mesmo um motor econômico, já que ela acelera e dá o ritmo à motivação do consumo após a segunda guerra mundial[139].

As tendências de moda deste período podem ser identificadas pela mudança do público foco. Nos anos 1950, o público foco eram mulheres e homens maduros. A atenção, agora, recai sobre os jovens. Isto porque o mercado adolescente estabelece-se e cresce muito após a segunda Guerra Mundial. A prosperidade do pós-guerra permitiu a esses jovens tornarem-se consumidores independentes de seus pais, fomentando uma sociedade que desejava a imagem da juventude eterna (associação com o eterno *novo*).

131. Mary Quant, desfile e performance para fotógrafos, 1965



132. Yves Saint Laurent, coleção *Pop Art*, 1966

133. Roupas Espaciais para o filme *Maroc7,* 1967

[138] Além do reconhecimento do jovem como parâmetro criativo, há vários elementos que compõem a transformação de tratamento e compreensão sobre o corpo nos anos 1960: a pílula anticoncepcional, a experimentação de drogas, a visibilidade conquistada pelos gays, a quebra da cientificidade na compreensão das raças, entre outros.

[139] A moda não é somente uma estética ou um código social: ela coloca um problema industrial específico, sendo um caso observável do problema econômico mais geral da satisfação de uma questão flutuante – a formação de gosto para o vestir-se. Todo o investimento da indústria da confecção foi no sentido de produzir roupas em grande quantidade, promovendo uma identidade diferenciada e sua 'distinção'. A história do vestuário também se apresenta como um caso exemplar da relação entre oferta e a demanda Ver mais: Green, 1997.

Neste momento, Paris, tradicional centro da moda europeia, perde espaço para a concorrência instaurada pelos jovens estilistas londrinos, pois em se tratando de moda jovem nos anos 1960, eram eles que ditavam as silhuetas e não mais os costureiros de *Haute Couture*[140]. Os estilistas ingleses eram, em sua maioria, recém-saídos dos departamentos de moda e têxteis das escolas britânicas[141], encorajados por seus professores a não seguirem por caminhos ortodoxos em suas criações. Isto porque, a juventude não queria seguir o padrão de vestuário de seus pais, e inovar era justamente partir para outro caminho na maneira de se vestir.

Vestidos retos, simplificados, calças retas, cabelos curtos, cores intensas, acessórios baratos, tecidos e texturas inovadoras (à base de filamentos sintéticos, artificiais, papéis, etc.) eram elementos fundamentais na composição das novas formas vestimentares, assim como o preço barato. Do ponto de vista da matéria-prima, destacamos que a indústria têxtil e seu grande desenvolvimento na área dos tecidos artificiais e sintéticos, além de misturas de filamentos e acabamentos experimentais, davam o tom dos anos 60.

134. *Dress of the Year* 1966, casaco: Michele Vivier da 'V de V', vestido: Young Jaeger; capacete: Simone Mirman, botas: Elliott, 1966, Museum of Costume (atual Fashion Museum), Bath

Estes têxteis, extremamente baratos e práticos, e feitos de maneira altamente industrializada, foram a base dos trajes acessíveis feitos em escala, isto é, um vestuário

[140] Os costureiros de Paris não perderam totalmente o seu poder, mas ele foi abalado, recuperou-se apenas com o desenvolvimento do *prêt-à-porter* e apostando também em jovens estilistas como Pierre Cardim, Courrèges, Ungaro e Yves Saint Laurent (Mendes, Haye, 2003).

[141] As primeiras escolas de design inglesas remetem logo após a Revolução Industrial, já no século XIX, pois, desde o início do processo de industrialização os ingleses possuem uma preocupação com dar soluções formais aos objetos feitos em escala industrial, criando assim políticas educacionais que juntam educação artística com técnicas industriais gerando as primeiras escolas de design (mais sobre o assunto em Ruskin, 2004). Além disso, pensar o processo produtivo como um todo é uma característica importante na formação do designer de moda, como podemos perceber no artigo de Breward sobre a *London College of Fashion* (2002).

concebido e produzido de maneira massificada para consumo jovem (Mendes, Haye, 2003: 159-193;195-197).

135. Mary Quant, *Vestido Mini*, 1964, lã sintética

136. *Vestido*, John Bates, 1967, PVC (polyvinyl chloride)

137. Harry Gordon, *Vestido Poster Eye*, 1968, papel (TNT)

Estas tendências têxteis e do vestuário chegavam ao Brasil via televisão, revistas e cinema – mesmo que este último de maneira mais branda do que nas décadas anteriores. O desafio em terras brasileiras era não só apresentar a moda dentro destes novos parâmetros (mais juvenis e industriais), mas fazer o público compreender e modificar sua sensibilidade vestimentar (sobretudo, frente às novas qualidades têxteis). A transformação que a Rhodia se propôs a fazer no Brasil era modificar o consumo em duas frentes: (1) o gosto brasileiro por tecidos exclusivamente naturais (à base de fio de algodão, não só o mais acessível, mas também o mais largamente produzido no país) para o sintético ou misto (natural e sintético); e (2) demonstrar o potencial criativo dos profissionais brasileiros tanto para o têxtil (tecelagens, engenharia têxtil, designer têxtil e estampas) quanto para a criação de vestuário (estilistas e confecções nacionais). Por isso, fez-se necessário uma estratégia de comunicação que promovesse uma mudança de sensibilidade. Para tanto, Lívio Rangan, utilizou-se da produção artística do período, em especial, as que emitiam discursos similares aos que ele projetava para a Rhodia no Brasil (Ribenboim, 1999), isto é, a valorização de elementos plásticos que fossem facilmente reconhecidos como detentores de *brasilidade*.

De um total de 79 peças da *Coleção Rhodia* do MASP, 21 trabalham com temáticas populares reconhecidas como detentoras de *brasilidade*, como futebol, frutas e

flores tropicais, animais e personagens que despertam essa leitura imediata. Na produção destas estampas, temos apenas artistas que, em suas produções fora da Rhodia, já trabalhavam com temas populares e que as transmutam para sua experiência na Rhodia. São eles: Manezinho Araújo, Aldemir Martins, Francisco Brennand, Glauco Rodrigues, Gilvan Samico, Carybé, Carmélio Cruz, Carlos Lemos, Lula Cardoso Ayres, Genaro de Carvalho e mais duas peças sem artistas identificados. De maneira geral, são todos artistas com atuações múltiplas no que concerne aos suportes e meios expressivos. Estes artistas (sem exceção) trabalhavam com temáticas populares, que ganharam menções e prêmios nos mais destacados eventos de arte da década de sessenta[142].

Manezinho Araújo, por exemplo, foi um famoso músico popular brasileiro (cantor e compositor)[143], cantou *jingles* importantes da história da publicidade nacional[144], atuou na imprensa escrita, no rádio e na recém-lançada televisão brasileira. Começou a pintar depois de toda essa trajetória e teve sua pintura reconhecida como primitiva, isto é, não só de caráter popular, mas sua origem e maneira de fazer não tinham referências técnicas da arte convencional. Em grande parte de sua produção, há uma preocupação por fixar tipos e temas deste universo, especialmente o nordestino, com sua característica marcante de simplificação e geometrização das formas. A estampa que fez para um vestido da Rhodia não foge à maneira como produz sua arte. Trata-se de um vestido com losangos pretos e brancos, e nas áreas brancas, o artista pintou um instrumento típico da

[142] Por exemplo, *Bienal Internacional de São Paulo*, *Bienal de Veneza*, *Documenta de Kassel*, *Bienal Nacional da Bahia*, *Panorama da Arte Brasileira* (MAM/SP), entre outros.

[143] Reconhecido como 'Rei da Embolada', foi responsável pela composição de diversos sucessos como: *Adeus, Pernambuco* (Hervé Cordovil e Manezinho Araújo, interpretado por Luiz Gonzaga, 1952); *Ai!, Maria* (Luperce Miranda e Minona Carneiro, interpretado por Manezinho Araujo, 1944); *Coitadinho do Manezinho* (Manezinho Araújo, 1939); *Como tem Zé lá na Paraíba* (Catulo de Paula e Manezinho Araújo, interpretado por Jackson do Pandeiro, 1962); *Cuma é o nome dele?* (Manezinho Araújo, 1956); *Dezessete e setecentos* (Luiz Gonzaga e Miguel Lima, interpretado por Manezinho do Araújo, 1945); *Há sinceridade nisso?* (Dozinho, Carvalhinho e Manezinho Araújo, interpretado por César de Alencar, 1952); *Mulher rendeira* (domínio público, interpretado por Manezinho Araújo, 1937); *O carreté do coroné* (Manezinho Araújo, 1939); *O chamego da Guiomar* (Luiz Gonzaga e Miguel Lima, interpretado por Manezinho Araújo, 1945), *Pra onde vai, valente?* (Manezinho Araújo,1934); *Quando eu vejo a Margarida* (Manezinho Araújo, 1939); *Segura o gato* (José Carlos Burle e Manezinho Araújo, 1936); e *Vatapá* (Manezinho Araújo, 1956). Quando decidiu parar com a carreira musical, Manezinho fez um show que reuniu mais de 10 mil pessoas.

[144] Foi um dos primeiros brasileiros a cantar jingles, por exemplo, do sabonete *Lifebuoy* e era contratado da fábrica de *Óleo de Peroba*.

música popular brasileira, em especial instrumentos ligados à tradição afro, como chocalhos, atabaques, etc. Notamos que, mesmo em um suporte tão diferente (o têxtil confeccionado), Manezinho Araújo consegue trabalhar a sua poética dentro de seus princípios plásticos (Leite, 1988, Zanini, 1983).

138. *Coleção Rhodia*, nº 057-V, estampa de Manezinho Araújo,1963, coleção *Brazilian Fashion Look*, desfilado em Roma, Spoleto e Orinte Médio, Sérgio Mendes criou o acompanhamento musical destes desfiles

139. Desfile em Roma da coleção *Brazilian Fashion Look,* 1963, Revista *Manchete*, 588, p.36-37 (vestuário com estampa de Manézinho do Araújo, coleção Rhodia, MASP)

Notamos que Rangan explorava a temática obviamente brasileira para dentro e fora do país, já que este vestido, hoje no acervo do MASP, desfilou em Roma, como a revista *Manchete* destaca na imagem acima.

Aldemir Martins, pintor cearense que esteve engajado, desde a década de 1940, dos debates sobre a arte brasileira[145], saiu de sua terra natal e passou pelo Rio de Janeiro e São Paulo. Nesta, estudou história da arte com Pietro Maria Bardi e gravura com Poty (1924-1998) no MASP.

[145] Participou da fundação e formação iniciais do Centro Cultural de Belas Artes, depois Sociedade Cearense de Artes Plásticas (Fortaleza, CE), que era formado por Antônio Bandeira (1922-1967), Raimundo Cela (1890-1954), Inimá de Paula (1918-1999) e Mário Baratta (1915-1983) (Freitas, s/d).

A partir deste ponto, Aldemir Martins elabora um álbum de gravuras intitulado *Cenas da Seca do Nordeste*, com forte influência do traço de Poty. Trabalha na temática da seca e secura do nordeste com suas personagens típicas, explorando desde lendas e o universo mítico dos cordéis até a literatura a respeito deste mundo.

140. Aldemir Martins, publicidade da Rhodia, roupa com estampa de Aldemir Martins e ilustração de Aldemir Martins para *Cenas da Seca do Nordeste.*

141. *Manchete*, Publicidade da coleção *Brazilian Nature*, 1962, edição nº 542, p.52-53

O tema do nordeste e seu desenho dramático, áspero, seu lirismo em preto e branco, a capacidade de ser sucinto, ao mesmo tempo em que é extremamente expressivo, faz dele um artista bastante especial para os anos 1960 (Klintowitz, 1989). É

este tipo de produção de Aldemir Martins que se materializa nas estampas feitas para a Rhodia: cangaceiros, cactos, galinhas d'angola e futebol. Notamos que o tema 'brasileiro' é recuperado a partir de experiências simples, muitas delas conectadas ao mundo rural, especialmente o nordestino: os cactos em sua concepção superlativa pop ou as galinhas d'angola em jogo óptico com claras referências à *Pop Art*, ou ainda o campo de futebol e suas linhas abstratas geométricas em jogo construtivo. Aldemir Martins funde o discurso e as questões mais amplas do universo da arte, corrente no mundo internacional, com o seu mundo local, na busca por uma experiência visual que fale tanto ao homem urbano quanto ao rural, tanto ao iniciado em artes quanto ao leigo admirador de moda à beira das passarelas da FENIT.

142. Aldemir Martins, nº 013-V, c1969, desfile-show *África*

143. Coleção Rhodia, nº 008-V, 1969, estampa de Aldemir Martins, tema: Galinha d'Angola, desfilado provavelmente no desfile-show *África*

144. *Coleção Rhodia*, nº 023-V
estampa de Aldemir Martins
tema: Lampião e Maria Bonita

145. *Coleção Rhodia*, nº 053-V, 1964
estampa de Aldemir Martins
tema: Cactos

146. *Coleção Rhodia*, nº 071-V,1963
estampa de Aldemir Martins, estilista José Ronaldo, 1963, coleção *Brazilian Look*
tema: Flores

147. *Coleção Rhodia*, nº 003-V, 1966
estampa de Aldemir Martins, tema: Futebol, coleção *Brazilian Fashion Team*, desfilado em Londres

148. *Coleção Rhodia*, nº 062-V, 1966
estampa de Aldemir Martins, tema: Futebol, coleção *Brazilian Fashion Team*, desfilado em Londres

149. *Coleção Rhodia*, nº 063-V, 1966
estampa de Aldemir Martins, confecção Jorge Farré, tema: futebol, coleção *Brazilian Fashion Team*, desfilado em Londres

Também do Ceará temos Carmélio Cruz (1924), amigo de Aldemir Martins, e que tem uma forte atuação na televisão e na cenografia. A sua produção artística dialoga francamente com as soluções em estampa que Cruz faz para a Rhodia, como podemos perceber nas imagens seguintes. No vestuário da Rhodia, suas estampas são sintetizações

de inspiração *afro*. Um entusiasmo criador pela forma sintética leva-nos a uma aventura abstrata, ordenada por ritmos e linearidades que invadem a estampa e as subdividem em campos em que o contraste indubitável do branco e preto confere ritmo e ordenação, enquanto o vermelho proporciona uma quebra harmônica que foca nossa atenção (Klintowitz, 1989; Kossovitch, Laudana, 2000).

150. Carmélio Cruz, Sem Título, 1964

151. *Coleção Rhodia*, nº 042-V estampa de Carmélio Cruz
Tema: Inspiração afro, 1969

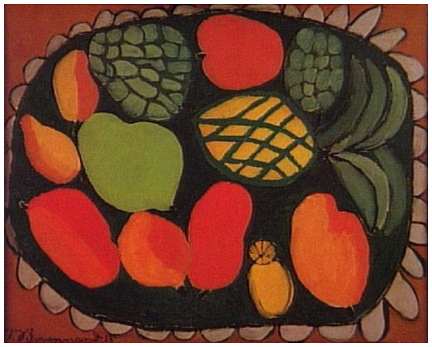
152. *Coleção Rhodia*, nº 014-V
estampa de Carmélio Cruz, c.1969

153. *Coleção Rhodia*, nº 046
estampa provável de Carmélio Cruz, 1969

154. *Coleção Rhodia*, nº 047-V
estampa provável de Carmélio Cruz, 1969

Francisco Brennand, artista nordestino, pernambucano, é atuante nas frentes artísticas de renovação da arte do nordeste. Aventura-se por diversas possibilidades expressivas (cerâmica, desenho, pintura, tapeçaria, gravura) e tem uma formação requintada, iniciada com Aberlardo da Hora (1924), e com passagens pelos ateliês de André Lhote (1885-1962) e Fernand Léger (1881-1955), em Paris. Na década de 1960, era um artista consagrado, tendo feito grandes murais no Recife e em Miami[146]. Em 1961, realizou exposições individuais no MAM/SP e MAM/BA. Trata-se de um artista que bebe da fonte popular nordestina, utilizando-a como seiva criativa que aciona seus mecanismos transfiguradores da fauna e flora locais em seres fantásticos e épicos.

[146] Em 1958, realizou o *Mural* do Aeroporto Internacional de Guararapes no Recife, Pernambuco. Na mesma cidade, na década de 60 criou o *Mural* do Banco do Brasil e da Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco, em 1962-3, realizou o mural *Grande Painel Floral* em Miami, Flórida, para a sede da Baccardi Export.



155. Francisco Brennand, *Bandeja Verde*, 1959

156. Francisco Brennand, *Luz Negra* ou A *Candeia da Ilusão*, 1969

As flores e as frutas (temáticas usadas na coleção Rhodia) crescem em um colorido intenso e primitivo, com pétalas que, ou se agigantam e ganham volume e peso, ou se entrelaçam intensamente, criando um padrão orgânico e lírico. Tais estampas trabalham a reinvenção da natureza próxima ao artista, em uma clara "ânsia de exorcizar o real pela investigação do imaginoso" (Pontual, 1987).

157. *Coleção Rhodia*, nº 004-V, Estampa de Francisco Brennand,Estilista: Alceu Penna, Confecção: Creações Well-Sport

158. *Coleção Rhodia*, nº 005-V, Estampa de Francisco Brennand, Confecção de Ugo Castellana

Gilvan Samico é gravurista, também de Pernambuco, que teve uma importante passagem pelo *Ateliê Coletivo* (Recife, PE), e que posteriormente seguiu para São Paulo, onde estudou xilogravura com Lívio Abramo (1903-1992), no MAM/SP e no Rio de Janeiro tomou aulas com Oswaldo Goeldi (1895-1961). A pesquisa sobre arte popular marca sua produção artística, em especial com influências da literatura de cordel.

159. Coleção Rhodia, nº 016-V, estampa de Gilvan Samico

A partir do refinamento destes estudos, nascem xilogravuras que são claramente um trabalho de sintetização e depuramento, produzindo figuras que são signos. Em sua xilogravura, o branco é força expressiva, a cor é usada de maneira criteriosa e a profundidade é abolida.

Na estampa da Rhodia, verificamos que o vermelho-alaranjado da estampa aviva e dissemina calor pela totalidade da superfície têxtil, trabalhando de maneira exemplar seus contrastes em amplas áreas brancas. Suas flores (motivo da estampa) não são simplesmente flores, mas um protótipo de flor, uma flora fundida à imagem de uma mandala, um 'bico de papagaio' que extrapola o universo real devido a sua força expressiva (Kossovitch, Laudana, 2000).

Lula Cardoso Ayres, artista também nordestino (Recife, PE), tem formação europeia, estudando, inclusive, com Le Corbusier (1887-1965) e com rápida passagem pela ENBA - UFRJ. Estabeleceu relação íntima com a literatura e o teatro, desenvolveu uma ampla pesquisa a respeito da cultura popular nordestina, em especial a pernambucana, como podemos averiguar em seu percurso artístico, ao fazer ilustrações para Gilberto Freyre e Clarival do Prado Valladares. Na estampa feita para a Rhodia, Cardoso Ayres aproveita uma temática popular – o futebol – e o sintetiza até quase a abstração.

Uma síntese gráfica que tem uma organização aparentemente caótica, mas que na verdade pretende preencher toda a superfície (elemento popular do *horror vacui*), ao mesmo tempo em que tem um acabamento com uma plástica indubitavelmente ligada ao design gráfico moderno, sem seguir, no entanto, nenhuma das tradições ou propostas modernistas.

160. *Coleção Rhodia*, nº 059-V
Estampa de Lula Cardoso Ayres

Carybé, argentino-brasileiro, com especial amor pela Bahia, tem como característica artística desenhos simplificados, quase arqueológicos, com movimento e ritmo. Está contido em seu traço simplificado algo das múltiplas sugestões e certo descompromisso típico do desenho de esboço. Em sua trajetória, o artista produziu, desde simples desenhos, até painéis murais[147]. Ligado às manifestações populares baianas de todos os tipos (candomblé, capoeira, samba e a vida boêmia), Carybé buscou ilustrar e retratar o cotidiano, independente dos caminhos artísticos que estavam mais em voga naquele momento.

161. Coleção Rhodia, nº 020-V
Estampa de Carybé (Hector Júlio)

Na estampa da Rhodia, o seu desenho é simplificado. O detalhamento não importa, mas o movimento, a pessoa elegantemente com chapéu, um grupo movimentando-se unido, outra personagem dançando com braços para cima (seriam pessoas na praia?). O importante aqui é a intensidade, o ritmo e o movimento em conjunto, o desenho 'esboçado' que nos permite perceber (sem legendas) uma comunicação emocional brasileira (Furrer, 1989).

Glauco Rodrigues, provindo do sul do país (Bagé, RS), tem em sua carreira, em

[147] Por exemplo, o do Centro Educacional Carneiro Ribeiro, em Salvador, Bahia.

especial na década de 1950, as temáticas regionais como foco. Segue, na primeira metade da década de 1960, para Roma – experimentando rapidamente a abstração neste período – e quando retorna ao Brasil, retoma sua produção figurativa sob o impacto da *Pop Art*. O artista faz uma crítica constante a respeito da cultura visual brasileira, questionando tanto os ícones da arte (obras como *Abaporu,* de Tarsila do Amaral, ou *O caipira picando fumo*, de Almeida Júnior) quanto o contexto imagético que é identificado como brasileiro (o samba, o índio, o futebol).

Na estampa feita para a Rhodia, temos bananeiras executadas em verde, amarelo e azul, repetidas inúmeras vezes em ordenação cartesiana. Percebemos que é uma imagem usada para deleitar os olhos, mas também funciona como comentário, que nos leva à reflexão, pois sua estampa age como ilustração, remetendo-nos imediatamente a uma figura reconhecida como brasileira. O Brasil, em suas obras, parece ser mais 'Brasil', ou melhor, é excessivamente 'Brasil', um excesso que nos faz cair inevitavelmente na crítica à imagem. Portanto, aqui notamos um artista em que a temática brasileira é vista a partir de um olhar crítico, que percebe o tecimento de uma matriz imagética de verdades e mentiras entrelaçadas, e que geram os próprios instrumentos com os quais ele enfrenta esta realidade. Através de um estampa aparentemente simples, Glauco Rodrigues desafia os clichês e a memória (do nu e do vestido, do cru e do cozido, da aldeia e da metrópole).

162. *Coleção Rhodia*, nº 007-V, Estampa de Glauco Rodrigues

163. Glauco Rodrigues, *Um dia é da caça, Outro do caçador*, 1969

Este 'desfile' de vestuários que deliberadamente falam sobre o Brasil, é finalizado pela criação de Genaro de Carvalho. Artista dedicado especialmente à tapeçaria e com experiência (1960-61) como desenhista da indústria têxtil Deodoro Industrial (criou uma coleção intitulada *Brasiliana* – ver imagens 101-105). Talvez, este tipo de experiência

explique seu posicionamento de não negar o caráter decorativo em sua produção plástica, ao contrário, valoriza-o sobremaneira, trazendo para o universo da estampa em têxteis a sua temática da tapeçaria e pintura: as formas geometrizadas em cores que, ora nos remetem a frutos e flores, ora nos fazem mergulhar em uma abstração feliz e lúdica. Enfim, lançando sua visão tropical em uma estética formal e industrial que era compreendida internacionalmente.

164. *Coleção Rhodia*, nº 010-V
Estampa de Genaro de Carvalho
Confecção de Mac-Rac

165. *Coleção Rhodia*, nº. 021-V, Estampa de Genaro de Carvalho

166. *Coleção Rhodia*, nº 064-V, Estampa de Genaro de Carvalho

Os anos 1960 foram um momento de ebulição sociocultural, de transformações profundas na sociedade brasileira (industrialização, urbanização acelerada, indústria cultural, golpe de estado, instauração de uma ditadura militar, repressão violenta). Refletir sobre a questão da identidade urgia, pois esta poderia se

esfacelar ou ser violentamente imposta (devido ao cenário da ditadura militar que só se agravava ao longo da década). Ao mesmo tempo, a temática das características nacionais, dos regionalismos, da cor local, entre outros, era pertinente ao projeto da Rhodia de fundar uma *moda nacional*. Isto é, vestuários de moda (dentro da nascente lógica de consumo incessante urbano) que apresentam matericamente soluções sensíveis sobre o que é o Brasil, ao mesmo tempo em que é uma linguagem internacional.

O ambiente da Rhodia permitiu aos artistas envolvidos vivenciarem as duas principais tendências das artes plásticas nos anos 1960, pois tinham espaço tanto para experimentar um novo meio expressivo (o têxtil e o vestuário) quanto podiam retomar a figuração, no caso aqui estudado, uma figuração que teve como objetivo falar do universo das temáticas populares brasileiras (outros tipos de figuração serão tratados no próximo capítulo). Nesta empreitada, os artistas tiveram liberdade para trabalhar com seus temas plásticos individuais, transmutados para o universo do design. Mesmo que muitos deles não detivessem a técnica (Cyro del Nero em entrevista), o que importava era a força plástica que seus trabalhos detinham, assim como a reconhecida questão de temáticas brasileiras, eram aliadas ao reconhecimento nacional, dentro da lógica internacional da moda.

Lívio Rangan certamente não escolheu aleatoriamente os artistas que estamparam os tecidos dos vestuários das coleções da Rhodia. Ele captou cada um destes artistas em mostras e exposições de relevância nacional e internacional. O que significa que, em sua maioria, não são artistas que trabalhavam na indústria, mas são reconhecidos como detentores desta potencialidade artística[148]. Dedicavam-se à temática buscada pela Rhodia para alguns desfiles, isto é, uma visualidade explicitamente brasileira. Além disso, os artistas são valorizados nacional e internacionalmente por deterem uma plasticidade que dialoga claramente com os debates artísticos contemporâneos, fundindo discursos e questões da arte ocidental ao universo local, fomentando uma linguagem que dialoga tanto com o Brasil quanto com o mundo. Por sua vez, estes mesmos artistas estavam

[148] Notar que dentre os artistas escolhidos por Rangan, todos produzem suas obras, majoritariamente, em técnicas de duas dimensões (pintura, desenho, gravura), o que facilita não só o pensar e projetar para a estamparia têxtil, como também acaba por fornecer outro suporte para a divulgação das temáticas do artista.

abertos a trabalhar com diferentes tipos de suporte e possibilidades plásticas, já que a ideia central era interferir no saber, isto é, em uma produção voltada para a abertura de diálogos, não só com o universo das artes (e seus iniciados), mas que travasse conversas com um público mais amplo, jogando-se em aventuras com o design, cenografia, televisão, enfim, expandindo o universo de diálogos artísticos para além do museu, galeria de arte, teatro. Dentre as tendências artísticas presentes no Brasil, apropriar-se da arte popular foi um recurso constante durante boa parte dos anos 1960. Os artistas requisitados por Lívio Rangan, não só utilizaram a temática popular, que já exploravam em suas produções plásticas mais tradicionais, mas cooperaram na formação de um novo gosto, de uma nova forma vestimentar. Desse modo, nas vestimentas da *Coleção Rhodia* do MASP, ocorre fusão do discurso artístico do período com as tendências internacionais e temáticas nacionais na construção destes objetos-vestuário. Estes artistas fizeram, a um só tempo, arte e moda.

Lívio Rangan parte por esse caminho de identificação nacional, principalmente pelo já citado argumento de buscar nos espectadores dos *desfiles-show* uma assimilação rápida das propostas técnicas e criativas da Rhodia. Mas notamos que mais que isso, Rangan se mostra atento aos debates e tensões internos do país. Assim, tanto valoriza – como vimos na análise das peças da *Coleção Rhodia* – a arte popular, quanto tenta sanar o desejo do Brasil posicionando-o ao lado dos países desenvolvidos. Desse modo, trazer não só as tendências, mas os próprios criadores internacionais como Givenchy, Pierre Cardin, Nina Ricci e colocar as criações de Dener Pamplona, Ugo Castellana, Clodovil como iguais, colaboravam pra gerar essa sensação de que o Brasil, em termos de moda, caminhava para um desenvolvimento similar. Rangan colocava isso em prática tanto nos desfiles quanto nas publicidades financiadas pela Rhodia, como podemos ver abaixo:

167. Revista *Manchete*, Publicidade da Rhodia em forma de Editorial, *Prelúdio a um Verão Elegante*, 1961, edição nº 499, p.52-53. Os modelos são feitos em têxteis com base de matéria-prima produzida pela Rhodia, e os estilistas e maisons envolvidos na produção destes modelos são Givenchy, Pierre Cardin, Lanvin, Nina Ricci e Dener Pamplona

Nas artes, as identificações nacionais já não funcionam mais como meio de consagração. Os artistas constroem suas carreiras no interior do campo internacional. Porém, não é difícil perceber que trabalhar para a Rhodia constituía uma maneira de conseguir espaço criativo mais desenvolto, e mesmo um pouco distante do poder opressor da ditadura militar[149]. A característica das artes dos anos 1960 que mais chamou a atenção – usada em todos os desfiles por Livio Rangan – foi a da interpenetração da alta cultura na cultura popular. Esta nada mais é que a consolidação da liberdade de escolha de materiais e referências para processos criativos (Bueno, 1999: 219). Juntar alta cultura e cultura popular foi o recurso fundamental para a construção tanto das vestes quanto dos *desfiles-show* Rhodia. Demonstrar essa interpenetração de maneira ostensiva, em grandes eventos constituiu, portanto, um marco tanto para a moda quanto para a arte no Brasil, segundo Gal Costa, que participou do *desfile-show Stravaganza*, de 1969:

[149] A única vez que a Rhodia tem algum tipo de dificuldade com relação à ditadura foi no desfile *Momento 68*, no qual vários elementos que compuseram a temática do desfile eram inspirados nos movimentos da cultura jovem internacional, em pleno momento de engajamento e questionamento dos valores tradicionais. Dessa maneira, o governo os considerava como 'subversivos'. O desfile não chegou a ser censurado propriamente, mas foi vigiado com mais atenção.

168. Gal Costa na Capa da revista *Claudia*, nº 95, 1969, e Gal de Palhaço para o desfile-show *Stravaganza*, foto de Joannis Hatiras

*"Para mim, isto é um espetáculo-de-novidade. Eu nunca tinha participado de um **show** como esse"* (Gal Costa em declaração dada à revista Claudia, nro. 95, 1969).

Sobre este mesmo *desfile-show*, há uma descrição na revista *Claudia* que nos revela o quanto estes desfiles eram diferentes, grandiosos, enfim, outro tipo de manifestação, que falava de arte, moda, poesia, música etc.:

> *"**Circo, circo por todos os lados...***
>
> *O stand, projeto de Cyro del Nero, comporta 600 pessoas. Tem três picadeiros com palcos giratórios. Iluminação piroscópica, dragões que largam fumaça pela boca, paredes com espelhos mágicos alternados com painéis de Bernard Buffet e Picasso. Tudo muito colorido. Tudo muito circense.*
> *Alceu Penna bolou os figurinos femininos e Hélio Martinez os masculinos, para o grande desfile da Rhodia. Os manequins desfilarão individualmente enquanto Raul Cortez diz poemas de Drummond. Em seguida a Grande Parada, com todo o elenco. Aí começa o circo de verdade. Entre um quadro e outro, misturando-se a eles, as moças continuarão desfilando. E os motivos dos figurinos sempre inspirados em cada quadro apresentado".*

A intenção deste capítulo é demonstrar de que maneira as manifestações artísticas imponentes e impactantes – já que os desfiles extrapolam todas as fronteiras tradicionais das artes – transformaram os hábitos de consumo de moda no país. A Rhodia consegue trazer formas vestimentares – modelagem e costura – do universo europeu consolidado na França (criadores de *Haute Couture* e *Prêt-à-porter*), estampas divertidas e joviais que dialogam com a moda jovem que estava em ebulição na Inglaterra (*Swinging LondonI*) e fomentava (com a clara intenção) a indústria local a transformar-se em uma possível rival da produção industrial norte-americana de moda (*ready-to-wear*). Mesmo identificando estratégias semelhantes na história da arte e/ou da moda, é interessante

notar que Rangan – e consequentemente a Rhodia – acabou por não imitar as fórmulas já usadas, mas inventou soluções criativas, fundindo recursos que iam da cultura popular até a mais sofisticada arte contemporânea, da indústria têxtil local ao mais requintado ateliê de costura da época.

Todas estas ações foram aglutinadas em eventos que proporcionavam não só a disseminação da informação de moda, mas a expressão genuína de um país que acabara de ser inserido no processo mais amplo do capitalismo industrial mundial, mas que não desejava perder suas referências artístico-culturais, isto é, os elementos que o grande público identificam como caracterizadores do que vem a ser o Brasil. Os *desfiles-show* da Rhodia possuem o mesmo tipo de força e impacto que os shows musicais do movimento tropicalista, afinal, as contradições e tensões socioculturais existentes no país são matéria criativa para se produzir uma expressão plástico-performático-musical-poética que se alimentava tanto das informações internacionais quanto dos costumes e gostos locais, criando uma amálgama antropofágica que fundiu tudo isso e criou algo novo: a coleção Rhodia.

CAPÍTULO 3

Os artistas e suas atuações junto à Rhodia

O presente capítulo dedica-se a estudar a relação dos artistas plásticos com a Rhodia. Para tanto, aprofundaremos o debate a respeito da atuação de artistas que expressaram suas poéticas através de estampas, já que estas são o caso exemplar da relação dos artistas com a *Coleção Rhodia*. Pedir aos artistas que façam estampas para têxteis não é uma novidade nem na história do design de moda, nem na história da arte. Como exemplo, podemos citar as produções de renomados artistas como Raoul Dufy (para o estilista Paul Poiret e a indústria têxtil francesa Bianchini Férrier); as estampas elaboradas dentro do grupo da Secessão Vienense (encomendadas e comercializadas pela butique das irmãs Flöge e elaboradas e executadas pela Wiener Werkstätte); as experimentações dos artistas da vanguarda russa; André Derain, Henry Moore e Graham Sutherland (que fizeram estampas para a empresa têxtil fundada por Lida e Zika Ascher); Pablo Picasso, Jean Cocteau, Eduardo Paolozzi, Henri Matisse, Victor Vasarely etc. Todos estes artistas fizeram estampas para têxteis ao longo de suas carreiras. Identificamos que houve uma demanda do mercado têxtil no século XX em buscar uma linguagem visual nova, que rompesse com os ditames da tradição em estamparia e design têxtil[150]. Isso teve uma consequência forte naquilo que o século XX compreendeu como estampa. Primeiro, porque estabeleciam formas originais tanto de pensar quanto de compreender a superfície têxtil. Segundo, levavam em consideração as reações que o espectador teria ao ver estas estampas nas roupas de alguém como também na própria experiência do utente no uso destas propostas visuais. Valorizava-se algo além do que as imitações da natureza (flores e vegetação), ou xadrezes/listras, como no século XIX. Estes artistas ensinaram-nos que suas temáticas poéticas podiam se espalhar por sobre os tecidos e ter um efeito

[150] Estamparia e Design Têxtil são compreendidos neste estudo como coisas diferentes; a primeira refere-se, exclusivamente, a ações aplicadas sobre a superfície de um têxtil, enquanto a segunda é a criação de padrões, texturas e desenhos feitos a partir da trama. Ambas áreas, hoje, são compreendidas dentro da área de *Surface Design* ou, simplesmente traduzindo: Design de Superfície. Mais sobre o assunto: Levinbook, 2008.

disseminador de suas experiências plásticas sobre os corpos das pessoas, sendo uma das formas de efetivar a interação entre arte e moda.

Entre 1863 – quando Baudelaire situa a moda no coração do imperativo modernista – e 1923 – momento em que a artista da vanguarda russa Alexandra Exter defende o *Vestido Industrial*[151] – percebemos que a moda é usada de maneira complexa, contraditória, e, às vezes, com regras quixotescas na definição de que atitude tomar com relação à arte que consideramos modernista (Chadwick, 1990: 236). Baudelaire discerniu os signos da vida moderna no efêmero, no fugidio, no contingente, localizando-os no estilo individual e gestual – portanto, no efêmero dos hábitos cotidianos, tão fluídos e inconstantes. Faz isso em oposição ao eterno (porque, para ele, isso significa tradição clássica e era o que a arte oficial e comercial francesa perseguia em meados do século XIX).

Entretanto, mais recentemente, a interpretação de Chadwick (1990), aponta-nos a tendência de olhar a modernidade como um simples desejo de ser "do tempo". A emergência de novas formas de pintar, no final do século XIX, na França, vem enlaçada ao desenvolvimento concomitante de novos mitos sobre a modernidade, formados pela nova cidade de Paris, sob o Segundo Império. Central no novo território da modernidade, formado por "lazer, consumo, espetáculo e dinheiro", está o desejo pelo 'novo' que a moda expressa tão bem, assim como o desenvolvimento de uma nova linguagem visual para o século XX: a abstração.

A partir de 1945 – além da experiência da guerra – temos uma nova vivência que é o rápido desenvolvimento dos meios de comunicação mecânicos e eletrônicos. Os artistas tornaram-se desenraizados, ou melhor, desterritorializados, perambulando por um mundo atravessado por uma multiplicidade de interferências plásticas – novas e antigas – que se fundem e criam cenários superficiais e de conexões efêmeras. Isso

[151] Em seu texto "Industrial Dress", Alexandra Exter aponta que: "O ritmo da vida moderna exige um mínimo de perda de tempo e energia... Para as atuais modas que mudam de acordo com os caprichos dos negociantes em posições opostas do que a maneira de vestir que é funcional e bela em sua simplicidade" (tradução livre da tradução do inglês) [tradução para o inglês de Stern (2004): *"The rhythm of modern life demands a minimum loss of time and energy... To present day fashions which change according to the whims of the merchants we must counterpose a way of dressing that is functional and beautiful in its simplicity"*].

significa que não podemos achar que a figuração foi abandonada, isso definitivamente não aconteceu.

169. Richard Hamilton, *Just what was it that made today's homes so different, so appealing?*
Tate Gallery, Londres

Assim, a experiência com a arte passa a ser cada vez mais popular (porque projetada para o público via meios de comunicação de massa), transitória (a solução só tem significado em curto prazo), consumível (pois é facilmente esquecida), de baixo custo (para ser acessível), massificada (já que pode ser feita em escala industrial) e jovem (feita para ser consumida por ter um invólucro que inspira a ideia de novidade), espirituosa, sexy e glamorosa.

Enfim, um negócio que gera altos lucros e que tem talvez na obra *Just what is it that makes today's home so different, so appealing?* (1956) de Richard Hamilton, expoente da *Pop Art* inglesa, sua melhor definição.

No Brasil, a produção de pintura se situava em uma condição pendular entre a abstração e a figuração – lírica e pop/popular. Assim, nos anos 60, tanto as linguagens visuais abstratas (que são influenciadas diretamente pelas pesquisas concretas-cinéticas-ópticas, e pelo expressionismo abstrato – tachismo e pintura gestual), bem como as figurativas (com apelos ou ao universo da cultura e arte popular ou urbano *pop*), construíram uma paisagem de expressões artísticas multifacetadas, nas quais identificamos nas estampas da Rhodia, a popularização de todas essas possibilidades. Porém, antes de adentrar diretamente nas análises das estampas, primeiro demonstraremos como é o cenário do país no que se refere ao campo do design e de que maneira artistas atuantes nessa década em questão não se limitam a obedecer aos limites tradicionais da arte e atravessam a porosa – e criativa – fronteira com o design no Brasil.

Os anos 1960 são o início de uma instalação mais sistematizada do campo do design no país[152], isto significa que tem início o debate sobre *arte* e *técnica* e a produção de design no Brasil. Tal área é amplamente discutida e exercida por uma grande quantidade de artistas plásticos, arquitetos e designers. Neste período, no cenário internacional, todos os campos do design passavam por transformações profundas, devido à crise dos modelos de design modernistas, bem como devido às experimentações e questionamentos que todas as manifestações artísticas atravessavam. Por isso, do *design de interiores* ao *fashion design*, passando pelo design industrial, gráfico e pela publicidade, nada no Brasil permaneceu incólume aos debates sobre limites da produção artística e do design.

Os artistas envolvidos na produção dos vestuários da Rhodia estavam inseridos, não só no mundo das artes nacional e internacional, mas no contexto mais amplo da produção do design no país. A relação estabelecida entre os artistas e a Rhodia não era exclusiva, uma vez que estes profissionais das artes atuavam em várias frentes expressivas, dentre elas o design. Porém, ressaltamos que a atuação dos artistas junto à Rhodia permitia alcances mais amplos, pois podiam buscar se libertar de tradições não-modernas. Para tal empreitada, temos que apresentar o contexto do universo artístico e do design nacional mais amplo, para compreendermos a relação entre o designer e as grandes empresas (nacionais e internacionais), bem como para apontar quais eram alguns dos debates que fervilhavam nas rodas de artistas deste período. Este breve panorama servirá para refletirmos a respeito do momento em que a Rhodia investia nos artistas que trabalhavam em seus desfiles. Este exercício pode já nos apontar as primeiras motivações que levaram artistas e designers não só a concordarem com os objetivos dessa empresa, mas a justificar o porquê de eles disponibilizarem seus potenciais criativos para um objetivo eminentemente industrial e publicitário.

[152] No final do século XIX, temos alguns artistas já preocupados com a produção de uma arte para a indústria. Estes têm consciência da relação e do debate entre arte e técnica industrial de produção, caso exemplar é Eliseu Visconti (1866-1893). Porém, só ao final da década de 1950 e início da década de 1960 é que podemos afirmar um início de conformação do campo profissional do design no Brasil. Isto porque é nesta época que identificamos uma série de iniciativas de pesquisa sistemáticas e cursos sobre a atuação em design industrial no Brasil (Lina Bo Bardi, MASP, Lúcio Costa, Oscar Niemeyer, Alexandre Wollner, Geraldo de Barros, Rubem Martins, Walter Macedo etc.).

Para a melhor compreensão deste contexto inicial, de onde nasceu a *Coleção Rhodia*, adentraremos rapidamente em outras esferas criativas dos anos 1960. Esta década provinha de uma conformação política de pós-guerra que trazia em seu bojo tanto uma expansão do parque industrial do país como uma política nacionalista bastante forte, ao mesmo tempo em que se consolidou o sistema de consumo baseado em uma política de obsolescência programada, isto é, *"... fabricar produtos projetados para funcionar por um tempo limitado"* (Cardoso, 2004: 151). Portanto, mesmo que a tecnologia já permitisse criar objetos que poderiam durar muito, esse não era o interesse das empresas, já que a intenção era incitar o consumo. Percebemos claramente que o ritmo de produção (e provavelmente de desenvolvimento dos produtos) já seguia o ritmo da moda.

O cenário do design no país e a Coleção Rhodia

A década de 1960 foi efervescente artística e culturalmente, contribuindo de maneira criativa e transformadora para as concepções artísticas regentes no mundo ocidental até então. No Brasil, vivíamos uma ditadura militar baseada em pressupostos da direita, ao mesmo tempo em que a produção cultural era hegemonicamente ligada ao ideário *gauche.* Uma realidade de conflitos e tensões era o panorama, já que os artistas a todo o momento se viam, não só tolhidos pela censura, mas por dilemas ético-estéticos de adentrarem, ou não, no sistema da indústria cultural ou produzir *para* e *no* sistema marginal.

É neste ambiente bastante específico, que temos uma série de quebras de limites tradicionais das artes. Na música, temos o mais claro cenário desta realidade divida entre valores bastante díspares, pois na mesma década surgem a Bossa Nova e a Jovem Guarda, a primeira com transparente simpatia pelo universo da esquerda cultural e a segunda com seu comprometimento com o mercado. Ao final da mesma década, temos o movimento Tropicalista, que juntava referências populares às influências internacionais como o rock e a experimentações da música erudita contemporânea. Temos, também, as atividades teatrais e cinematográficas das mais relevantes e que romperam radicalmente

com os valores e contextos artísticos vigentes, como o Cinema Novo, o Teatro Arena e o Teatro Oficina.

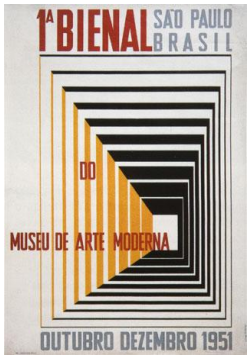
Nas artes visuais, notamos importantes movimentações ligadas às multiplicidades dos meios expressivos e suportes, ao mesmo tempo em que há um retorno à figuração. A década inicia-se com trabalhos de grupos envolvidos com abstração (geométrica e informal) e que lentamente vão avançando em temáticas ligadas a novas experimentações plásticas como a *Nova Figuração*, o *PopCreto*, entre outras[153].

Do ponto de vista do design, podemos dizer que o horizonte que regia o início dos anos 1960 segue as tendências funcionalistas do design e arquitetura modernas – o *International Style*. Esta disposição dos padrões de design com ideários modernistas também são embrenhados de valorizações simbólicas como a idéia de *'good design'*. No Brasil, percebemos uma absorção mais branda desses valores vinculados ao desenho-de-produto, pois entre outros motivos, tratava-se de uma produção que foi consumida no Brasil pela elite, sobretudo a mais intelectualizada. Porém, de alguma maneira, a confecção de mobiliário e objetos, o design gráfico, a moda, o paisagismo nacionais procuravam uma tônica própria, uma linguagem que fosse interpretada, lida, enfim, reconhecida interna e externamente como específica do Brasil.

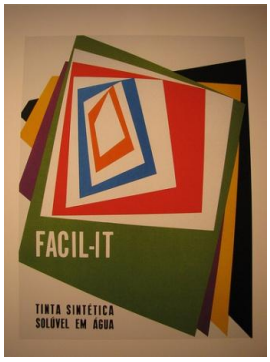
O país vivia um contexto político-econômico-social que estava distante do dinamismo europeu ou norte-americano. Isto, no entanto, não impedia, por exemplo, que no ambiente gráfico, o movimento em direção às inovações da linguagem moderna adentrassem em uma aventura criativa que bebia em princípios concretos, mas que já os transformava. Como podemos perceber nas capas de discos feitas por Joselito e Mafra, César G. Villela (1930), ou as capas e livros da editora *Civilização Brasileira* com tratamentos de Eugênio Hirsch (1923-2001) e diagramações de Roberto Pontual, ou a revista *Senhor*, com as atuações de Carlos Scliar (1920-2001) e Glauco Rodrigues, entre outros. No âmbito dos cartazes e das publicidades podemos destacar Antonio Maluf e

[153] Por exemplo, Hélio Oiticica e sua arte que dissolveu os limites formais, os *Parangolés* como forma-meio-vivência em que a cor toma conta do espaço em movimentos corporais realizados por passistas de escolas de samba. Estes trazem questões internas das artes para o universo popular dos morros e ruas cariocas (Favaretto, 1992, Oiticica,1964, Oiticica, 1965).

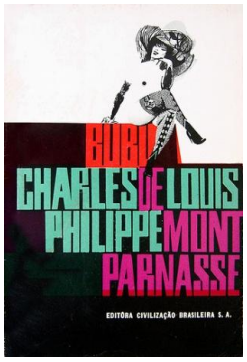
Geraldo de Barros (1923-1998), Willys de Castro fazendo publicidade, Hércules Barsotti e Alfredo Volpi, entre outros, desenvolvendo estampas – junto com alguns dos artistas citados anteriormente – para a Rhodia.



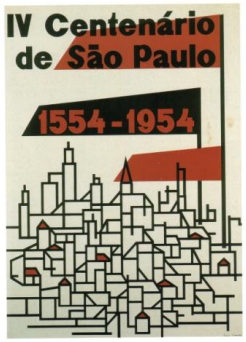
170. Antônio Maluf, Cartaz da *1a. Bienal de São Paulo*, 1951



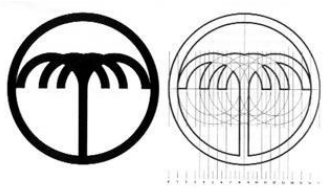
171. Willys de Castro, Publicidade para *Tinta Sintética Facil-it*, 1960



172. Eugênio Hirsch, Capa de *Bubu de Montparnasse* de Charles-Louis Philippe, Civilização Brasileira, 1962



173. Geraldo de Barros, Cartaz para o *IV Centenário de São Paulo*, 1954

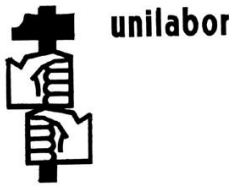


174. Alexandre Wollner, antigo logotipo *Coqueiro*

Ainda traçando o contexto mais amplo do design temos a *Forminform*, um dos primeiros escritórios de design do Brasil, fundado em 1958, que tinha como sócios Alexandre Wollner (1928), Geraldo de Barros, Rubem Martins e Renato Macedo. Os projetos de identidades visuais criados por Wollner, ainda na década de 50, são referenciais até hoje e se tornaram clássicos, como o feito para a *Coqueiro* e para a *Metal Leve*.

No mobiliário, as iniciativas estão claramente ligadas ao ato de mobiliar e equipar as primeiras construções arquitetônicas modernistas, quase todas vinculadas a encomendas estatais. No entanto, seguiu-se a esse primeiro momento uma série de empreendimentos, em sua maioria, pequenos, contando com importantes nomes da arquitetura, design e artes plásticas que trabalharam com a produção – nem sempre industrial – de um design de mobiliário modernista. Esta produção de mobiliário rejeitava os padrões tradicionais da mobília feita no país e se deixava tomar pela febre de modernidade do período do presidente JK. A produção, no entanto, ainda era pequena e fornecida para poucas lojas e/ou feitas sob encomenda para alguma empresa (Santos, 1995).

Lancemos um olhar mais atento a uma empresa de design de mobiliário em especial: a *Unilabor*. Esta tem como integrante um importante artista plástico de tendências concretas: Geraldo de Barros. A *Unilabor* foi uma cooperativa que juntou uma série de diferentes profissionais sob a batuta do frei dominicano João Batista Pereira dos Santos (1913-1985). Neste ambiente de trabalho, Geraldo de Barros descobriu uma possibilidade de expressão que não utilizava pincel e tela, mas sim madeira, ferro e metais. Eram estes os materiais que o ajudavam a posicionar-se artisticamente através do design industrial, criando objetos úteis e mobiliários. Inicialmente fazendo projetos sob medida, aos poucos a *Unilabor* abandonou esse posicionamento exclusivista e criou estoques, possibilitando ao cliente escolher entre os modelos disponíveis (Claro, 2004).



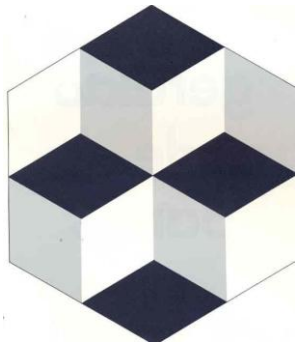
175. *Unilabor*, logotipo feito pelo frei João Batista Pereira dos Santos, 1954-67

176. *Unilabor*, Balcão vazado, década de 1950

177. *Unilabor*, Estante Unilabor, 1958, projeto de Geraldo de Barros

178. *Unilabor*, Mobiliário feito por Geraldo de Barros, década de 1950

Desta experiência surgiu para Geraldo de Barros a questão da modulação, por um lado como ponto para conceber a produção de móveis e baixar custos, por outro como elemento plástico a refletir *"... uma espécie de jogo de armar: desenvolver um mínimo de peças e o maior número possível de combinações".* Ao mesmo tempo em que surgia a ideia de modulação dos móveis para o *designer* Geraldo de Barros, para o *artista* emergia a série *"Jogo de Dados"* (coleção Acervos Artísticos da Unicamp). Nesta, assim como nos móveis, havia a possibilidade de encaixe e desencaixe, montagem e desmontagem, o artista mergulha em um jogo de geometria onde desdobra as formas de um cubo/quadrado até a exaustão, inicialmente somente em preto, branco e cinza, depois explorando as cores, estas criam novas conexões e leituras sobre as formas já exaustivamente trabalhadas por Geraldo de Barros.



179. Geraldo de Barros, *Pai de Todos*, Acervo Artístico Unicamp, Campinas

180. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 1*, Acervo Artístico da Unicamp

181. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 2*, Acervo Artístico da Unicamp

182. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 3*, Acervo Artístico da Unicamp

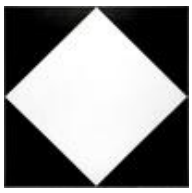
183. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 4*, Acervo Artístico da Unicamp

184. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 5*, Acervo Artístico da Unicamp

185. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 6*, Acervo Artístico da Unicamp

186. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 7*, Acervo Artístico da Unicamp

187. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 8*, Acervo Artístico da Unicamp



188. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 17*, Acervo Artístico da Unicamp

189. Geraldo de Barros, Série *Jogo de Dados 27*, Acervo Artístico da Unicamp

Este mesmo artista-designer participou também da fundação da *Hobjeto*, (1964) importante indústria de móveis que em sua primeira loja (1966) abriu, não só o seu *showroom*, mas também o espaço *Rex Gallery & Sons*, iminente 'galeria de arte' paulistana responsável por abrigar as primeiras manifestações de *Art Pop* produzidas por Wesley Duke Lee (1931) e Nelson Leirner (1932). Nesta breve descrição da trajetória de Geraldo de Barros, percebemos que suas questões plásticas, iniciadas no concretismo, dialogam francamente com as possibilidades que o design industrial lhe proporcionava, a ponto de desenvolver questionamentos advindos dessa experiência. Porém, esta produção, dentro do universo do design, não impossibilita o artista de abrir espaço e continuar participando

ativamente do contexto artístico paulistano. Este posicionamento era compartilhado por vários outros artistas, por exemplo, seus companheiros no *Grupo Rex.*

O *Grupo Rex*, formado em 1966, foi desfeito no ano seguinte. Dele fizeram parte, além de Geraldo de Barros, Nelson Leirner, Wesley Duke Lee, Frederico Nasser (1945), José Resende (1945), Carlos Fajardo (1945) e Thomaz Souto Correa. Destes, dois – Nelson Leirner e Wesley Duke Lee – participaram da produção de estampas para os tecidos dos vestidos da *Coleção Rhodia*. Porém, aqui não nos centraremos nesta atuação, mas sim, em como os limites entre arte, design e moda eram um campo profícuo para que a irreverência, o bom humor e a crítica – muitas vezes feroz – do grupo pudesse se manifestar. Ao nos centrarmos apenas em um deles, no caso, Nelson Leirner, verificamos que sua produção artística tem consonâncias que justificam suas empreitadas junto à Rhodia.

190. Nelson Leirner, *Você faz parte II*, 1964, MAC USP, São Paulo

Em sua obra *Você Faz Parte II* (1964), o artista nos apresenta um objeto artístico em que o espectador se vê capturado na materialidade da obra através de um espelho. O observador se espreita pelo espelho da fechadura sem chave (ou seria o artista? Ou a obra?). Leirner tanto tira o espectador de arte de sua inércia quanto o questiona seu lugar frente à obra.

Além disso, o artista em questão não restringe sua produção ao mundo das artes plásticas[154]. Mesmo dentro do tradicional mundo das artes, ele usa o humor como meio de desestabilizar leituras óbvias e fáceis, bem como funciona como um 'quebra-gelo', permitindo ao espectador avançar simbolicamente por sobre a obra e interagir com ela. Por exemplo, em *Homenagem a Fontana I, II* e *III* (todas de 1967), Leirner adiciona seu humor, intervindo em uma importante ideia da arte conceitual: a obra *Conceito Espacial*

[154] Nelson Leirner fez cenografia para peças do *Pequeno Teatro Popular* e para a *III Bienal do Teatro* (1961).

de Lucio Fontana. Fontana, após pintar uma tela em cor monocromática, corta-a. Estes golpes desferidos na trama aliviam a tensão (física e lírica) da superfície têxtil, deixando o espectador enxergar o espaço para além dela. A tela é ultrapassada, criando-se outra dimensão. Leirner 'reinventa' esta obra – ou melhor, o princípio dela – coloca zíperes no que seriam os cortes sobre a tela, convidando o espectador não só a contemplá-la e tomar consciência do suporte, das dimensões artísticas propostas, mas a fechar e abrir o espaço infinito criado para além da tela.

191. Lucio Fontana, *Conceito Espacial*, 1965, MAC USP, São Paulo

192. Nelson Leirner, *Homenagem a Fontana II*, 1967, Pinacoteca do Estado de São Paulo, São Paulo

193. Nelson Leirner, *Homenagem a Fontana I*, 1967

Lucio Fontana leva a discussão de seu conceito espacial para o universo das roupas e junto com Bruna Bini cria, em 1961, um vestido amarelo com um corte *conceito espacial* na altura do tórax. Leirner acompanha o caminho de Fontana e cria o *Stripencores* em 1968, trazendo um vestido longo, cujas partes podiam ser destacadas através do mesmo recurso de *Homenagem a Fontana*, os zíperes. Novamente dando ao espectador – agora também usuário – a possibilidade de abrir/destacar partes da roupa através dos zíperes que a atravessavam (Farias, s/d).

194. Lucio Fontana e Bruna Bini, *Vestido*, 1961

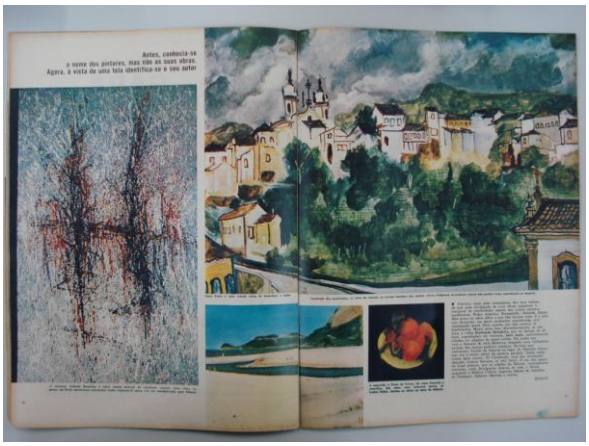
195. Nelson Leirner, *Stripencores*, 1968

Leirner já ultrapassa os limites da arte em sua produção artística, portanto, ao trabalhar para a Rhodia, permite-se não só *andar no sistema,* mas ultrapassar os limites entre arte e mercado mais tradicionais. Com a Rhodia, não era necessário uma galeria intermediando ou mesmo vendendo a sua experimentação plástica. O que se tem é uma imediata produção de uma veste que é exclusivamente performática. Não será vendida. Ao mesmo tempo em que se está no universo empresarial químico-têxtil, Leirner põe em evidência um objeto que não será consumido por ninguém, não criam apenas a interconexão entre os diversos tipos de suportes ou manifestações artísticas existentes, ou recentemente inventadas, mas permitem aos artistas liberdade, para adentrarem em zonas limítrofes e movediças que não desprezam relações com o mercado e a indústria cultural.

O levantamento de material documental para a pesquisa foi muito profícuo para podermos confirmar a hipótese de que os temas oferecidos pelas estampas e pelos desfiles da Rhodia na FENIT não eram só pertinentes aos artistas envolvidos, mas eram, em grande parte, os assuntos que estavam na ordem do dia. Por exemplo, a arte popular era um assunto amplamente discutido nas páginas das revistas *Realidade, Manchete, Jóia,*

Claudia etc. Inclusive, citando artistas que, não raro, estavam envolvidos na produção de estampas para a Rhodia, e que hoje se encontram no acervo do MASP. Outro debate comum era sobre as linguagens artísticas e quais tipos de arte estavam naquele momento em evidência no mercado das artes. Isto foi verificado através de matérias das publicações *Realidade, Manchete, Claudia* e *Senhor*.

196. Revista *Manchete*, 4 de fevereiro de 1964, p. 50-51



197. Revista *Manchete,* 4 de fevereiro de 1964, p. 52-53

198. Revista *Manchete*, 4 de fevereiro de 1964, p. 54-55

*"**Um museu em cada casa**.*

"Antes, conhecia-se o nome dos pintores, mas não suas obras. Agora, à vista de uma tela, identifica-se o seu autor. (...)

Os brasileiros querem ver o que o Brasil já produz em matéria de arte e suas exigências já não se limitam às estampas do passado". (Manchete, 4 de fevereiro de 1964, p. 50-55)

Esta matéria sobre a importância e o desejo de consumo de livros de arte, em especial de livros de arte contemporânea brasileira – promovendo a publicação em fascículos das editoras Cultrix e Ediarte – demonstra o interesse do leitor em arte. É importante destacar que matérias sobre artistas nacionais, internacionais, mostras e exposições não eram raras nestas revistas, pelo contrário, em quase todas as edições havia ao menos uma matéria sobre artistas plásticos, exposições e mostras. Na reportagem acima, há obras de Alfredo Volpi, Di Cavalcanti, Carlos Scliar, Pancetti,

Guignard, Antonio Bandeira, Manabu Mabe e Djanira. Como podemos perceber, assim como nas estampas da Rhodia, a sorte de expressões plásticas são das mais variadas, e todas expostas em reprodução colorida para certo tipo de educação sensível do leitor frente às artes. Notamos que o design não possui tanta presença nas páginas de revistas semanais ou femininas, mas na publicação *Senhor*, observamos uma forte tendência em tratar de design, compreendendo-o como uma expressão artística que faz parte do dia a dia das pessoas (uma estética do cotidiano). Este posicionamento faz com que a moda – no caso desta publicação a masculina – seja constantemente tratada, e assim vemos inúmeros anúncios, demonstrando o quanto o uso dos materiais sintéticos poderia ser uma solução no guarda-roupa do "homem moderno".

Nas revistas femininas, como *Manequim* e *Claudia,* aumenta a quantidade de publicidade dedicada aos materiais sintéticos – fornecidos pela Rhodia – e que eram promessa de praticidade e conforto (*Rhodianyl*, *Helanca, Crylor* etc.).

A MODA PARA O INVERNO 1961 E A PERSONALIDADE DA POESIA: VINÍCIUS DE MORAES

199. Revista *Manchete,* nº 471, 1961, p.64

A SELEÇÃO RHODIA TÊXTIL APRESENTA NOVIDADES S.M.-DAS IND. TÊXTEIS SAID MURAD

variadissimas criações de tecidos "vedetes", entre os quais:

TASLAN, RHODIA xadrês - original quadrille contrastando com o fundo;

ESCOCÊS, em fibrana RHODOSA - a grandes desenhos, lançamentos inéditos;

TWEED minusculo, em ALBÈNE - toque souple, padrões originais.

MODELOS DA PAGINA EM CÔRES

– Jovem manteau, em minusculo Tweed de Albène, estreito de formas, saia apenas godet, com pequena gola-tailleur, todo pespontado.

– Original tailleur ingênuo e feminino em escocês Rhodosa; veste abotoada, de mangas montadas, o segredo de seu charme residindo na gola e punhos de piqué branco e na gravata colegial preta; saia cloche.

– Conjunto esportivo e dinâmico, em Taslan quadrille. Veste reta, tida abotoada, com o toque à "la Chanel" do de-brum prêto e dos punhos e gola gravata em piqué branco. Acompanha a saia a estreitos plissés chatos.

200. Revista *Manchete,* , nº 471, 1961, p.65 – explicação detalhada do uso do terceiro modelo da esquerda para a direita da imagem 226 (ao lado)

Dentre as revistas femininas, é importante destacar a revista *Claudia*, que não só tem uma constante presença da Rhodia em suas matérias, mas em 1969 torna-se

parceira da Rhodia – assim como a *Manchete* foi desde as primeiras edições. A *Manequim*, única revista de moda no país naquele momento, tem em suas páginas a presença constante da Rhodia. A *Manchete* dá espaço tanto para as coleções, quanto para os desfiles da Rhodia (os realizados no Brasil e os feitos no exterior). Esta publicação foi, muitas vezes, parceira da Rhodia na promoção da moda brasileira dentro e fora do país. Isto demonstra o impacto que estas iniciativas da Rhodia tinham, pois se transformavam rapidamente em notícia. Todo ano, no período da FENIT, o jornalismo nacional (com abordagens diferentes) demonstrou como estas propostas vestimentares são parte de uma linguagem da cultura brasileira, isto porque a experiência com elas adivinha da sua fusão com outras manifestações, como música, cenários, coreografias, modelos de diversas etnias, etc.

O anúncio da XII FENIT (1969) tinha como foco a clientela profissional do processo produtivo da moda, majoritariamente, masculina.

201. Publicidade, Publicado em várias edições da Revista *Manchete*, 1969

Trata-se de uma peça publicitária que nos leva a seguinte leitura: vemos um buraco de fechadura, que provavelmente foi lido como um elemento de gosto *voyeur*, aguçando a curiosidade do espectador masculino para ver este negócio – o de moda – que acontece do outro lado (ou melhor, dentro) da fechadura. Esta área de negócios chama a atenção do homem, e tem destaque ter como foco as mulheres como público final de consumo. Por isso, algo de misterioso e sedutor é necessário como recurso publicitário para chamar a atenção dos homens e dar a mensagem mais adequada.

Por outro lado, não podemos nos esquecer que a obra que acabamos de ver de Nelson Leirner, *"Você Faz Parte II"* (1964), utiliza o mesmo recurso imagético (a fechadura), pois no anúncio e na obra, o espectador se vê capturado; no quadro de Leirner, isso se dá via a própria materialidade da obra (através de um espelho), na

publicidade, através da curiosidade que o leva a ler o espaço em branco. Em Leirner, um espelho espreita o espectador, portanto, fisga-o, fazendo com que este não seja mais um simples *voyeur* da obra, mas agora ele *é* e *está* na obra. Os lugares se alteram e quem espreita agora é a fechadura (ou seria o artista?). A publicidade acima também desloca o seu leitor, tomando-o de assalto quando emite a chamada: "assunto sério, só para homens". Demonstra que a moda – indústria nascente naquele momento em todo o mundo – é um assunto dos mais pertinentes para o mundo masculino, já que é este que domina o universo econômico. Portanto, ele deve ficar atento à indústria nascente do vestuário-moda, dos "têxteis-moda", pois eles são de venda volátil e rápida, capitalizado a partir da vaidade feminina.

Estampas: abstração geométrica e construtiva

"O homem moderno vive, cada vez mais, numa ordem geométrica preponderante. Toda criação mecânica e industrial humana depende das vontades geométricas."
Fernand Léger. *A Estética da Máquina – O objeto fabricado, o artesão e o artista*

A arte abstrata é definida amplamente como a expressão artística que é não-figurativa. Trata-se do termo mais amplo para designar qualquer tipo de arte que não represente objetos reconhecíveis. Nesta tese, usaremos este sentido inicial continuamente, reconhecendo como abstrato todas as obras que possuem a propriedade de serem não-figurativas. Porém, não desprezaremos a maneira mais específica de se compreender 'arte abstrata' como a produção artística do século XX, que rompe com a concepção tradicional da arte como imitação da natureza. Assim, as obras abstratas não possuem a pretensão de ver algo sendo reconhecido – mesmo que em meio à distorção – a produção artística abstrata é simplesmente composição. A estampa abstrata não é uma novidade do século XX, afinal, listas, xadrezes, *pois*, arabescos, jogos de tessitura são elementos que sempre estiveram presentes na produção de superfícies têxteis. A abstração, como temática de padrão têxtil, nesta tese, retoma a especificidade da abstração das artes do século XX e, conseqüentemente, aplicada aos têxteis deste período.

A pintura abstrata surge para desafiar os valores e rigores próprios da

tradição. Deste desafio, notamos nascerem caminhos muito distintos, que ora explodem com os pressupostos da pintura tradicional (Kandinsky), ora levam (e elevam) os mesmos às últimas consequências (Mondrian). É necessário atentarmos para o fato de que a abstração é, sem dúvida, desenvolvida a partir dos valores da arte moderna e é uma forma original de criação do século XX. O próprio termo 'abstrato' pode trazer problemáticas profundas, pois segundo o artista Michel Seuphor (1901-1999): "Chamo Arte Abstrata toda arte que não contém qualquer apelo, qualquer evocação da realidade, seja ou não a realidade o ponto de partida do artista". Portanto, podemos alocar, nesta definição, tanto o processo antinaturalista de Kandinsky quanto a abstração como meta absoluta do movimento De Stijl. Porém, destacamos que o Cubismo e o Fauvismo desenvolveram pesquisas artísticas em que formas e cores tinham desenvolvimento autônomo. Dessa maneira, a arte de resultado abstrato tem como predecessores os movimentos modernos de vanguarda. Afinal, estes fazem o artista moderno tomar consciência de que a composição plástica, agora deve ser compreendida como construção compositiva.

Do leste europeu provém uma produção – de forte intercâmbio com os franceses – que manifesta experiências limites e trazem posicionamentos múltiplos também frente à abstração. De Kupka (1871-1957) ao casal Robert e Sonia Delaunay, de Larionov a Tatlin, de Rodchenko a Malevitch temos debates artísticos centrados na cor, na forma, e na construção e ausência do objeto. Também temos, neste cenário, a produção feita na Holanda por Mondrian e o movimento De Stijl, que em oposição à tendência orgânica e lírica de Kandinsky, (advinda do Fauvismo e do Expressionismo), por exemplo, seguem pelo caminho da geometria. Com o Neoplasticismo, Mondrian partirá para a abstração, pesquisando as relações plásticas absolutas, buscando a pureza e universalidade da matemática. Temos também a contribuição de Jean Arp e Sophie Tauber-Arp que se lançam em estudos de formas livres e irracionais e constituirão a contribuição mais pungente do Dadaísmo à abstração.

Nos limites de nosso estudo, não nos cabe apresentar um panorama exaustivo sobre a abstração, mas é importante, ainda, destacarmos que ele surge em um cenário de

necessidade profunda de criar uma nova realidade, já que o contexto histórico era desanimador (guerras mundiais). A abstração surge em uma paisagem desolada em que não se tem certeza de mais nada, nem mesmo da existência. Essa ameaça acaba por desviar o homem do real, os artistas debruçam-se sobre algo que está fora do alcance. A arte tende para a abstração, pois só a forma abstrata pode transcender o real. Nesse sentido, é compreensível que, por exemplo, a *Art Informel* (arte sem forma) e o Tachismo são expressões espontâneas dos anos 1940 e 1950, e são o resultado de uma completa ruptura com o passado. Na época, Worringer (1953) já apontava para essa interpretação, pois identificava o impulso artístico original como algo que não é a imagem do mundo, mas a sua ordenação. Para ele, a abstração geométrica é a realização da expressão e a única fórmula concebível para o homem superar a arbitrariedade e temporalidade nos quais a imagem do mundo e ele próprio estão imersos.

A abstração geométrica tem por base a *ideação*, criar algo novo a partir de uma ideia. Não é um fragmento do real, mas é uma nova realidade. A arte abstrata também pode ser pensada enquanto algo que é construído a partir de formas sensíveis e sua depuração. A tentativa de formular o essencial.

> "Era hora do começo do crepúsculo. Eu chegava em casa depois de um estudo, com minha caixa de pintura, ainda 'perdido em meu sonho e absorvido pelo trabalho que terminara', quando vi de repente um quadro de uma beleza indescritível, impregnado de um grande ardor interior. Primeiro, fiquei paralisado; depois, dirigi-me rapidamente para o quadro misterioso (do qual só via formas e cores e cujo tema era incompreensível). Logo encontrei a chave do enigma: era um de meus quadros que estava apoiado de lado na parede. No dia seguinte, à luz do dia, tentei retomar a mesma impressão da véspera experimentada com o quadro. No entanto, não consegui perceber nem a metade: mesmo de lado, eu reconhecia os objetos e faltava a luz fina do crepúsculo. Então, sabia que se tratava: o objeto prejudicava meus quadros." (Kandinsky apud Bonfand, 1996: 15).

Para Kandinsky, a arte abstrata advém da busca pela visualização da aparição, e não da depuração do objeto observado. A abstração é uma visão. O projeto abstracionista de Kandinsky está conectado à ideia de tentar captar a cor independente do objeto que submete nosso olhar. A arte abstrata estaria sempre ameaçada pelo

formalismo, gratuidade e decoração. Por outro lado, a abstração de Malevitch busca banir o objeto, pois ele dissolve a energia, o que configura tal pensamento como ação da negação do mundo dos objetos e tem como fim criar um universo sem eles. O suprematismo é uma representação não-objetiva. Trata-se de uma produção artística abstrata que busca seguir a intuição sem submetê-la aos objetos, superando-os. O quadrado preto sobre fundo branco não é passível de comparação, pois já é, em si, a apresentação, o comparecimento, o estar presente da intuição sobre a pintura sem submissão da representação.

A obra abstrata de Mondrian tenta elevar a pintura acima da natureza, superando a imitação, a representação e estabelecendo uma apresentação. Mas ao contrário de Kandinsky, que foca sua pintura abstrata como a expressão do 'eu', Mondrian tenta neutralizá-lo. A intenção desta pintura é a reconstrução do mundo, assegurando que aquilo que nele nos amedronta e causa ansiedade fique sob controle. A natureza é banida.

A consequência mais direta da abstração é que ela traz para o primeiro plano o suporte. A tela não é mais um ente secundário, mas é o exemplo e a possibilidade do plano. A arte tal qual conhecíamos até então acabara ali, com a abstração de Kandinsky, Malevitch e Mondrian. O tradicional quadro de cavalete não tem mais função, é obsoleto. A definição de arte agora é outra. A abstração destes três pintores recupera para o quadro seu caráter plano. Cada artista abstrato cunha um sistema interno de criação, de lógica produtiva que elabora exercícios constantes sobre o fazer não-figurativo, ao mesmo tempo em que se configura como embate, pois cada quadro só nasce a partir de uma luta, de um enfrentamento entre superfície plana, cores e a mão do artista. Plano original, cor, formas e linhas constituem os elementos necessários para a construção do quadro, que não imita mais a natureza, mas que sempre serão duas coisas ao mesmo tempo: aparência e aparição (ao menos para Kandinsky).

> "Para Kandinsky, a exterioridade será a realidade objetiva do mundo, o conjunto dos significados que define, no caso de uma percepção comum, o universo dos objetos (no caso da percepção lingüística, as letras e as palavras tal como são regidas por sua intenção semântica).
> Na lógica kandinskiana, compreendemos que 'espiritual', vale para o invisível desse visível normalmente admito para o interior de tal

> exterioridade. Portanto, para Kandinsky, todo elemento é duplo, e é esse caráter duplo que dividirá os homens ideológica, estética e politicamente" (Bonfand, 1996:44).

Este posicionamento de Kandinsky acaba por separar os homens – em sua visão – em duas categorias: os que consideram a imaterialidade (ou o espiritual) e àqueles que só consideram a materialidade. Em *Ponto. Linha. Plano* (1986), o artista revela que a pintura sem o objetivo da representação (arte figurativa), a arte que elimina o significado constitui uma descoberta. A forma, a cor, a linha – elementos da composição – são elevados. O ponto é o início e a concisão, desliga-se de qualquer forma de leitura anterior, valoriza-se o seu potencial pictural. A linha é a tensão/força que o ponto sofre, colocando-o em movimento, a linha é agitação, abalo, oscilação; a linha é o meio de analisar a força.

Para artistas como Wassily Kandinsky, que chegou a Munique em 1896, o que o moveu em direção à linguagem da abstração formal, não foi só suas experiências nas artes visuais mais tradicionais, leia-se pintura, mas sim, mesmo que implicitamente, o contato com o mundo do ornamento. A decoração desprovida de conteúdo o influencia, é algo que o entusiasma, segundo Chadwick (1990). Em sua obra *Do Espiritual na Arte* (1990 [1912]), Kandinsky indica que se livrar de todo e qualquer referencial da natureza (ou com pretensa relação de representação da natureza), é algo ligado ao esforço de criar combinações puras com cor e formas independentes, como os trabalhos de ornamento geométrico.

No período de Munique, Kandinsky está em uma fase de sua pesquisa pictórica que é fortemente influenciada pelo *Jugendstil*, de Munique. E este é relacionado densamente ao universo da ornamentação abstrata, caminhando em direção a uma revolução própria dos significados que contém espiritualizações influenciadas pela poética simbolista. A partir do período de Munique, Kandinsky tanto produz pinturas quanto artes aplicadas. Em 1904, envolve-se com a *A Sociedade de Arte Aplicada* de Munique e no catálogo do Salão de Outono de 1906 estão listados 7 itens seus ligados ao design de objetos (inclusive desenhos de vestidos).

202. Margarethe von Brauchitsch, Desenho para Tecido, c1902

Outro membro desta sociedade é Margarethe von Brauchitsch (1865-1957)[155], artista que desenvolve desenhos de bordados, alcançando sucesso na *Exposição Mundial de Paris* de 1900 (Chadwick, 1990: 237, Weiss, 1975: 270). Von Brauchitsch usa motivos da natureza, mas altamente estilizados, ordenados de maneira geométrica, criando abstrações 'improvisadas' em seus bordados. Exemplos de 1901 a 1904 mostram a relação íntima com o trabalho da *Wiener Werkstätte*. Peg Weiss (1979) identifica nesta artista uma grande influência de Kandinsky e sua produção artesanal, contudo, isto é verificado através de sua participação no Movimento do Vestuário Reformista (*Reform Dress Movement*)[156].

Ao final do século XIX, o assunto da reforma do vestuário feminino tornara-se um aspecto de imensas possibilidades para os debates feministas. A respiração com sofreguidão – devido às barbatanas e aos laços apertados dos espartilhos, então *so fashionable* na década de 1880 – é atacada pelos círculos progressistas de maneira violenta, pois eles compreendem isso como uma manipulação e obstrução do movimento (e da própria respiração) das mulheres. Os novos estilos 'saudáveis', contudo, indicam um deslocamento das recentes noções de vestuário como indicativos de classes e ocupação, para mais uma preocupação moderna com a roupa como significado de identidade criativa. Kandinsky também experimenta o design dedicado à moda feminina, tomando para si, os debates e propostas do movimento reformista. Seus desenhos são importantes para identificarmos como a aparência das mulheres é uma das arenas dentro da qual os artistas modernistas exploram novas formas de sentido, ampliando a possibilidade de espaços expressivos, libertando-se das restrições artísticas tradicionais (Chadwick, 1990).

[155] Estudou com Kolomon Moser em Viena, Áustria (Cunningham, 2003).

[156] O movimento pelo vestuário reformista é fundado em Londres em 1881 e retomou as ideias lançadas nas décadas de 1850 e 1860 por Amélia Bloomer a respeito de uma moda que respeitasse o corpo feminino e que fosse mais utilitária, permitindo às mulheres movimentarem-se (e trabalharem) com mais liberdade. Os seguidores deste movimento acreditavam que os espartilhos não só restringiam os corpos femininos, mas o deformavam. Ainda condenavam o salto alto e defendiam o uso de no máximo três quilos de roupas de baixo. Na Inglaterra dos anos de 1890, o vestido reformista era vinculado ao ideário socialista, embora alguns historiadores tenham argumentado que por aquela data o vestido reformista fala mais sobre uma transformação social do que política (O'Hara, 1992: 226, Cunningham, 2003).

Nesta mesma época, na Inglaterra e na França, vemos as suas respectivas vanguardas abandonarem o naturalismo em favor da estilização abstrata. Em Londres, a maior voz crítica e teórica era a de Roger Fry, logo identificado com os pintores e escritores do círculo do *Bloomsbury*. O trabalho de Vanessa Bell (1879-1961)[157], Roger Fry (1866-1934), Duncan Grant (1885-1978), Wyndham Lewis (1882-1957), e outros associados à Fry na *Omega Workshop* (um experimento de 'casa de design' fundada em 1913) davam importância à fusão da linguagem derivada das artes decorativas com uma nova possibilidade que era vinculada às lições formais que Roger Fry deduziu do Pós-Impressionismo. Temos os trabalhos de Fry, Bell, Grant e seus associados ligados à experimentação modernista em design. Os modelos da Omega não são próximos do Movimento *Arts & Crafts* (pois Fry rejeita acintosamente o socialismo e a orientação arquitetural deste movimento), mas aproximam-se da *Wiener Werkstätte,* e mesmo da moda e do design experimental de alguns ateliês de Paris que Fry visitou em 1911 (como, por exemplo, a *Maison* de Poiret). Desde o início da década de 1910, Fry tentava construir uma teoria coerente que tentasse unir uma estética da supremacia da forma com conteúdo narrativo (Chadwick, 1990: 240, Breward, Evans, 2005).

203. Interior criado pela Omega Workshops, cartão de publicidade

204. Omega Workshops, Linho estampado *Maud*, 1913

205. Anúncio da Omega Workshops com telefone e endereço

206. Omega Workshops, marca na lateral do tecido

[157] Seu filho com Clive Bell (1881-1964), Quentin Bell (1910-1996), escreveu um livro de ensaios sobre a moda e sociedade, em especial analisando a virada do século XIX para o XX (Breward, Evans, 2005), e uma de suas filhas – neta de Clive e Vanessa Bell – chamada Cressida Bell (1959-) tornou-se designer têxtil.

A *Omega Workshops* tornou-se um local de encontro para artistas com pensamentos em comum e que trabalhavam livremente tanto com pintura quanto com design e decoração (tecidos, mobiliário, cerâmica, porcelana e outros itens). A inovação significante deles foi a de quebrar com os limites entre a arte dita 'erudita' e a 'aplicada', pois trabalhavam em ambas as frentes, não distinguindo os tipos de arte. Muitos dos patronos dessa loja (e dessa iniciativa) eram mulheres como Lady Desborough, Lady Curzon, Lady Ottoline Morrell, Lady Cunard, Lady Drogheda, que são as mesmas patronas das *fine arts* e que consumiam nas *Maisons* de Paris e nas melhores butiques de Londres, portanto, o consumo de objetos artísticos demonstra uma relação entre a sociedade de classes na modernidade (e a idéia de modernidade) que nos faz perceber a complexidade de suas implicações.

A produção da *Omega* estendia-se por cortinas, roupas de cama e caixas que eram expostas em exibições de decoração. Típicos dos itens apresentados eram telas com motivos abstratos, levemente estilizados, desenhados por Grant e Bell e bordados por Morrell, e linhos estampados com motivos abstratos como *Cracow*, desenhado por Bell em 1913. Muitos desses designs eram criados inspirados nos trabalhos de pintura desses artistas (Chadwick, 1990: 241). Roger Fry vê o universo decorativo como uma possibilidade de expressar corajosamente a experimentação, estados de consciência e imaginação, que, por muito tempo, foram relegados à música e a poesia (Harrinson, 1998: 204).

Como as primeiras abstrações de Kandinsky e Mondrian, Bell e Grant derivavam as suas da natureza. O processo formal de simplificação e abstração resultava em composições levemente estruturadas, que tem como base demonstrar os valores absolutamente estéticos. Segundo Chadwick (1990), há um exagero, por parte dos estudiosos, em distinguir a produção de pintura de Vanessa Bell, dos seus trabalhos decorativos. Isso obscurece o significado das relações entre o elemento decorativo e o desenvolvimento da estrutura e da lírica das harmonias sensuais das cores e torna incompreensível seu retorno aos trabalhos figurativos posteriormente.

207. Omega Workshops, Vanessa Bell, *Abstract Design*, c1914, The Samuel Courtauld Trust

208. Omega Workshops, Duncan Grant, *Abstract Design*, c1913-14, The Samuel Courtauld Trust

Isto porque, não dá para compreender o trabalho de Bell desta fase sem o universo de experimentação plástica no qual ela se envolveu, assim, por exemplo, seus oito trabalhos mostrados na exposição *The New Movement in Art,* na *Mansard Gallery*, em Londres, em 1916, incluía quatro quadros abstratos que são intimamente relacionados com o seu trabalho em têxteis.

209. Omega Workshops, *Vestidos*, 1913

No ano anterior, junto com Winifred Gill (1893-1981) e Nina Hamnett (1890-1956), ela desenvolve vestidos para a *Omega*, vestidos que posteriormente foram chamados de reformistas. Não foi um sucesso de vendas, talvez por conta dos desenhos e formas muito excêntricas para a clientela da *Omega* (lembrar que elas eram consumidoras de *Haute Couture* francesa) (Chadwick, 1990: 242).

Às vezes, nem mesmo o grupo de amigos conseguia compreender muito bem a produção ali apresentada; Virginia Woolf, por exemplo, fica chocada com a coleção da irmã.

Durante a experiência da *Omega* na Inglaterra, temos em Paris, Sonia Terk-Delaunay (1885-1979), uma artista que também tem como base as experimentações vanguardistas, e que transita facilmente nas artes e no design. A artista que tem em

comum com esse grupo de ingleses a reflexão sobre a questão das cores. Sonia Terk-Delaunay[158] tinha como principais referências em suas pinturas a arte folclórica russa, fundida aos questionamentos pós-impressionistas. Como seu marido, Terk-Delaunay, cedo se tornou convencida de que a modernidade podia ser expressa através de uma interação de cores harmônicas e dissonantes, que replicam os ritmos da vida urbana moderna.

O primeiro trabalho abstrato de Sonia Terk-Delaunay é também uma peça de arte decorativa: uma colcha de cama feita para o filho recém-nascido (Ferreira, s/d: 01). Mesmo sendo um *quilt,* Sonia Delaunay seguiu os preceitos da teoria dos contrastes simultâneos[159]. No entanto, não é somente destas pesquisas que advém sua abstração, mas também de lembranças de valores visuais folclóricos russos (as roupas das mulheres em movimentos de dança, as cores das olarias, os padrões cerâmicos etc.). Funde-se a esses valores seu conhecimento sobre pintura cubista, dando origem, assim, a sua poética abstrata, que pretende colocar as cores para dançar. Sua pesquisa desenvolveu-se a partir de seu trabalho em têxteis e bordados, o que a encorajou a quebrar com formas e com a ênfase da estrutura da superfície. Sonia Delaunay fazia capas de livros, pôsteres, luminárias, cortinas, capas de almofadas, e objetos para decoração de sua casa. Quando em 1912, seu marido começa a pesquisa sobre a teoria da simultaneidade, ela embarca na mesma direção e inicia a pintura e a aplicação deste princípio em diversos suportes. Primeiro, a tela *Contrastes Simultâneos* (1913), revelando seu interesse pela dinâmica da superfície, e sua liberdade de uso das cores, já palpável em seus têxteis (Chadwick, 1990:243). Isso pode ser percebido no comentário que ela faz sobre essa experiência:

[158] Sonia Terk (quando solteira) é de origem ucraniana, mudou-se para Paris em 1905 e em 1910 casou-se com Robert Delaunay (1885-1941), pintor francês de forte influência cubista.

[159] A teoria dos contrastes simultâneos das cores foi desenvolvida no século XIX por Michel-Eugène Chevreul, publicada sob o título *De la loi du contraste simultané dês couleurs* (1839). Essa teoria fascinou os Delaunay que passaram a tê-la como base para o desenvolvimento de suas experiências plásticas com arte e design (Mackrell, 2005: 130).

210. Sonia Delaunay, *Contrastes Simultâneos*, 1913, Museo Thyssen-Bornemisza, Madri

"As cores são deslumbrantes. Eles têm a aparência de esmaltes ou de cerâmica, dos tapetes - que é, já há um sentimento de superfícies que estão sendo combinados, por assim dizer, sucessivamente na tela".

211. Sonia Delaunay, *Prismas Elétricos*, 1914, ost, Georges Pompidou

Descontente com a qualidade estática da pintura, durante o verão de 1913, Sonia Delaunay inicia a produção de seus *vestidos simultâneos*, que também é uma reação contra a insipidez da corrente moda. Seus padrões de formas abstratas são um arranjo tanto de um enlace natural do movimento do corpo e da vibração do movimento da cor. Em 1913, Blaise Cendrars (1887-1961) escreve o poema *"Sur la robe elle a un corps"*[160] sugestionando que o corpo feminino era perceptível em seu movimento, portanto, estes vestidos revelavam importantes significados sobre a modernidade: a moda traduz os princípios da abstração e define a modernidade para o público mais amplo; ao mesmo tempo em que produz arte em um objeto-mercadoria que revela que o corpo feminino é ligado à mercantilização. Estes significados ocorrem após a primeira Guerra Mundial (Chadwick, 1990: 244).

212. Sonia Terk-Delaunay, Vestidos Simultâneos - As três mulheres, 1925, ost, Museo Thyssen-Bornemisza, Madri

213. Mulheres usando vestidos de Sonia Terk-Delaunay, década de 1920

[160] Tradução encontrada: *"Sobre o corpo ela tem um vestido"* usada pela fundação Calouste Gulbenkian, mas acreditamos que em português do Brasil, faça mais sentido *"Sob o vestido ela tem um corpo"* (tradução livre). Ver versão completa em anexo.

214. Sonia Terk-Delaunay, Padrão de estamparia têxtil *Jazz*, 1920, The Art Institute of Chicago, Chicago

215. Sonia Terk-Delaunay, Padrão de estamparia têxtil, 1920, The Art Institute of Chicago, Chicago

A evolução da moda e da estamparia Terk-Delaunay que, por volta de 1923, seria comercialmente produzida, reflete muito a indústria têxtil francesa, que afetada pela repentina queda de vendas, devido à primeira Grande Guerra Mundial, identificava em seus designs, ligados à vanguarda artística, os novos caminhos de pensamento sobre o corpo e a aparência. Espetáculos de vanguarda como as performances Dadá, ajudavam a quebrar com as iniciais noções sobre roupas como uma cobertura para o corpo, recolocando-a como uma imagem que flui sobre um suporte (o corpo), capaz de refletir de volta a presença constante da redefinição e transformação da vida moderna. Além disso, é necessário destacar que as criações vestimentares masculinas de Sonia Delaunay não são muito arrojadas, já que seu potencial criativo e comercial era inteiramente direcionado às roupas femininas.

As propostas de design de Delaunay se espraiaram pelo mundo (muitas compradoras eram atrizes europeias e norte-americanas) e casavam perfeitamente com as novas formas cilíndricas dos corpos femininos (com a 'mulher moderna'), com o jazz e tudo mais que compunha a sensibilidade plástica do período. O impacto – e aceitação – de suas ideias de moda foram tão fortes que ela foi convidada, em 1927, a apresentar uma palestra na Sorbonne no departamento de Artes Visuais, cujo título foi *"L'influence de la peinture sur la mode"*[161]. Nesta comunicação, a artista enuncia a liberação da moda dos ditames da *couture* 'mais acadêmica' e apresentou discussões sobre o conceito de

[161] Sonia Delaunay escreveu diversos textos sobre moda e arte, onde não só conecta essas linguagens entre si, mas também com a decoração e a arquitetura. O texto acima citado pode ser encontrado em Radu Stern (2004) traduzido do original em francês para o inglês com o título: *The influence of painting on fashion*, isto é, *A influência da pintura sobre a moda* (tradução livre). Outro texto escrito por ela, e também traduzido para o inglês por Stern é: *"Les artistes et l'avenir de la mode"* (*Artists and the future of fashion*), de 1931 (em português algo como "*Os artistas e o futuro da moda*" – tradução livre).

padrão têxtil, introduziu a idéia do *prêt-à-porter*[162] e apontou os diálogos que existem entre tendências da arte e da moda, pois segundo Delaunay, não é uma área que influencia a outra, mas tudo está imerso no mesmo mundo de debates acerca de como a sensibilidade moderna dá novas resoluções a novas problemáticas que o cotidiano urbano industrial propõe.

O movimento russo de arte abstrata geométrica foi fundado por volta de 1913 por Vladímir Tatlin; a ele, juntaram-se Antoine Pevsner e Naum Gabo que, em 1920, publicaram o *"Manifesto Realista"*, que indicava que uma das diretrizes era 'construir' a arte, ideia mestra do movimento. Basicamente, rejeitavam a noção de uma arte com função social, utilitária, e conceberam uma arte puramente abstrata que refletia a tecnologia e o maquinário modernos. Desta maneira, o uso de materiais como vidro, plástico, metal era corrente em suas obras. Por outro lado, Tatlin e Rodchenko aplicaram estas ideias na arquitetura e, sobretudo no design. Por volta de 1922, quando o regime soviético condenara todas as manifestações artísticas abstratas, os artistas exilados espalham-se pelo mundo e com eles suas ideias contaminam o restante da Europa. Por exemplo, Gabo e Pevsner influenciam a *Bauhaus* (Alemanha), o *De Stijl* (Holanda) e o grupo *Abstraction-Création* (França).

O termo 'arte concreta' foi cunhado por Theo van Doesburg, que em 1929 publicou o manifesto *"Arte Concreta"*, em que se opunham as ideias do grupo *Cercle et Carré*. Trata-se de uma produção artística que repudia a referência figurativa e se baseia somente no uso de formas geométricas simples. Pintura concreta não provém de uma sintetização de objetos advindos da natureza, mas sim dos elementos primordiais da composição, isto é, linha, cor e superfície. Isto significa que ao contrário de diversos movimentos ditos abstratos, que partem da depuração da representação de motivos

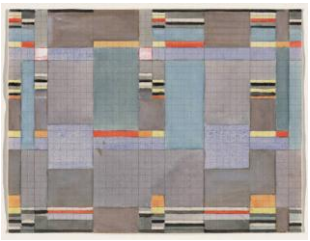
[162] *Prêt-à-porter* é a tradução literal, para o francês, da expressão em inglês *ready-to-wear*. Esta se refere a roupas prontas-para-vestir, isto é, roupas feitas industrialmente. Este tipo de produção se inicia praticamente desde o início do século XX, com advento a máquina de costura. Os Estados Unidos, no entanto, tornam-se líderes neste tipo de produção durante a segunda Guerra Mundial, pois desenvolveram uma imensa tecnologia voltada à produção de roupas em série. Dessa maneira, a moda industrial consolida-se como a líder na forma de pensar, conceber e executar moda somente no pós-guerra. No início dos anos 50, não só norte-americanos, mas franceses, ingleses e italianos dedicam-se a fazerem roupas dentro da lógica industrial (Mendes, Haye, 2003).

reconhecíveis (imitação da natureza), os artistas concretos partem dos dados de composição da arte, isto é, plano, ponto, linha e cor (ver imagens 28-33 do capítulo 1).

Notamos que a Bauhaus é consequência direta destas ideias e práticas a respeito da abstração. Ela é a tentativa de pensar e fazer design a partir das ideias-base da pintura concreta embutindo constantemente o valor positivo que o ideário que rege a metodologia da escola. A Bauhaus torna possível – por seu empenho industrial, sobretudo em Dessau – não só a arquitetura, mas objetos cotidianos serem concebidos e feitos sob essa óptica. Isto é, a abstração, em sua forma concreta havia se deslocado para a vida cotidiana. Inventar uma veste ou a visualidade para o mundo moderno é o desafio enfrentado pelos alunos e mestres da Bauhaus, já que a preocupação constante no ateliê de têxtil e de vestuário dessa escola era a procura por um indumento utópico universal (Pevsner, 2002). Nas palavras de Gropius, um aluno da Bauhaus: "Além de receber uma formação técnica e artesanal, o designer deve aprender uma linguagem da forma, a fim de poder exprimir suas idéias visualmente" (Gropius, 1988: 39). Isto significa que a limitação para o processo criativo do vestuário e do têxtil repousa em suas limitações técnicas de construção, adicionando a isso o corpo e seus desafios como elementos fundamentais dessa consciência criativa.

O ateliê têxtil foi base de diversos mestres que navegaram pela abstração através da produção têxtil e de tapeçaria. Uma artista a se destacar é Gunta Stölzl (1897-1983) que influencia Kandinsky e Klee com suas composições. Stölzl criava têxteis adequados aos processos criativos pregados e ensinados nos ambientes da Bauhaus. Os alunos estudavam em suas aulas tanto teoria da cor e do design, quanto os aspectos técnicos de tecelagem e tapeçaria. Esta mestra promoveu a experimentação de materiais não-ortodoxos, incluindo celofane, fibra de vidro e metal. Os tecidos e tapeçarias feitas em sua oficina foram bem sucedidos comercialmente, até mesmo gerando fundos para a Bauhaus. Os têxteis de Stölzl e alunos adornavam os interiores dos edifícios da Bauhaus, promoviam um resumo da vivência visual, segundo idéias advindas da pintura. A oficina têxtil formou um número de artistas proeminentes, incluindo Anni Albers (1899-1994), que continuou a criar e escrever sobre têxteis modernistas e abstratos ao longo de sua

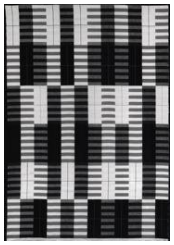
vida. Paul Klee usava as tapeçarias e têxteis de Gunta Stölzl como exemplos em seus cursos *Vorkus*[163].



216. Gunta Stölzl, Design para Têxtil em Lã, c1925, aquarela sobre papel quadriculado, MoMA, Nova Iorque

217. Gunta Stölzl, Design para Têxtil, c1923, Bauhaus, guache sobre papel, MoMA, Nova Iorque

218. Gunta Stölzl, Tapeçaria do Ateliê da Bauhaus, 1924, algodão e fios metálicos, MoMA, Nova Iorque



219. Anni Albers, Painel Têxtil Laranja, Preto e Branco, feito durante workshop na Bauhaus sob orientação de Gunta Stölzl, 1926-27, The Art Institute of Chicago, Chicago

220. Anni Albers, Design para Smyrna Rug, padrão de estamparia têxtil, 1925, MoMA, Nova Iorque

László Moholy-Nagy (1895-1946) foi outro responsável pelo ateliê têxtil e de vestuário da Bauhaus. A idéia de estandardização do vestuário proposta pelo artista é tão bem aceita que ele fecha acordo com a *Polytextil* e recebe uma encomenda de Jean Patou[164], casa de moda parisiense de grande prestígio, especializada em vestuários esportivos e em propostas vanguardistas e industriais da primeira metade do século XX. Notamos, portanto, que se outros ateliês da Bauhaus não alcançaram diálogo produtivo com as indústrias, o têxtil e do vestuário, ao contrário, foi um dos poucos espaços que, inclusive, gerou fundos para a escola.

---

163 Curso introdutório da Bauhaus de um ano, dedicado, exclusivamente, a formar o aluno em estudos de composição de formas, texturas e cores.

164 Jean Patou (1880-1936) é um designer de moda francês dedicado não à *Haute Couture*, mas à moda simples e esportiva, que pesquisava linhas e motivos geométricos, inspirando-se no cubismo e na abstração geométrica presente nas artes de vanguarda. Fez muito sucesso entre as norte-americanas, principalmente porque levava em consideração a ideia de 'mulher moderna', criava uma moda conectada com o jazz, o estilo *Art Déco* – tão em voga nos EUA – e usava a tenista Suzanne Lenglen como sua grande divulgadora, hoje apenas a perfumaria da Jean Patou sobrevive (Baudot, 2002: 70).

Um desenvolvimento do construtivismo russo e de algumas experiências Dadás[165] pode ser identificado na *Optical Art*, ou simplesmente *Op Art*. Trata-se de um desenvolvimento essencialmente formal que é focado na percepção. Esta é uma arte abstrata que explora os fenômenos ópticos com a intenção de fazer vibrar, pulsar ou cintilar a superfície da pintura. Utilizam-se recursos da psicologia da percepção e da ciência ótica na construção de obras com grande rigor e controle sobre as superfícies pintadas com, o intuito de não deixar com que ilusão se perca. Victor Vassarely (1908-1997) e Bridget Riley (1931-) são os principais representantes desta forma de arte abstrata[166] e ambos produziram estampas para têxteis. Para Victor Vasarely, a pintura vive por meio de efeitos ópticos, isto é, vive no olho e na mente do espectador (as reações físicas e suas interpretações). Para tanto, usa a pintura tradicional, sobreposições e experiências em que o movimento, ou o cintilar, surja nos olhos de quem vê a obra, de quem a confronta (Lucie-Smith, 2006: 134-138).

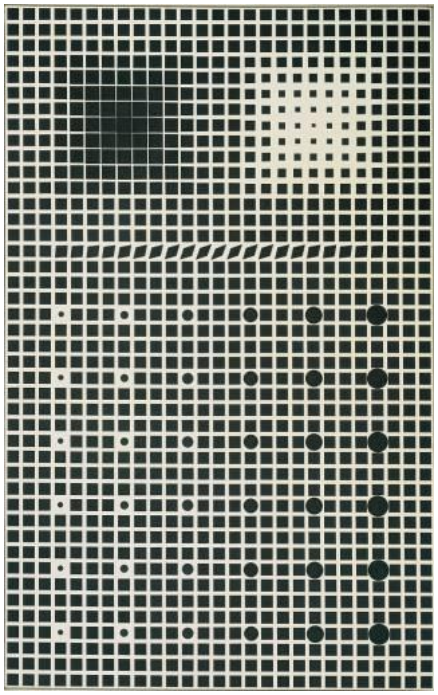
Os artistas da *Op Art*, como Victor Vasarely (1906-1997), Getulio Alviani (1939), Bridget Riley (1931), *Equipo 57*, entre outros, encontram, na aplicação dos efeitos ópticos sobre têxteis e vestuários, uma possibilidade de ampliar ainda mais os efeitos óticos através do movimento corporal. Assim como Sônia Delaunay já havia feito, esses artistas apostam nos tecidos dançando sobre os corpos como meio de proporcionar outra experiência visual. Os têxteis, quando vestidos e em movimento, produzem uma constante metamorfose na aparência, apresentando múltiplas composições cromáticas e lineares. A *Op Art* foi prontamente consumida pela moda, como podemos perceber na

---

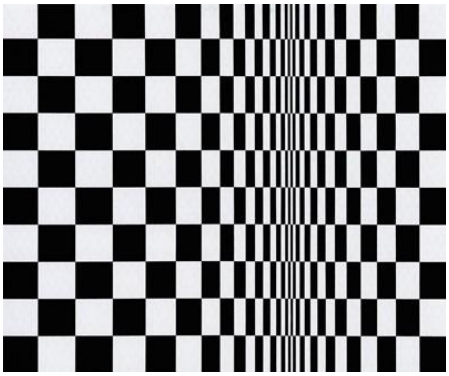
[165] Ver as obras construtivistas: Rodchenko, *Construções Espaciais suspensas* (1920-21); Moholy-Nagy, *Modulador de luz e espaço* (1921-30) ou *Escultura Cinética* (1930-36); e as obras dadás de Marcel Duchamp que lidam com o movimento de discos como *Chapas Rotativas de Vidro (Óptica de Precisão)*(1920) e *Discos com Espirais* (1923). Lógico que um olhar mais aprofundado verifica que as idéias da Op Art remontam a Seurat e o desenvolvimento do pontilhismo entre alguns pós-impressionistas, assim como mais recentemente podemos identificar um diálogo com Albers do ponto de vista de suas teorias e aulas sobre os aspectos da percepção.

[166] O termo *Optical (Op) Art* foi introduzido na mídia pela revista *Time* em outubro de 1964. No ano seguinte, há uma exposição no MoMA, que organiza, pela primeira vez, a produção Op Art, esta foi feita por William Seitz, que nomeou a mostra com o nome *The responsive eye*. Nesta exposição estiveram presentes obras de Victor Vasarely (1908-1997), Josef Albers (1888-1976), Paul Feeley (1910-1966) e do coletivo de artistas espanhóis *Equipo 57* (formado por Juan Cuenca [1934], José Duarte [1928], Angel Duarte [1930], Augustin Ibarrola [1930], Juan Serrano [1929]), entre outros. Esta exposição tem um documentário feito sobre ela, em 1966, por Brian de Palma. Mais sobre: Reichardt, 1994: 170-173.

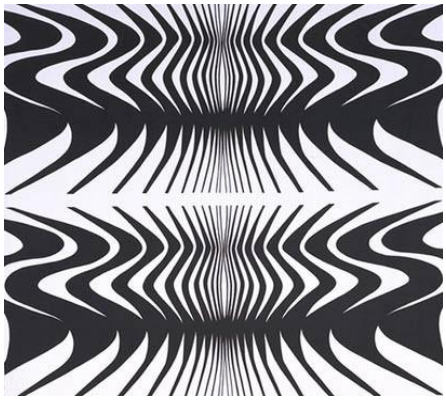
invasão de abstração *Op* desde 1965 nas revistas de moda – misturando artes visuais, design gráfico e moda. Caso exemplar deste contexto são as vestes geométricas de Pierre Cardin (1922) e os vestidos cortados em losangos de Louis Féraud (1920-1999).



221. Victor Vasarely, *Supernovae*, 1959-61, Tate Gallery, Londres



222. Bridget Riley, *Movimento em quadrados*, 1961



223. Barbara Brown, *Expansão*, Padrão de tecido fabricado, 1966

De acordo com o que Léger escreve em um texto de 1945, a abstração apresenta-se como algo cotidiano, que as pessoas e os colecionadores não mais estranham ou criticam ferozmente, ao contrário:

> "Não é, em absoluto, uma curiosidade experimental. É uma arte que tem valor em si, que se realizou e que responde a uma demanda, porque certo número de colecionadores são entusiastas dessa arte. O que prova que a tendência está viva." (Léger, 1989: 80).

Segundo o autor, ainda no mesmo texto, é crucial compreender que o mundo já vê a arte abstrata – após a década de 1940 – como algo cotidiano, que invadiu e é utilizada tanto no domínio comercial quanto industrial. O gosto popular já consome as formas e composições geométricas das vanguardas.

É importante percebermos que há uma consciência na *Op Art* como algo que é mais do que um tipo de pintura. Ela é criada para obter efeitos ópticos a partir da percepção do olhar, e que tem também um efeito mental (a ilusão da vibração), ou mesmo a criação de imagens pelo olho após o contato com contrastes violentos. A finalização da pintura, portanto, se dá nos olhos e na mente. Esta possibilidade plástica, desde seu início, vê na moda um campo possível de atuação.

Denise René, galerista de Paris, foi a responsável pela divulgação da *Op Art*. Antes de trabalhar com arte, possuía um ateliê de *Haute Couture*, e foi esse mesmo que transformou-se em galeria de arte e abrigou a primeira exposição de Victor Vasarely (1906-1997). René fez de sua galeria o lugar onde a abstração geométrica e as expressões artísticas de caráter cinético eram comemoradas[167]. É conveniente notar que os artistas que se envolveram com a *Op Art* e com a arte abstrata construtiva[168] possuem interesses estéticos semelhantes, mas que se materializam em produções distintas. Evidente que para todos eles, as formas geométricas e o movimento (caráter cinético dos objetos artísticos), com atração pelas cores e materiais industriais, como o plástico, o nylon e o alumínio, são as bases matéricas criativas.

As experimentações deste grupo inspiraram diversos *couturiers* e designers de moda da década de 1960. Julio Le Parc, por exemplo, inspira Paco Rabanne a fazer vestidos em placas plásticas metalizadas e Victor Vasarely inspirou dezenas de designers têxteis e mesmo as publicidades de Pierre Cardin.

[167] A galeria de Denise René foi legitimada internacionalmente por dois motivos: (1) a ampla rede de clientes internacionais que conseguiu formar, tornando a própria galeria em um lócus desterritorializado; e (2) o grande prêmio da Bienal de Veneza de 1966 foi para um de seus artistas, Julio Le Parc.

[168] Faziam parte deste grupo que frequentava e expunha na galeria de Denise René: Victor Vasarely, Alexander Calder, Cícero Dias, Max Bill, Martha Boto, Julio Le Parc, Cruz-Diez, Jesus Soto, Tinguely, Agam, Mortesen e Jacobsen.

224. Pierre Cardin, Modelos usando vestidos em *Op Art*, década de 1960, fotografia de divulgação, Musée Pierre Cardin, Paris

225. Pierre Cardin, publicidade da Coleção de 1968, peça publicitáira, Musée Pierre Cardin, Paris

226. Pierre Cardin, Publicidade, década de 1960, peça publicitária, Musée Pierre Cardin, Paris

227. Julio Le Parc, Escultura Cinética, c1967, alumínio

228. Paco Rabane, Donyale Luna veste coleção de 1966, fotografia de Richard Avedon, Musée Pierre Cardin, Paris

Vasarely e seus colegas ocuparam as ruas das grandes cidades, antes de ocuparem os museus e influenciaram a moda e a produção industrial têxtil. É caso exemplar, para se pensar em uma expressão artística que ganhou o campo da sensibilidade sem preconceitos, ou melhor, já com uma abordagem de campo expandido (Krauss, 2006), afinal, as obras de *Op Art* chegam quase que simultaneamente nas vitrines de moda e nas paredes dos museus. Segundo Bueno (1999), na exposição *The Responsive Eye* ocorrida no MoMA em 1965:

> "Duas em cada três mulheres presentes no vernissage do MoMA vestiam imitações das pinturas expostas, revelando que a arte começava a se insinuar na vida cotidiana" (1999: 201).

Em 1965, a *Op Art* já era uma expressão corrente que tanto falava sobre os quadros de Vasarely quanto da publicidade, tecidos e vitrines que usavam os mesmos recursos. Não é forçoso dizer que a produção de Op Art é mais vinculada com termos técnicos de construção da obra do que com a paisagem ideológica. Por exemplo, para Vasarely era o efeito sobre os olhos do espectador que importava, pois para ele *"vivenciar a presença de uma obra é mais importante que compreendê-la"* (Reichardt, 1994: 171). Portanto, essa arte criava não só um espaço para ilusões de óptica, mas para proporcionar novas perspectivas a partir do vocabulário abstrato. E é nesse ínterim que percebemos Vasarely, Riley, Max Bill e Jesus Soto convergindo para essa possibilidade artística:

> "As pinturas Op não se prestam à exploração intelectual – o forte delas é a provocação de um intenso impacto sensual e, com freqüência, sensacional, o qual, em última análise, pode ser nada mais, nada menos do que uma experiência ímpar." (Reichardt, 1994 : 173)

A linguagem abstrata, mesmo que inicialmente pareça criar um mundo fechado aos não iniciados, é em verdade, rapidamente associada com a possibilidade de uma estética internacional, progredindo ou contaminando ou sendo assimilada pelo design industrial, arquitetura e moda (Harrinson, 1998:194).

Segundo Harrinson (1998), a abstração nasce da relação constante (e debate) em torno da ideia de *arte* e *design*, e de ambos com a figuração:

> "o surgimento da arte abstrata foi específico de um mundo europeu moderno no qual a tendência predominante do desenvolvimento econômico e industrial era impulsionar as distinções entre *arte* e *design*, e entre formas *elevadas* e *inferiores* de arte, nas quais o significado da arte elevada era associado normalmente à figuração; e nas quais as pinturas e esculturas eram candidatas à condição de arte elevada, ao passo que exemplos de *design* e ornamento não eram" (1998:204)

Os artistas possuem, eles próprios, pontos de debate internos, já que a 'divisão' entre arte e design serve mais para pensar os caminhos experimentais da arte e suas aplicações. Vê-se, pela ambivalente posição em temer por uma estilização radical transformando arte em 'mero ornamento', ao mesmo tempo em que o desenvolvimento da arte abstrata é visto como uma forma possível de renovação estética do design comercial. Portanto, uma transformação completa no mundo sensível do homem urbano industrial. Algo como *obra de arte total* é buscada nesta empreitada, que pretende transformar o cotidiano do mundo industrial. A moda, compreendida como estética do cotidiano, é campo passível de atuação destes artistas.

... no Brasil

Categorizar os artistas dos anos 60 que se envolveram em uma pesquisa de arte abstrata é tarefa árdua e que poderia cair em um reducionismo fácil. Para tanto, usaremos alguns casos exemplares e uma breve história dos percursos da abstração no Brasil.

A divulgação, e mesmo a descoberta da pintura abstrata no Brasil, tem início na década de 1940, e o casal de artistas Árpád Szenes (1897-1985) e Vieira da Silva (1905-1992) são importantes neste momento. Eles ensinavam pintura em seu ateliê e influenciaram estes alunos em seus processos criativos. Por exemplo, Almir Mavignier (1925-), que foi aluno de Vieira da Silva e um dos precursores da abstração no país[169]. Porém, é na década de 1950, no período de industrialização do país, em especial na época da presidência de Juscelino Kubitschek (1956-1960), que conseguimos identificar uma real conversa entre a produção artística abstrata internacional e o contexto brasileiro. Nesta

[169] A recepção das produções artísticas abstratas do casal não foi facilmente consumida pelos críticos brasileiros, por exemplo, na primeira exposição de Vieira da Silva no MNBA, Mário de Andrade proclamou que a produção abstrata da artista era "mero bordado" (Couto, 2004: 45). A não compreensão, por parte do meio artístico e cultural brasileiro, acaba por ter efeito na produção de Vieira da Silva que em busca de se adequar não só ao gosto, mas a estabelecer uma conexão com a cultura local submete sua produção e suas questões artísticas ao diálogo à figuração, mesmo que violentamente geometrizada (Aguilar, 1984).

conjunção, nasce uma nova elite[170] no país, que se pretende mais cosmopolita, urbana e industrial.

Decorrente deste novo cenário – que possui no diálogo internacional sua base – temos uma 'corrida' por 'modernizar' o país a partir de todos os pontos de vista. Assim, criar instituições artísticas e jornalísticas tornou-se fundamental[171]. Dentre estas empreitadas, destacamos o forte caráter educacional de boa parte das instituições artísticas fundadas àquele momento, por exemplo, o MASP, no início dos anos 1950, e seus diversos cursos e caráter pedagógico explícito, formando artistas, designers, publicitários, etc. Além disso, presenciamos continuamente exposições de artistas estrangeiros produtores de arte abstrata como, por exemplo, a retrospectiva de Calder, em 1948, e a exposição *Do figurativismo ao abstracionismo* no MAM-SP (que contou com apenas três brasileiros expondo: Waldemar Cordeiro, Cícero Dias e Samson Flexor), bem como debates que divulgavam e discutiam a abstração (especialmente a geométrica) [172].

Com as primeiras Bienais Internacionais de São Paulo, no entanto, o embate com as linguagens artísticas abstratas não pode mais ser escamoteado, e temos a emergência pendular entre o caráter nacional e o diálogo abertamente internacional, entre o figurativismo e a abstração (Amaral, 1987: 242-243), ao mesmo tempo em que temos um acesso regrado do público (leigo e iniciado) às manifestações abstratas (líricas e geométricas), o que caracteriza uma aproximação com estes tipos de produção artística, afastando, aos poucos, o medo pelo desconhecido mundo sem tema reconhecível (Couto, 2004: 58). De certa maneira, a *Bienal* introduzia no Brasil, de tempos de tempos, um diálogo com as novas tendências artísticas, bem como tinha o caráter didático de apresentar os grandes mestres das vanguardas, isto é, atualizar e ensinar

[170] Nem sempre os personagens são realmente novos, mas há uma transformação na auto-imagem, por exemplo, de uma série de tradicionais famílias influentes do país que agora se vêem na situação não mais de senhores de terra, de produtores rurais, mas como donos de indústrias que entraram no ritmo desenfreado e acelerado da lógica do capitalismo industrial.

[171] Surgimento de novos títulos de jornais, mas também a fundação da TV Tupi (fundação em 18/setembro/1950), a primeira rede de televisão da América Latina.

[172] É importante não nos iludirmos, e pensarmos que nesse contexto a abstração entra no país pacificamente. Ao contrário, há críticas ferrenhas de artistas e críticos. Se Mário Pedrosa é a favor, Di Cavalcanti, por exemplo, posiciona-se abertamente contra (Couto, 2004).

simultaneamente. A partir da *II Bienal* (1953), os brasileiros tiveram contato com artistas abstratos muito importantes e de impacto como Piet Mondrian (representação da Holanda com 20 obras), Paul Klee (representação da Alemanha com 65 obras), Alexander Calder (representação norte-americana com 45 obras), Baziotes, de Kooning e Motherwell (representação norte-americana). Portanto, os artistas atuantes no Brasil tiveram acesso a uma exposição extremamente completa e informativa sobre os caminhos que a arte havia tomado ao longo da primeira metade do século 20[173].

Os artistas da coleção Rhodia que se envolveram em uma pesquisa de arte concreta-óptica-cinética partiam de pressupostos, às vezes, muito distintos entre si. Por isso, enfrentar as peças, cruzá-las com outras fontes, pode nos apresentar um cenário, ou melhor, um perfil menos reducionista das experiências com estas estampas e roupas no período citado no Brasil.

Arte Concreta é um termo cunhado por Theo van Doesburg (1883-1931) e se refere a uma produção plástica que tenta abandonar qualquer possibilidade de figuração, bem como de expressão subjetiva. Trata-se de uma arte construída a partir de cores e formas geométricas, apostando na racionalidade e na constituição artística de um repertório que supere as convenções regionais e nacionais, pretende-se, portanto, internacional. Negando toda qualquer possibilidade de expressão figurativa ou subjetiva, pois, linha, ponto, cor e plano é o que há de concreto em uma pintura, a representação de uma figuração, qualquer que seja, essa sim é um trabalho de abstração, pois é uma re-apresentação. A busca, portanto, é por certo tipo de pureza e rigor formal. Max Bill (1908-94) é um dos maiores responsáveis pela introdução desse tipo de arte no Brasil e na América Latina. Sua abordagem da arte concreta, vinculada a ideias matemáticas e aplicação no universo cotidiano (design), coincidem com o processo de industrialização que acontece no país e com a valorização de uma linguagem artística vinculada, ou relacionada ao universo do design.

Resta-nos tentar compreender porque essa manifestação artística gerou

[173] Segundo Brett, a II Bienal de São Paulo foi uma das mais completas exposições de arte moderna ocidental já feita até então (Brett, 2002: 254-255).

tantos frutos no Brasil. Diversos críticos e historiadores debruçaram-se sobre essa questão[174]. De maneira geral, a abstração geométrica é considerada algo moderno. É como se ela fosse uma metáfora para a tentativa de mudança do Brasil, de um país agrário para um país industrial; de uma nação autocentrada em seus valores tradicionais, em uma nação múltipla e cosmopolita; e, sobretudo, de um país subdesenvolvido para um nação progressista. Afinal, é uma concepção plástica que traz inspiração direta do universo industrial, e que é imersa nas pesquisas técnicas e em concepções matemáticas. Se nos anos 1940 há resistência, nos anos 1950, o discurso (plástico e ideológico) por detrás das manifestações concretas vem ao encontro de lemas e aspirações de uma parte significativa dos artistas brasileiros.

Enfim, os anos 1950 e 1960 caracterizam-se por terem 'no ar' o clima de transformação indubitável do país, e os artistas desejam fazer parte desta mudança. As manifestações aqui surgidas travam diálogo com o circuito internacional, mas não raro, as soluções e construções são locais, pois os desafios interessavam especialmente aos artistas atuantes em terras tupiniquins. Portanto, as relações dos artistas brasileiros com os artistas internacionais de vanguarda são pinçadas conforme suas inquietações (Brett, 2002: 254).

Os artistas engajados na produção concreta estão conectados à ideia de uma arte comprometida com a indústria, pois é papel do artista colaborar com uma linguagem que rejeita a unicidade e o distanciamento sagrado da obra de arte ligada aos valores tradicionais. O mundo da modernidade é acelerado e busca constantemente o novo. Dessa maneira, o objeto artístico entra na lógica da indústria e é concebido para ser feito em série, com materiais colhidos nesta nova realidade e que pode ser acessível ao maior número de pessoas possível (Pignatari, in Amaral, 1977: 76-77). Este posicionamento é tanto dos críticos quanto dos artistas[175].

Willys de Castro, por exemplo, produz inúmeras estampas para os modelos feitos para os *desfiles-show* da Rhodia. A relação dele com a arte concreta se estabelece já

[174] Mário Pedrosa, Ronaldo Brito, Frederico Morais, Ferreira Gullar entre outros.

[175] Trata-se de uma visão em que se pensa a arte no seu caráter didático mais proeminente, assim como olha para a sociedade como um todo, esquivando-se de perceber as contradições internas, como as divisões de classe, as origens locais, as crenças, etc. (Amaral, 1987: 253).

nos anos 1950 quando ele inicia sua produção de obras de cunho construtivista. Pensar a estampa de uma veste, para este artista, não é algo novo, não há desafio tanto do ponto de vista de pensar o têxtil enquanto plano – ele tem experiência em artes gráficas desde a década de 1950[176] – bem como sobre um corpo em movimento, afinal, Willys de Castro já havia desenvolvido figurinos para o Teatro Brasileiro de Comédia – TBC – e estes também eram elaborados a partir do pensamento concreto. Fazer estampas para a Rhodia cumpre, ainda, os desafios que este artista se propunha, isto é, explanar sobre o conflito entre a superfície bidimensional e espaço real, enfim, como arte e vida poderiam se fundir sobre o corpo de uma modelo. A prática do projeto da estampa propõe que não só se pense a ordem industrial construtiva, como também os desafios e as novas percepções que podem brotar através do uso.

229. *Coleção Rhodia*, nº 031-V, estampa de Willys de Castro, Tema: Arte Concreta, MASP, São Paulo

230. Estudo de Estampa Willys de Castro, déc 60
Fotografia de Marcos Gorgatti, coleção particular

Notamos que o trabalho para a Rhodia proporciona para Willys de Castro não só um trabalho criativo remunerado, mas um espaço em que suas questões artísticas poderiam ser exploradas. De certa maneira, ele não está vinculado à exacerbação racionalista, sua paleta de cores ora lírica ora vivaz, rompe com os dogmas e visões mais tradicionais da arte concreta. Notamos que elementos do movimento Neoconcreto

[176] Willys de Castro funda com Hércules Barsotti, em 1954, o *Estúdio de Projetos Gráficos*, no qual ambos trabalham até 1964. Neste escritório fazem desde programação visual até padronagens de tecidos. A década de 1960 é um período em que o artista dedica quase que exclusivamente a produção de design (Conduru, 2005).

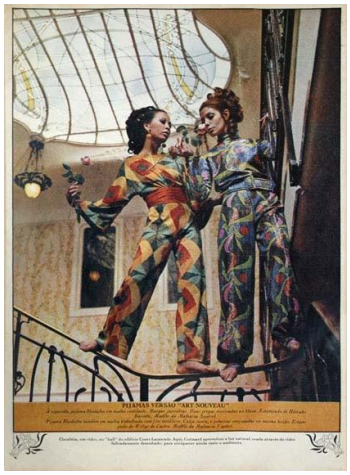
começam a apresentar-se não só nestas estampas, mas mesmo na maneira como são expostas, isto é, os vestidos em cortes amplos e em tecidos eminentemente tecnológicos expostos em um evento divertido e que fala sobre dados das culturas presentes no Brasil.

231 . *Coleção Rhodia*, nº 019-V, estampa: Willys de Castro; design de moda: Alceu Penna; tema: Arte Concreta, MASP, São Paulo

232. *Coleção Rhodia*, nº 025-V Willys de Castro; confecção: Boutique Lady, MASP, São Paulo

233. *Coleção Rhodia*, nº 026-V, estampa: Willys de Castro, MASP, São Paulo

234. *Coleção Rhodia*, nº 030-V, estampa: Willys de Castro; design de moda: Alceu Penna; confecção: Ugo Castellana, MASP, São Paulo



235. Publicidade exposta em diversas revistas *Manchete*, Pijamas versão 'Art Nouveau', identificamos que a modelo da esquerda veste uma das peças que hoje se encontram na *Coleção Rhodia*

236. *Coleção Rhodia*, nº 061-V, estampa: Willys de Castro; confecção *Sporvel*, MASP, São Paulo

Outro participante do movimento concreto que se envolveu com a produção de estampas para a Rhodia é o sócio de Willys de Castro, o artista Hércules Barsotti. O campo da estamparia para ele é um parque de diversões, pois possui intimidade com as limitações propostas pelas técnicas de estampagem, já que fazia estampas para a tecelagem de sua família desde a década de 1940. Este artista, assim como o anterior, possui princípios do concretismo em sua produção artística, mas a maneira de trabalhar com estes às vezes são ortodoxas, outras nem tanto.

237. *Coleção Rhodia*, nº 018-V, estampa: Hércules Barsotti, MASP, São Paulo

238. Acervo Iconográfico do MASP, peça nº 043-V da Coleção Rhodia

239. *Coleção Rhodia*, nº 043-V estampa: Hércules Barsotti; design de moda: Alceu Penna, MASP, São Paulo

Para o universo da Rhodia, Barsotti desenvolve composições geométricas e factíveis para o universo industrial que tem à disposição. Se suas telas eram projetadas em papel milimétrico, aqui não há porque não ser. Porém, às vezes, cria efeitos dinâmicos em composições coloridas, características que o colocam à margem de uma produção rigorosamente concreta (ver imagem 237, peça nº 018-V), usando cor, e como ele mesmo aponta, "não são escolhidas de maneira racional". Em outros momentos, cria formas geométricas impessoais em preto e branco (como nas imagens 238 e 239, peça nº 043-V). A superfície têxtil torna-se um campo de ação em que a visão, ao se confrontar com o vestido, cria uma experiência vibratória. Nas três peças da coleção, fica-nos claro sua preocupação tanto com as cores (nros. 018-V e 049-V) quanto com os efeitos óticos (nro. 043-V).

240. *Coleção Rhodia*, nº 049-V; estampa: Hércules Barsotti; design de moda: Alceu Penna, MASP, São Paulo

No vestido nº 043-V percebemos que, as pesquisas de Barsotti, do início dos anos 1960, baseadas em composições concretas austeras, em preto e branco, tomam conta dos espaços do têxtil que constrói esse modelo, estendendo-se sobre as formas geométricas do próprio vestido, já que este é construído de uma sucessão de faixas que são superpostas em direção ao chão. A construção da veste permite ao artista uma articulação em faixas aplicadas criando volumes reais, que brincam com o efeito óptico causado pela sua proposta de estampa. Este tipo de efeito vibratório em um espaço continuamente em modificação (o andar da modelo) cria campos de cor que, mesmo rigorosamente pintados, são sempre colocados a um passo do desequilíbrio, a um passo da ficarem desestabilizados, mas que logo se (re)configuram em uma experiência ótica conhecida: o vestido. Este tipo de experiência, feita nas estampas da Rhodia, aproximam Barsotti da *Op Art*.

É interessante notar que se a *Op Art* havia tomado o mundo cotidiano, sendo aplicado sob os objetos do dia-a-dia, dentre eles as roupas. No ambiente da Rhodia isto não é exceção. Nas peças da coleção – como, por exemplo, na peça anteriormente citada de Barsotti – a *Op Art* – ou o perfume dela – está presente em diversas peças.

O recurso da pesquisa em arte cinética[177] tem destaque na peça nº 029-V, de Tomoshigue Kusuno. Este artista apresenta na *IX Bienal Internacional de São Paulo* (1967)[178] uma série de obras em que brinca com formas simples e de leitura imediata como corações e números, porém, estes já não eram mais nem números, muito menos corações, eram formas propostas para serem estímulos sobre a interação entre forma e cor. Dentro da produção deste artista, notamos que a partir de 1966, ele começou a realizar uma série de trabalhos em que a pesquisa da pintura bidimensional começa a invadir a tridimensionalidade, salta do quadro em seu formato tradicional, acrescentava estruturas e as cobria com pintura, concluindo estas obras com uma experimentação formal e cromática. Sendo assim, notamos que o vestido para o qual fez estampa foi um espaço criativo muito adequado a essa pesquisa plástica. Neste propõe basicamente duas estampas (elemento bidimensional) com a mesma gama de cores, porém, o tecido usado

[177] Podemos localizar essa ideia no Manifesto Realista de Antoine Pevsner (1886-1962) e Naum Gabo (1890-1977), em escritos de László Moholy-Nagy (1895-1946) e nas páginas da revista de arte argentina *Madí* (1946). O termo torna-se corrente no campo das artes com a exposição *Le Mouvement* (1955), na galeria de Denise René, em Paris. A especificidade da arte cinética é que nela o movimento constitui o princípio de estruturação. O cinetismo rompe assim com a condição estática da pintura, apresentando a obra como um objeto móvel, que não apenas traduz ou representa o movimento, mas está em movimento. Alguns teóricos e críticos tendem a alargar o sentido do termo abrigando em seu interior conjuntos muito diversos de trabalhos: não apenas os que lidam com o movimento real, mas também aqueles que implicam em movimento ótico. A partir desse sentido ampliado, pode-se pensar na *Op Art* como parte da arte cinética. Alguns estudos ampliam ainda mais a noção de arte cinética, pensando-a como ligada à "linguagem do movimento". Com isso incorporam a ela trabalhos que evidenciam possibilidades de transformação, seja pela posição do observador, seja pela manipulação da obra. No Brasil, alguns artistas que realizaram experiências óticas em seus trabalhos: Almir Mavignier, Ivan Serpa (1923-1973), Abraham Palatnik (1928), entre outros. Trabalhos de Soto estiveram presentes na VII Bienal Internacional de São Paulo, 1963 e na IX Bienal, em 1967, a arte cinética ganha destaque com a premiação de Julio Le Parc.

[178] Esta *IX Bienal Internacional de São Paulo* (1967) é não só um espaço onde a Arte Cinética esteve muito presente, mas também a Arte Pop em seu cunho crítico à situação política do país. Não raro, vemos, inclusive, obras que convergiam estas duas questões, como no caso de Pedro Escosteguy e suas criações que fundiam a linguagem popular urbana, os contrastes de cores em formas nítidas e o movimento e interação do espectador com suas obras sempre com críticas ao momento de repressão que o Brasil passava devido a ditadura militar. Fizeram parte dessa Bienal outros artistas que também participaram dos desfiles-show da Rhodia fazendo estampas, por exemplo, Glauco Rodrigues, Antonio Dias e Carlos Vergara.

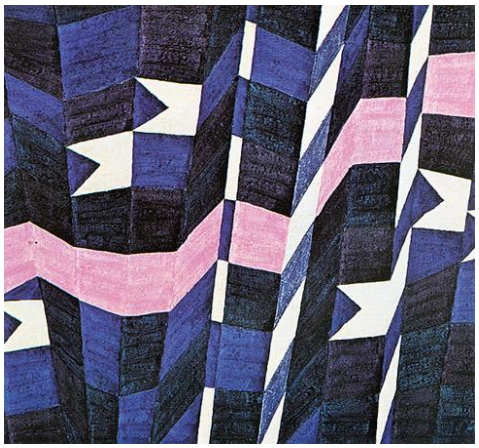
por cima é transparente e costurado de maneira ampla, criando sensações diferenciadas a cada possibilidade de movimento, já que o de baixo é um tubo listrado justo ao corpo (os têxteis, depois de tornarem-se vestuários, são uma experiência tridimensional em movimento). Cria-se um dinamismo na própria ideia de estampa já que esta não é fixa, pois ao movimentar-se, a modelo cria novas percepções visuais sobre o que é esta estampa. A estampa não é assim fixa, estável, mas puro movimento e instabilidade, indo além, portanto, de uma percepção vibratória – como ocorre em *Op Art* – avançando sobre a pesquisa de Arte Cinética.

241. *Coleção Rhodia*, nº 029-V; estampa: Tomoshigue Kusuno, c.1967, MASP, São Paulo

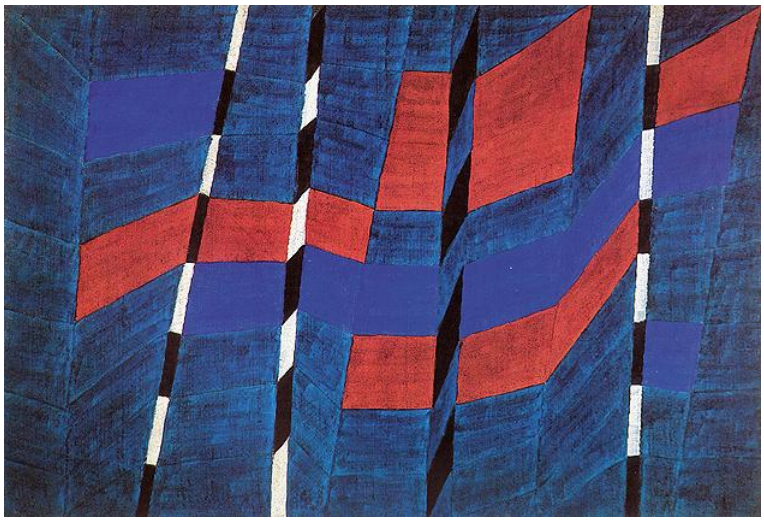
Na peça da coleção com estampa de Alfredo Volpi (nº 015-V) vemos uma abstração que pertence e provém de outros caminhos que não a pesquisa concreta-óptico-cinética, mas sim de uma depuração e de um questionamento interno próprio do artista. Ao desbastar as formas dos elementos populares em volta de si, Volpi chega as problemáticas de linha, forma e cor. Depurando, inclusive o sentido, que segundo depoimento do artista dado a Sônia Salztein: *"...* o problema é só pintura, não representa nada" (Salzstein, 2000: 283). Nos anos 1960, o artista está imerso em uma pintura que se firma a partir de planos de fachadas, telhados e paisagem, que faz das bandeirinhas e mastros de festas juninas mais que um motivo popular, mas elementos compositivos

autônomos, criando ritmos variação de cores. Trata-se de um pintor que, mesmo estabelecendo com os concretistas certa afinidade, usa a técnica da têmpera como meio de romper com a impessoalidade da pintura baseada em materiais industriais, afirmando seu lirismo em meio a um jogo lógico de construção e embate com formas e cores. Sua estampa para a Rhodia trabalha com a temática dos mastros, que não faz a reiteração do gesto, mas da construção, a partir do uso de cor que supera o trabalho automatizado e mecânico da escolha, baseada em estudos aprofundados de cor; o lirismo consegue, portanto, adentrar em suaves azuis, alfazemas, abóboras enrubescidos, preto abrandado e branco cal. A qualidade translúcida de sua pintura continua em sua estampa.

242. *Coleção Rhodia*, nº 015-V, Estampa de Alfredo Volpi, MASP, São Paulo



243. Alfredo Volpi, *Mastros e Bandeirinhas*, década 1960, têmpera sobre tela, 52 x 78 cm, Coleção Particular



244. Alfredo Volpi, *Composição com Faixas,* década 1960, têmpera sobre tela, 75 x 110,3 cm, coleção particular

O expressionismo abstrato[179] e a abstração lírica como motivos de estampagem

"Tinha que existir uma pintura totalmente livre da dependência da figura - o objeto - que, como a música, não ilustra coisa alguma, não conta uma história e não lança um mito. Tal pintura contenta-se em evocar os reinos incomunicáveis do espírito, onde o sonho se torna pensamento, onde o traço se torna existência."
Clarice Lispector, *Água viva*

O termo *"abstração lírica"* refere-se a um tipo de pintura em que se desenvolvem os aspectos formais mais intuitivos, em oposição às formas geométricas, compreendidas como mais racionais. Dessa maneira, a abstração lírica é associada a impulsos expressionistas. O termo implica o uso prodigioso e suntuoso da cor, como os movimentos de expressionismo abstrato (*action painting*) e o tachismo.

O expressionismo abstrato designa o movimento de arte gerado e produzido nos EUA nos anos 1940 que ganhou notoriedade internacional nos anos 1950. Trata-se do primeiro grande movimento artístico do pós-guerra. Mesmo partindo e usando técnicas distintas, os artistas desse grupo não queriam se filiar a estilos ou a técnicas anteriores, sobretudo às mais tradicionais. Eles renunciam à tradição como meio de gerar e produzir outro vocabulário artístico. Renunciam aos cânones estéticos clássicos e agressivamente procuram por suas respectivas expressões espontâneas. Arshile Gorky (1904-1948) aponta em sua produção a liberdade de materiais e a consciência do trabalho em processo. Ele dizia que não terminava uma pintura, apenas parava de trabalhar nela, pois finalizar significava, também, 'matar' o quadro.

Essa ideia de estar imerso em um caudaloso e constante *porvir* tem papel importante na produção artística de Jackson Pollock (1912-56). Harold Rosenberg foi o primeiro a utilizar o termo *Action Painting* para descrever as obras de Pollock (expoente do expressionismo abstrato) e seu grupo, nos anos 1950. Trata-se de um estilo de pintura em que a tinta é gotejada, jogada e atirada sobre a tela estendida no chão. Além disso, toda a ação corporal do artista pode ser notada a partir de seus embates com a superfície plana. O forte caráter gestual deste tipo de pintura acaba por nos fazer pensar que ela é um tipo de expressionismo abstrato. Trata-se também do primeiro movimento de arte norte-americano a ter impacto na produção européia.

[179] O termo foi utilizado pela primeira vez pelo crítico H. Rosenberg em 1952.

No final dos anos 1950, institui-se um novo eixo artístico mais efervescente: Nova Iorque e Londres. Especialmente a partir de 1956, quando a Tate Gallery fez a exposição *Modern Art in United States*, e a *Documenta II* (1959) focou a arte pós-45 e destacou os artistas do expressionismo abstrato norte-americano (Bueno, 1999: 153) essa tendência se explicita. A arte informal (ou abstração informal) correspondeu, em tempos nebulosos da guerra e do imediato pós-guerra (período do marcathismo nos EUA), à liberdade de imaginação possível e viável. A política cultural internacional[180] conseguiu superar as posturas mais reacionárias e conservadoras, e, assim implementar, bem como divulgar, a arte americana de vanguarda no mundo da arte internacional. Isto é, Inglaterra e França tiveram que aceitar Nova Iorque como mais uma capital de arte, mudando para sempre o mapa e o eixo cultural do mundo.

Na Europa, a produção abstrata informal (também chamada de tachismo ou abstração lírica) é caracterizada por artistas como Hans Hartung (1904-89) e Jean-Paul Riopelle (1923-). Ambos trabalham a pincelada como caligrafia expressiva, e tentam casar o diálogo da textura ao contexto de pura composição e espaço da tela. Seu desejo era produzir estados dramáticos do espírito. O gesto criativo desta pintura está em sua situação de coordenar o pintar com o movimento corporal do artista, chegando a compará-lo à expressividade do bailarino. A pintura se dá no embate com a tela, embate corporal que gera o processo criativo. Alberto Burri (1915), por exemplo, absorve o debate internacional e mergulha em sua situação nacional para trazer à tona um conhecimento autodidata e intuitivo que compõem sobre superfícies, texturas e substâncias. Os sacos esticados, costurados, puídos, com manchas de cor lembram seu passado como médico, o cenário da guerra, os objetos, as sensibilidades da guerra reunida sobre o quadro: chamuscados, costuras, tecidos manchados – seriam de sangue ou de óleo? Em um primeiro momento, podemos achar inusitados os materiais, mas plástico

[180] É importante destacarmos que as grandes exposições possuem um arsenal legitimador que mora nas mãos dos críticos e pesquisadores de arte. Desta forma, é graças a Clement Greenberg, Meyer Schapiro, Harold Rosenberg, Pierre Restany, Lawrence Aloway, Reyner Banham, Mário Pedrosa, entre outros, que a arte abstrata (em especial a norte-americana) é promovida e legitimada, pois eles demonstram que a abstração informal estava de acordo com os preceitos básicos da arte moderna (instituída em mercado já no século XIX): (1) caráter de novidade (ruptura); (2) de autenticidade (hermetismo como unicidade); e de autoria (expressão de gênios criadores) estão presentes em seu bojo (Bueno, 1999: 159).

derretido, folhas de flandres e os rompimentos violentos das superfícies nos entregam a inesperada composição e mesmo sensualidade, já que toca a sensibilidade e convida ao tato.

No Brasil, há uma preferência pela abstração geométrica, não só por parte dos artistas, mas dos próprios críticos, que, não raro, elogiam, compreendem e estimulam estas, em oposição à produção lírica. Mário Pedrosa, por exemplo, criticava a produção de arte informal, porque não identificava nela o compromisso com a industrialização e o desenvolvimento do país. Pelo contrário, compreendia-a como uma produção artística muito individualista, subjetiva, e pessimista. Isto é, Pedrosa acreditava que a arte informal – ou *informalismo*, em suas palavras – era por demais individualista para servir ao contexto artístico, que desejava construir para o Brasil de seu tempo (Cocchiarale, Geiger, 1987). Isto porque o crítico identificava na arte abstrata informal, uma linguagem que não é objetiva, e que não buscava um ideal universal da forma, um discurso, ao fim, organizador e social. O expressionismo abstrato dos pintores norte-americanos não é desconhecido do cenário brasileiro, afinal eles foram expostos na I e na II *Bienal Internacional de São Paulo*, porém, essa produção não consegue ser compreendida como uma possibilidade transformadora, da mesma maneira que as idéias concretas o eram. O *informalismo* é identificado como uma hibridação ou uma variedade do naturalismo (Manifesto do grupo Ruptura).

Voz dissonante nesta paisagem é Sérgio Milliet, que não era propriamente um crítico do universo concreto, mas temia seu desenvolvimento frio e racional que poderia vir a tornar-se acadêmico e repetitivo, sem expressar nada do homem. Aliás, para este crítico, é isso o que mais incomoda na produção concreta: a quase ausência dos sentimentos do homem. Ele é um dos poucos que defendem a abstração informal no Brasil, identificando nela uma expressão que fala do homem, que não perde esta característica, tornando-se maquinal como no caso dos concretos. Milliet elogia a produção de Antonio Bandeira e de Fayga Ostrower, revelando que quem os critica não consegue perceber que há nesta manifestação pessoal do artista, algo de genuíno. A arte abstrata informal subverte a imagem do pintor contemplativo, e também a imagem de

alguém que mergulha na tecnicidade para o planejamento da tela. O artista enfrenta corporalmente o plano e suas únicas armas são as tintas. Assim, não faz sentido uma composição muito rigorosa ancorada na matemática, a solução é dada no momento da fusão entre sentimentos do artista e ação corporal do mesmo frente à tela.

Apesar do discurso corrente sobre a não adequação desta forma de pintura ao universo da indústria, podemos pensar que os artistas e críticos partidários da arte concreta estavam enganados, pois na *Coleção Rhodia* identificamos diversos vestidos cujas estampas seguem esta possibilidade expressiva. Destacamos os de números: 28 (Ivan Serpa), 32 (Tikashi Fukushima), 34, 35, 75 (Manabu Mabe), 38 (Suzano), 39 (João Suzuki), 56 (Antonio Bandeira), 58 (Kenishi Kaneko), 73 (sem identificação) e 74 (Danilo Di Prete).

Em 1964, Ivan Serpa, que já havia ganhado prêmio na *Bienal Internacional de São Paulo*, com a obra *Formas* (1951), transita agora em meio a experiências com o gesto, manchas e respingos e não mais com o rigor da construção geométrica. É neste ano, também, que Serpa inicia uma fase chamada 'figuras negras' em que figuras soturnas, similares a monstros disformes surgem nas telas – provavelmente uma crítica e indicação direta ao momento em que o país vive de repressão política.

245. *Coleção Rhodia*, nº 028-V; estampa: Ivan Serpa; estilista: Jorge Farré, 1964. MASP, São Paulo

É neste período que Serpa produz as estampas para a Rhodia. Notamos que a estampa trabalha com manchas negras disformes, em tons escuros que vão do preto ao marrom, usando o cinza claro, o verde amarelado e o branco como pontos de luz e transparência (já que o tecido é diáfano). Em contraste os punhos e gola são feitos em tecido encorpado e brilhoso (cetim de seda) em verde amarelado, criando um contraste discreto.

Notamos que seu processo de criação busca valores plásticos que sanem sua curiosidade e necessidade de expressão, assim Serpa não vê nenhum problema em sair da geometria apurada e mergulhar no mundo do gesto ou retomar a figuração, ou mesmo expor seus posicionamentos e críticas ao contexto vigente a partir da estampa que fez para a Rhodia. Nesta última, notamos a não-figuração, expressando através das cores elementos de denúncia e contestação social sobre o que se vivia.

Vemos que as soluções plásticas em tons diluídos e escuros dialogam francamente com obras como *Bichos* (1963), em que os pontos escuros e centrais dão origem a monstros disformes ou a simplesmente ambientes de aspecto aterrador. A estampa do vestido nº 028-V poderia facilmente ser o cenário destes bichos.

246. Ivan Serpa, Bichos, 1963, guache sobre papel, 22 x 30 cm

Manabu Mabe é convidado pela Rhodia para fazer estampas no início da década de sessenta, provavelmente para coleções feitas em 1963 e 1964 (*Brazilian Fashion Look* e *Brazilian Style*). Este convite pode ser compreendido de diversas maneiras; primeiro, o nome do artista foi utilizado como um referendador da qualidade do produto nacional, pois Manabu Mabe tinha prestígio nacional – ganhou prêmio de melhor pintor nacional na *5ª Bienal Internacional de São Paulo* (1959) – e internacional – teve matéria publicada na revista *Time* (1959), é premiado na *1ª Bienal de Paris* (1959) e na 30ª Bienal de Veneza (1960). Desta maneira, era um dos mais importantes nomes do abstracionismo informal do país naquela época[181].

[181] *"Além de dar fama ao artista, a premiação confirma a penetração do chamado informalismo, ameaçando a posição vanguardista assumida pelo formalismo geométrico. A pintura gestual, em expansão nos Estados Unidos , Europa e Japão no pós-guerra, encontra receptividade entre imigrantes japoneses que da cultura ancestral aproveitam a sutil disciplina do traço e a concisão formal para criar obras de impacto"* (Milliet, 2000: 58).

A transformação na poética e a superação da dicotomia 'figura' e 'abstração', revela, em Manabu Mabe, o diálogo entre a expressividade do autor e qualidade pesada da matéria pictórica que se recompõe sobre a superfície depois de diluída. Mabe cria estampas que seguem seus trabalhos plásticos, porém, de maneira mais simplificada, trabalhando com o fundo branco e intensas cores que ora são manchas profundas e saturadas, ao mesmo tempo em que se diluem[182]. As imensas pinceladas demonstram gestos rápidos e largos, que tanto demonstram espontaneidade quanto contenção/controle, criando uma superfície têxtil dinâmica com ritmos em diagonal. A expressão plástica falava do dinamismo e do refinamento artístico de que Rangan queria impregnar o seu evento promotor de moda. Assim, poderia usar algo 'tipicamente brasileiro', isto é um artista de origem estrangeira e imersa em uma das variantes da expressão artística nacional, que não falava nada ligado ao universo da cultura popular; ao contrário, seu refinamento, advindo de seu autodidatismo, construiu um artista de renome internacional.

247. *Coleção Rhodia*, nº 034-V; estampa: Manabu Mabe; estilista: Dener Pamplona; c.1963, MASP, São Paulo

248. *Coleção Rhodia*, nº 035-V; estampa: Manabu Mabe; estilista: Dener Pamplona; c. 1963, MASP, São Paulo

Segundo os anúncios da Rhodia, em revistas do início da década de 1960, temos uma série de artistas que caminhavam pela arte abstrata não-geométrica que fizeram estampas para a coleção *Brazilian Fashion Look* (1963 e desfilada na VI FENIT, bem

[182] Existem registros nas revistas *Manchete* e *Manequim* de outros vestidos estampados por Manabu Mabe no início da década de 1960, porém, apenas três atualmente pertencem à Coleção Rhodia do MASP.

como no *Festival dos dois mundos*, onde, em um circuito itinerante, desfilou em cidades da Itália, Portugal e Líbano expondo internacionalmente a moda produzida no Brasil); são eles: Manabu Mabe, Danilo Di Prete, Fayga Ostrower, Iberê Camargo, Ivan Serpa e Antonio Bandeira[183].

Antonio Bandeira possui uma linguagem abstrata lírica que provém de suas pesquisas na Europa no final da década de 1940, quando o citado artista, conviveu com Wols (1913-1951) e Camille Bryen (1907-1977). Este convívio colaborou para que seu trabalho caminhasse em direção a uma pintura mais gestual, abstrata e aberta a sugestões ligadas ao automatismo surrealista, apesar de, neste momento, ainda preservar a figura mesmo que só sugerida. Da mesma maneira que Mabe, Bandeira também é um artista reconhecido nacional e internacionalmente, tendo ganhado prêmios em exposições e bolsas de estudo. Portanto, confere à estampa da Rhodia, algo de validação cultural nacional e internacional. No início dos anos 1960, sua temática plástica é de uma pintura gestual, abstrata e que sugestiona – mas não apresenta – formas reconhecíveis. Neste ponto, Bandeira pinta manchas translúcidas e suas formas não possuem linhas contínuas contornando-as. Gotejamentos e respingos finalizam a composição que é interminável, isto é, que é pura sugestão.

249. *Coleção Rhodia*, nº 056-V; estampa: Antonio Bandeira; estilista: Dener Pamplona, MASP, São Paulo

A estampa, feita para a Rhodia possui características de suas obras dos anos 1960, quando as linhas se perdem, se diluem em meio a manchas aquareladas, diluídas e ritmadas, criando uma animação própria. Percebemos que a cor deve ser percebida como luz que transpassa pelo tecido brilhante e que reverte para os olhos do espectador em borrões que dançam conforme a modelo anda, dança, posa, enfim, expõe o casaco ao público nos *desfiles-shows*.

[183] Informação reiterada diversas vezes, em especial, das revistas *Manchete*, em que publicidade e matéria jornalística quase que se fundem e repetem a mesma informação. Exemplo disso pode ser observado na revista *Manchete,* edição nº 590, página 85.

É importante notarmos que estes artistas reconhecidos internacionalmente geraram, quase sempre, estampas utilizadas em vestidos de noite, feitos pelos mais importantes estilistas locais e internacionais (quando convidados a participar). Por exemplo, tanto as estampas de Manabu Mabe quanto as de Antonio Bandeira geraram têxteis que foram base da produção de peças desenhadas e executadas por Dener Pamplona, o mais importante estilista do Brasil naquela época. Portanto, estes artistas – que tinham suas estampas intensamente divulgadas nos canais da mídia – eram associados aos melhores construtores de vestuário do país.

O papel da mídia foi muito importante, pois mesmo que os *desfiles-show* tivessem como meta alcançar todo o país, isso só era possível graças à associação que Rangan fazia entre Rhodia e meios de comunicação de massa que nasciam e se estabeleciam no Brasil como forma popular de se informar. A arte e a moda mostraram ser não só assuntos pertinentes, mas imprescindíveis a ponto de mensalmente diversas matérias sobre esses temas ocuparem páginas de revistas não especializadas como a *Manchete*, *Realidade* e mais ao final da década *Veja.*

250. *Coleção Rhodia*, nº 074-V; estampa de Danilo Di Prete, MASP, São Paulo. Desfilado *Brazilian Look*, 1963

251. Editorial de Moda na revista *Manchete*, edição nº 592, 1963, p.34-35. O vestido à direita encontra-se hoje na Coleção Rhodia (nro. 074-V), MASP, São Paulo

Nova Figuração e o mundo Pop

Os artistas dos anos 1960 ligados a ideários *Pop* não veem problema em trabalharem com o campo da moda, pois o que pretendem é reatar as relações da arte

com a vida, *"da alta cultura com a cultura de massa, e encontrarem finalmente o canal de escoamento para a sua produção"* (Bueno, 1999: 199). A arte é o ponto de partida deles para criarem, mas o ponto de chegada, o horizonte almejado, é o contato com a vida, é a fusão arte-vida. Assim, partir para outros campos criativos (publicidade, televisão, etc.) ou de aplicação da arte (tecidos, mobiliário, etc.) é uma maneira de se escapar do hermético mundo das artes criado pelos *marchands* e críticos de arte.

No Brasil, a volta da figuração ocorre em um contexto de derrocada de diversos sonhos almejados da população, isto é, a renúncia de Jânio Quadros, a deposição de Jango e o golpe militar. Trata-se de um cenário onde a nova figuração produzida no Brasil adquire um caráter eminentemente politizado, e que tem a necessidade de falar e integrar a arte ao cotidiano do brasileiro. Acaba por ser uma forte tendência artística que rompe com a arte como universo de iniciados, e possibilita leituras em diversos níveis, desde as mais superficiais e rápidas, até as mais singulares e aprofundadas para o mesmo objeto artístico[184]. Esta nova forma de pensar as expressões artísticas também será utilizada por Lívio Rangan, como podemos identificar nas peças números: 00 (sem identificação, provavelmente Fernando Lemos), 09 (Carlos Vergara), 22 (Fernando Lemos), 33 (Nelson Leirner), 60 (Licínio de Almeida), 67 (Waldemar Cruz), 72, 76 e 78 (Antonio Maluf).

O ideário *Pop* traz uma motivação visual que rompe com o expressionismo abstrato, investindo poderosamente em imagens do universo de consumo, assim como nos próprios meios que divulgam as mesmas no mundo (a grande mídia). Nessa corrente, alguns artistas brasileiros, por exemplo, Carlos Vergara, retomavam a figura a partir do universo popular urbano (*kitsch*) para falar a respeito de questões sociopolíticas que eram urgentes àquele momento. A produção de Vergara revelava um olhar crítico e agudo sobre a cultura visual brasileira do momento da ditadura. Assim, todas as referências

[184] Ferreira Gullar e Mário Pedrosa possuem posicionamentos diferentes sobre a nova figuração no Brasil, mesmo que ambos notassem e, mesmo valorizassem o caráter politizado desta, o primeiro acredita em uma pedagogia artística em que a nova figuração levaria no futuro o público brasileiro a consumir uma 'alta arte', já Pedrosa tem consciência de que o contexto em que o Brasil se encontrava já mergulhara o país na lógica do mercado e este tem na publicidade sua principal forma de educação da sensibilidade (Couto, 2004:19).

fáceis sobre o Brasil, como, por exemplo, a bandeira, o índio, o verde e o amarelo, o arco-íris, palmeiras e bananeiras, enfim, se misturam a autorretratos, se autorreferenciando dentro de composições de organizações geométricas e perfume *pop*. Segundo o próprio artista:

> "A minha opinião é a de um artista participante da realidade. A minha opinião é que uma arte de contemplação é mais que uma alienação, é compactuar com um estado de coisas absurdo. O meio de um pintor combater esse estado de coisas é sua pintura. Ela é a transposição da sua atitude moral. Nesse combate é preciso alcançar longe, é preciso, portanto, explorar novos caminhos. Uma arte nem de mudar o que penso. Sou na minha pintura, um homem livre" (Carlos Vergara depoimento dado no Seminário *Opinião 65*)

252. *Coleção Rhodia*, nº 009-V, estampa de Carlos Vergara

253. Carlos Vergara, *Auto-Retrato com Índios Carajás*, 1968, acrílica sobre acrílico moldado, 80 x 126 x 15 cm, coleção Gilberto Chateaubriand, MAM Rio de Janeiro

Dessa maneira, podemos compreender porque trabalhar para a Rhodia faz sentido. Usando das artimanhas e vias criadas pelo capitalismo de então, Vergara expõe sua obra sobre o corpo de uma modelo, dentro de uma manifestação que une vida e arte, que foi amplamente vista por um público, e também divulgada por diversas mídias (televisão, jornais, revistas, etc.). A potencialidade de alcance da sua proposta é imensa. Não é mais uma tela em uma parede de um museu ou galeria de arte, mas é uma experiência estética que leva seus questionamentos a vários pontos do país.

O cenário da juventude em meados dos anos sessenta era de um universo dominado pela indústria cultural e colocava em xeque as instituições e modos de vida que

até então eram modelos. Grande parte dos jovens caminhavam na contramão da cultura oficial, revolucionando modos e costumes. Nesse sentido, não é equivocado perceber que os novos artistas que surgem, em meio a estes jovens, trabalhem suas questões de maneira muito pessoal. Assim, fazem leituras particulares do seu entorno e propõem uma nova construção plástica do mundo, multifacetada, fragmentada e que tem como intenção fazer a interação entre elas funcionar. Os limites das possibilidades expressivas ficam cada vez mais porosos e, desta forma, a pintura, a escultura, o cinema, o vídeo, a literatura, o teatro, a música, a dança, o design e a moda se confundem e se combinam. Portanto, julgar a produção de design dos anos 1960 como arte, ou não é um veredito difícil de ser dado, pois quase todos os artistas e designers deste momento demandam questionamentos e posicionamentos dos espectadores (não mais tanto só o portador do olhar, mas cada vez mais portador da própria possibilidade da existência da arte).

CAPÍTULO 4

A *Coleção Rhodia* entra no MASP

Compreender o trajeto do tema moda e da *Coleção Rhodia* no MASP é analisar e verificar, em certa medida, como a área industrial têxtil e do vestuário no Brasil desenvolveu-se e tornou-se, ao longo dos anos 1960, um agente de produção cultural. Este procedimento também teve relevante papel no processo de criação artística industrial, que direcionou a produção para um nicho cultural específico: o Brasil urbano e industrial. Portanto, analisar esta tipologia específica de acervo e sua constituição, nos dará acesso a importantes subsídios para desenvolver, também, uma percepção sobre a história do vestuário nacional, através das peças encontradas atualmente nos museus de arte, história, regionais, etc. Considerando tal contexto, é importante destacar que as roupas e os acessórios que estão no MASP são indicadores de aspectos da memória sobre o vestuário e que, além de serem musealizados, o são de maneira específica, já que alçadas às categorias de arte quando inseridas em um museu desta tipologia. Dessa maneira, as questões centrais deste último capítulo delineiam as relações teórico-práticas do processo de musealização do vestuário em um museu de arte.

Vestuário como indicador de memória

Baudelaire define que uma roupa é uma criação em três dimensões que pressupõe movimento do corpo que a habita: "A matéria viva tornava ondulante o que nos parece muito rígido" (Baudelaire, 1996: 9). Como pensá-la então em um museu? Ele mesmo responde que é um grande desafio vê-las no espaço museológico, já que correm o risco de perderem a vivacidade que o seu suporte corpóreo lhe dá. Roupas em museus são além de coisas mortas, indicadores da memória:

> "Mas, para serem verdadeiramente apreciadas, as modas não devem ser consideradas como coisas mortas; seria o mesmo que admirar os trapos pendurados, frouxos e inertes como a pele de São Bartolomeu, no armário de um vendedor de roupas usadas. É preciso imaginá-los vitalizados, vivificados pelas belas mulheres que os vestiram, somente

assim compreenderemos seu sentido e espírito" (Baudelaire, 1996:58).

Segundo Roland Barthes:

> "**ROUPA**. Toda emoção suscitada ou conservada pela roupa que o sujeito usava no encontro amoroso, ou usa com intenção de seduzir o objeto amado". (1994: 174)

Para o autor, as vestes nos trazem sensações, lembranças – muitas vezes íntimas[185]. Vestuários são objetos que recaem diretamente no universo sensorial: visão, tato, olfato e mesmo audição (quem não passou por um trecho de literatura que não descrevia o *farfalhar* de um tecido?). Nesse sentido, as peças estabelecem-se como elementos de conversação silenciosa, pois despertam a sensibilidade, levando-a a uma significação a partir do estímulo. Este traço semântico que a roupa pode portar é apropriado de diversas maneiras pelos museus. Isto porque o objeto não carrega nenhum significado intrínseco, além de sua própria materialidade, porém, é limitado e não define seu espectro de sentidos. Os seus caracteres físicos, em si, pouco balizam seus usos em um museu. Um elemento-chave é perfazer a biografia dos objetos (Appadurai, 1986), isto é, investigar quem fez, quem e quando ele foi usado, se foi descartado ou guardado, entre outros. Estudar a dimensão biográfica desses objetos é de vital importância, pois cada peça tem trajetória própria e seu estudo não visa cristalizar sentidos, mas antes, conhecer os diversos contextos pelos quais já passou (Kopytoff, 1986), podendo nos apresentar as séries de sentido que conformam a trajetória histórica do objeto. Conhecendo-o profundamente, evita-se sua fetichização, já que ele se torna um elemento dialógico dentro do conjunto de objetos do museu e não um referendador de apenas uma significação (Meneses, 1992).

Musealizar uma peça de roupa significa que um determinado objeto foi doado e/ou adquirido, aceito e deu entrada em um museu como indicador da memória. Nesse processo de incorporação de uma peça, ou coleção, é feito todo o detalhamento sobre a forma de entrada deste objeto no museu, o que gera uma série de documentos (doados em conjunto com a peça e produzidos pelo museu) para que se tenha registrado

[185] Sobre o vestuário como produtor de subjetividades, cf. Stallybrass, 2000 e Preciosa, 2005.

tudo o que se sabe sobre a trajetória do objeto. Porém, para se falar em musealização do vestuário, faz-se necessário discutir algumas questões a ele relacionadas, bem como à memória e à história, para que se compreenda qual é o lugar teórico da tese no que concerne ao entendimento de uma coleção de vestuários em um museu de arte.

Quando uma peça de vestuário entra em um museu ela se torna um objeto do patrimônio cultural do grupo que mantém essa instituição[186]. Isto é, transforma-se em objeto de contemplação, preservado e carregado de uma série de significados. Duas consequências seguem diretamente destas afirmações: (1) o artefato muda sua função original, pois se antes era útil, isto é, tinha uma função ligada à prática, neste segundo momento, sua função está ligada ao exercício da memória e da reflexão; e (2) o objeto torna-se 'sagrado', uma vez que adquire uma *aura* que valoriza e o distancia de tal forma do público que ele se torna *intocável*[187]. Desse modo, tem-se frequentemente como consequência a paralisação do próprio processo de reflexão devido ao excesso de valorização (teor de tesouro) que lhe é dada. No entanto, a ideia de patrimônio, sobretudo o histórico (incluindo aqui o cultural), não é constante, assim como a noção de memória também não o é.

Sobre a ligação entre memória e objetos que 'carregam' lembranças, comecemos pelos artefatos que são criados para lembrar (Bruno, 1996). Ressalte-se que

---

[186] No caso específico, estamos tratando de um artefato da cultura, portanto, de um elemento da cultura material desse grupo. O artefato, quando entra em um museu (ou é tombado de alguma outra forma) é separado de seu contexto original, o que leva a um movimento de se tentar concentrar todas as informações sobre ele (além das que ele traz em seu suporte) através de documentações, isto porque se tenta compreendê-lo a partir de seu contexto original, mesmo que agora seja apenas um fragmento desta *"ampla urdidura de dependências e entrelaçamentos de necessidades e interesses satisfeitos dentro das possibilidades locais da sociedade a que ele pertence ou pertenceu"* (Lemos, 1984:11).

[187] Notar que o espaço do museu é um lugar de tensão, pois ao mesmo tempo, o objeto tem estas consequências citadas no texto, é imprescindível tomar cuidado para que isso não retorne contra a própria instituição, em práticas que acabem por distanciar o objeto do público no sentido mais corrompido deste movimento: "Não se trata de contestar a função museológica tradicional de conservação e a exposição do acervo artístico da humanidade. Contesta-se, isso sim, de um lado a sacralidade e, de outro, a passividade dessas instituições diante do contexto sociocultural em que bilhões de seres humanos estão barrados do desfrute artístico-cultural e alienados do exercício criativo – privilégios de minorias numericamente insignificantes", pois só assim "os Museus (com M maiúsculo) deixam de ser 'templos das musas', transformando-se em Casas do Povo; que sejam instituições abertas e profanas, passando a intervir de forma ativa no processo das necessárias transformações sócio-artístico-culturais, incorporando, não só de forma mecânica, mas sim de forma dialética, o potencial sensível e criativo das grandes massas" (Segall, 2001: 43).

elementos materiais têm como papel maior despertarem as lembranças de modo a elaborar uma memória (Le Goff, 1984). Um documento é um testemunho, é o que, de certa maneira, dá sustentabilidade à memória. Destacamos que a noção de documento deve ser ampliada, pois 'documento' é, no sentido mais amplo, tudo o que sustenta informação, podendo ser escrito, ilustrado, sonorizado, imagético, tridimensional, etc. (Samaran apud Le Goff, 1984). A ausência é, portanto, o esquecimento, e este é elemento constituidor da memória. O *esquecimento* é o trabalho de fazer algo 'desaparecer' para que outra coisa possa 'aparecer'. A interlocução entre as questões que envolvem preservação e esquecimento, e a intermediação dos museus são diretamente ligadas à ideia de propriedade compartilhada. E esta se relaciona à noção que adotamos de *patrimônio,* entendido como conjunto de bens do *pater,* ou da pátria e que, por serem representativos, são os transmissores da herança cultural.

O vestuário-moda é aqui tratado como um artefato privilegiado, que nos permite refletir sobre a maneira como ele se torna um objeto-documento. De modo geral, quando uma peça adentra o museu, ela é sempre tratada como documento, e é isso que dá início à aventura do processo de musealização de uma peça de moda (roupa, acessório, calçado, etc.). Já que tal procedimento dá início a toda a cadeia operatória museológica, isto é, a relação do *homem* com o *objeto* dentro de um *meio específico* que é o museu. Dentro da especificidade dos vestuários-moda, não raro, é um processo de musealização que acaba por transformar um *objeto privado* em um *objeto público*. E quando este se torna público em sua exposição (sua existência em um discurso expográfico) muda a relação que o mundo tinha com ele anteriormente. Por conseguinte, o objeto estando em um museu muda a relação deste com o homem. Afinal, ele adquire o estatuto de patrimônio, e este último não pode ser compreendido apenas como herança, lembrança, mas sim como objeto/produto significativo de uma cultura. Consequentemente, todo o processo de musealização, sobretudo o processo de registro e documentação do objeto, não pode ser confundido com a própria manifestação.

O objeto musealizado tem transformações simbólicas profundas, pois passará a ter algumas facetas significativas a mais: sua anterior condição vira um histórico, sua

situação atual é de patrimonializado em um museu (isto é, sua materialidade, por si só, já é um motivo de reflexão) e passa a ter uma vida administrativa (regulada pela legislação que o cerca). Percebemos que, do momento de produção até o instante em que se torna um objeto de museu, o processo de ressignificação do objeto é intenso. Isto significa que no momento em que o objeto-vestuário é tratado como patrimônio, passa a ser visto como bem coletivo e a exposição museológica é desenvolvida tentando comunicar uma classificação do mundo para o público conhecê-lo. Portanto, o objeto é um bem público e *extracotidiano*, de modo que seu significado só existe a partir de convenções, isto é, as peças estão contidas em um código (estrutura de signos). Assim, o sentido é ressemantizado, e não é fixo ou cristalizado (Chagas, 2000; Meneses, 1992). Isto porque os objetos materiais musealizados estão fora do circuito das atividades econômicas. Assim, são privados de utilidade (perdem o *valor de uso*). Só possuem *valor de troca* devido ao mercado específico que existe para a sua compra e venda. Além disso, são objetos semióforos, cujo valor será dado pelos significados a ele acoplados e investidos:

> "São semióforos mantidos fora do circuito das atividades econômicas porque é apenas desse modo que pode se revelar plenamente o seu significado" (Pomian, 1984).

É exatamente isto o que acontece com as peças no museu, onde são perpetuados, organizados e consagrados, dotados de um significado quando expostos ao olhar da outra utilidade. Quando os objetos nos museus são fetichizados[188], significa que há uma distorção da complexidade do evento social que envolve essa manifestação objetal. O museu 'descola' o objeto de seu itinerário original, rouba-lhe o processo histórico, suspendendo-o sobre o tempo e o espaço.

Não devemos ser inocentes frente ao processo de musealização, afinal o objeto musealizado foi escolhido por alguém para ser representativo de um significado. Se hoje, o ideal para aquisições nos museus é baseado em uma escolha fundamentada em estudos dos objetos (política de aquisição) e em sua difusão (análises, catálogos e

[188] O objeto fetiche é um metonímico, isto é, objeto em que o significado em si toma conta de todo o objeto, pois, tomamos a parte pelo todo. O objeto torna-se apenas um significado, por exemplo, uma coroa real (Meneses, 1992).

exposições), percebemos uma inversão com relação ao passado que priorizava as exposições (Barbuy, 1992).

Os museus de arte são caracterizados por deterem em seu acervo obras de arte. Parece-nos uma afirmação um tanto quanto óbvia, mas não o é, porque estas casas museológicas se caracterizam por possuírem um acervo composto, majoritariamente, por objetos que estimulam e nos fazem refletir a partir de questões plásticas, o que nos leva a refletir que a própria tipologia do objeto é de difícil definição. Sendo assim, cabe a pergunta: afinal, o que é arte? Iniciaremos com a seguinte definição: "arte é toda construção humana que traz consigo possibilidade de apreensão de conhecimento pela via sensível, a intuitiva e a racional" (Segall, 2001). Sabemos que na maioria dos casos, a nomenclatura 'museu de arte' não satisfaz, e que os museus que carregam esta denominação acabam por requalificá-lo com especializações na área artística. Ou seja, determinam, já no título do museu, qual o tipo de arte existe em seu interior; daí, desfilam nomenclaturas como museu de *arte contemporânea*, de *arte moderna*, de *arte sacra*, de *artes decorativas*, etc. Tais terminologias são indicativas da tendência do acervo do museu, portanto, não se trata de ser, apenas, esse o tipo de acervo contemplado com exclusividade; por exemplo, é muito comum encontrarmos objetos de mobiliário em museus de arte sacra. Isto se dá pela própria potencialidade dos objetos, pois eles sempre extrapolam as tipologias propostas para sua organização e definição dentro de um acervo. Há uma constante em desejar que estas definições se tornem cristalizadoras de possibilidades semânticas, porém, elas nos servem para um aparelhamento referencial. Assim, é correto afirmar que as definições artísticas não são criadas para fechar os objetos em grades tipológicas, mas para nortear, inicialmente, a possibilidade reflexiva que podem proporcionar as artes.

As artes, como atividades humanas que são, separam-se do mundo cotidiano (sobretudo, no museu) para a admiração e questionamento. Demarcar os limites é tarefa impossível, pois as fronteiras são tênues e imprecisas. Geralmente, utilizamos instrumentais específicos sobre o objeto para conseguir definir bordas e limites da arte. Estas ferramentas legitimadas devem somar competência e autoridade sobre o assunto.

Chamam-se *críticos de arte, historiadores da arte, peritos (conservadores e restauradores)* e *curadores de museu* para que eles confiram o *estado* e/ou *estatuto* de arte a esta e/ou aquela atividade humana. Outro importante aspecto, que caracteriza um museu de arte, é que ele próprio acaba por outorgar a definição de arte para os objetos que se encontram em seu interior. É lógico que esta demarcação de tipologia de objeto não é una, mas um espectro de variações e graus de teor artístico, pois se trata de um local em que alguns discursos conferem interpretações ao objeto que o vê como digno de admiração plástica. Ao mesmo tempo, outros lugares também podem conferir o *estado/estatuto de arte* a um objeto/manifestação humana, pois são locais muitas vezes mimetizados pelos discursos acima citados, o que configura as *galerias de arte* e os *salões de arte* (Gombrich, 1993; Coli, 1989).

De certa maneira, podemos afirmar que a arte é o que se determina fora dos indivíduos, pois é definida pelos instrumentos legitimadores (discurso e local), que fazem da arte manifestação humana. Assim, não é forçoso dizer que o instrumental cultural ocidental de atribuição de teor artístico é tão sofisticado e tão próprio dos seres humanos que podemos olhar para outra cultura e verificarmos nela manifestações humanas dignas de admiração e questionamento plástico, isto é, arte (Geertz, 1989). Isto significa que o vestuário-moda pode adentrar como manifestação artística se for configurado como tal. Outro elemento vital é que a avaliação dos especialistas não é somente técnica, mas passa por critérios como expressão, questão tratada, afinidade entre formações culturais, entre outros, que podem entrar nas definições de uma opinião sobre as manifestações. O discurso sobre a arte é maleável e movimenta a classificação que, assim, não é estática.

O MASP é um museu que possui definição ampla sobre o que é arte, pois consta de seu acervo desde objetos arqueológicos, da Antiguidade greco-romana e pinturas de grandes mestres do ocidente até peças *kitsch*, passando por cartazes, maiólicas, arte contemporânea, design de mobiliário, figurinos, vestuários-moda, entre outros.

Quando a moda entra no museu de arte

Ao longo do século XX, há um crescente processo de musealização dos vestuários-moda em distintos pontos do mundo, incluindo a formação de museus exclusivamente dedicados aos acervos têxteis e de indumentária. Museus históricos[189], têxteis e de vestuário[190], de arte etc., começaram a colecionar vestes, acessórios, calçados e objetos que compõem a aparência das pessoas na sociedade ocidental. O início deste movimento se dá em museus históricos, que colecionam roupas enquanto reflexo e ilustração da vida cotidiana da elite. Trata-se de uma conexão direta com uma memória

[189] Museus históricos se definem não pela tipologia dos objetos, mas sim pela abordagem que se dá a eles. Neste, o centro de atenção recai sobre a produção de conhecimento histórico, feito a partir do cruzamento de fontes ali estabelecidas, não raro, do cruzamento das informações contidas na cultura material e nos documentos escritos. A definir rapidamente, podemos afirmar que esta tipologia museológica encara toda a sua coleção como fonte histórica, isto é, como documento sobre outro tempo e espaço. Por isso, museus históricos, de maneira geral, mantêm um 'perfume' dos gabinetes de curiosidade, pois quase toda sorte de objetos podem ser abrigados em seu interior, desde que 'falem' sobre o passado.

[190] Os museus de trajes e têxteis podem ser caracterizados quase que exclusivamente pelo tipo de objeto que coleciona. Ao contrário da dificuldade de definirmos arte, os museus de traje e têxteis tratam de objetos feitos para vestir e sobre uma tipologia material. **Têxtil** é a produção material humana feita, geralmente, à base de fibras e/ou filamentos que cria uma superfície que pode ser cortada, moldada, etc. Do ponto de vista técnico, as superfícies têxteis são compreendidas de acordo com a maneira como elas são feitas, isto é, podem ser prensados feltros, tecidos planos e toda sorte de malharia. É incluída aí toda a enorme diversidade de objetos produzidos a partir desses tecidos (Paula, 1998). Portanto, os trajes são aqui incluídos. A partir da abordagem da organização museológica, temos os têxteis ordenados sob três categorias: (1) arqueológicos; (2) etnográficos; e (3) históricos. Os vestuários e tecidos ligados à lógica da moda pertencem, portanto, à categoria dos têxteis históricos. Os museus que se dedicam a coleções de têxteis e vestuários remetem a meados do século XIX, com iniciativas voltadas às coleções de artes industriais, por exemplo, o *South Kensington Museum* (atual *Victoria & Albert Museum*, Londres, Inglaterra) e o *Musée du Tissus* (Lyon, França). **Traje** é todo objeto utilizado para cobrir o que determinada cultura entende como nudez, sendo ou não feito de superfície têxtil. Também podemos alocar dentro de traje tudo o que colabora para a construção da aparência de uma pessoa em sociedade. Esconder a nudez na apresentação pública são dados gerais para compreendermos o que é um traje em qualquer sociedade. Aqui é importante lembrarmos que a moda é uma forma específica de o Ocidente cobrir sua nudez, constituindo-se como uma cultura vestimentar. Quando um vestuário-moda adentra em um museu ele é compreendido como objeto têxtil tridimensional. Trata-se de uma fonte primária rica e de complexa abordagem, pois exige não só o conhecimento histórico, artístico e cultural do qual ela provém, mas também possibilita determos a ciência das técnicas empregadas para a sua concepção e construção. Afinal, cada peça possui desafios técnicos e tecnológicos próprios e que podem ser alocados basicamente em quatro frentes: tecnologia têxtil, técnica de modelagem, técnica construtiva e acabamentos. Por exemplo, o *Museu do Traje e do Têxtil* (Salvador, Bahia) dá importância aos artefatos têxteis e vestimentares porque neles podem-se identificar manifestações de cultura material que trata sobre o viver em Salvador, em diversos momentos da sua história. Os vestuários são compreendidos, portanto, como os mais adequados documentos sobre como a moda adentra a realidade nacional e regional. E também como o patrimônio cultural regional identifica e organiza este exemplo dentro da sociedade ocidental capitalista industrial e urbana.

política que trata dos poderosos e dos mandatários dos governos. No entanto, na virada do século XIX para o XX, na Europa, há artistas, designers e arquitetos que repensam o fazer e expor arte de maneira radical. As vanguardas artísticas, não raro, rearticularam o que compreendemos como patrimônio (e memória) artístico.

Henry van de Velde, por exemplo, foi um destes pioneiros. O artista propõe uma das primeiras exposições de vestuário em um museu de arte, compreendendo as roupas como expressões artísticas. Isso se dá em 1900, no *Kaiser Wilhelm Museum*, em Krefeld, Alemanha. Trata-se de uma exposição sobre o 'vestuário artístico', entendendo este como uma forma de vestuário reformista proposta por van de Velde e seu círculo. O 'vestuário artístico' define-se como a maneira de compreender as vestes femininas como um suporte de aperfeiçoamento da arte em objetos do mundo cotidiano, *lócus*, portanto, de demonstração da relação arte-indústria de maneira aprofundada, e de destacar uma identidade nacional germânica. A exposição de Henry van de Velde é uma tomada de posição estética-econômica-política, pois o discurso expositivo foi utilizado como meio de expressar suas ideias sobre como as mulheres deveriam se vestir, e de que maneira essa aparência é uma questão importante dentro da estética cotidiana, e, finalmente, como forma de manifestação de elementos visuais que distinguiriam a mulher alemã da mulher francesa, superando, inclusive, a influência da moda advinda de Paris (Stern, 2004:15-22, 125).

Van de Velde se une a Friedrich Deneken (diretor do *Kaiser Wilhelm Museum*) para realizar uma exposição com a temática do vestuário feminino, em 1900. Nesta, identificamos a não diferenciação entre artes ditas 'maiores' e 'menores', ao contrário: as vestes são exibidas lado a lado com outras expressões artísticas. A exibição obteve sucesso e também foi exposta em Leipzig, Dresden e Weisbaden, influenciando outros artistas-designers, como Peter Behrens (1868-1940) e Wassily Kandinsky, que criou vestidos para sua companheira Gabrielle Münter (1877-1962).

Nesta exposição, além de Henry van de Velde, temos criações de outros artistas ativos na Alemanha àquele momento, como, por exemplo, Margarete von Brauchitsch, Kurt Hermann (1875-?), Bernhard Pankok (1872-1943) e Richard

Riemerschmid (1868-1957), entre outros. Todos, em certa medida, concordando e apoiando essa percepção sobre as roupas que as mulheres deveriam usar. Destacamos que esta exposição acaba por demarcar uma maneira de se vestir que, inicialmente, é compreendida como uma antimoda, já que a moda oficial emanava de Paris. Expor estas criações em um espaço museológico significa uma virada na percepção sobre as vestes, compreendendo estas, oficialmente, como elementos que podem ser carregados de possibilidades de leituras e expressões visuais que permitem nos tocar poeticamente. Van de Velde e seus pares compreendem que as vestes *podem* e *devem* ser exibidas ao lado de pinturas e esculturas, enfim, do que até então era caracterizado como 'arte maior'. Assim, compreende-se o espaço museológico não como depositário de discursos sobre o passado, mas expositor de propostas reflexivas sobre sua contemporaneidade.

No século XX, há uma série de exposições que tomaram o diálogo entre arte e moda como temática. E percebemos de que maneira a ideia amadurece e começa a se tornar acervo de museus de arte. Há duas premissas que fazem museus de arte colecionar vestuários: (1) que o fazer e o aspecto visual das pessoas passa, como já havia anunciado Baudelaire no século anterior, a ser compreendido como uma forma plástica fundamental no cotidiano da sociedade ocidental; e (2) a fatura em um artesanato refinado poderia, dentro da lógica capitalista, simplesmente desaparecer ou ficar cada vez mais rarefeita. Dessa maneira, colecionar exemplares da moda contemporânea e já ultrapassada passa a fazer cada vez mais sentido (Miller, 1998). Assim, temos como exemplo as coleções de vestuários do *Metropolitan Museum of Art*, em Nova Iorque, nascendo, quase que concomitantemente, aos museus nacionais de arte franceses (*Musée des Modes et Textiles* do *Musée des Arts Decoratifs* do complexo do Louvre). Estas duas instituições iniciam um novo tipo de abordagem sistematizada frente aos vestuários-moda com repercussão internacional: a coleção de *Haute Couture*. Como dito anteriormente, antes da década de 1980, grande parte dos acervos de vestuário estavam em museus de história[191], que os consideravam, apenas, como mais um índice sobre a maneira de acessar a história do cotidiano. Dos museus de arte que colecionam têxteis e vestuários,

[191] Por exemplo, a coleção do *Museu Histórico Nacional* (MHN), do Rio de Janeiro.

podemos destacar o *Metropolitan Museum of Art* de Nova Iorque. Este museu abre seu departamento dedicado ao vestuário em 1937, primeiro como museu independente, e a partir de 1959, como um departamento interno à instituição, o *Costume Institute* (The Costume Institute, 2000, Koda, 2000a).

A partir da exposição retrospectiva de Yves Saint Laurent no *Metropolitan Museum of Art*, feita em 1983-84, sob curadoria de Richard Martin[192], a maneira de pensar peças de vestuário-moda nos museus – sobretudo de arte – transforma-se substancialmente. Antes compreendidas como artesanato ou como ilustração histórica, nas mãos de Richard Martin, a exposição de vestuários-moda passou a ter uma curadoria, isto é, temas e debates surgem ao longo do texto visual proposto com a expografia. Assim, não foi só uma retrospectiva linearmente cronológica da produção de Yves Saint Laurent que fez parte da exposição, mas Martin demonstrou as diferentes fases do designer, as temáticas de que este tratou ao longo da carreira, as soluções *sui generis* que Saint Laurent deu aos díspares desafios que foi vestir as mulheres ao longo dos 25 anos de sua produção de vestuários-moda. O curador criou uma exposição em que as vestes não eram meras ilustrações de épocas passadas, mas um texto visual em três dimensões. O curador procurou demonstrar, ademais, as relações e as conexões que o estilista fez com a arte, o design, a arquitetura e a sociedade, para desenvolver suas criações, mostrando o mundo criativo que o estilista construiu e sua importância para transformações no mundo do vestir em que ele foi peça-chave.

Em 1985, Jack Lang, então ministro da cultura da França, do governo do presidente François Mitterrand, anunciou o então novo *Musée dês Arts de la Mode*[193]. Neste anúncio, sublinhou o papel da moda no museu como um componente do domínio da estética do cotidiano, que é fundamental para a compreensão de uma totalidade

[192] Richard Martin (1946-1999) foi curador do *Costume Institute*. É importante sabermos que neste museu, vestuários-moda são separados de indumentárias não ocidentais e de amostras têxteis; estes últimos ficam alocados no *Antonio Ratti Textile Center* e as vestes não-ocidentais ficam em departamentos específicos.

[193] Atual *Musée de la Mode et Du Textile*, reaberto em 1997 e alocado no complexo do Louvre. Atualmente, sua exposição de longa duração sobre a história da moda no Ocidente está temporariamente suspensa, sendo remodelada, assim como está acontecendo no *Musée Galliera* (também dedicado à moda que se produziu exclusivamente em Paris) Neste segundo museu, nota-se que há uma propensão em dedicar-se a exposições temporárias, pois há alguns anos ele mantém essa prática.

cultural (Mackrell, 2005: 153-154). Pode parecer, em um primeiro momento, que colocar a moda em um museu seja um pouco paradoxal, até porque esta se caracteriza como algo que muda sazonalmente. Porém, quando em um museu de arte, a peça de vestuário passa a ser um indicador da história e de práticas do gosto e da sensibilidade plástica cotidiana que se construiu através das aparências. Dessa maneira, as roupas não eram mais uma ilustração da vida do passado, mas um elemento que indica relações significativas que são manipuladas no cotidiano. As peças de vestuário-moda adentraram o tradicional complexo do *Musée du Louvre,* ganharam um espaço anexo, e são tratadas como casos exemplares da estética do cotidiano, fazendo jus à herança que Baudelaire legou à França, ao analisar de maneira tão pormenorizada as ruas da Paris do século XIX.

O movimento de formação de acervos de vestuário que pensam na dobradiça arte-moda ganha força a partir da década de 1980. Portanto, notamos que Pietro Maria Bardi é um pioneiro não só Brasil, mas também no contexto internacional, reconhecendo em museus de arte o espaço para a expressão vestimentar como potencialidades plásticas/visuais que declaram sobre o mundo contemporâneo.

A consagração desta conexão entre arte e moda em espaços museológicos e expográficos da arte se dá com a *Bienalle di Firenze*, em 1996, que teve como nome *Looking at Fashion*. Nesta exposição, curada por Germano Celant, o tema foi *Il Tempo e la Moda*. Neste, os limites entre arte, design, arquitetura e moda foram completamente deixados de lado, e artistas contemporâneos, das mais diferentes mídias, uniram-se a estilistas, designers de moda e arquitetos e fundiram suas linguagens. Explorando sete possibilidades de experiência contemporânea ordenados sob os títulos “Art/Fashion”; “New Persona/New Universe”; “Visitors”; “Habitus, Abito, Abitare”; “Elton John Metamorphosis”; “Emílio Pucci” e “Secret Love”. A *Biennalle di Firenze* não tentou dizer que moda e arte *são* a mesma coisa, pois, em verdade, constituem-se de mundos distintos que olharam para si e para as suas estratégias. Portanto, não se trata de compreender os estilistas e designers como artistas, mas sim de entender como o diálogo entre eles cria novas formas sensoriais que captam – ou ao menos articulam – elementos da contemporaneidade. É certo que desde a *Bienal de Florença* os museus e as galerias de

arte abraçaram a moda[194].

Portanto, notamos que há duas abordagens possíveis sobre o vestuário, enquanto objeto musealizado: primeiro, o vestuário apresenta o universo humano e suas relações cotidianas e rituais, pois é um artefato de comunicação direta entre quem veste e quem interage com as criações, estabelecendo desde informações iniciais (gênero, lugar hierárquico, etc.) até pormenores do gosto (tipo de música, lugares que freqüenta, etc.). O universo comunicacional via vestuário, pode tanto ser apontador de possibilidades abertas de leitura (como no caso das roupas cotidianas) quanto proferir expressamente rígidos códigos (uniforme militar e paramentos religiosos, por exemplo).

As vestes podem ser abordadas como patrimônio têxtil, isto é, "a idéia do tecido como suporte de informação e criação, patrimônio e/ou documento" (Paula, 1998). O vestuário é uma das formas em que o têxtil pode surgir.

Consequentemente, notamos que muitas vezes não é a matéria física que determina o tratamento dado pela instituição museológica, mas sim a tipologia deste artefato no mundo dos objetos, ou ainda a tipologia do museu. Ambas as maneiras de olhar para a peça são ricas interpretações para a constituição da biografia do vestuário musealizado, pois percorrem desde seus aspectos físicos até sua polissemia. Isto significa que os museus que abrigam vestuários devem percebê-los enquanto um instrumento de informação sobre as escolhas do vestir, mas também das possibilidades tecnológicas. Apresentamos, dessa maneira, uma imensa riqueza de como o vestuário pode ser material de diálogo e de reflexão sobre um período e nos dão acesso às diferentes instâncias de significação do mesmo conjunto de objetos (acervo/coleção). A própria constituição de uma coleção indica uma formação de um conjunto de possibilidades simbólicas que podem ser expressos por esses objetos colecionados.

O MASP e a Moda

O MASP foi fundado em 2 de outubro de 1947, por Assis Chateaubriand

[194] A parte da Bienal de Florença denominada *Art/Fashion*, por exemplo, foi exposta, em uma versão itinerante, no *Guggenheim Museum Soho*, em Nova Iorque, em 1997, local em que Germano Celant é curador *senior*.

(proprietário dos *Diários e Emissoras Associados*) e Pietro Maria Bardi (jornalista, crítico de arte e *marchand*). A instituição é fruto da empreitada destas duas personalidades que possuem uma visão *sui generis* da modernização do Brasil. O MASP nasceu em um momento de ebulição das discussões sobre a arte moderna no país, sobretudo, no eixo Rio de Janeiro - São Paulo. Na ocasião, o movimento artístico modernista já havia se consolidado, e se iniciava a fundação de uma série de ações para a institucionalização da arte moderna em museus. Importante destacar que grande parte desses lugares era novo e se apresentava com propostas de inovar o formato institucional de museu. Ao contrário de outros países em que a Arte Moderna lutava contra os museus, vemos, no Brasil, um acolhimento das novas manifestações artísticas por parte dessas instituições, colaborando para a divulgação dessas possibilidades de linguagens artísticas. O MASP, com seu acervo, que visava a demonstração do desenvolvimento das artes visuais do ocidente comprovava uma forte intenção de formação do público[195]. Dessa maneira,

> "... os museus carregavam promessas civilizatórias que a todos agradavam. (...) No conjunto, a todos parecia que o país se tornava culturalmente mais denso, mais ilustrado, apesar dos atos do primeiro governo da recém-instalada democracia parecerem querer desmentir os ares cosmopolitas. Mas a produção industrial havia superado a cafeicultura, já em 1946; o país abria-se para a construção da sociedade moderna" (Arruda, 2001: 371).

Este contexto era ainda apoiado largamente pelo *mecenato cultural* que se configurou suporte vital para o desenvolvimento do museu em questão. O problema que nasce desse ponto de partida é conseguir instituir dentro do museu o universo da esfera pública.

Em 1947, o MASP respondia a uma demanda da cidade de São Paulo por divulgação e fomento de produção artística (MASP, 1978: 8). O caráter inicial foi o de ensinar/treinar o visitante para o universo artístico, tanto que uma das primeiras

[195] Por comparação, podemos colocar que o MAM, dentro deste cenário movimentado das artes produzidas em terras paulistas, tinha um caráter mais experimental, que propiciava aos artistas brasileiros possibilidades expressivas mundiais. Enquanto que o MASP tomou como vocação a contemplação (e formação) na História da Arte Ocidental e em técnicas artísticas tradicionais (Arruda, 2001).

exposições foi *Vitrines das Formas* (1950)[196]; nesta, o museu expôs toda a História da Arte com poucos objetos artísticos e muitas reproduções, desenvolvendo-se a prática de que quando não tendo o original permitiam-se utilizar cópias para comunicar o conteúdo ao visitante. Esta exposição teve como intenção introduzir o museu de arte como lugar onde se aprende sobre arte. O próximo passo foi o de se tornar um divulgador da apreciação artística. A preocupação recaía a respeito da criação e da utilização de metodologias que ajudassem na compreensão do visitante. Logo que as primeiras aquisições foram feitas, o museu já as disponibilizava com todo um aparato de comunicação de apoio para o visitante – autonomamente – conseguir desenvolver uma leitura do acervo:

> "Apresentamos, logo após, as primeiras aquisições, obras de arte originais; fornecíamos panoramas informativos com boas ilustrações comentadas, estas com legendas e textos de fácil leitura (naquele tempo eram raríssimos os livros de história da arte em português); inauguramos cursos dedicados à história e à estética: organizamos exposições discutidas, e convidamos, mais tarde, vários estrangeiros" (MASP, 1978:8).

É notório que ao criar cursos dirigidos à arte, formou-se um público mais especializado e participativo. Desde o início, portanto, notamos que o MASP não se organizava apenas nas exposições, mas mergulhava em um envolvimento educacional, no qual formar pessoas dentro do ambiente artístico foi tão importante quanto adquirir um acervo e expô-lo.

Os cursos não se limitaram aos dedicados exclusivamente à arte tradicional e à produção desta (ateliês de pintura, gravura, etc.), pois rapidamente a área de design também foi incluída, já que era compreendida – assim como publicidade e fotografia – como formação que exigia sólida base em artes. Lina Bo Bardi teve papel intenso nessa área, sendo não só incentivadora, mas idealizadora de várias iniciativas. Sob sua orientação, iniciou-se uma formação na área de design até então inexistente no Brasil. A ideia principal era criar subsídios para o desenvolvimento de um design nacional para atender à expansão do parque industrial que se formava. Nada melhor para se criar esses

[196] Mais sobre essa exposição, cf. *História do MASP*, 1978 e documentação abrigada na Biblioteca e Arquivo Histórico do MASP.

profissionais do design do que implantar e oferecer cursos para formá-los. Portanto, o museu não se restringiu aos tradicionais limites das atividades de exposições artísticas, mas fomentou a formação e a produção de artes, assumindo, assim, um caráter de escola muito forte[197]. Devido ao montante de articulações e cursos organizados pelo museu, notamos um início de profissionalização de uma série de áreas. Tal característica foi tão forte neste período do museu, que este era mesmo reconhecido no contexto internacional como *"El Museo de Arte de São Paulo, que no es estrictamente un museo sino una escuela alrededor de un museo(...)"*[198].

A base na qual se criou o MASP é a de um museu que surgiu já inserido no quadro da produção capitalista como ma forma modelar que teve origem em museus de arte norte-americanos, sobretudo, baseado no modelo do MoMA[199]. Portanto, segundo uma obra biográfica do próprio museu (*MASP*, 1978), o MASP estabelece relações com a indústria cultural, com a universidade, com a produção artística. Notamos que isto se deu em um grau bem mais modesto do que o colocado nos livros institucionais produzidos pelo museu. As relações mais importantes estão ligadas à escola do MASP, já que esta, sim, estabeleceu um caráter de instituição promotora e fomentadora de expressões artísticas. Entretanto, em uma visão mais crítica sobre a história do estabelecimento museológico, Arruda (2001) afirma que as relações com os segmentos citados não eram tão harmoniosas como os livros feitos pelo MASP querem nos fazer crer, visto que a relação entre o MASP e os artistas e intelectuais de São Paulo não era tão fácil pela própria *aura* de seu fundador – Assis Chateaubriand, uma vez que seus métodos de trabalho para conseguir apoio (inclusive financeiro) eram pouco ortodoxos[200], seus

---

[197] Os cursos do MASP notadamente deram origem a várias escolas da cidade de São Paulo, entre eles estão a FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado – que se originou do *Instituto de Arte Contemporânea* do MASP; a ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing – e o curso de especialização em Museologia, ministrado na Escola de Sociologia e Política de São Paulo (este curso era organizado por Waldisa Rússio no próprio MASP de 1978 a 1980). Além disso, dos cursos internos do MASP e da prática de organizar departamentos de fomento e de formação de públicos específicos, acabou por projetar grandes especialistas que até hoje promovem suas áreas, como Leon Cakoff (ex-departamento de Cinema do MASP) e hoje organizador da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo e Boris Kossoy (ex-departamento de Fotografia) e atualmente professor da Escola de Comunicação e Artes da USP.

[198] Matéria sobre criações brasileiras de moda feitas no MASP (*Américas,* 1952).

[199] MoMA – *The Museum of Modern Art*. Ver mais no *site:* www.moma.org.

[200] Era uma personagem muito persuasiva e que usava de meios não convencionais e duvidosos para

percursos e práticas eram indistintos entre público (Estado) e privado (empresas), gerando inimigos de porte em todas as áreas de atuação:

> "Todas essas características compunham uma personalidade altamente complexa na sua composição multifacetada que, aliada a métodos condenáveis, produzia inimigos de porte. (...) Não obstante, os artistas e os intelectuais de São Paulo não foram fiadores na montagem do MASP, como haviam sido na fundação do MAM e como continuariam sendo nos anos seguintes" (Arruda, 2001: 408)[201]

Por tais razões, a relação da universidade e da classe artística paulistana com o MASP é incipiente, se comparada ao envolvimento desses mesmos grupos com o MAMSP[202]. Porém, se nos voltarmos aos aspectos museológicos, como, por exemplo, a tipologia dos museus, notamos que Bardi teve uma frutífera influência sobre Chateaubriand. Este último queria dar como título de seu museu um nome vinculado à arte moderna – como o modelar MoMA, de Nova Iorque. Bardi, no entanto, convenceu-o a deixar *simplesmente* como "Museu de Arte"[203], segundo ele, mais abrangente e com menos limites para formar uma coleção eclética, rica e mais interessante. Nas palavras de Bardi:

> "... com um pouco de *savoir faire* lhe mostrei a inutilidade de diferenciar as artes, sendo preferível não fazer distinções e abranger todas as artes plásticas. Percebi que conquistava sua confiança. Aos poucos ele se

---

conseguir apoio e dinheiro para suas empreitadas culturais: "Oriundo de um contexto familiar decadente, porém importante e influente em Pernambuco e na Paraíba, tanto no ramo paterno quanto materno, Chateaubriand conviveu por toda a vida com métodos característicos dos seus laços tradicionais. Ao lado da persuasão, explícita ou implícita, utilizou da violência física para intimidar inimigos" (Arruda, 2001: 405-406). Tanto que era acompanhado constantemente por um jagunço – Amâncio – que chegou a abrir fogo contra os estudantes da UNE (Morais, 1994: 591).

[201] Entre outros motivos é devido a essas ações de Chateaubriand que "Apesar do êxito das exposições e do reconhecimento da qualidade do acervo, suspeitas da presença de obras falsificadas não raro espocavam. A construção do MASP havia sido completada, no entanto, apesar e por causa dos métodos de Assis Chateaubriand" (Arruda, 2001).

[202] "Já na sua gênese, diferenciavam-se os projetos de construção do MAM e do MASP: em primeiro lugar, porque o MAM contou, desde o início, com a participação ativa de intelectuais na concepção da instituição; em segundo, porque o papel dos imigrantes, ou descendentes, não se restringia aos serviços profissionais no momento da aquisição do acervo e montagem da exposição, pois o próprio patrono do museu era de família imigrante; em terceiro, porque os contatos iniciais foram estabelecidos com americanos, exprimindo a mudança da inclinação nas relações entre intelectuais brasileiros e o exterior" (Arruda, 2001: 387).

[203] Durante os primeiros anos do MASP seu nome oficial era simplesmente Museu de Arte, isso quando ainda estava alocado no prédio dos *Diários Associados*.

> convenceu e aceitou o título de 'Museu de Arte', como o MASP era conhecido no início." (Bardi, 1992: 11).

Neste ponto – tipologia de museus –, percebemos uma sofisticação considerável quando o MASP em seu início adota a ideia de ser "simplesmente" um museu de arte, pois se caracteriza de maneira bastante ampla, abrangendo praticamente todo e qualquer artefato feito pelas mãos do homem como objeto da *tecné*, isto é, objeto do engenho humano. Assim, tanto objetos produzidos por grandes nomes da História da Arte ocidental quanto objetos decorativos *kitsch* contemporâneos podem todos estar no mesmo museu, sem nenhum conflito com sua definição. O MASP possui coleções representativas da evolução da pintura, principalmente europeia, desde os primitivos italianos e flamengos aos impressionistas e diversas escolas e tendências posteriores. Além dos quadros, conta com tapeçarias, esculturas e cerâmicas. Até hoje, é um museu particular mantido por sociedade civil do mesmo nome[204].

O MASP foi criado nos moldes do MoMA, como vimos anteriormente, e dentro das tipologias de museus constitui-se como oposição aos modelos de museu de História Natural e do Gabinete de Curiosidades. O modelo de museu proposto, a partir do museu norte-americano, é compreendido dentro da "ideologia" norte-americana "… como um foco irradiador da liberdade da ordem e da união dos povos". Isto porque encaram a arte moderna "cada vez mais reduzida a unidades mínimas de cor e formas geométricas" (Lourenço, 2001:2), como libertadora de narrativas locais e capaz de funcionar como uma espécie de esperanto visual. Podemos afirmar que a consequência para o universo das práticas do museu são as elaborações de uma relação intensa com a comunidade circundante. Cunha-se, neste período, a expressão "museu dinâmico", muito utilizada no MASP na variante "museu vivo", definindo uma instituição que além de salvaguardar e fazer exposições tem uma série de outras atividades, que vão desde arquivos e bibliotecas disponibilizadas ao público, até serviços educacionais, concertos de música, desfiles de moda, ciclos de debates, etc.:

[204] Neste mesmo período são fundados em 1946 o *Museu de Arte Moderna de São Paulo* (MAM-SP) por Francisco Matarazzo Sobrinho, inaugurado em 1948. Em 1949, no Rio de Janeiro é fundado, também por iniciativa privada, o *Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro* (MAM-RJ).

> "A expressão – museu vivo – nos anos inaugurais do MASP deseja qualificar uma cultura urbana entendendo-a como base para atualização da realidade brasileira. Engloba então atividades múltiplas de 'design', moda e, claro das artes do desenho, pintura, arquitetura e escultura." (Lourenço, 2001:2).

Dessa maneira, o museu procura *iniciar* o público em princípios fundamentalmente artísticos. Tanto que a exposição *Vitrines das Formas* foi feita no museu apenas com reproduções, pois o interesse era demonstrar a evolução das formas na História da Arte, numa tentativa de instrumentalizar o olhar do visitante paulistano (Bardi, 1990).

O MASP, sobretudo, na década de 1950, teve um posicionamento diferenciado frente ao que era entendido como museu no Brasil até então[205]. Este era, inclusive, um mote de seu diretor Pietro Maria Bardi, descrevendo a trajetória do MASP a partir de uma série fotografias do arquivo:

> "Este grupo de fotografias documenta, em certo sentido, a iconoclastia do MASP, à procura de uma renovação da assim chamada ciência da museografia, com a proposta de nela inserir atividades geralmente colocadas à parte" (Bardi, 1992: 52).

Tal posicionamento fez com que temas como a moda fossem postos ao lado de temáticas mais tradicionais para um museu de arte:

> "Depois do sucesso da apresentação da coleção de *Christian Dior* procurou-se uma moda brasileira. Começou-se do nada, da fabricação de tecidos desenhados por artistas como Burle-Marx, Sambonet, Klara Hartoch, Caribé, ao estudo de modelos que foram apresentados com nomes sugestivos: carambola, bala de coco e balaio" (Bardi, 1992: 53).

[205] Bardi tinha orgulho de ter criado um museu com interiores móveis, capazes de abrigar múltiplas atividades. Um museu com um forte caráter didático e que se abria para um público amplo e rompia com uma Museologia tradicional presente em museus como o *Musée du Louvre*, a *National Gallery*, etc., sobretudo no quesito exposição, já que obras de arte antiga eram expostas ao lado de obras modernistas, "deixando ao espectador a pura observação desprevenida, guiada apenas pela legenda descritiva" (Bardi, 1992). Esta experiência, sem ordem cronológica ou de escolas, mas pós-moderna, feita de simultaneidade, foi um dos grandes triunfos da expografia do MASP até os anos 1990, quando uma remodelação do interior criou salas e o museu seguiu o formato mais tradicional de exposição de arte, por escolas nacionais, organizadas em ordem cronológica.

O vestuário, enquanto temática, sempre esteve presente desde os primeiros anos do MASP. Basta atentarmos para o histórico do museu. Analisando-o, notamos uma série de acontecimentos em que podemos destacar, inicialmente, três episódios sintomáticos: (1) o evento em Coberville; (2) o desfile de Christian Dior, em 1951; e (3) o desfile *Moda Brasileira.*

O primeiro evento ocorreu em fins dos anos 1940, entre o fim da segunda grande Guerra, mas antes de 1951, o que nos faz inferir que pode ter ocorrido em 1950. Tratou-se de um evento em *Château de Coberville* (Paris, França), onde Assis Chateaubriand apresentou a indústria têxtil nacional para os criadores franceses, liderado por Jacques Fath, dono do castelo, criador e dono de *maison* importante do cenário de *Haute Couture* francesa, e líder dos profissionais de moda em Paris no processo de reconstrução após a segunda Guerra Mundial. Tratava-se abertamente de uma campanha publicitária pela indústria têxtil brasileira, segundo João da Costa Dória, jornalista que cobriu a festa e elogia Assis Chateaubriand por organizar "campanhas publicitárias" para a promoção da indústria têxtil nacional. Em suas palavras:

> *"Houve quem visse em Coberville uma farra tropical de Assis Chateaubriand para divertir meia dúzia de granfinos internacionais. Para mim, a festa brasileira em Paris foi o ponto alto de uma completa e bem sucedida campanha publicitária e nela encontro as coordenadas de outro plano, capaz de estimular a emancipação de nossa indústria têxtil"* (João Costa Dória, em matéria arquivada na pasta de Clipping de Moda da Biblioteca e Acervo do MASP)

Fazia parte dessa estratégia, estimular a emancipação da indústria têxtil brasileira. Para isso, contou-se com duas abordagens: (1) de marketing; (2) de profissionalização (isto é, formação de pessoal especializado). Na primeira, a estratégia era de trazer ao Brasil estilistas internacionais, e apresentar seus modelos aos brasileiros; o segundo passo seria proporcionar o contato desses profissionais com os tecidos nacionais, para que esses desenvolvessem coleções de vestuário-moda em tecidos feitos nas indústrias têxteis do país[206]. Desse encontro do mundo da moda europeu com o

[206] Não é forçoso dizer que Chateaubriand usava das mesmas estratégias para promover uma arte nacional, a aviação e a moda.

entusiasmo de Chateaubriand, temos como resultado imediato costureiros que se aproximam – e mesmo passam a utilizar – alguns tecidos nacionais:

> *"Em conseqüência, costureiros franceses visitaram o Brasil, desfilaram os seus modelos e apresentaram criações em tecidos nacionais. Terá sido mero pretexto para reuniões elegantes e viagens divertidas? Ou ter-se-á encontrado o fio da meada que nos levará a atenuar a crise do maior parque industrial do país e o seu maior núcleo de trabalho – as indústrias de fiação e tecelagem – com perto de três mil fábricas e 350 mil operários?"* (João Costa Dória, em matéria arquivada na pasta de Clipping de Moda da Biblioteca e Acervo do MASP).

O jornalista identifica uma estratégia de promoção da indústria nacional, que em momentos de pós-guerra passava por dificuldades imensas, já que os Estados Unidos voltavam sua produção (antes dedicada a subsidiar o mundo militar da segunda grande guerra mundial) agora para o mercado civil interno e externo. Além disso, os países europeus centrais em produção de tecidos finos (França, Itália, Inglaterra e Alemanha) voltavam a produzi-los. Se o Brasil era o segundo maior produtor de algodão do mundo durante a segunda Guerra – tendo os EUA como um dos seus maiores compradores –, após este período, o país perdeu seu maior comprador, transformando-se em seu principal concorrente no mercado internacional. Não estando preparada para tal revés, a indústria têxtil brasileira sentiu imensamente essa transformação. A iniciativa de Chateaubriand vem tentar colocar o Brasil em um eixo de recuperação e entrada na ordem industrial têxtil internacional, mesmo que grande parte do parque têxtil não acompanhasse ou não se influenciasse pelas promoções de Chateaubriand[207].

Esta empreitada do fundador do MASP tem clara similaridade com a iniciativa da *Sala Bianca* em Florença, Itália. Trata-se da invenção comercial da Itália após a segunda Guerra Mundial feita por Giovan Battista Giorgini. Como já citado anteriormente, trata-se de um homem de negócios que nota que o futuro da moda italiana depende de conquistar os Estados Unidos. Ele reúne diversas empresas de moda italianas e alguns

[207] Importante perceber que mesmo estando ligadas ao processo de modernização brasileira, e ser mesmo um setor-chave para tal, as indústrias têxteis não constituíam uma elite modernizante, ao contrário, eram, em sua grande maioria, oriundas de latifúndios. Estes donos de fábricas não possuíam o dinamismo que o setor pedia, o que demonstrou o despreparo para enfrentar o retorno da produção de países como EUA e França (mais sobre o assunto, cf. Marinho, 2002: 13-26).

criadores – como também já foi citado anteriormente – e promove as suas criações em uma festa, da mesma maneira que Assis Chateaubriand fez anos antes[208].

A segunda empreitada foi deixada a cargo de Pietro Maria Bardi, que fomentaria entre artistas recrutados – a partir de subsídios vindos do Sindicato de Fiação e Tecelagem – o desenvolvimento de produções de design têxtil (estamparia, sobretudo) no tecido nacional e, dessa forma, desenvolveriam padrões técnicos e artísticos genuinamente brasileiros, sem recorrer a imitações dos padrões europeus. Segundo Dória, as iniciativas dentro do MASP também são importantes para alavancar a produção nacional, afinal:

> *"Até a pouco não podíamos competir com os centros internacionais da moda, nem por trás deles, com os poderosos teares da França, Inglaterra, Itália e Estados Unidos. Não obstante, duas recentes iniciativas – a campanha do algodão[209] e a escola de modelos do Museu de Arte – mostram a possibilidade de concorrermos vantajosamente no mercado internacional com os nossos tecidos de algodão, de lã, de seda, de rayon, de linho inclusive – cuja qualidade já rivaliza em muitos casos com os produtos estrangeiros".* (João Costa Dória, em matéria arquivada na pasta de Clipping de Moda da Biblioteca e Acervo do MASP).

Num primeiro momento, pode parecer que o jornalista foi muito otimista, mas ambas as abordagens frutificaram. Tanto que Jacques Fath (1912-1954)[210], um dos mais

---

[208] Vale destacar a estratégia de retorno francesa também, sem os recursos mínimos para se fazer os grandiosos e caros modelos de *Haute Couture*, ao mesmo tempo em que necessitam retomar o lugar da França como lançadora de referenciais de moda. Raoul Dautry, Robert Ricci – filho da estilista Nina Ricci – e a Câmara Sindical de Costura de Paris lançam uma exposição com vestidos em miniatura feitos pelos *couturiers* membros da Câmara. As miniaturas são vestidas em mini-modelos que possuem silhueta feita em fios de metal e rosto de gesso concebido e elaborado por Eliane Bonabel, distanciando, assim, a similaridade com o universo dos brinquedos. Tudo foi exposto no Louvre com direção de arte de Christian Bérard, iluminação de Boris Kochno (que trabalhou com Diaghilev) e cenários pintados por diversos artistas como Dignimont, Douking, Grau-Sala entre outros (mais, cf. Baudot, 2002:136-139, Mendes, Haye, 2003;125-130).

[209] Campanha internacional para o uso do algodão como material para vestuário, já que esta matéria-prima perdia espaço em escala vertiginosa para os baratos e práticos têxteis sintéticos.

[210] Jacques Fath é um dos *couturiers* mais importantes do pós-guerra, junto com Charles James (1906-1978) e Christian Dior (1905-1957). Ele é responsável pela retomada da *Haute Couture* em Paris, ao mesmo tempo em que flertava com o mundo industrial nascente da moda norte-americana, desde a década de 1940. Ele também foi o contato mais constante de Assis Chateaubriand com o mundo da moda em Paris, promotor de festas para relançar o *glamour* na cidade-luz. Chateaubriand se vê frente diante de um modelo de estilista moderno que aposta suas fichas para criar uma moda brasileira que não destoe da moda internacional. Infelizmente, Jacques Fath morre muito cedo e jovem, aos 42 anos, e no auge do sucesso (Baudot, 2002: 132-133).

importantes *couturier* francês do período, esteve com certa constância no Brasil, e por vezes, utilizava tecido nacional e mesmo desfilava e vendia seus produtos no país. Em 1951, Christian Dior também faz um desfile de sua coleção em terras brasileiras. E o faz, justamente, no terceiro andar do então Museu de Arte (depois, MASP), no salão nobre do museu, dignificando, assim, o evento. Para desfilar estes vestuários, foram contratadas modelos francesas, já que esta profissão praticamente não existia oficialmente no Brasil. Afinal não tínhamos tradição alguma em produção de moda.

No ano seguinte, o MASP – em uma grande empreitada – amplia o desenvolvimento de criação de moda no Brasil. Para tanto, abre cursos de design têxtil, corte e costura (modelagem e montagem de vestuário), modelos, tecnologia têxtil, enfim, tudo o que era necessário para se fazer moda e sua promoção. O museu, desde o início, abordou a moda como elemento de identidade nacional, compreendendo-a como artefatos que tem potencialidade no universo industrial e que, por isso, deveriam ser desenvolvidos tomando como base os materiais e os temas nacionais, para o desenvolvimento de linguagem própria (Bardi, 1990: 91).

Este agrupamento de cursos recebe a alcunha de *Centro de Estudos da Moda Brasileira*, organizado por Luisa Sambonet e tinha como participante Klara Hartoch (professora do curso de tecelagem). A missão, tanto para os professores quanto para os alunos, era criar em seus ateliês uma moda inspirada nas referências nacionais. Para Bardi e seu grupo de professores, isto significava temáticas como objetos indígenas, flora e fauna brasileiras. Desse modo, percebemos que o MASP tentou juntar arte e moda, e criar um estilo de vestuário que estivesse na lógica (industrial) desta, ao mesmo tempo em que conversasse com os valores culturais locais. Fica claro, em sua estratégia, que não é só o desenho do vestido que o faz ser "genuinamente nacional", mas toda a sua composição. Da pesquisa prévia, passando pelas experimentações de texturas nos têxteis, desenhos de estamparia, até o corte final e mesmo as modelos que os portavam, tudo tinha que ser "genuinamente nacional" – e nas palavras de Bardi autenticamente *tropical* seria o nosso ideal. Até mesmo as roupas tinham nomes que lembravam elementos da cultura ou da natureza brasileira, *Abacate, Cunhabebe, Jangada, Vento na Varanda, Cuíca, Carambola*

etc. E, cada uma destas referências locais, era desenvolvida para uma função específica como "para a praia" ou "para o jardim" ou ainda "para um jantar". Notamos o desenvolvimento de um procedimento completo de criação, que abarcava desde o tecido (textura e design têxtil), design do vestuário (corte e caimento) até os acessórios; ressalte-se que tudo partiu do mesmo processo de pesquisa criativa, em que se buscaram temáticas nacionais e com funções cotidianas tanto de uma mulher da capital quanto do interior – "para o dia em Santos", "dia de chuva na cidade", etc..

Quando tudo ficou pronto, estas peças de vestuário foram apresentadas em um desfile aos 06 de novembro de 1952, às 17 horas. O evento recebeu o nome de *Primeiro Desfile de Moda Brasileira: Criações do Museu de Arte de São Paulo*. Considerado um sucesso[211], o desfile teve o seu resultado final permanecido em exposição e colocado à venda nas vitrines do *Mappin.* Imediatamente, a reação foi de otimismo geral. João da Costa Doria de novo destaca:

> *"Reúnam-se, em mesa redonda, Jafet, Bardi, Ermírio de Morais, Matarazzo Sobrinho, Devisate, Camargo e decidam auxiliar a iniciativa do Museu de Arte. E mandem os seus manequins, por esse mundo afora, a desfilar pelas grandes capitais mostrando a arte e o bom gosto dos tecelões e costureiros do Brasil e, com eles, o sabor tropical de nossa paisagem, a estilização moderna de nossa indumentária, os traços marcantes de nossa cultura, no corpo sinuoso e moreno de nossos modelos vivos. Para acompanhá-los, bastará um representante da Indústria da Fiação e Tecelagem, de caderno e lápis na mão, para assentar pedidos"* (João Costa Dória, em matéria arquivada na pasta de Clipping de Moda da Biblioteca e Acervo do MASP).

Houve sucesso, a repercussão do desfile foi positiva e o entusiasmo inspirado do jornalista não era infundado. Além disso, segundo a declaração de Bardi à revista *Veja* em 1972 (revista *Veja*, 29 de março de 1972, ed. Nº 186, p. 56), os vestidos à venda no *Mappin* esgotaram rapidamente, mas essa comercialização não era revertida ao museu.

Apesar do indicativo de sucesso exposto pelos depoimentos transcritos acima, ele foi momentâneo e não conseguiu consolidar o apoio da indústria têxtil e de confecção que o diretor do MASP esperava. Este suporte poderia ter gerado o segundo, terceiro e

[211] O sucesso foi notado pela quantidade de material que a imprensa produziu sobre o evento. Fora isso, não foi só a mídia impressa de São Paulo que cobriu, mas uma série de jornais do Brasil inteiro.

quarto desfiles, no entanto isso não aconteceu. Os cursos, assim, definharam e foram fechados um a um. Nas palavras de Bardi: *"... infelizmente, as idéias eram muito ousadas para aqueles tempos e o projeto [moda brasileira] teve que ser interrompido"* (Bardi, 1990: 17). Segundo o diretor do museu, essa iniciativa foi "quase um escândalo", pois àquele momento, a moda para as mulheres era feita, em sua grande maioria, por costureiras, que simplesmente imitavam modelos advindos de fora do país. Assim, usar tecidos experimentais feitos no museu, com estampas e texturas baseadas em temáticas nacionais, como a cerâmica marajoara, ou a bala de coco, desfiladas por modelos brasileiras no museu, foi algo muito fora do comum para a década de 1950, e serviu, segundo Bardi, como um início de um pensamento sobre moda feita no país. Em suas palavras: "uma pedra jogada na água: provocou algumas ondulações na superfície e depois desapareceu" (Bardi in revista *Veja,* 29 de março de 1972, ed.186, p.56).

No entanto, ainda não tomado por essa derrota futura, automaticamente após o desfile, e entusiasmado com o sucesso e com a possibilidade do desenvolvimento de uma moda nacional, Bardi iniciou os esforços para o desenvolvimento de um *Museu do Costume*, visto por ele como o próximo passo no incentivo ao incremento da formação de uma memória do vestuário e do design. Este museu seria vital para uma visão crítica e pormenorizada da história do cotidiano e, sobretudo, da experiência estética que o vestuário e o design ocupariam neste espaço. Em última análise, esta seria uma instituição que contribuiria para o universo do design de forma equivalente ao que o MASP colaboraria para o universo das artes plásticas.

254. Pietro Maria Bardi com roupas de Gláucia Amaral, 1987. Fotografia de Zé Antonio, Arquivo e Biblioteca do MASP.

Portanto, a coleção de vestuário do MASP é tratada como uma série de objetos de fruição artística, isto é, o universo da moda é explorado a partir de seu conteúdo estético. Dentro do museu, isto significa que, primeiro, o objeto-vestuário recebe atenção e tratamento de obra de arte; segundo, é uma coleção idealizada para ser a base de um futuro museu (seja ele de vestuário ou de design), muitas vezes "ensaiado", mas nunca executado; terceiro, este acervo é pequeno, se comparado à quantidade de peças de outras coleções do mesmo museu, e, quarto e último, trata-se de uma coleção que não é central dentro da hierarquia dos objetos internos ao museu. No entanto, não é uma coleção "abandonada"; ao contrário – dentro do possível –, a coordenação de acervo, arquivo e biblioteca do MASP dá a ela todos os procedimentos de salvaguarda necessários, sobretudo, do ponto de visa da documentação e da conservação. Notamos, também, que a manifestação da moda é compreendida como um importante braço de incremento econômico e tecnológico do país, que geraria riqueza e desenvolvimento aos olhos tanto de Chateaubriand quanto de Bardi.

Doação Rhodia

Os desfiles-show da Rhodia têm fim em 1971, e em 1972 a empresa não sabe o que fazer com as roupas que foram produzidas para esses eventos promocionais. Neste momento, elas se encontravam nos depósitos da empresa em caixotes, em vias de deterioração. Como descrevemos anteriormente, fica claro o quanto se trata de uma coleção que vislumbra a mais significativa parte das ideias de moda propagadas no país ao longo dos anos 1960.

A direção da empresa entra em contato com Pietro Maria Bardi e negocia a doação de uma série de peças que foi parte dos desfiles da Rhodia para o MASP. Bardi seleciona um grupo de vestuários que dão entrada no museu, originando a *Coleção Rhodia*. De acordo com os documentos com os quais tivemos contato (em especial as correspondências de Bardi), a intenção do diretor do MASP era retomar o projeto de seu ideado *Museu do Costume.* Dessa maneira, aceita, prontamente, as roupas dos desfiles da Rhodia, pois sua intenção era, posteriormente, repassá-las ao futuro museu que fundaria.

Seu entusiasmo foi tão grande nesse momento que Pietro Maria Bardi chegou a fazer contato com o curador do *Museum of Costume*[212], de Londres, para saber quais eram os passos para se organizar e fundar um museu do costume (no Brasil). Além disso, ofereceu o acervo para a ABRAVEST – Associação Brasileira das Indústrias do Vestuário – com vistas a que se criasse um museu custeado pelo nicho industrial que produz o vestuário (indústria de confecção) no país. Infelizmente, estas duas iniciativas de Bardi não tiveram êxito: a primeira porque durante as décadas de 1970 e 1980 muitos museus dedicados aos têxteis e vestuários estavam com as portas fechadas, repensando o formato de suas exposições, e suas vocações museológicas. Esta era a exata condição do *Museum of Costume*, de onde Bardi obteve uma carta de resposta muito simpática explicando justamente o processo pelo qual a instituição museológica em questão passava. Segundo, a ABRAVEST não se interessou em montar um museu de moda a partir da *Coleção Rhodia*.

Bardi projetava a ideia de um museu de costume ou de vestuário, pois via nessa empreitada um desdobramento necessário para o desenvolvimento do design no país, afinal, um de seus constantes argumentos era de que um museu ajudaria sobremaneira na formação de repertório dos profissionais do design. Destacamos que a *Coleção Rhodia* é o cerne, até hoje, da coleção de indumentária do MASP.

Dentro da perspectiva de adentrar na memória nacional, como criadora de uma parte do design de moda do Brasil, a Rhodia oferece ao MASP a sua produção de vestuários feita durante uma década, doada, oficialmente, em 1972. Assim, uma série de vestuários e documentações sobre os *Shows Rhodia* foi ofertada ao MASP. O museu mostrou-se como um parceiro ideal, pois Pietro Maria Bardi estava entusiasmado com a possibilidade de lançar as fundações de um museu do vestuário. Assim, o museu, representado por seu diretor, aceita a doação, sobretudo, por acreditar que um dos dados culturais que caracterizam uma sociedade *civilizada* é o fato de ter uma cultura de moda própria, um design próprio.

Pietro Maria Bardi cuidava pessoalmente de idealizar as exposições naquele período. Assim, logo que a doação da Rhodia entrou, o diretor contatou os artistas que

[212] Atualmente o *Museum of Costume*, de Londres, faz parte do *Museum of London.*

fizeram as estampas para autorizarem a exposição[213] das vestes, e assim, logo após adentraram no acervo da instituição, as peças já participavam de exposições amplamente noticiadas pela mídia.

As peças oferecidas pela Rhodia não foram aceitas em sua totalidade, pois houve uma seleção e Bardi escolheu quais vestuários deveriam adentrar o museu. Os objetos escolhidos constituíram o indicador (signo) da memória sobre os desfiles da Rhodia durante os anos 1960. Mais que isso: elas apontam as referências mais pertinentes sobre a experiência estética cotidiana da moda no Brasil. Estes objetos, hoje, são semióforos porque sua materialidade não só é impregnada de lembranças, mas revelam a diversidade de significados dos momentos históricos pelos quais passaram.

A partir destes objetos, iniciamos uma catalogação sistemática em que cada uma das peças foi descrita em seus aspectos plásticos, fotografada e cruzada com as imagens presentes no jornalismo que cobria os desfiles da Rhodia durante os anos 1960 (revistas *Manchete, Veja, Manequim, Claudia*, etc.). O cruzamento de fontes nos ajudou a datar, identificar a autoria de estampas, confecções e estilistas/designers envolvidos na produção de algumas de peças não identificadas com tantos detalhes na documentação original da Coordenação do Acervo. Outro aspecto é notar quais vestes eram utilizadas juntas nas composições das coleções, pois sendo estas muito amplas (superavam as 100 peças), havia uma gama de subtemas muito grandes tratados em suas campanhas. Por exemplo, a veste nº.

---

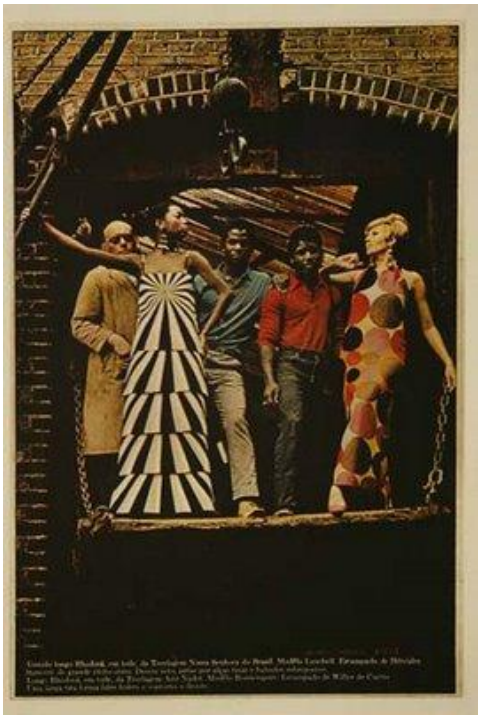
[213] Nesta primeira exposição da aquisição, há, inclusive, a intenção de utilizar a imagem para a criação de agendas, como podemos ver neste trecho de carta que Bardi manda para o artista plástico Manabu Mabe:

> *"Prezado Manabu,*
> *O museu, em colaboração com a Rhodia, está organizando uma manifestação dos nossos artistas no aprimoramento dos desenhos para tecidos. Como a obra do Amigo foi escolhida para a dita manifestação, para a qual se cogita de exposição e publicação de uma agenda, pedimos seu consenso a respeito.*
> *Aproveitamos a oportunidade para enviar nossas saudações*
> *Pietro Maria Bardi*
> *Diretor"*

Este modelo de carta foi enviado também para outros artistas envolvidos nos processos criativos da Rhodia, como Alceu Penna, Hércules Barsotti, Aldemir Martins, Caribé, Volpi, Antônio Maluf, Carmélio Cruz, entre outros (estas correspondências e suas cópias encontram-se no Arquivo e Biblioteca do MASP).

045-V não possuía nenhuma identificação; porém, após o processo de pesquisa, a peça foi detectada em uma propaganda da Rhodia, publicada na revista *Manchete* do ano de 1967, de onde se obteve a informação de quem foi o autor da estampa, o que nos permitiu datar e saber que a estamparia é de Willys de Castro. Também descobrimos que sua temática plástica geométrica (de clara inspiração concreto-ótica) era acompanhada por outras estampas de mesma abordagem como a do vestido nº 043, desenhado por Alceu Penna e teve sua estampa projetada por Hércules Barsotti.

255. *Coleção Rhodia*, nº 045-V; estampa de Willys de Castro, 1967, MASP, São Paulo



256. Revista *Manchete*, publicidade com os vestidos nº 043 (Hércules Barsotti) e nro. 045 identificado no rodapé como Willys de Castro, 1967

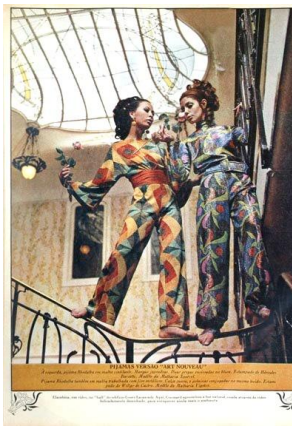
257. *Coleção Rhodia*, nº 043-V; estampa: Hércules Barsotti; estilista: Alceu Penna, c1967, MASP, São Paulo

A partir de destas informações e cruzando-as com a trajetória destes artistas, podemos compreender por que para estes o trabalho da Rhodia faz sentido. Continuemos com o mesmo exemplo das vestes nº 045-V e 043-V, respectivamente, de Willys de Castro e de Hércules Barsotti. Estes artistas possuem em comum produzir figurinos para teatro desde o final dos anos 1940, terem sofrido o impacto dos movimentos de arte concreta no Brasil, e de serem sócios, desde 1954, de um escritório de projetos gráficos (*Estúdio de Projetos Gráficos*). A aproximação de ambos com o universo industrial, com a poética concreta e também com o figurino nos aponta que trabalhar para a Rhodiasignifica uma

grande coerência em suas trajetórias artísticas. Atualmente, não há exposição sobre Barsotti, por exemplo, que não peça o vestido nº 043-V emprestado pelo MASP, o que promove neste objeto-vestuário-moda não só uma forma de vestir do período, mas uma intervenção estética pungente do artista em questão em seu contexto.

As fotografias das revistas não só nos deram estas informações,como também entregaram algumas pistas de possíveis leituras sobre essas vestes, pois nos demonstram quais foram os corpos que as vestiram, qual o contexto ideal de leitura, etc.. Outro elemento que podemos identificar é como o tema vira subtemas, pois como já dito anteriormente, as coleções eram imensas. Dessa forma, organizam-se internamente as peças em abordagens que dão ênfase à juventude, ao glamour, à praticidade, bem como relacionar, inevitavelmente, cada um destes destaques com qualidades valorizadas na década como aventura, arte, requinte, etc. Vejamos as publicidades abaixo, todas elas foram vinculadas ao longo do ano de 1967 na revista *Manchete*:

258. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, fotografado em Bruxelas, **veste nº 070-V** da coleção Rhodia

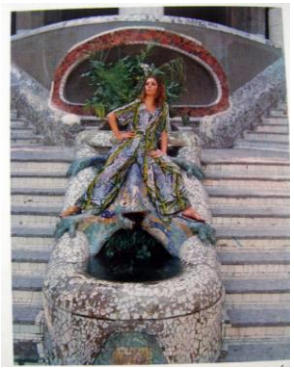


259. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista Manchete em 1967, fotografado em Bruxelas, **veste da esquerda é o nº 061-V** da coleção Rhodia

260. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista *Manchete* em 1967, criações de Alceu Penna e Tomaso Couture, fotografado em Paris

261. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista *Manchete* em 1967, fotografado no Hotel Savoy em Bruxelas, criações de Tomaso Couture

262. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, fotografado no restaurante Maxim's de Paris



263. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criações de Alceu Penna, e confeccionado pelo Atelier Parisiense, fotografado no Parque Güell Park em Barcelona

264. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criação de Alceu Penna confeccionado por Tomaso Couture, fotografado no Hotel Savoy em Bruxelas

265. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criação de Alceu Penna com estampa de Hércules Barsotti e fotografado em Paris

As publicidades acima apontam, também, para leituras possíveis destas vestes dentro do tema mais amplo da *Art Nouveau*, ostensivamente reafirmado pelo cenário, mas também pela originalidade importante deste estilo de expressão artística, afinal Hotel Savoy, Restaurante Maxim's em Paris e Parque Güell são expoentes máximos do *Art Nouveau.* No entanto, percebemos que nas imagens número 260, 261 e 262, as modelos assumem uma posição corporal mais formal, e suas vestes flertam diretamente com a *Haute Couture.* Já as de número 258, 259, 263, 264 e 265, as modelos se posicionam corporalmente de maneira mais jovial, até mesmo subindo em corrimãos e fontes. Estas duas formas de apresentar as roupas nos demonstram a preocupação de Lívio Rangan em introduzir a linguagem industrial de moda no país tanto para consumidores mais conservadores quanto para os que buscavam as últimas novidades da moda. Observamos, também, que de todas essas roupas, apenas duas peças estão hoje no MASP: os modelos das imagens 258 e 259, revelando que em suas escolhas, Bardi deu prioridade para a linguagem industrial e energicamente jovem do que para a tradicional linguagem da *Couture*[214]. Isso se explica facilmente pela postura de Bardi frente a sua abordagem da ideia de design: uma forma expressiva industrial que conforma e é conformado em seu

[214] Só para se ter uma ideia, quantitativamente, vestidos feitos dentro da lógica e da técnica da *Couture* são, em números, bem menores que os feitos dentro da lógica da moda industrial jovem; dos 79 vestuários catalogados, 54 são de fatura industrial e seguem padrões de moda jovem dos anos 1960, contra 22 que são aproximados do universo da *Haute Couture* e 3 sem identificação alguma.

meio. Dessa maneira, criar um acervo de vestes com estampas que estabelecem conexões entre o mundo industrial nascente brasileiro e sua produção plástica de ponta se faz mais importante do que simplesmente colecionar roupas que referendam formas de fatura e temáticas importadas da França, de Milão, etc., deixando o dado criativo para segundo plano. Notar que todas as vestes que se aproximam da *Couture* possuem estampas muito interessantes, como as feitas por Manabu Mabe. Portanto, as escolhas de Bardi não se deram de maneira aleatória, mas sim, obedeceram ao critério de valorização da produção que emergia da realidade local em um diálogo (e não uma cópia simplesmente) com a linguagem da moda jovem industrial.

Moda e Arte: um recorte patrimonial possível

O vestuário-moda no MASP é tratado como objeto de observação artística e um artefato do universo do vestuário que tem conteúdo estético para a fruição plástica. Isto significa que dentro do museu, o objeto-vestuário recebe atenção e tratamento de obra de arte. Por outro lado, devemos nos lembrar de que é uma coleção idealizada para ser a base de outro museu, seja ele de vestuário ou de design. Percebemos que quando se modela um acervo, molda-se uma possibilidade de memória, já que este é a possibilidade de "fala" de um museu. Assim, o recorte patrimonial do MASP acaba por demonstrar uma rica possibilidade de reunir, na mesma abordagem patrimonial, vestuário e arte. Notamos uma premente preferência por vestuários que já tinham estado no horizonte simbólico da moda. Portanto, estes objetos são referenciais do design de vestuário da ordem cultural capitalista. É mister dizer que se trata de um acervo que apresenta uma estética da mercadoria, isto é, objetos que possuem, em sua biografia, o fator de serem produzidos para consumo, tornando-se, dessa maneira, parte do universo cotidiano. No entanto, grande parte dos objetos que constitui a coleção de vestuários do MASP possui caráter exclusivo (*Coleção Rhodia*), o que reforça os valores tradicionais que cercam a ideia do objeto artístico, valorizando, sobremaneira, o teor de criação artística que esses possuem, pois se trata de roupas sem similares no mundo, portanto, já têm, em certa medida, um caráter de *extracotidiano*.

Compreendemos que o vestuário dentro do MASP é um artefato. Este, através da forma, comunica a respeito da experiência estética de um dado momento, o que interessa ao museu é justamente este universo formal em que a roupa se faz potencial (compreendendo esta como possibilidade de se pensar em práticas e significados) das experiências plásticas que este objeto trouxe e do qual ainda é vetor. Notamos, por exemplo, que nas vezes em que tais vestes foram expostas, em poucas, talvez em nenhuma, o teor histórico foi apagado. Em toda documentação a que tivemos acesso, observamos que estas roupas e/ou acessórios foram tratados como formas estéticas do passado, sobretudo, como "portadoras" tanto de uma história da estética do cotidiano no Brasil, quanto das expressões artísticas dos anos 1960.

As exposições das quais fizeram – e fazem – parte, são, em sua maioria, feitas por terceiros, o que significa que são curadorias que não estão sob o cuidado da instituição portadora do acervo, mas sim, de curadores autônomos ou de outras instituições. Demonstra-se, por outro lado, que o acervo de vestuários-moda, e a coleção da Rhodia em especial, é relevante para os estudiosos, e interessados em vestuário-moda, ou em movimentos artísticos que diretamente dialoguem com essas peças. Mas a instituição, em si, não possui iniciativa para pesquisas internas, ou fomento à promoção e montagem de exposições que venham a criar possibilidades interpretativas novas sobre suas vestes.

É notório, também, que o vestuário mais utilizado em exposições são as peças da *Coleção Rhodia*. Isso é compreensível até pelo alarde que foi feito desde a doação deste conjunto de objetos, uma vez que aconteceu em evento público solene, com a presença de representantes do governo federal e estadual, além da elite da cidade. Nesta situação, foi exposta com todos os seus objetos, e, desde então, é fácil vincular o MASP ao universo da moda, em verdade, desde a sua fundação, quando o assunto é relacionado à preocupação com a formação de profissionais aptos a trabalharem e desenvolverem o design de moda. Dessa forma, a partir desses vestuários-moda, podemos perceber como são construídos, quais são seus possíveis enquadramentos, e sua importância enquanto indicadores de uma construção específica da memória.

O MASP no passado teve a intenção de forjar as fundações de um museu de vestuário/costume; hoje, ele constituiu um pequeno, mas importante acervo, que não sendo propriamente ainda um museu, é relevante para se pensar a História da Moda no Brasil fundida à História da Arte dos anos 1960. Infelizmente, o intento de formar um museu desta tipologia está, neste momento, adormecido pelo processo histórico do qual a instituição faz parte. Deste sonho de Bardi, restou-nos um significativo acervo de vestuário que continua sendo uma constante promessa de um dia se fundar um museu dedicado a esse tipo de manifestação objetal do universo cotidiano em São Paulo. A moda entra no MASP primeiro como tema, depois como acervo. Porém, o conjunto de vestuário está estagnado e depende totalmente das esporádicas doações que ocorrem de acordo com a vontade de generosos doadores.

A *Coleção Rhodia* acaba por ser um caso exemplar de um objeto que foi feito com a intenção de um diálogo intenso com a arte, mas que se propunha a ser um artefato que falava prioritariamente de moda, no entanto, como bem cultural – no sentido proposto por Castelnuovo (2006). A coleção Rhodia é no MASP, ou melhor, significa no museu aquilo que o *Cisitalia 202 GT* (1946, projetado por Battista 'Pinin' Farina) é no MoMA, isto é, trata-se de um objeto que teve seu estatuto original alterado. Pois em ambos os casos tratam-se de objetos de design que a partir do momento em que entraram no museu tornaram-se também objeto de arte. Portanto, são objetos que nos fazem pensar sobre as hierarquias internas do sistema da arte que atuam em seus respectivos ambientes museológicos.

É certo que o valor original se perde em um museu, ou melhor, fica suspenso como um referencial. Assim, as vestes da *Coleção Rhodia* não tratam mais da moda *que deve ser usada*, mas são, hoje, referências sobre a experiência da estética do cotidiano (como diria Baudelaire) dos anos 1960. Porém, neste contexto museal, a *Coleção Rhodia* acaba por constituir um novo sentido: ela agora é, não só, referência sobre a moda dos anos 1960, mas sobre o diálogo entre arte e moda e sobre a própria arte de tal década.

266. Comemoração de 50 anos da Rhodia no Brasil. Editoriais de moda de diversas coleções cobrem o cenário e as vestes de diversos desfiles e fases diferentes da *Seleções Rhodia* e suas míticas modelos, 1969.
Da esquerda para direita, estão hoje no MASP, o primeiro (nº 029-V), o segundo (nº 070-V), o terceiro (nº 011-V), o quarto (nº 038-V), o quinto (nº 037-V) e o nono (nº 034-V)

CONCLUSÃO

"Só a Antropofagia nos une"
Oswald de Andrade

A pesquisa junto à *Coleção Rhodia* demonstrou um objeto com potencialidades de pesquisa múltiplas, de modo que, desenvolver um só caminho pareceu-nos quase impossível. Por isso, o partido tomado por esta tese e o texto final dela pretendeu ser uma interpretação de alguns aspectos pertinentes desta coleção. A análise da *Coleção Rhodia* nos apresentou uma clara correlação entre as manifestações artísticas e de moda dos anos sessenta no Brasil. Tornando possível analisar como o gosto do brasileiro foi alterado na conformação de sua cultura da aparência e consumo, através de manifestações artísticas que adentraram no dia a dia das pessoas transformando a estética do cotidiano.

O desafio foi compreender porque o vestuário-moda da *Coleção Rhodia* poderia ser relevante para a estética do cotidiano. Para tanto, iniciamos a análise retomando o processo histórico do diálogo entre arte e moda ao longo do século XX. Neste ponto, notamos que, a partir das vanguardas artísticas, temos uma quebra consciente dos limites tradicionais da arte por parte dos artistas, e uma tentativa importante de unir arte e vida. Romper as fronteiras originais acabou por retirar os elementos da arte de um mundo separado para transformar e tocar a sensibilidade da vida das pessoas. Através de seu diálogo com a moda, a arte poderia entrar pela sala de estar, andar por ela, escapar das paredes, deixar de ser uma janela para outro lugar, ou um ser inanimado pousado sobre uma base, é antes, um tridimensional em movimento, que flui e toma contato com diversas pessoas no espaço. A linguagem da moda, por ser vulgarizada e de acesso democratizado, sobretudo no século XX, acaba por ser um receptáculo ideal para divulgar as novas ideias artísticas, isto é, as novas sensibilidades e questionamentos dos artistas do século citado. Notou-se que não só a arte ganhou com esse diálogo, mas também a moda, pois essa ampliou seu leque de potenciais novidades vestimentares.

A linguagem da moda necessita renovar suas possibilidades de silhueta, caimento, linha, textura, cores etc., porém, a novidade injetada na moda pela arte, ao longo do século XX, foi a de passar a ser compreendida não mais como uma simples cobertura do corpo, ou proteção contra intempéries, ou ainda mera indicação de distinção de classes, mas sim o vestuário-moda passa a ser a imagem que soluciona a condição de tensão cotidiana do indivíduo da sociedade capitalista. Segundo Sahlins, trata-se de um "conjunto de objetos manufaturados [que] é capaz de cobrir toda a ordem cultural de uma sociedade que, ao mesmo tempo, vestiria e investiria" (Sahlins, 2003: 180). Isto significa não só fazer roupas em escala industrial para indicar as noções básicas (ou categorias sociais) de quem somos nós quando em sociedade, isto é, feminino ou masculino, jovem ou maduro, privilegiado ou não, mas, mais que isso, o vestuário-moda constrói o simbolismo específico de nossas diferenças em *nossa* sociedade tanto em nível individual quanto social. E esta construção é sensível, necessita ser constituída a partir da visualidade e da leitura que as pessoas terão ao se confrontar com essa experiência.

Ao adentrarmos no processo histórico do diálogo entre arte e moda, percebemos que não podemos compreender os organizadores destes encontros como simples 'homens de negócios', nem, por outro lado, cair na simplificação de entendermos os criadores como fomentadores sem objetivos de lucros do mundo das artes. Neste ponto, é bom notarmos que não há propriamente um dominante, pois o produtor não impõe simplesmente as coisas ao mundo do consumo, nem os consumidores fazem suas escolhas de modo inocente. A dinâmica que se estabeleceu, durante o século XX, demonstra-nos que se desenvolve uma lógica significativa do concreto, de significação das diferenças objetivas que geram signos apropriados para as distinções sociais emergentes (Sahlins, 2003: 184-185), pois a década de 1960 caracteriza-se por ser um momento de transformação do que o vestuário-moda significa socialmente. Até o final da segunda guerra mundial, as roupas eram, sobretudo, um indicador da classe social da pessoa que a usava. A partir dos anos 1960, o vestuário-moda passa a ter como principal função indicar a expressão individual das pessoas. Assim, a tensão entre indivíduo e sociedade que toda veste capitalista possui, recai, na balança, para o prato da individualidade.

A arte adentra no diálogo com a moda apresentando – e criando – novas possibilidades de objetivações culturais, que podem ou não ser cultivadas pela sociedade. No caso específico da Rhodia, notamos que não foi simplesmente o filamento sintético que adentrou ao universo de consumo dos brasileiros, mas um mundo de formas vestimentares, estampas, padrões de beleza, música, e por que não, atmosferas criadas para compreendermos e interagirmos – e por escolha individual – consumir ou não estas novas ideias postas pela empresa francesa em seus *desfiles-show*, editoriais de moda, publicidade, etc. Portanto, a Rhodia não impôs a moda proposta em seus eventos, antes, Rangan conseguiu sentir e notar tanto as mudanças que ocorriam sensível no mundo (moda jovem, antimoda, antidesign, arte contemporânea, etc.) quanto as transformações sociais que o Brasil passava (indústria cultural, ditadura, arte engajada etc.). Ele criou diversos modelos que poderiam – e muitos foram – imitados ou referenciados em escala industrial, confirmando novas possibilidades de construir as categorias sociais. Afinal, o capitalismo não é uma pura racionalidade, nem mesmo é única e exclusivamente uma ordem econômica, é também, uma ordem cultural que age de maneira específica. Para nós, que estamos nesta lógica, trata-se de um sistema de objetos que, nas palavras de Sahlins, *"não são simplesmente úteis, mas significativos, cuja utilidade realmente consiste em uma significação"* (2003: 202). Por conseguinte, o consumo dentro desta lógica não é aleatório, ou seja, a ação de consumir só é executada quando faz sentido social e individual para a pessoa que adquire o objeto-moda. Assim, Livio Rangan e a Rhodia não simplesmente impõem a mudança, mas o país encontrava-se em um momento de profundas transformações socioculturais. O próprio sistema da moda também estava em um momento de modificação de eixos, mudando o foco de atenção da *Haute Couture* para a barata e industrial moda jovem (o *ready-to-wear*). A dinâmica mais ampla da ordem social e a mais específica estavam coadunadas. Rangan foi sensível a isso e proporcionou ao país uma nova roupagem para o universo da moda, beleza, arte, música, espetáculo, e, por que não, para os negócios, para indústria têxtil, de confecção, de aviamentos, etc.

Os anos 1960 são um momento de transformações culturais profundas na sociedade ocidental. E o Brasil não passou incólume por isso. O projeto de *moda brasileira* da Rhodia foi um agente importante deste processo de modificações socioculturais. Os eventos da Rhodia foram importantes como meio destas expressões chegarem ao país e conectá-lo ao que se debatia e produzia a respeito de moda e arte na década citada. A minissaia (manifestação de moda jovem), a moda industrial (democratização da linguagem de moda), a simplificação das formas (influência de diversas estéticas ligadas à abstração geométrica e a conformidade da produção em larga escala – modelagem plana industrial), as estampas e cores vibrantes (quebrando com os termos vestimentares bem comportados dos anos 50 e suas cores suaves e combinações tradicionais) foram exploradas por nossos artistas e estilistas na intenção de fomentar a indústria têxtil e posteriormente a confeccionista. Se internacionalmente a moda passa a ser um indicador da mudança de atitude de comportamento das massas, isto também ocorre simultaneamente no Brasil, e melhor, a nossa maneira.

A coleção Rhodia é um caso exemplar do diálogo entre arte e moda. Por isso, a presente tese buscou também demonstrar de que maneira este exemplo tanto se inseria no contexto local quanto mais amplo. Rangan foi responsável por uma ação publicitária estratégica que apresentou a moda de maneira *sui generis* para o Brasil, pois este 'orquestrador' utilizou a arte como um diálogo que tornou possível criar uma nova forma de comunicação, que ao mesmo tempo era questionadora e espetacular. Questionadora porque era inevitável perceber que as formas artísticas ao seu redor podiam propor uma nova sensibilidade frente ao ato de vestir. Isto significa, por exemplo, usar formas tradicionais de construção de vestes, por meio dos modelos executados por estilistas atuantes em Paris e também por Dener Pamplona de Abreu e Ugo Castellana (ou seja, a *Haute Couture* parisiense ou sua similar feita no Brasil), mas que tinham estampas advindas da abstração lírica de Manabu Mabe e Iberê Camargo. O discurso mais comum era o de usar os artistas locais para dar a chamada 'cor local', mas, mais que isso, era uma maneira de legitimar uma linguagem nova – a moda industrial – junto a um público que começava, àquele momento, a consumir os produtos industriais. Grande parte dos

artistas, não só compreendiam, mas também fomentavam essas transformações. Muitos deles também desejavam invadir o mundo industrial, pois ele dava acesso a uma possibilidade de unir arte e vida, expandir suas propostas sensíveis e suas questões para além das galerias e museus.

Espetacular porque proporcionava, por meio de shows, a comunicação de informações sobre vestuário-moda, arte contemporânea, música etc. Os desfiles-shows da Rhodia na FENIT fomentavam uma representação pública da moda que tinha como fim impressionar e informar, ao mesmo tempo em que era destinada a entreter. Dessa maneira, notamos que os *desfiles-shows* da Rhodia acabavam por ser espetáculos no sentido que Debord anuncia em seu livro *A sociedade do espetáculo*, isto é, os eventos da Rhodia podem ser compreendidos, inicialmente, como espetáculos de imagens que mediam as relações entre as pessoas (Debord, 2003: 9), pois, trata-se de um espaço em que se realiza simultaneamente o projeto (de moda brasileira) e o resultado (transformação do gosto e dos hábitos de consumo). Porém, para além desta definição inicial, os desfiles da Rhodia são propostas (de informação de moda, publicidade, etc.) que constituíram o modelo de moda consumido ao longo dos anos 1960. Os elementos que compõem os *desfiles-shows* são indissolúveis e funcionavam como em um espetáculo, ou melhor, como em uma performance, pois apenas no momento que são executados expõem totalmente suas intenções e informações. A tese aqui apresentada tentou se aproximar e compreender alguns aspectos dos *desfiles-shows*. Para tanto, separamos artificialmente os componentes do evento para melhor estudá-los. Sabíamos que, sendo eventos de caráter espetacular, os *desfiles-shows* da Rhodia eram grandiosos, e que se impunham, enquanto imagem de uma maneira positiva e indiscutível (Debord, 2003: 11). Portanto, ao optarmos por estudar alguns elementos dos eventos foi consciente que tolheríamos a potencialidade de compreensão mais ampla e total dos desfiles-show. No entanto, através deste caminho nos ficou claro que Livio Rangan sabia que o caráter espetacular de suas ações promocionais era um meio poderoso de 'fazer ver' através de diversos recursos midiáticos sua mensagem sobre a arte e moda no Brasil, fazendo com que a moda industrial adentrasse o país de modo espetacular.

As experiências junto à Rhodia nos proporcionaram pensar sobre diversos aspectos da arte, design e moda no Brasil. Talvez um dos mais promissores seja que nesta coleção identificamos um especial *lócus* em que a contribuição estrangeira e as características locais são processadas e produzem ao longo da década experiências e objetos-vestuário contemporâneos, autênticos e que conseguem coadunar uma fala ao público nacional e internacional.

As vestes são um desafio para os artistas, já que suas propostas de estampa acabam por romper com as leituras imediatas, exigindo de seu espectador mais do que simplesmente conhecer moda, mas se dispor a usar repertórios variados de formação sensível para compreender suas propostas. Da abstração lírica às estampas com rosto das modelos nos vestidos que elas mesmas portavam – no desfile *Momento 68*, de 1968 – passando por estampas *pop* ou de caráter *naïf,* Rangan coordenou desfiles que proporcionavam aos envolvidos – artistas, estilistas, músicos, cenógrafos, etc. – uma plataforma para expor temáticas caras as suas poéticas, e estas acabavam por ajudar o país a repensar o seu consumo de moda. No caso da Rhodia, o vestuário tornou-se para os artistas um espaço quase sempre compreendido como suporte para os artistas expressarem suas ideias via a bidimensionalidade das estampas. No entanto, é necessário notarmos que do ponto de vista da construção das roupas, elas traziam as formas que eram já ratificadas por Paris e outras capitais da moda. Não é forçoso afirmar que a base construtiva das roupas é francesa, mas há uma tentativa de superar esta base usando referências e o desenvolvimento (e compreensão) de que os acessórios também compõem a visualidade, isto é, a aparência. Portanto, estes são importantes dentro do arranjo de moda. Percebemos que se o dado da linguagem internacional da moda é imposto por um lado (empresa francesa de filamentos sintéticos, *Haute Couture*, etc.), por outro, a linguagem local se faz presente não só nas estampas (mesmo que elas sejam o caso exemplar), mas em toda a atmosfera criadas para os *desfiles-shows* (corporalidades, acessórios, música etc.).

A partir dos estudos sobre a relação arte e moda, dos *desfiles-shows* da Rhodia na FENIT e de verificarmos a importância das diferentes ações dos artistas junto à

produção de estampas para a Rhodia, notamos que os eventos elaborados por Livio Rangan foram de crucial importância, pois eles motivaram a criação das peças que hoje compõem o acervo estudado, bem como foram nestes eventos que os objetos-vestuários da coleção Rhodia se viram expostos pela primeira vez ao público de maneira espetacular. Sendo assim, mais do que simples episódios publicitários, os *desfiles-shows* foram eventos transformadores, no que concerne à maneira de os brasileiros pensarem moda, isto é, sua construção de aparência. Para tanto, a edificação de um show que tinha sempre uma linha temática que seguia um roteiro, que conformava a coreografia das modelos, o cenário, os convidados, as músicas e as roupas apresentadas. O desfile-performático, com caráter de inserir o novo material industrial passa a ser também o introdutor de novas sensibilidades tanto na linguagem artística quanto de moda.

Estudamos o processo de criação das estampas presentes nas roupas porque as peças que constituem a *Coleção Rhodia*, e sua especial relação com a arte, estabelecem-se notadamente através das estampas criadas pelos artistas plásticos de então. Observamos que desde o início até o final desta empreitada, especificamente de 1969 até 1971, quase todas as principais formas de expressão surgidas na arte produzida no Brasil tiveram representações nas estampas da Rhodia. No princípio das ações de Livio Rangan, notamos a maciça presença de artistas de inspiração concreta, então linguagem mais proeminente no campo das artes do país. Ao longo da década, outras correntes artísticas foram convidadas a participar da criação de estampas para a Rhodia. Isto significa que artistas de paragens como arte popular, expressionismo abstrato, a *Pop Art*, entre outras, estavam envolvidos na construção de novas experiências de estampagem. Notadamente o que faz cada um destes artistas concordarem e adentrarem na campanha da Rhodia são motivações das mais variadas. Por exemplo, os concretos possuem no design um diálogo quase certo, se não um lócus privilegiado de criação de suas poéticas, assumidamente industriais. Outro exemplo é o de Nelson Leirner e seu grupo, que não acreditavam nos limites tradicionais da arte, invadindo outras possibilidades de atuação e expressão da arte, sendo estas sempre desafios bem-vindos. Ou seja, os contornos, aquilo que demarca até onde vai a arte, durante a década de 1960 é colocado constantemente

em xeque, assim, diversas formas expressivas são constantemente fundidas, e ou dialogadas tornando confuso perceber quando uma começa e a outra termina.

Finalizando os estudos, a *Coleção Rhodia* também permite um debate sobre a memória da arte e da moda. Ela tornou-se um indicador de memória quando foi musealizada no MASP. No entanto, isso faz com que objetos-vestuário que continham um fim específico tenham seus usos transformados. Ao entrar em um museu, uma peça de vestuário não mais será usada, ninguém mais a vestirá, sua função passa a ser a de referência de algo que um dia teve sua representatividade. Sua biografia passa a ser central, e sua vida matérica será estendida ao máximo. No processo de musealização, muitas vezes, informações preciosas e que são de fácil acesso no momento da doação, podem desaparecer se não forem colhidas e registradas. Dessa maneira, o processo de musealização e de produção de documentos sobre os objetos musealizados é primordial. No caso das vestes da Rhodia sua entrada foi cercada de eventos e comemorações, mas seu processo de documentação não foi completo. Deixando lacunas sobre informações básicas de produção das peças, tornando, décadas mais tarde, um desafio saber quem fez o quê, e por que o fez. Para sanar parcialmente isso, tentamos nessa tese fiar, tecer e costurar uma série de documentações, depoimentos e informações de qualidades e tipos muitos distintos entre si, na esperança de reconfigurar as informações básicas sobre a coleção Rhodia do MASP. Tecer esta conjuntura foi primordial para compreendermos qual a importância desta coleção de vestuário, tanto para o universo da História da Arte e do Design quanto para a História da Moda.

Dado fundamental foi a tentativa de reconstituição da biografia de parte destes objetos, pois ao discutir o percurso destes objetos-vestuário da *Coleção Rhodia*, adentramos no sistema de consumo (quando eles disseminam modas e comportamentos) e no campo das artes (uma vez que são responsáveis por difundirem experiências e leituras sensíveis), conseguindo debater mais profundamente a respeito destes artefatos que foram impregnados com generalizações da arte, e multiplicados continuamente através dos meios de comunicação. Confirmando que a busca por referências criativas tanto nas capitais da moda quanto na produção artística contemporânea, era um meio

constante do processo criativo das coleções. Enfim, são objetos-vestuário que manifestam o design de moda e expressões de arte contemporânea.

A *Coleção Rhodia* dentro do MASP propiciou debates instigantes, pois é acervo com intenções distintas da grande maioria dos objetos ali colocados. Já que são, concomitantemente, peças que tratam da memória da história do têxtil, do vestuário e da moda no Brasil, mas também indicam transformações na sensibilidade diária, isto é, na estética cotidiana como as mudanças na linguagem plástica que formaram (e conformaram) a aparência das pessoas que um dia as portaram, e também de quem as assistiu em desfiles pela televisão ou leu nas páginas das revistas. Refletir sobre estas questões é de fundamental importância para a produção de conhecimento sobre esses vestuários-moda e para a construção de interpretações da história da moda da qual essas peças foram protagonistas. Portanto, uma das intenções desta tese foi a de compreender como se estabeleceram as relações, entre as roupas musealizadas e seu processo de musealização, pois isso pode nos dar uma visualização de suas interrelações no universo dos objetos-vestuário, dos objetos-arte e com o meio social. Assim, perceber como são constituídas as vestes, os têxteis e seus possíveis enquadramentos como importantes indicadores de uma construção específica da memória que une arte e moda.

O conjunto de obras estudado é um exemplo para pensarmos o quanto as definições sobre os objetos dependem de sua relação com o contexto produtor dele e também do contexto atual que o observa em outro tempo e espaço. Assim, o que inicialmente já foi peça publicitária, objeto de design de moda, hoje pode ser objeto de arte. As categorias do sistema da arte são instrumentais para pensarmos de maneira referencial, isto é, não são simplesmente rótulos em que tentamos a todo custo colocar os objetos de pesquisa. Não raro, eles excedem ao espaço semântico original, que julgamos ser o mais pertinente ou mais confortável para nós analisando-os. Vão além e se reposicionam no mundo constantemente, dependendo da maneira que são introduzidos em diversos contextos. Um vestido em um desfile, em uma vitrine, em uso sobre um corpo, no seu guarda-roupa ou em um museu tem sua potencialidade simbólica alterada

conforme os espaços culturais por onde circula e é agente tanto quanto sofre agências dos elementos que o circundam no mundo.

O vestuário-moda é o elemento fundamental da composição da aparência, algo que todos carregam na fronteira entre o individual e o social, entre o local e o internacional, a moda é o campo de embate onde as pessoas tentam dar soluções para a tensão indivíduo e sociedade, impressos todo dia no confronto estético com o espelho. A *Coleção Rhodia* tentou, a todo o momento, propor soluções para estas tensões comuns ao cotidiano da arte e da moda após a segunda Guerra Mundial. Isto é, a criação destas peças se fez como meio de expor não só a percepção artística, mas através dela a sensibilidade que produz um novo pensamento sobre a construção da aparência. Os eventos de moda da Rhodia acabam por serem estimulantes estéticos que geraram um conhecimento advindo do sentido que pode transformar o julgamento e as ações frente ao que adquirir como objetos que compõem o espetáculo particular do vestir-se para outrem. Alterar este julgamento, isto é, o gosto, se fez, portanto, através da mudança das referências que podem mudar a nossa relação com os objetos (nossa percepção sobre eles). A coleção Rhodia do MASP foi fruto de uma série de transformações tanto no contexto mais amplo do Brasil (situação socioeconômica), quanto internas e específicas ao universo da arte e da moda. Isso aconteceu articulando-se duas linguagens (arte e moda) que tinham tanto o dado internacional quanto nacional. Além disso, funcionou revelando algo de gosto antropofágico, isto é, a melhor maneira oswaldiana, canibalizamos as nossas referências culturais com as caudalosas citações e alusões ao universo internacional da moda, criando, a partir desta mistura uma nova experiência vestimentar, apta a adentrar no Brasil urbano e industrial que se inaugurava.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRAFIA

ABREU, D. P. **Dener – o luxo: Dener Pamplona de Abreu.** São Paulo: Cosac Naify, 2007 [3ª. Edição].

ADES, D. **Arte na América Latina.** São Paulo: Cosac & Naify, 1997.

AGUILAR, N. A. **Arte Popular. Mostra do Redescobrimento.** São Paulo: Fundação Bienal, 2000 [catálogo de exposição].

_____. **Figuration et spatialisation dans la peinture moderne bresilienne: le sejour de Vieira da Silva au Brésil (1940/1947).** Lyon: tese de doutorado, Universite Jean Moulin, 1984.

AGUILERA, Y., MATTOS, C. V. de. **Entre quadros e esculturas: Wesley e os fundadores da Escola Brasil.** São Paulo: Discurso Editorial, 1997.

ALMEIDA, A. J. **Indumentária e a moda: seleção bibliográfica em português.** In *Anais do Museu Paulista. Nova Série.* São Paulo: Museu Paulista, USP, v. 3, jan/dez. 1995, p. 251-296.

ALMEIDA, A. M. **Museus e Coleções Universitários: Por que Museus de Arte na Universidade de São Paulo (USP).** São Paulo: tese de doutorado em Ciências da Informação e Documentação, Escola de Comunicação e Artes USP, 2001.

AMARAL, A. (org.). **Arte Construtiva no Brasil: Coleção Adolpho Leirner.** São Paulo: DBA Arte e Gráfica/Melhoramentos, 1998 [catálogo de coleção].

_____. **Arte para quê? A preocupação social na arte brasileira. 1930-1970.** São Paulo: Nobel, 1987.

_____. **Projeto Construtivo Brasileiro na Arte.** Rio de Janeiro/São Paulo: MEC/Pinacoteca do Estado de São Paulo, 1977 [catálogo de exposição].

AMARANTE, L. **As Bienais de São Paulo: 1951 a 1987.** São Paulo: Projeto, 1989.

AMÉRICAS. Washington D.C. (E.U.A.): La Union Panamericana, Secretaria General de la Organización de los Estados Americanos. Deciembre, 1952.

ANDRADE, R. **Boué Soeurs RG 7091 – a biografia cultural de um vestido.** São Paulo: PUC SP, Doutorado em História, 2008.

APPADURAI, A. **The social life of things: commodities in cultural perspective.** Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

ARCHER, M. **Arte Contemporânea – Uma história concisa.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ARGAN, G. C. **Arte Moderna: do iluminismo aos movimentos modernos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

ARRUDA, M. A. N. **Metrópole e Cultura – São Paulo no meio do século XX.** Bauru: UDESC, 2001.

ARTE NO BRASIL. São Paulo: Abril Cultural, 1979 [Apresentação de Pietro Maria Bardi e Pedro Manuel].

BARBUY, H. **A exposição universal de 1889 em Paris.** São Paulo: Loyola, 1992.

BARDI, P. M. **História do MASP**. São Paulo: Quadrante, 1990.

BARROS, R. T. **Antonio Maluf – Arte Concreta Paulista.** São Paulo: USP/Maria Antonia/Cosac & Naify, 2002.

BARTHES, R. **Fragmentos de um discurso amoroso.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1994.

_____. **Inéditos – volume 3 – Imagem e Moda.** São Paulo: Martins Editora, 2005.

BASUALDO, C. **Tropicália: a revolution in Brazilian Culture 1967-72**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005 [catálogo de exposição].

BAUDELAIRE, C. **Sobre a modernidade – o pintor da vida moderna.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BAUDOT, F. **Moda do Século.** São Paulo: Cosac Naify, 2002.

_____. **Moda y Surrealismo.** Madrid: H. Kliczkowski, s/d.

BAXANDALL, M. **O Olhar Renascente – Pintura e experiência social na Itália da Renascença.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

_____. **Padrões de Intenção**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

BAZIN, G. **História da História da Arte.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

BENTHIEN, R. F. Castelnuovo, Enrico. Retrato e Sociedade na Arte Italiana. Ensaios de história social da arte. In: **Revista de História.** São Paulo: Departamento de História, FFLCH, nº 156, 1º Semestre de 2007, p.311-316.

BLUM, D. **Shocking! The art & fashion of Elsa Schiaparelli.** Philadelphia: Philadelphia Museum of Art, 2003 [catálogo de exposição].

BO BARDI, L. **Tempos de Grossura: Design no Impasse.** São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994.

BONADIO, M. C. **O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. (1960-1970).**

Campinas: tese de doutoramento em História IFCH UNICAMP, 2005.
BONFAND, Alain. **A arte Abstrata.** Campinas: Papirus Editora, 1996.
BOUCHER, F. **Histoire du Costume em Occident.** Paris : Flammarion, 1996.
BRADLEY, F. **Surrealismo.** São Paulo: Cosac & Naify, 1999.
BRANDSTÄTTER, C. **Klimt & a Moda.** São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
BRETT, G. *Um salto radical*. In: ADES, D. **Arte na América Latina.** São Paulo: Cosac Naify, 2002.
_____. **Whitechapel Experience**. London: 1969 [catálogo de exposição].
BREWARD, C. **Fashion**, Oxford, Oxford History of Art, 2003
_____. *No olho do furacão: Moda e Modernidade na Oxford Circus*. In **Fashion Theory – A revista da Moda, Corpo e Cultura.** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, Berg, ABIT, APEX, 2002 [edição brasileira].
BREWARD, C., EVANS, C. **Fashion and Modernity.** London: Berg, 2005.
BREWARD, C., GILBERT, D., LISTER, J. **Swinging Sixties. Fashion in London and beyond 1955-1970.** London: V&A Publications, 2006 [catálogo de exposição].
BROOKS, M., CLARK, C., EASTOP, D., PETSCHEK, C. *Restauração e conservação: algumas questões para os conservadores. A perspectiva da conservação de têxteis***.** In **Anais do Museu Paulista** (Nova Série, volume 2, jan/dez). São Paulo: Museu Paulista USP, 1994.
BRUHN, Mathias. *Aby Warburg (1866-1929): The Survival of an Idea* (Acessado via *J-Stor* em 2006).
BRUNO, M. C. O. *Museus Hoje para o Amanhã***.** In **Conferencia Latino Americana de Museus**. São Paulo: mimeo, 1996.
BUENO, M. L. **Artes Plásticas no século XX: modernidade e globalização.** Campinas: Editora da Unicamp, 1999.
BURUCÚA, J. E. **História, arte, cultura – de Aby Warburg a Carlo Guinzburg.** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.
CALADO, C. **A Divina Comédia dos Mutantes.** São Paulo: Editora 34, 1995.
_____. **A estranha saga do *Brazilian Octopus.*** In *Cliquemusic – A música brasileira está aqui.* 24/11/2000. http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/a-estranha-saga-do-brazilian-octopus [acessado em 09/10/2009].
CALANCA, D. **História Social da Moda.** São Paulo: Senac, 2008.
CAMPOS, J. L. *Sobre Riegl, Panofsky e Cassirer: a intencionalidade histórica da representação espacial.* In: **Sincronia**, Primavera, 2002 (acessado em 11/10/2005).
CARDOSO, R. *História do Design: uma ergonomia do Tempo*. Rio de Janeiro: P&D, 1998.
_____. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
CASTELNUOVO, E. **Arte, Industria y Revolución – Temas de Historia Social del Arte.** Barcelona: Nexos, 1988.
_____. *De que estamos falando quando falamos de história da arte?*. In: CASTELNUOVO, E. **Retrato e Sociedade na Arte Italiana.** São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
CATENACCI, V. *Cultura Popular: entre a tradição e a transformação***.** In: **São Paulo em Perspectiva**, 15(2), 2001.
CAYEZ, P. **Rhône-Poulenc 1895-1975.** Paris: A. Colin, 1988 [collection 'Histoire de l'Entreprise'].
CELANT, G. *Cortar é pensar: arte & moda. In*: CÉRON, I. P., REIS, P. **Kant – Crítica e Estética na Modernidade.** São Paulo: Senac São Paulo, 1997.
_____. **Looking at fashion.** Firenze: Biennalle di Firenze, 1997.
CÉRON, I. P., REIS, P. **Kant – Crítica e Estética na Modernidade.** São Paulo: Senac São Paulo, 1997.
CHADWICK, W. **Women, Art, and Society.** London: Thames and Hudson, 1990.
CHAGAS, M. **Memória e Processos Museológicos.** Rio de Janeiro: s.e., 2000.
CHIPP, H.B. **Teorias da Arte Moderna.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.
CLARO, M. **UNILABOR.** São Paulo: Senac, 2004.
COCCHIARALE, F., GEIGER, A. B. **Abstracionismo: Geométrico e informal – a vanguarda brasileira nos anos 50.** Rio de Janeiro: FUNARTE, 1987.
COLI, J. **O que é arte.** São Paulo: Brasiliense, 1989.
CONDURU, R. **Willys de Castro.** São Paulo: Cosac Naify, 2005.
COSTA, M. L., ROELS JÚNIOR, R. **Coleção Gilberto Chateaubriand, anos 60/70.** São Paulo: Galeria de Arte do SESI/MAM-RJ, 1992.

COSTA, S., BERMAN, D., HABIB, R. L. ***150 anos da indústria têxtil brasileira***. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, Texto & Arte, 2000. [edição bilíngüe].

COTIDIANO/ARTE: O CONSUMO. São Paulo: Itaú Cultural, 1999 [catálogo de exposição].

COUTO, M. F. M. **Por uma vanguarda nacional.** Campinas: Editora da Unicamp, 2004.

CUMMING, V. **Understanding Fashion History.** London: Batsford, 2004.

CUNNINGHAM, P. A. **Reforming women's fashion 1850-1920: politics, health, and art.** Kent (Ohio): The Kent State University Press, 2003.

DAMASE, J. **Sonia Delaunay: Fashion and Fabrics.** London: Thames & Hudson, 1997.

DAVIS, S. **Museologia – Roteiros Práticos.** São Paulo: Fundação Vitae/Edusp, 2001.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** São Paulo: e-bookslibris, 2003 (www.geocities.com/projetoperifieria)

DEL NERO, C. *Metamorfoses do consumo*. In: **COTIDIANO/ARTE: O CONSUMO.** São Paulo: Itaú Cultural, 1999 [catálogo de exposição].

DIDI-HUBERMAN. **L'Image Survivante. Histoire de L'Art et temps des fantômes selon Aby Warburg**. Paris: Présentation Presse, 2002.

DIERS, M., GIRST, T., VON MOLTKE, D. *Warburg and the Warburgian Tradition of Cultural History*. In: **New German Critique**, n. 65 (spring-Summer) 1995, p. 59-73.

DÓRIA, C. **Bordado da Fama: Uma biografia de Dener.** São Paulo: Senac, 1998.

DUGGAN, G. G. *O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática*. In **Fashion Theory – A revista da Moda, Corpo e Cultura (edição brasileira)**. São Paulo: ABIT, Berg, APEX, Editora Anhembi Morumbi, 2002.

DURAND, J. C. **Moda, Luxo e Economia.** São Paulo: Babel Cultural, 1988.

ELIAS, M. J. **Museu Paulista: Memória e História.** São Paulo: tese de doutorado FFLCH/USP, 1996.

Enciclopédia Einaudi. **Volume 1. Memória-História.** Lisboa: Casa da Moeda/Imprensa Nacional, 1984.

EVANS, C. *O espetáculo encantado*. In **Fashion Theory – A revista da Moda, Corpo e Cultura (edição brasileira)**. São Paulo: ABIT, Berg, APEX, Editora Anhembi Morumbi, 2002.

FAHR-BECKER, G. **Wiener Werkstätte (1903-1932).** Los Angeles: Taschen America, 2008.

FARIAS, A. **O fim da arte segundo Nelson Leirner.** São Paulo: Sec. Estado da Cultura, s/d.

FAVARETTO, C. **A invenção de Hélio Oiticica.** São Paulo: Edusp, 1992.

_____. **Tropicália: Alegoria, Alegria.** Cotia: Ateliê Editorial, 2000.

FERNANDES, Cássio da Silva. *Aby Warburg: entre a arte florentina do Retrato e um retrato de Florença na época de Lorenzo de Medici.* In **História: Questão & Debates**, n.41, p.131-165, Curitiba: Editora UFPR, 2004.

FERRARA, J. A., SERRONI, J. **Cenografia e Indumentária no TBC: 16 anos de história.** São Paulo: Secretaria do Estado de Cultura, 1980.

FERREIRA, E. **Sonia Delaunay.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian – Centro de Arte Moderna José de Azeredo Perdigão, s/d.

FERREIRA, F. P. **A indústria brasileira do Vestuário: Histórias, Reflexões e Projeções.** São Paulo: Editora Brasil Têxtil, s/d.

FINEBERG, J. **Art Since 1940 – strategies of bieng.** New York: Harry N. Abrams, 1995.

FOCILLON, H. **A vida das formas.** Lisboa: Edições 70, 1946.

FORTY, A. **Objetos de Desejo – Design e Sociedade desde 1750.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANKEL, S. *The Chanel n°5 Story*. In: **The Independent.** October, 15, 2008 [http://www.independent.co.uk/news/people/profiles/the-chanel-no-5-story-961226.html]. Acessado: 27 de abril de 2009.

FREITAS, N. **Arte Cearense, a SCAP e Mário Baratta.** Disponível em: [http://www.newton.freitas.nom.br/artigos.asp?d=1&codigo=70]. Acessado em: 02 de outubro de 2005.

FROMENT, J.-L., MÜLLER, F., GOLBIN, P. Et alli. **Fashion Passion : 100 anos de Moda na Oca [Fashion Box].**São Paulo: BrasilConnects Cultura, 2004 [catálogo de exposição].

FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN. **Robert e Sonia Delaunay.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1982 [catálogo de exposição].

FUNDAÇÃO IFB. **Museu do Traje e do Têxtil.** Salvador: Fundação IFB, 2003 [catálogo de coleção].

FURRER, B. **Carybé.** Salvador: Fundação Emílio Odebrecht, 1989.
GARAFOLA, L. **Diaghilev's Ballets Russes.** New York: Da Cappo, 1998.
_____. **The Ballets Russes and its world.** New Haven: Yale University, 1999.
GARCIA, M. *A questão da cultura popular: as políticas culturais do Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes (UNE).* In: **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 24, n$^{o.}$ 47, p127-162, 2004.
GEERTZ, C. *A arte como um sistema cultural.* In: GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
_____. **A Interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
_____. **O saber local.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1997.
GERCHMAN, R. *A roupa dentro do corpo.* In **Malasartes**. Rio de Janeiro, n$^{o.}$ 01, Set/Out/Nov, 1975, p.20-23.
GINZBURG, C. *De Warburg a E. H. Gombrich: notas sobre um problema de método.* In: GINZBURG, C. **Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
_____. **Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
GIUTINI, C. *Storage of Historic Fabrics and Costumes***.** In BACHMANN, K. **Conservations Concerns**. Washington: Smithsonian Books, 1992.
GLUSBERG, J. **A Arte da Performance.** São Paulo: Perspectiva, 1987.
GNOLI, S. **Moda e Teatro: Le creazioni per Il palcoscenico di Poiret, Lucile, Chanel, Saint Laurent, Lacroix, Gaultier, Versace.** Roma : Meltemi, 2008.
GOMBRICH, E. H. **A História da Arte.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1993.
_____. **Aby Warburg: an intellectual biography.** Chicago/Oxford: The University of Chicago Press/Phaidon Press, 1986.
_____. **Aby Warburg: an intellectual biography**. Chicago/Oxford: The University of Chicago Press/Phaidon Press, 1986.
_____. *La ambivalencia de la tradición clásica: la psicología cultural de Aby Warburg (1866-1929)*. In GOMBRICH, E. H. **Tributos.** México: Fondo de Cultura Económica, 1991.
GONÇALO JR. **Alceu Penna e as garotas do Brasil: moda e imprensa – 1933/1980.**
GONTIJO, S. **80 anos de moda no Brasil.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
GREEN, N. L. **Read-to-wear and Ready-to-work – A century of industry and immigrants in Paris and New York.** Durham (North Carolina): Duke University Press, 1997.
GREENBERG, C. **Arte e Cultura.** São Paulo: Ática, 2001.
_____. *A vanguarda e o Kitsch*. In GREENBERG, C. **Arte e Cultura.** São Paulo: Ática, 2001.
GRIFFITH WINTON, A. *The Bauhaus, 1919–1933*. In: **Heilbrunn Timeline of Art History.** New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [http://www.metmuseum.org/toah/hd/bauh/hd_bauh.htm].
GROPIUS, W. **Bauhaus: novarquitetura.** São Paulo: Perspectiva, 1988.
GULLAR, F. **Etapas da Arte Contemporânea: do cubismo à arte neoconcreta.** Rio de Janeiro: Revan, 1998.
HANSSEN, B. *Portrait of Melancoly (Benjamin, Warburg, Panofsky)*. In: RICHTER, Gerhard. **Benjamin's Ghosts: Interventions in Contemporary Literary and Cultural Theory.** Stanford (CA): Stanford University Press, 2002.
HARDY, A.-R. **Art Deco Textiles: the french designers.** London, New York: Thames & Hudson, 2003.
HARRINSON, C., FRASCINA, F., PERRY, G. **Primitivismo, Cubismo, Abstração – Começo do Século XX**. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.
HARRINSON, C., WOOD, P. **Art in Theory (1900-2000).** Blackwell Publishing, 2003 (segunda edição).
HOLBORN, M. **Issey Miyake.** Köln: Taschen, 1995.öln: Taschen, 1995.
HOLLANDA, H. B. **Cultura e participação nos anos 60.** São Paulo: Brasiliense, 1982.
_____. **Impressões de viagem: CPC, vanguarda e desbunde 1960/70.** São Paulo, Brasiliense, 1981.
INSTITUTO CULTURAL ITAÚ. **Anos 60: a volta a figuração – marcos históricos.** São Paulo: ICI, 1994.
JEUDY, H.-P. **O corpo como objeto de arte.** São Paulo: Estação Liberdade, 2002.
JONES, S. J. **Fashion Design – Manual do Estilista.** São Paulo: Cosac Naify, 2005.
KACHUR, L. **Displaying the Marvelous – Marcel Duchamp, Salvador Dalí, and Surrealist Exhibition Installations.** Massachusetts: MIT Press, 2003.
KANDINSKY, N. **Do Espiritual na Arte.** São Paulo: Martins Fontes, 1990.
_____. **Punto y Línea sobre el Plano.** Barcelona: Barral, Labor, 1986.

KAPLAN, J. H., STOWELL, S. **Theatre and Fashion – Oscar Wilde to the Sufragettes.** Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
KEENAN, B. **The Women we wanted to look like.** London: Macmillan, 1997.
KLINTOWITZ, J. **Aldemir Martins: natureza a traços e cores.** São Paulo: Valoarte, 1989.
KODA, H. *Classical Art and Modern Dress*. In **Heilbrunn Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [d]. [http://www.metmuseum.org/toah/hd/god2/hd_god2.htm].
_____. *Classicism in Modern Dress*. In **Heilbrunn Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [b]. [http://www.metmuseum.org/toah/hd/god1/hd_god1.htm].
_____. *Dress Rehearsal: The Origins of the Costume Institute*. In **Heilbrunn Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [a]. [http://www.metmuseum.org/toah/hd/dreh/hd_dreh.htm].
_____. *The Chiton, Peplos, and Himation in Modern Dress*. In **Heilbrunn Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [c]. [http://www.metmuseum.org/toah/hd/god3/hd_god3.htm].
KOPYTOFF, I. *The cultural biography of things.* In: APPADURAI, A. **The social life of things: commodities in cultural perspective.** Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
KOSSOVITCH, L., LAUDANNA, M. **Gravura: arte brasileira do século XX.** São Paulo: Itaú Cultural/Cosac & Naify, 2000.
KRAUSS, R. E. **La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos.** Madrid: Alianza Editorial, 2006.
KULTERMANN, Udo. **Historia de la historia del arte: el camino de una ciencia.** Madrid: Ediciones Akal, 1996.
LARIONOV, M. **Diaghilev et lês Ballets Russes.** Paris: La Bibliothéque des Arts, 1970.
LAVER, J. **A roupa e a moda. Uma história concisa.** São Paulo: Cia. das Letras, 1989.
LE BOT, M. *Arte/Design*. In **Malasartes**. Rio de Janeiro: 1975 [texto original em francês].
LE GOFF, J. *Memória* e *Documento/Monumento***.** In **Enciclopédia Einaudi. Volume 1. Memória-História**. Lisboa: Casa da Moeda/Imprensa Nacional, 1984.
LE MUSÉE DE LA MODE. **Le Musée de la Mode.** Paris : Phaidon, 2004.
LE MUSÉE DES TISSUS DE LYON. **Le Musée des Tissus de Lyon.** Paris: Albin Michel, 1990.
LÉGER, F. **Funções da Pintura.** São Paulo: Nobel, 1989.
LEHMANN, U. **Tigersprung: fashion in modernity.** Massachusetts: MIT Press, 2000.
LEHNERT, G. **Fashion, a concise history.** London: Laurence King, 1998.
LEITE, J. R. T. **Dicionário Crítico da Pintura no Brasil.** Rio de Janeiro: Artlivre, 1988.
LEITE, R. M. *Modernismo e Vanguarda: o caso Flávio de Carvalho.* In **Instituto de Estudos Avançados USP.** São Paulo: USP, 13 (33), 1998 (p.233-244).
LEJEUNE, P. **Le pacte autobiographique.** Paris: Seuil, 1996.
LEMOS, C. A. C. **O prazer pelo desenho: os últimos 50 anos**. São Paulo: Pinacoteca, 1996.
_____. **O que é Patrimônio Histórico.** São Paulo: Brasiliense, 1984.
LEVINBOOK, M. **Design de superfície: técnicas e processos em estamparia têxtil para produção industrial.** São Paulo: dissertação de mestrado em Design, Universidade Anhembi Morumbi, 2008.
LIFAR, S. **La Danza.** Barcelona: Editorial Labor, SA, 1968 [2ª Edição].
LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
LOUREIRO, F. P. **Nos fios de uma trama esquecida. A indústria têxtil paulista nas décadas pós-Depressão.** São Paulo: Dissertação de Mestrado, FFLCH, USP, 2006.
LOUREIRO, F. P. **Balanço das transformações da indústria têxtil paulista nas décadas pós-Depressão (1929-1950).** São Paulo: mimeo, s/d.
LUCIE-SMITH, E. *Arte Pop*. In STANGOS, N.(org.). **Conceitos da Arte Moderna.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
LUCIE-SMITH, E. **Os movimentos artísticos a partir de 1945.** São Paulo: Martins Fontes, 2006.
MACKRELL, A. **Art and Fashion – The Impact of Art on Fashion and Fashion on Art.** London: Batsford, 2005.
MAGALHÃES, F. **Rubens Gerchman.** São Paulo: Lazuli Editora, 2006.
MARCONDES, M. A. (Org.). **Enciclopédia da música brasileira: erudita, folclórica e popular.** 2. ed. São Paulo: Art Editora, 1998.
MARINHO, M. G. S. M. *Moda: condicionantes de sua institucionalização acadêmica em São Paulo.* In

WAJNMAN, S., ALMEIDA, A. J. de. **Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico.** São Paulo: FAPESP/NIDEM/Arte & Cultura, 2002.
MARTIN, R. *American Ingenuity: Sportswear, 1930s–1970s*. In **Heilbrunn Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000. [http://www.metmuseum.org/toah/hd/amsp/hd_amsp.htm]
_____. **Cubism and Fashion.** New York: The Metropolitan Museum of Art, 1998 [catálogo de exposição].
_____. **Fashion and Surrealism.** New York: Rizzoli, 1987.
MASP. **O Moderno e o Contemporâneo na Arte Brasileira: coleção Gilberto Chateaubriand do MAM do Rio de Janeiro.** São Paulo: MASP, 1998.
MATTOS, C. V. de. *Arquivos da memória: Aby Warburg, a história da arte e a arte contemporânea.* In **Anais do II Encontro Nacional de História da Arte do IFCH-UNICAMP.** Campinas: IFCH-UNICAMP, 2006.
MELLO, Z. H. **A era dos Festivais: uma parábola.** São Paulo: Editora 34, 2003.
MENDES, V., HAYE, A. de la. **A moda do século XX.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.
MENESES, U. T. B. de. *A História, cativa da memória? Para um mapeamento da memória no campo das Ciências Sociais***.** In **Revista do IEB/USP** (34). São Paulo: IEB USP, 1992.
MILLER, D. (org.). **Material Cultures – Why somes things matter?** London: University College London, 1998.
MILLIET, M. A. **Lygia Clark: Obra Trajeto.** São Paulo: Edusp, 1992.
MILLIET, M. A. **Mostra do Redescobrimento.** São Paulo: Fundação Brasil +500, 2000.
MINISTÉRIO DA CULTURA. **Política Nacional de Museus.** Brasília: Ministério da Cultura, 2003.
MOLES, A. **O Kitsch: a arte da felicidade.** São Paulo: Perspectiva, 1986.
MORAES, L. N. **Leituras sobre a revista 'Realidade', 1966-68.** São Paulo: Alameda, 2007.
MORAIS, F. **Anos 60: a volta à figura. Marcos Históricos.** São Paulo: Itaú Cultural, 1994.
MOTTA, C. G. **Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974).** São Paulo: Ática, 1977.
MÜLLER, F. **Arte & Moda.** São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
MUNARI, B. **Artista e Designer.** Lisboa: Editorial Estampa, s/d.
MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO 'ASSIS CHATEAUBRIAND' (MASP). **MASP.** São Paulo: MASP, 1978.
MUSEU DO TRAJE E DO TÊXTIL. **Museu do Traje e do Têxtil.** Salvador: Instituto Feminino da Bahia, 2003 [catálogo de acervo].
MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. **Museu Histórico Nacional.** São Paulo: Banco Safra, 1989.
MUSEU PAULISTA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Tecidos e sua conservação no Brasil: museus e coleções.** São Paulo: MP USP, 2006.
O'HARA, G. **Enciclopédia da Moda.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
ORTIZ, R. **Pierre Bourdieu.** São Paulo: Ática, 1983.
PAES, M. H. S. **A década de 60: rebeldia, contestação e repressão política.** São Paulo: Ática, 2004.
PAIM, G. **A beleza sob suspeita – O ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
PANOFSKY, E. **Significado das Artes Visuais.** São Paulo: Perspectiva, 2001.
PAULA, T. C. T. **Inventando moda e costurando história: pensando a coleção de têxteis no Museu Paulista USP.** São Paulo: dissertação de mestrado ECA USP, 1998.
_____. **Tecidos no Brasil: um hiato.** São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, USP, 2004.
PEIXOTO, A. L. U. *Dona Henriquieta Catharino – O acervo do Museu do Traje e do Têxtil.* In **3º. Colóquio Nacional de Moda***.* Belo Horizonte: CIMO, 2006.
PEREZ-TIBI, D. **Dufy.** London: Thames & Hudson, 1997.
PEVSNER, N. **Origens da Arquitetura Moderna e do Design.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.
_____. **Os Pioneiros do Desenho Moderno.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.
PIGNATARI, D. *Forma, Função e Projeto Geral*. In AMARAL, A. **Projeto Construtivo Brasileiro na Arte.** Rio de Janeiro/São Paulo: MEC/Pinacoteca do Estado de São Paulo, 1977 [catálogo de exposição].
POMIAN, K. *Colecção* in **Enciclopédia Einaudi. Volume 1. Memória-História.** Lisboa: Casa da Moeda/Imprensa Nacional, 1984.
PONTUAL, R. **Arte/Brasil/hoje: 50 anos depois.** São Paulo: Collectio, 1973.
_____. **Entre dois séculos: arte brasileira do século XX na coleção Gilberto Chateaubriand**. Rio de Janeiro: Jornal do Brasil, 1987.
PRECIOSA, R. **Produção Estética: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida.** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2005.

QUEIROZ, F. **Os Estilistas – Coleção 'Mundo da Moda', Volume 8 – Mena Fiala, José Nunes, Guilherme Guimarães, Ronaldo Esper, Roberto Issa, Conrado Segreto, Walter Rodrigues, Alexandre Herchcovitch.** São Paulo: SENAI CETVEST, 1998.

QUEIROZ, J. R., BOTELHO, R. (org.). **Coleção Moda Brasileira – Alexandre Herchcovitch, Gloria Coelho, Lino Villaventura, Ronaldo Fraga e Walter Rodrigues.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

RAMPLEY, M. *From Symbol to Allegory: Aby Warburg's Theory of Art.* In: **The Art Bulletin**, vol. 79, n. 1 (March, 1997), p. 41-55.

REICHARDT, J. *Art Op*. In STANGOS, N. **Conceitos de Arte Moderna.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

RIBENBOIM, R. *O momento do Consumo*. In: ***COTIDIANO/ARTE: O CONSUMO.*** São Paulo: Itaú Cultural, 1999 [catálogo de exposição].

RIDENTI, M. *Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960***.** In: **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, vol. 17, n. 01, p. 81-110, São Paulo: Jun., 2005.

ROTHSTEIN, N. (Ed.), GINSBURG, M., HART, A., MENDES, V. D. et alli. **Four Hundred Years of Fashion.** London: Victoria & Albert Museum Publications, 1984.

RUFFAT, M. *La mode dês années soixante – entre artisant et industrie*. In **Bulletin de l'Institut d'histoire du Temps Présent**, n. 76, novembre, 2000.

RUSKIN, J. **A economia política da arte.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

SAHLINS, M. **Ilhas de História.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

SAINT LAURENT, Y., VREELAND, D. Et alli. **Yves Saint Laurent.** New York : Metropolitan Museum of Art, 1983 [catálogo de exposição].

SALZSTEIN, S. **Volpi.** Rio de Janeiro: Campos Gerais, 2000.

SALZSTEIN, S., ROELS Jr. R. **O moderno e o contemporâneo na arte brasileira: coleção Gilberto Chateaubriand/MAM RJ.** 1998.

SANT'ANNA, P. **Desfile de Imagens – um estudo sobre a linguagem visual das revistas de moda (1990-2000).** Campinas: [s.n.] Dissertação de Mestrado, IFCH, UNICAMP, 2002a.

_____. *Roupa dentro do corpo*. In PERLINGEIRO, Camila (org.). **46 livros de moda que você não pode deixar de ler.** Rio de Janeiro: Memória Visual, 2007.

_____. **Diagnóstico do Segmento Cultural de Moda no Brasil.** Campinas/Brasília: Ministério da Cultura, 2005a [diagnóstico feito para a confecção do Plano Nacional de Cultura – PNC].

_____. **Moda e Arte no MASP – Um breve estudo sobre o tema e a formação do acervo de vestuário (1947-1972).** São Paulo: monografia de especialização em Museologia, MAE/USP, 2002b.

_____. *Moda nos anos 60: desafios metodológicos***.** In **Anais do I Seminário de História do ICHS UFOP: Caminhos da Historiografia Brasileira Contemporânea.** Mariana: UFOP, 2006 [publicado eletronicamente: http://www.ichs.ufop.br/seminariodehistoria].

_____. *Moda: uma apaixonante história das formas.* In **Ciência e Cultura***.* Campinas: SBPC, vol.61, no.1, p.50-53, 2009.

SANTOS, M. C. L. **Móvel Moderno no Brasil.** São Paulo: Studio Nobel/FAPESP/Edusp, 1995.

SAXL, F. *The History of Warburg's Library (1886-1944).* In GOMBRICH, E. H. **Aby Warburg: an intellectual biography**. Chicago/Oxford: The University of Chicago Press/Phaidon Press, 1986.

SCHIAPARELLI, E. **Shocking Life.** New York: Dutton, 1954.

SCHOESER, M. **World Textiles: a concise history.** New York: Thames & Hudson, 2003.

SCHWARZ, R. *Cultura e Política: 1964-1969*. In: SCHWARZ, R. **O pai de família e outros estudos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

_____. **O pai de família e outros estudos***.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

SEELING, C. **Moda – O século dos estilistas (1900-1999).** Colonia: Könemann, 2000.

SEGALL, M. **Controvérsias e Dissonâncias.** São Paulo: EDUSP/Boitempo Editorial, 2001.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, G. A. A. **Bangu 100 anos: a fábrica e o bairro.** Rio de Janeiro: Sabiá Produções Artísticas, 1989.

SOUZA, G. M. *Macedo, Alencar, Machado e as roupas.* In **A idéia e o figurado.** São Paulo: Duas Cidades/Editora 34, 2005 [originalmente publicado no *Novos Estudos CEBRAP*].

_____. **O Espírito das Roupas – A moda no século dezenove.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STALLYNBRASS, P. **O casaco de Marx – roupas, memória, dor.** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

STANGOS, N.(org.). **Conceitos de Arte Moderna.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

STEELE, V. (Ed.) **Fashion Theory – A revista da Moda, Corpo e Cultura (edição brasileira).** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi/BERG/APEX-Agência de Promoção de Exportações/ABIT, 2001 [edição especial organizada por Ginger Gregg Duggan: *Moda e Performance*].

_____. *A museum of fashion is more than clothes-bag.* In STEELE, V. (Ed.). **Fashion Theory**. New York/London: Berg, Volume 12, Issue 1, March, 2008.

_____. **Fashion, Italian Style.** New Haven/New York: Yale University Press/Fashion Institute of Technology, 2003 [catálogo de exposição].

STEELE, V., PALMER, A. **Fashion Theory** [Special Issue: *Exhibitionism*]. New York/London: Berg, Volume 12, Issue 1, March, 2008.

STEIN, S. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil (1850-1950).** Rio de Janeiro: Campus, 1979.

STERN, R. **Agaist Fashion – Clothing as Art (1850-1930).** Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press, 2004 [1992].

STUPAKOFF, O., FERNADES JR., R. **Otto Stupakoff**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

TAYLOR, L. **Establishing Dress History.** Manchester: Manchester University, 2004.

_____. **The study of dress history.** Manchester: Manchester University, 2002.

TEIXEIRA, F. **A história da indústria têxtil paulista.** São Paulo: Artemeios, 2007.

THE COSTUME INSTITUTE. *Costume in The Metropolitan Museum of Art*. In **Timeline of Art History**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000 [http://www.metmuseum.org/toah/hd/hd_cost.htm].

TOLEDO, J. **Flávio de Carvalho: o comedor de emoções.** Campinas/Brasília: 1994.

TOLEDO, M. S. **Os desfiles da Rhodia nos anos sessenta**. São Paulo: dissertação de mestrado, 2004.

TROY, V. G. **The Modernist Textile: Europe and America, 1890-1940.** Michigan University: 2006.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa.** São Paulo: Pioneira, 1965.

VEILLON, D. **Moda & Guerra: um retrato da França ocupada.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

WARBURG, A. *Il rituale del serpent*. In: **Aut Aut**, 199-200, gennaio-aprile 1984, La Nuova Italia Firenze, pp. 17-45.

_____. *Sandro Botticelli's Birth of Venus and Spring. An examination of concepts of Antiquity in the Italian Early Renaissance.* In: **Renewal of Pagan Antiquity**. Los Angeles: Getty Institute, 1999.

_____. **The Renewal of Pagan Antiquity**. Los Angeles: Getty Research Institute, 1999.

WARBURG, E. M. *The Transfer of the Warburg Institute to England.* In **The Warburg Institute Annual Report 1952-1953** (acessado via *J-Stor* em 2006).

WEISS, P. *Kandinsky and the 'Jugendstil' Arts and Crafts movement***.** In **The Burlington Magazine**. London: The Burlington Magazine Publications, 1975 (vol.117, n.866, Special Issue: Twentieth-Century Art, May, 1975) [p.270-279].

_____. **Kandinsky in Munich: the formative Jungendstil Years.** Princeton: 1979.

WILDE, O. **O retrato de Dorian Gray.** Rio de Janeiro: Ediouro, São Paulo: Publifolha, 1998.

WOLFENSON, B., BORGES, P. **Moda no Brasil por brasileiros.** São Paulo: Cosac Naify, 2003.

WORRINGER, Wilhelm. **Abstraccion y Naturaleza**. México: Fundo de Cultura Economica, 1953 [1908].

ZANINI, W. (org). **História Geral da arte no Brasil.** São Paulo: Walter Moreira Salles/Fund. Djalma Guimarães, 1983.

DISCOGRAFIA

Rita Lee. **Build Up**. Phillips, 1970.

Brazilian Octopus. Fermata, 1969.

FILMOGRAFIA

Donen, Stanley. **Cinderela em Paris**. 1957.

Martins, Paulo. **Arte Pública.** 1967 (texto e roteiro: Pedro Geraldo Escosteguy, direção: Jorge Sirito de Vives e Paulo Roberto Martins (http://vimeo.com/5594108).

Kubrick, Stanley. **2001 uma Odisséia no espaço.** 1968.

Vadim, Roger. **Barbarella.** 1967.

Protzanov, Yakov. **Aelita.** 1924.

Cocteau, Jean. **The Blood of a Poet.** 1930.

FONTES

Documentais:

Acervo do Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand'- MASP:

- **Coleção Rhodia** (vestuários e documentos sobre eles)
- **Acervo Têxtil e de Vestuários** (vestuários e documentos sobre eles)
- **Acervo de Desenhos** (croquis de Alceu Penna)
- **Documentações sobre exposições** que usaram peçam da Coleção Rhodia
- **Fotografias:** Negativos não catalogados da coleção de vestuário no geral e cromos novos das roupas: re-catalogação (cromos de empréstimo).
- **Clipping** sobre moda e sobre moda no MASP
- **Manuscritos:**
    - Listas de endereços de pessoas (possíveis convidados para o desfile 'Moda Brasileira').
    - Manuscrito de Bardi fazendo uma versão do texto intitulado "O primeiro desfile 'Moda Brasileira' " (texto escrito em italiano).
    - Listagem de materiais necessários para constituir um ateliê de costura no museu. Há na parte debaixo esquerda dois esboços de rosto feitos com a mesma tinta que corrigiu a lista [os desenhos são: um de perfil e outro de frente]. Na lista consta até mesmo máquinas elétricas com pedal (listagem em italiano).
    - A mesma listagem anterior agora traduzida em português.
    - Tradução da listagem acima citada ('material para equipar a oficina').
    - Lista de modelos (em italiano).
    - Modelo do convite para o desfile Moda Brasileira (para Mme. Troye).
    - Previsão de gastos para o desfile
    - Bilhete de Lívio Rangan (coleção Rhodia) para Bradi em papel da sua agência de publicidade a 'Gang'.
    - Papel Cartão com a anotação: VESTUÁRIO
    - 10 retalhos de tecido c. 1950 Camargo Becker Ltda (localização Cx.04)
    - Comunicação ou Anotação em papel cartão pequeno: *Chapéus Pequenos, Grandes, Elegantes...* Segue texto sobre a coleção de chapéus.

- **Correspondências:**

Cartas fora da pasta específica para 'Correspondências':

- Carta de Maria Carmelita Leme de Oliveira Garcez (presidente da Legião Brasileira da Boa Vontade [LBV] ao professor Bardi desculpando-se por não poder comparecer ao evento 'Moda Brasileira').

- Carta resposta para os professores do curso de moda (corte-costura) explicando que não havia encontrado todos os materiais que estes requisitaram.

- Duas cartas para o sr. Dr. Alberto Alves Lima (Casa Anglo-Brasileira).

- Carta convite para Carmelita Leme Garcez

- Carta pedindo policiamento (05/nov/1952)

- Carta a revista Elle francesa (23/mai/1952) – carta em francês – carta pedindo indicações para elaboração de um curso de modelos no Brasil.

- Carta de resposta do diretor Mrs. Langley Moore do Museu do Costume (Museum of

Costume) de Londres para o Prof. Bardi (13/ago/1952) – resposta sobre como montar um museu do costume (vestuário) e que dava total apoio a essa empreitada no Brasil.

- Carta pedindo apoio financeiro do Sr. Camargo (?) para o desenvolvimento do evento 'Moda Brasileira' (04/07/1952).

- Série de cartas para a Casa Anglo Brasileira (SP, 12/mai/1952) requisitando material de apoio para a execução do desfile.

- Série de cartas-convites para o desfile MODA BRASILEIRA mandadas todas entre 31 de outubro de 1952 até 05 de novembro.

- Carta requisitando policiamento no dia 05 de novembro de 1952.

Pasta de "Correspondências" no Acervo:

- Cartas de pedidos para a utilização de objetos da coleção de vestuário para constituição de alguma exposição, a utilização das imagens (fotografias ou cromos) da coleção de vestuário e permissão de pesquisa.
    1. *GoWhere* revista de circulação em São Paulo: solicitando pesquisa no acervo. Para desenvolvimento de número especial.
    2. *Anhembi Morumbi* faculdade de moda pedindo autorização para pesquisa.
    3. *Gazeta Mercantil* autorização para pesquisa e para fotografar alguns modelos (números de tombo: 04, 12, 28, 35, 40, 43, 63, 73, 82 e 85.
    4. *Ricardo Resende* pediu para empréstimo de peças, mas nunca executou a exposição. As roupas não foram emprestadas.
    5. ABRAVEST – Associação Brasileira de Vestuário – pleiteou utilizar as roupas da coleção Rhodia em um evento, mas não buscou as vestimentas requisitadas.
    6. ´Pólo Moda' e ´DCI Shopping News, CityNews, Jornal da Semana' requisitaram um vestido assiando por Dener presente no acervo do museu para preparar uma exposição com o nome de 'Tributo a Dener'.
    7. *Club Gallery*. Empréstimo para boate para a decoração de 15 chapéus pertencentes ao nosso acervo de vestuário (15/mai/1985)
    8. Agradecimento a Sra. Zilda Mion que dou seis chapéus para o acervo de vestuário.
    9. Carta de Bardi pedindo manequins para as Casas Pernambucanas (28/jun/1983)
    10. Carta comprovando e descrevendo o empréstimo de peças da coleção de vestuário ao 'São Conrado Fashion Mall' (07/mar/1983)
    11. Empréstimo para as ´Amigas da Cultura´de Belo Horizonte MG de vestidos desenhados por Alceu Penna (25/jul/1983).
    12. Agradecimento da doação de Agnes Sabbagh de um vestido Camillo (2/set/1975)
    13. Cartas convites para a inauguração da exposição da coleção Rhodia (1972)
    14. Carta oficial de doação da Rhodia para o MASP 11 agosto de 1972
    15. Resposta do Bardi agradecendo 18 de agosto de 1972
    16. Carta de empréstimo do Itaú Cultural Agosto de 1999
    17. Carta de empréstimo para o SESC 1990.

- Cartas de respostas aos pedidos: quase todos os pedidos foram prontamente respondidos. Sempre pelo diretor ou conservador-chefe.

- **Catálogos, fichas catalográficas e documentação do Acervo:**

    - Catálogo de vestuário do MASP (catálogo interno - Acervo)

Informações listadas:

MATERIAIS	ESTILISTAS	FABRICAÇÃO
Peau d'ange sintético	Alceu Penna	Jardim Sttle
Shantung	Pullsport-Mogiana	Jardim Style
Tela mista de algodão sintético	Jorge Farré	Jorge Farré
Tela 'Rhodia'	Dener Pamplona	Creações Well-Sport
Jersey Metálico	José Ronaldo	Ugo Castellana
Tela sintética tipo *buclê*		MAC-RAC
Acetato		Boutique Sabrina (RJ)
Lamé		S. Coutinho
Faile de seda natural		Tomaso Couture
Tela tipo *Bemberg*		Boutique Lady
Piquet sintético		Atelie Parisiense
Jersey 'Rhodalba-Wooltex'*		Oscar Wolff
Jersey de 'Nylon' ('Rhodalba')		Imperchic
Tela mista: algodão e 'Nylon'		Creações Cecile e Paulette
Shantung de Seda ('Rhodalba')		Spovel
Voile de 'Nylon' ('Rhodianyl')		Segon-Wolltex
Shantung de 'Nylon'		Estamparia Água Branca
Tela de 'Nylon'		New Art-Nouveau
Voile de Tergal		Darling (luxo)
Seda 'Rhodia Têxtil'		
Jersey de 'Nylon' com brilho		
Organdi de 'Nylon'		
Crepe misto de seda ('Nylon' 'Rhodiela')		
Tela de sintético		
Algodão		

Dados: retirados do catálogo de vestuário do MASP.

*Todas as palavras em itálico são grafias estrangeiras para nome de tecidos, e os que encontram-se entre aspas simples são nomes comerciais registrados que não identificam de maneira generalizada a tipologia têxtil, mas sim o fabricante (são, geralmente, nomes-fantasia).

- Catálogo geral do MASP, volume 'P' – MARQUES, Luis. Catálogo do Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand'. Volume 'P': Arte no Brasil e demais coleções. São Paulo: MASP, 2000.
- Catálogo geral do MASP – BARDI, Pietro Maria. Catálogo do MASP. São Paulo: MASP, s.d.
- Coleção Museus do Mundo: Museu de Arte de São Paulo. São Paulo Melhoramentos, 1978.
- Pasta: 1975 – Rhodia Exposição (arquivo)
- Pasta: 1952 – Moda Brasileira (arquivo)
- Pasta de artista: Alceu Penna (desenhos das roupas da coleção Rhodia).

Arquivo e Biblioteca do Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand' – MASP:

- Documentos referentes à Escola do MASP
- Documentos referentes ao desfile 'Moda Brasileira' (pasta 'Moda Brasileira')
- Documentos referentes à entrada da coleção Rhodia (pastas 'Rhodia')
- Documentos referentes aos eventos de moda ocorridos no MASP
- Correspondência de Pietro Maria Bardi (pasta 'Correspondência Moda')
- Clipping sobre moda e o MASP
- Revista 'Senhor'

Biblioteca e Teciteca 'Dener Pamplona de Abreu' – Universidade Anhembi Morumbi

- Coleção de Periódicos Nacionais e Internacionais dos anos 60 (revistas: Manequim, Claudia, L'Officiel [francesa], Vogue [francesa] etc.);
- Coleção de Vestuários: peças dos anos 60 (acessórios).

Bibliotecas e Modateca do SENAC (Lapa e campus Santo Amaro):

- Acervo de Desenhos: croquis de Alceu Penna e Dener Pamplona;
- Acervo Modateca: peças de vestuário dos anos 60;
- Acervo Modateca: coleção de periódicos nacionais e internacionais dos anos 60 (revistas: Manequim, Claudia, Burda [alemã] etc.).

Acervo Pessoal Cyro del Nero:

- Fotografias dos desfiles da Rhodia;
- Projetos de desfiles para a Rhodia.

Galeria Artística da Unicamp:

- Coleção de Artes Visuais da Unicamp: obras de Geraldo de Barros (*Pai de Todos* e Série *Jogos de Dados*).

Arquivo Edgard Leuenroth (AEL Unicamp)

- Coleção de Revistas *Manchete* (década de 1960, anos de 1970, 1971 e 1972);
- Revista *Claudia* (década de 1960);
- Revista *Realidade* (década de 1960).

Acervo Alcântara Machado

- Publicidades e Fotografias referentes à FENIT

Programa Hélio Oiticica – Itaú Cultural

http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia/ho/home/dsp_home.cfm

- Hélio Oiticica, *Bases Fundamentais para a definição do 'Parangolé'*. Rio de Janeiro: datilografado, novembro de 1964.
- Hélio Oiticica, *Parangolé Poético e Parangolé Social / Parangolé Lúdico*. Rio de Janeiro: datilografado, 25 de agosto de 1966.
- Hélio Oiticica, *Tropicália, The New Image*. Londres: datilografado, sem data (provavelmente de 1969 para frente).

Council of Americas

- Council of Americas – America Society, Report 2004 (http://www.as-coa.org/files/PDF/pub_158_99.pdf)

Bibliothèque Littéraire Jacques Doucet

http://www.bljd.sorbonne.fr/

Arquivo Digital Veja

http://veja.abril.com.br/acervodigital/

- Revista Veja (1968, 1969, 1970, 1971, 1972)

Arquivo de Propagandas/Comerciais do Centro Cultural São Paulo

http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/video_200k.asp?codigo=46

- Propaganda da 1ª. FENIT (1958), produção: Lynx Film
- Propaganda *Coca-Cola Moda* (veiculada no final dos anos 60 e início dos anos 70), produção: McCann Erickson

- Propaganda da Nycron (tecido sintético, anos 60), produção: Lynx Film
- Propaganda da Ducal (lojas de roupas masculinas, anos 60), produção Lynx Film

Entrevistas:

Entrevistas concedidas à pesquisadora:

- Cyro del Nero
- Carlos Mauro
- Ugo Castellana
- Ana Lúcia Uchoa Peixoto (Museu do Traje e do Têxtil, Salvador, Bahia)

Entrevistas concedidas a outras pessoas e instituições:

- Carlos Vergara. Documentário: Catálogo. Direção: Marcos Ribeiro. Produção TV Imaginária Produções (acesso ao vídeo pelo endereço: http://www.youtube.com/watch?v=Rr6FW9J7jRg)

- Carlos Vergara: Ciclo de Exposições sobre Arte no Rio de Janeiro, Galeria do Banerj, 1985. Disponível em Frederico Morais: *Opinião 65*, 1985.

- Gilda de Mello e Souza: entrevista concedida a Carlos Augusto Calil, sobre o filme de Luchino Visconti *Conversation Piece,* em 1992.

- Manezinho Araújo: Fundação Joaquim Nabuco, Fonoteca da Fundação Joaquim Nabuco (Manézinho Araújo); Manuel Pereira de Araújo. [S.n. t.]. Acervo da Fonoteca da Fundação Joaquim Nabuco. Mimeografado.

- Otto Stupakoff: Ricardo Mendes e Valdir Arruda, Pesquisadores das áreas de Fotografia e Arquitetura do Centro Cultural São Paulo, entrevista concedida no dia 08 dezembro de 2001, transcrição disponível on-line.

- Teresa Goulart: entrevista concedida sobre Dener Pamplona de Abreu: Entrevista feita no dia 2 de março de 2005, sendo os entrevistadores Ana Maria Rebes Guimarães, Tânia Fayal, Paulo Alberto Cruz, Antonio Oséas, Osvaldo Maneschy e com a colaboração de Ápio Gomes, PDT-RJ, disponível on-line (http://www.pdt-rj.org.br/paginaindividual.asp?id=109 – acessado em 31 de maio de 2009)

- Rubens Gerchman: sobre sua trajetória artística dada à Revista E, publicação do SESC SP, São Paulo, n. 104, janeiro de 2006. Disponível on-line.

- Rubens Gerchman: Fábio Magalhães para a confecção do livro: MAGALHÃES, F. Rubens Gerchman. São Paulo: Lazuli Editora, 2006. Disponível impressa no livro.

- Rafael Cardoso: *Una Cosa Mentale.* São Paulo, entrevista concedida pelo pesquisador a Marco Aurélio Fiochi, do Itaú Cultural, em maio de 2008, disponível on-line.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Lista de Abreviaturas

ABRAVEST – Associação Brasileira das Indústrias do Vestuário
ARTENE – Artesanato do Nordeste
FENIT – Feira Nacional da Indústria Têxtil (hoje Feira Internacional da Indústria Têxtil)
MAM-RJ – Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro
MAM-SP – Museu de Arte Moderna de São Paulo
MASP – Museu de Arte de São Paulo 'Assis Chateaubriand'
MHN – Museu Histórico Nacional
MNBA – Museu Nacional de Belas Artes
MP USP – Museu Paulista da Universidade de São Paulo (Museu do Ipiranga)
MTT – Museu do Traje e do Têxtil
SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TNT – Tecido-Não-Tecido
UD – Feira de Utilidades Domésticas
WW – Wiener Werkstätte

Lista de Ilustrações

Introdução:
1. Fotografia de Antonio Saggese/Itaú Cultural da Exposição *Arte e Cotidiano: Metamorfoses do Consumo*, Instituto Itaú Cultural, São Paulo (*Coleção Rhodia*, MASP), 1999.
2. Fotografia de Antonio Saggese/Itaú Cultural da exposição *Arte e Cotidiano: Metamorfoses do Consumo*, Instituto Itaú Cultural, São Paulo (*Coleção Rhodia*, MASP), 1999.

Capítulo 1
3. Constantin Guys, *Mulher com garotinha e homem*, séc. XIX, pena e nanquim sobre papel, fonte: Getty Foundation
4. Exemplo da silhueta em 'S': fotografia da Princesa Alexandra da Dinamarca, depois Rainha do Reino Unido e Imperatriz da Índia, c.1900
5. O modelo de traje estético inspira-se em heroínas pré-rafaelitas, por exemplo, esta pintura de Dante Gabriel Rossetti (*Proserpina*, 1874, ost, Tate)
6. Exemplo de traje estético usado pela Sra. Jane Morris fotografada aqui por Dante Gabriel Rossetti (Julho, 1865)
7. Mariano Fortuny, Vestido pregueado (modelo *Delfos*), início do século XX, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque
8. Mariano Fortuny, Conjunto Pregueado, 1934, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque
9. Mariano Fortuny, Vestido pregueado, anos 20, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art (pertenceu a Lillian Gish)
10. Henry van de Velde, Senhora Henry van de Velde usando vestido desenhado por seu marido, publicado na *'Dekorative Kunst'*, 1901
11. Josef Hoffmann e Kolo Moser, provadores da Schwestern Flöge, 1904
12. Emilie Flöge e Gustav Klimt, ele usando sua bata de trabalho e ela em vestido reformista , 1905-6
13. *Petit Courier des Dames*, década de 1840. Típica *Fashion Plate* do século XIX, busca a representação mais detalhada possível do vestido, com o gosto pela profundidade ilusionista.

14. Paul Iribe, Ilustração para criações modernas de Paul Poiret, 1908
15. Georges Lepape, *Les choses*, vestes de Paul Poiret, 1911
16. Paul Iribe, Ilustração para casacos de Paul Poiret
17. *Ballets Russes*, Vaslav Nijinsky e Ida Rubinstein dançando juntos em Scheherazade, 1910
18. Paul Poiret, *Fancy Dress*, 1911, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art
19. Paul Poiret, *Fancy Dress*, 1911, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art (detalhe)
20. Paul Poiret, Denise Poiret posando fotografias de moda para seu marido, década de 10
21. Paul Poiret, Denise Poiret posando em fotografia de moda para seu marido, década de 10
22. Paul Poiret, Daisy Irving (atriz) posa em 1910 com vestido de Paul Poiret
23. Capa da Vogue Britânica, jan/1925, ilustração de Georges Lepape sobre vestido e carro *Simultâneos*
24. Natalia Goncharova, Casaco em seda e cetim bordados a mão, *Maison* Myrbor, c1925
25. Natalia Goncharova, Vestido em seda e veludo bordado e costurado a mão, para *Maison* Myrbor, c1923
26. Alexander Rodchenko usando o macacão produtivista
27. Alexander Rodchenko, Projeto de Macacão Produtivista, Rodchenko e Stepanova Archive
28. Alexander Rodchenko, retrato de Varvara Stepanova, usando lenço de seda com motivo de Liubov Popova
29. Liubov Popova, Estampas Têxteis, 1923-24, State Tretiakov Gallery
30. Alexander Rodchenko retrata Varvara Stepanova, usando vestido com padrão criado por ela
31. Liubov Popova, Vestuário Produtivista, 1924
32. Varvara Stepanova, Protótipo de Roupa Esportiva, 1923
33. Varvara Stepanova, Projeto de Vestuário Esportivo, década 1910
34. Giacomo Balla, Terno para Balé futurista, c1930
35. Tahyaht, vestindo a 'Tuta'
36. O exemplo de Tahyaht de como usar a 'Tuta' em desenho
37. Tahyaht exemplificando modos de usar a 'Tuta'
38. Projeto da 'Tuta'
39. Jeanne Lanvin, Geometria e Abstração, Victoria & Albert Museum
40. Maison Callot Soeurs, Vestido diurno, c1924, casmere bordada com linhas de ouro, Costume Institute, Metropolitan Museum
41. Madeleine Vionnet, Vestido de Noite, década 1920, Metropolitan Museum
42. Madeleine Vionnet, Vestido de Noite, Década de 1920, Metropolitan Museum
43. Tahyaht, Ilustração para Madeleine Vionnet, 1922
44. Edward Steichen fotografando para Vogue Americana, 1925
45. Vestido Cubista, Vogue, 1925
46. Douglas Pollard, Vogue, Janeiro, 1929
47. Giorgio de Chirico, O vidente, 1914-15, ost, 89,6 x 70,1 cm, MoMA
48. Man Ray, cartaz da exposição de 1938, fotomontagem
49. André Masson, Manequim da Exposição Internacional de Surrealismo, 1938, Paris, fotografia Man Ray
50. Salvador Dalí, Manequim da Exposição Internacional de Surrealismo, 1938, fotografia Man Ray
51. Sonia Mosse, Manequim da Exposição Internacional de Surrealismo, 1938, fotografia Man Ray
52. René Magritte, Filosofia de Alcova, 1947, ost, Thomas Claburn Jones Collection
53. La Révolution Surrealiste, capa do primeiro número, dezembro, 1924
54. Man Ray e Marcel Duchamp, Rrose Sélavy, 1920-21
55. Man Ray, fotografia de moda para Harper's Bazaar, março 1936
56. Man Ray, fotografia de moda, Vogue, 1936
57. Alix Grès, Vestido Grego, jérsei azul, c1937, coleção particular
58. Man Ray, Gabrielle 'Coco' Chanel, 1935, Metropolitan Museum of New York
59. Coco Chanel, Perfume no. 5
60. Elsa Schiaparelli, Chapéu Scarpin, década de 30
61. Elsa Schiaparelli, Suéter Trompe
62. Elsa Schiaparelli, Luvas
63. Yves Saint Laurent, Coleção Mondrian, 1965
64. Yves Saint Laurent para *Rive Gauche*,Vestido da coleção *Pop Art*, 1966

65. Lucio Fontana, Conceito Espacial, 1965, MAC-USP
66. Lucio Fontana e Bruna Bini, Vestido, 1961
67. Andy Warhol, *The Souper Dress*, 1966-67
68. Vestido de Papel, *Dispo*, por Diane Meyershohn e Joanne Silverstein, Inglaterra, 1967
69. Vestido de Papel, *Waste Basket Boutique* por *Mars of Asheville*, EUA, 1967
70. Leonard Joseph, Vestido de Noite para *Look Boutique NY*, 1968, Celofane
71. Christo e Jeanne Claude, Registro da Performance *Vestido de Casamento*, 1961
72. Julio Le Parc, Escultura Cinética, c1967, alumínio
73. Paco Rabanne, inverno de 1968, 'A água' (esquerda) e 'O Fogo' (direita), minivestidos feitos em placas plásticas prateadas e douradas
74. Paco Rabanne, Donyale Luna veste coleção de 1966, fotografia de Richard Avedon
75. Pierre Cardin, Coleção *CosmoCorps*, 1964, fotografias publicitárias
76. Zandra Rhodes, Caftan, 1969, Victoria & Albert Museum
77. Zandra Rhodes, Vestido, 1968-69, seda, Metropolitan Museum
78. Zandra Rhodes, Vestido, 1969-70, tecido sintético, Metropolitan Museum
79. Emilio Pucci, Vestido de Noite, 1966 (feito para a Saks Fifth Avenue, NY), seda, Metropolitan Museum
80. Emilio Pucci, Vestido, 1965, seda, Metropolitan Museum
81. Barbara Hulanicki (butique Biba), Colete, c1969, brocado, Metropolitan Museum
82. Revista Manchete, Cobertura de desfile no Copacabana Palace (Manchete na Moda), 1960, edição 447, p. 88
83. Revista Manchete, Editorial de Moda, Coleção "Linha Café", 1960, edição 448, p. 69
84. Revista Manchete, Editorial de Moda, Coleção "Linha Café", 1960, edição 449, p. 03
85. Revista Manchete, Editorial de Moda, Coleção "Linha Café", 1960, edição 453, p.07
86. Revista Manchete, Editorial de Moda Coleção "Linha Café", 1960, edição 450, p.33
87. Revista Manchete, Editorial de Moda, Coleção "Linha Café", 1960, edição 451, p.03
88. Revista Manchete, 1964, o impacto da idéia do uso de minissaia jogado ao mundo pelos desfiles e criações desfiladas por André Courrèges nas ruas cariocas é um 'experimento' feito pela própria publicação para medir a reação dos brasileiros frente a uma novidade da moda internacional
89. Flávio de Carvalho, *Experiência número 3*, *New Look Tropical*, 1956
90. Hélio Oiticica, *Parangolé* capa 1, Projeto Hélio Oiticica
91. Hélio Oiticica, *Parangolé* capa 2, Projeto Hélio Oiticica
92. Hélio Oiticica, *Parangolé* capa 5, Projeto Hélio Oiticica
93. Lygia Clark, *O Eu e o Tu: Série Roupa-Corpo-Roupa,*1967
94. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, Fashion Poetry Event, Nova York, 1968
95. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, Bienal Internacionalde São Paulo, 1967
96. Rubens Gerchman, *Casas Abrigo*, Universidade de Cuiabá, MT, 1968

Capítulo 2

97. Revista Manchete, 471, p.74, 1961
98. Revista Manchete, ano 1960, edição 426, p. 49, Publicidade Tecidos Votorantim
99. Revista Manchete, ano 1960, edição 423, p. 37, Publicidade Tecidos Votorantim
100. Modelos da Rhodia com o skyline de Nova Iorque por detrás
101, 102, 103, 104, 105. Genaro de Carvalho e seu envolvimento com a estampagem industrial no Brasil, Revista Manchete
106. Revista Manchete, Editorial Publicitário de moda com Manabu Mabe
107. Revista Manchete, Editorial Publicitário de moda com Abílio Pereira de Almeida
108. Revista Manchete, Editorial Publicitário de moda com Tom Jobim
109. Revista Manchete, Editorial Publicitário de moda com Vinícius de Moraes
110. Revista Manchete, Editorial Publicitário de moda com Dener Pamplona de Abreu
111, 112, 113 e 114. Algumas páginas de revistas *Manchete* sobre a *Coleção Brazilian Style*, (várias revistas *Manchete* de 1964-5).
115. Rita Lee, Tonico e Tinoco, *Nhô Look*, abril de 1970, UD, São Paulo
116. Rhodia Brasil apresentando modelos na *London Fashion Parade*, 1966 (Estampas de Fernando Lemos e

Aldemir Martins, quatro vestidos pertencem à coleção Rhodia, MASP),para a coleção *Brazilian Fashion Team*
117. Coleção Rhodia, N° 000-V, estampa Fernando Lemos, 1966; MASP, São Paulo
118. Coleção Rhodia, N°063-V, estampa Aldemir Martins, confecção Jorge Farré, 1966; MASP, São Paulo
119. Coleção Rhodia, N°062-V, estampa de Aldemir Martins, 1966; MASP, São Paulo
120. Coleção Rhodia, N°003-V, estampa de Aldemir Martins, 1966; MASP, São Paulo
121. Publicidade da *Seleção Rhodia*, tecidos feitos em tecelagens brasileiras, concebidos e confeccionados respectivamente por Givenchy, Chanel, Chanel, Givenchy e Cardin. Revista *Manchete,* 494, 1960, p.20-21
122. FENIT, Lennie Dale ensaiando as modelos para o desfile *Momento 68*, cenários de Cyro del Nero, 1968
123. FENIT, Show descontraído de Gil e Caetano com os apresentadores Raul Cortez e Walmor Chagas e modelos, *Momento 68,* 1968
124. Aldemir Martins, Estampa têxtil *Cactos Floridos*, Rhodia, coleção particular
125. Coleção Rhodia, Ivan Serpa, estampa abstrata, MASP; MASP, São Paulo
126. Coleção Rhodia, Carlos Vergara, estampa Pop, MASP; MASP, São Paulo
127. Coleção Rhodia, Alfredo Volpi, estampa abstrata geométrica, MASP; MASP, São Paulo
128. Revista Manchete, edição 447, p.54-55, 1960
129. Maison Christian Dior, coleção Primavera-Verão, 1957, fotografia de Cecil Beaton, Getty Images, Los Angeles
130. André Courrèges, Space Age, 1964, imagem publicitária, Victoria and Albert
131. Mary Quant, desfile e performance para fotógrafos, 1965
132. Yves Saint Laurent, coleção *Pop Art*, 1966
133. Roupas 'Espaciais' para o filme *Maroc7,* 1967
134. 'Dress of the Year' 1966, casaco: Michele Vivier da 'V de V', vestido: Young Jaeger; capacete: Simone Mirman, botas: Elliott, 1966, Museum of Costume (atual Fashion Museum), Bath
138. Coleção Rhodia, nro. 057-V, estampa de Manezinho Araújo, 1963
139. Desfile em Roma da coleção *Brazilian Fashion Look,* 1963, Revista *Manchete*, 588, p.36-37 (vestuário com estampa de Manézinho do Araújo, coleção Rhodia, MASP)
140. Aldemir Martins, publicidade da Rhodia, roupa com estampa de Aldemir Martins e ilustração de Aldemir Martins para *Cenas da Seca do Nordeste.*
141. Manchete, Publicidade da coleção *Brazilian Nature*, 1962, edição 542, p.52-53
142. Coleção Rhodia, Aldemir Martins, nro. 013-V, c1969, desfile-show *África*; MASP, São Paulo
143. Coleção Rhodia, nro. 008-V, 1969, estampa de Aldemir Martins, tema: Galinha d'Angola, desfilado provavelmente no desfile-show *África*; MASP, São Paulo
144. Coleção Rhodia, nro. 023-V, estampa de Aldemir Martins, tema: Lampião e Maria Bonita; MASP, São Paulo
145. Coleção Rhodia, nro. 053-V, 1964 estampa de Aldemir Martins, tema: Cactos; MASP, São Paulo
146. Coleção Rhodia, nro 071-V,1963, estampa de Aldemir Martins, tema: Flores; MASP, São Paulo
147. Coleção Rhodia, nro. 003-V, 1966, estampa de Aldemir Martins, tema: Futebol; MASP, São Paulo
148. Coleção Rhodia, nro. 062-V, 1966, estampa de Aldemir Martins, tema: Futebol; MASP, São Paulo
149. Coleção Rhodia, nro. 063-V, 1966, estampa de Aldemir Martins, confecção Jorge Farré, tema: futebol; MASP, São Paulo
150. Carmélio Cruz, *Sem Título*, 1964
151. Coleção Rhodia, nro. 042-V, estampa de Carmélio Cruz, Tema: Afro, 1969; MASP, São Paulo
152. Coleção Rhodia, nro. 014-V, estampa de Carmélio Cruz, c.1969; MASP, São Paulo
153. Coleção Rhodia, nro. 046, estampa provável de Carmélio Cruz, 1969; MASP, São Paulo
154. Coleção Rhodia, nro. 047-V, estampa provável de Carmélio Cruz, 1969; MASP, São Paulo
155. Francisco Brennand, *Bandeja Verde*, 1959
156. Francisco Brennand, *Luz Negra ou A Candeia da Ilusão*, 1969
157. Coleção Rhodia, nro. 004-V, Estampa de Francisco Brennand, Estilista: Alceu Penna, Confecção: Creações Well-Sport; MASP, São Paulo
158. Coleção Rhodia, nro. 005-V, Estampa de Francisco Brennand, Confecção de Ugo Castellana; MASP, São Paulo
159. Coleção Rhodia, nro. 016-V, Estampa de Gilvan Samico; MASP, São Paulo
160. Coleção Rhodia, nro. 059-V, Estampa de Lula Cardoso Ayres; MASP, São Paulo

161. Coleção Rhodia, nro. 020-V, Estampa de Carybé (Hector Júlio) ; MASP, São Paulo
162. Coleção Rhodia, nro. 007-V, Estampa de Glauco Rodrigues; MASP, São Paulo
163. Glauco Rodrigues, *Um dia é da caça, Outro do caçador*, 1969
164. Coleção Rhodia, nro. 010-V, Estampa de Genaro de Carvalho, Confecção de Mac-Rac; MASP, São Paulo
165. Coleção Rhodia, nro. 021-V, Estampa de Genaro de Carvalho; MASP, São Paulo
166. Coleção Rhodia, nro. 064-V, Estampa de Genaro de Carvalho; MASP, São Paulo
167. Revista Manchete, Publicidade da Rhodia em forma de Editorial, *Prelúdio a um Verão Elegante*, 1961, ed. 499, p.52-53. Os modelos são feitos em têxteis com base de matéria-prima produzida pela Rhodia, e os estilistas e maisons envolvidos na produção destes modelos são Givenchy, Pierre Cardin, Lanvin, Nina Ricci e Dener Pamplona
168. Gal Costa na Capa da revista Claudia, nro 95, 1969, e Gal de Palhaço para o desfile-show *Stravaganza*, foto de Joannis Hatiras

Capítulo 3

169. Richard Hamilton, *Just what was it that made today's homes so different, so appealing?.* Tate Gallery, Londres
170. Antônio Maluf, Cartaz da *1a. Bienal de São Paulo*, 1951
171. Willys de Castro, Publicidade para *Tinta Sintética Facil-it*, 1960
172. Eugênio Hirsch, Capa de *Bubu de Montparnasse* de Charles-Louis Philippe, Civilização Brasileira, 1962
173. Geraldo de Barros, Cartaz para o *IV Centenário de São Paulo*, 1954
174. Alexandre Wollner, antigo logotipo *Coqueiro*
179. Geraldo de Barros, *Pai de Todos*, Acervo Artístico Unicamp, Campinas
180. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 1*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
181. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 2*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
182. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 3*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
183. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 4*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
184. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 5*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
185. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 6*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
186. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 7*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
187. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 8*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
188. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 17*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
189. Geraldo de Barros, *Série Jogo de Dados 27*, Acervo Artístico da Unicamp, Campinas
190. Nelson Leirner, *Você faz parte II*, 1964, MAC USP, São Paulo
191. Lucio Fontana, *Conceito Espacial*, 1965, MAC USP, São Paulo
192. Nelson Leirner, *Homenagem a Fontana II*, 1967, Pinacoteca do Estado de São Paulo, São Paulo
193. Nelson Leirner, Homenagem a Fontana I, 1967
194. Lucio Fontana e Bruna Bini, *Vestido*, 1961
195. Nelson Leirner, *Stripencores*, 1968
196. Revista Manchete, *Um museu em cada casa – parte 1.* 4 de fevereiro de 1964, p. 50-51
197. Revista Manchete, *Um museu em cada casa – parte 2.* 4 de fevereiro de 1964, p. 52-53
198. Revista Manchete, *Um museu em cada casa – parte 3.* 4 de fevereiro de 1964, p. 54-55
199. Revista Manchete*,* 471, 1961, p.64
200. Revista Manchete*,* 471, 1961, p.65
202. Margarethe von Brauchitsch, Desenho para Tecido, c1902
203. Interior criado pela Omega Workshops, cartão de publicidade
204. Omega Workshops, Linho estampado *Maud*, 1913
205. Anúncio da Omega Workshops com telefone e endereço
206. Omega Workshops, marca na lateral do tecido
207. Omega Workshops, Vanessa Bell, *Abstract Design*, c1914, The Samuel Courtauld Trust
208. Omega Workshops, Duncan Grant, *Abstract Design*, c1913-14, The Samuel Courtauld Trust
209. Omega Workshop, Vestidos, 1913
210. Sonia Delaunay, *Contrastes Simultâneos*, 1913, Museo Thyssen-Bornemisza, Madri
211. Sonia Delaunay, *Prismas Elétricos*, 1914, ost, Georges Pompidou, Paris

212. Sonia Terk Delaunay, *Vestidos Simultâneos - As três mulheres*, 1925, ost, Museo Thyssen-Bornemisza, Madri
213. Mulheres usando vestidos de Sonia Delaunay, década de 20
214. Sonia Terk Delaunay, Padrão Têxtil Jazz, 1920, The Art Institute of Chicago, Chicago
215. Sonia Terk Delaunay, Padrão Têxtil, 1920, The Art Institute of Chicago, Chicago
216. Gunta Stölzl, Design para Têxtil em Lã, c1925, aquarela sobre papel quadriculado, MoMA, Nova Iorque
217. Gunta Stölzl, Design para Têxtil, c1923, Bauhaus, guache sobre papel, MoMA, Nova Iorque
218. Gunta Stölzl, Tapeçaria do Ateliê da Bauhaus, 1924, algodão e fios metálicos, MoMA, Nova Iorque
219. Anni Albers, Painel Têxtil Laranja, Preto e Branco, feito durante workshop na Bauhaus sob orientação de Gunta Stölzl, 1926-27, The Art Institute of Chicago, Chicago
220. Anni Albers, Design para Smyrna Rug, padrão de estamparia têxtil, 1925, MoMA, Nova Iorque
221. Victor Vasarely, *Supernovae*, 1959-61, Tate Gallery, Londres
222. Bridget Riley, *Movimento em quadrados*, 1961
223. Barbara Brown, *Expansão*, Padrão de tecido fabricado, 1966
224. Pierre Cardin, Modelos usando vestidos em Op Art, década de 1960
225. Pierre Cardin, publicidade da coleção de 1968
226. Pierre Cardin, Publicidade, década de 1960
227. Julio Le Parc, *Escultura Cinética*, c1967, alumínio
228. Paco Rabane, Donyale Luna veste coleção de 1966, fotografia de Richard Avedon
229. Coleção Rhodia, nro. 031-V, estampa de Willys de Castro, Tema: Arte Concreta; MASP, São Paulo
230. Estudo de Estampa Willys de Castro, década de 1960, Fotografia de Marcos Gorgatti
231 . Coleção Rhodia, nro. 019-V, estampa: Willys de Castro; design de moda: Alceu Penna; tema: Arte Concreta; MASP, São Paulo
232. Coleção Rhodia, nro. 025-V Willys de Castro; confecção: Boutique Lady; MASP, São Paulo
233. Coleção Rhodia, nro. 026-V, estampa: Willys de Castro; MASP, São Paulo
234. Coleção Rhodia, nro. 030-V, estampa: Willys de Castro; design de moda: Alceu Penna; confecção: Ugo Castellana; MASP, São Paulo
235. Publicidade exposta em diversas revistas Manchetes, Pijamas versão 'Art Nouveau', identificamos que a modelo da esquerda veste uma das peças que hoje se encontram na coleção Rhodia
236. Coelção Rhodia, nro. 061-V, estampa: Willys de Castro; confecção *Sporvel*; MASP, São Paulo
237. Coleção Rhodia, nro. 018-V, estampa: Hércules Barsotti; MASP, São Paulo
238. Fotografia publicitária, peça nro. 043-V da Coleção Rhodia, Acervo Iconográfico do Arquivo e Biblioteca do MASP, São Paulo
239. Coleção Rhodia, nro. 043-V estampa: Hércules Barsotti; design de moda: Alceu Penna, MASP, São Paulo
240. Coleção Rhodia, nro. 049-V; estampa: Hércules Barsotti; design de moda: Alceu Penna, MASP, São Paulo
241. Coleção Rhodia, nro. 029-V; estampa: Tomoshigue Kusuno, c.1967, MASP, São Paulo
242. Coleção Rhodia, nro. 015-V, Estampa de Alfredo Volpi, MASP, São Paulo
243. Alfredo Volpi, *Mastros e Bandeirinhas*, década 1960, têmpera sobre tela, 52 x 78 cm, Coleção Particular
244. Alfredo Volpi, Composição com Faixas, década 1960, têmpera sobre tela, 75 x 110,3 cm, coleção particular
245. Coleção Rhodia, nro. 028-V; estampa: Ivan Serpa; estilista: Jorge Farré, 1964. MASP, São Paulo
246. Ivan Serpa, Bichos, 1963, guache sobre papel, 22 x 30 cm, coleção particular
247. Coleção Rhodia, nro. 034-V; estampa: Manabu Mabe; estilista: Dener Pamplona; MASP, São Paulo
248. Coleção Rhodia, nro. 035-V; estampa: Manabu Mabe; estilista: Dener Pamplona; MASP, São Paulo
249. Coleção Rhodia, nro. 056-V; estampa: Antonio Bandeira; estilista: Dener Pamplona, MASP, São Paulo
250. Coleção Rhodia, nro. 074-V; estampa de Danilo Di Prete, MASP, São Paulo
251. Editorial de Moda na revista *Manchete*, 592, 1963, p.34-35
252. Coleção Rhodia, nro. 009-V, estampa: Carlos Vergara c.
253. Carlos Vergara, Auto-Retrato com Índios Carajás, 1968, acrílica sobre acrílico moldado, 80 x 126 x 15 cm, coleção Gilberto Chateaubriand, MAM Rio de Janeiro

Capítulo 4

254. Pietro Maria Bardi com roupas de Gláucia Amaral, 1987, fotografia de Zé Antonio, Arquivo e Biblioteca do MASP
255. Coleção Rhodia, nro. 045-V; estampa de Willys de Castro, c1967, MASP, São Paulo
256. Revista Manchete, publicidade com os vestidos nro. 043 (Hércules Barsotti) e nro. 045 identificado no rodapé como Willys de Castro, 1967
257. Coleção Rhodia, nro. 043-V; estampa: Hércules Barsotti; estilista: Alceu Penna, c1967, MASP, São Paulo
258. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, fotografado em Bruxelas, **veste nro. 070-V** da coleção Rhodia
259. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista Manchete em 1967, fotografado em Bruxelas, **veste da esquerda é o nro. 061-V** da coleção Rhodia
260. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista *Manchete* em 1967*,* criações de Alceu Penna e Tomaso Couture, fotografado em Paris
261. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia*, publicado na revista *Manchete* em 1967, fotografado no Hotel Savoy em Bruxelas, criações de Tomaso Couture
262. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, fotografado no restaurante Maxim's de Paris
263. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criações de Alceu Penna, e confeccionado pelo Atelier Parisiense, fotografado no Parque Güell Park em Barcelona
264. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criação de Alceu Penna confeccionado por Tomaso Couture, fotografado no Hotel Savoy em Bruxelas
265. Editorial Publicitário de moda da *Seleções Rhodia,* publicada na revista *Manchete* em 1967, criação de Alceu Penna com estampa de Hércules Barsotti e fotografado em Paris

APÊNDICE 2 - As demais coleções de vestuário do MASP

O MASP possui seis vestidos perfazendo uma pequena coleção de vestidos do estilista Camillo. Este atuou em São Paulo no início do século XX. E foi um dos principais costureiros da cidade, vestindo as damas das famílias de elite no nascente universo urbano paulistano. Há alguns vestidos do criador francês Christian Dior (todos da década de 50). Um conjunto de trajes folclóricos do leste europeu (provavelmente russos), três têxteis bordados e um par de botas. Essas peças encontram-se todas documentadas em fichas catalográficas. Existe também, dentro do acervo de vestuário, uma série de acessórios que foram doados, entre eles estão: sete chapéus doados por Francisco Pirillo, oito chapéus doados por Zilda Mion e cinco calçados (uma sandália e quatro sapatos) que são exemplares que representam desde a década de 1940 até 1960 (doados por Fanny Faintik). Em conjunto com os 79 objetos-vestuário catalogados da coleção *Rhodia,* temos aqui o pelo menos uma centena de objetos catalogados ou minimamente documentados como acervo de vestuário.

Existe também uma importante coleção de arte *Kitsch* que, se não é só composta por vestuário, ao menos possui algumas peças desta tipologia de objetos, mas o mais interessante, é que se olhamos para o acervo de vestuário e a coleção *Kitsch,* podemos dizer que, em uma abordagem das artes aplicadas, ambas são parte do universo do design. Essa afinidade tipológica é externalizada no catálogo geral, pois, neste temos a seguinte localização simbólica destes dois conjuntos de objetos artísticos: estão no último volume (volume 'P' intitulado *Arte do Brasil e Demais Coleções*). Dentro deste, encontram-se no último item, na denominação: *Arqueologia, Arte Africana e Doações.* Dentro do derradeiro item – *doações* – temos: *Coleções Diversas (Kitsch, Vestuário)*. Portanto, percebemos que é um dos últimos, na lista dos últimos, pois, não é prioridade vocacional do museu dedicar-se a essa tipologia de objetos. Mas, continuam juntos enquanto objetos que dentro do universo artístico representam o das artes aplicadas, isto é, objetos do cotidiano, de função prática definida, mas que mesmo assim, oferecem uma rica experiência estática.

ANEXO

ANEXO

Sur la robe elle a un corps[215] de Blaise Cendrars

Le corps de la femme est aussi bosselé que mon crâne
Glorieuse
Si tu t'incarnes avec esprit
Les couturiers font un sot métier
Autant que la phrénologie
Mes yeux sont des kilos qui pèsent la sensualité des femmes

Tout ce qui fuit, saille avance dans la profondeur
Les étoiles creusent le ciel
Les couleurs déshabillent
« Sur la robe elle a un corps »
Sous les bras des bruyères mains lunules et pistils quand les eaux

se déversent dans le dos avec les omoplates glauques.
Le ventre un disque qui bouge
La double coque des seins passe sous le pont des arcs-en-ciel
Ventre
Disque
Soleil
les cris perpendiculaires des couleurs tombent sur les cuisses

ÉPÉES DE SAINT MICHEL
Il y a des mains qui se tendent
Il y a dans la traîne la bête tous les yeux toutes les fanfares tous les habitués du bal Bullier
Et sur la hanche
La signature du poète

[215] Tradução encontrada: "*Sobre o corpo ela tem um vestido"* usada pela fundação Calouste Gulbenkian, mas acredito que em português do Brasil, faça mais sentido *"Sob o vestido ela tem um corpo"* (tradução livre).