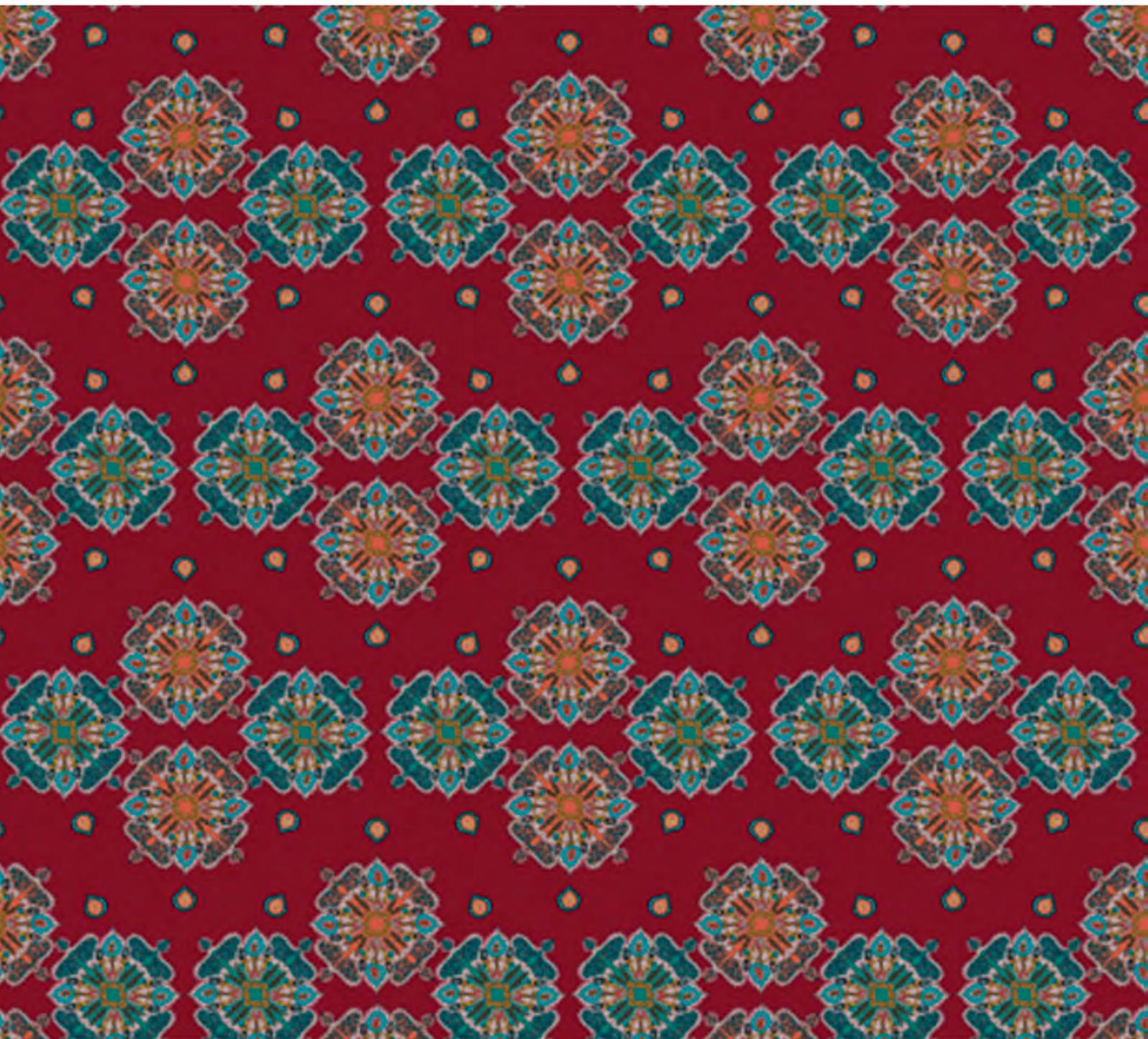


IARA

Revista de Moda, Cultura e Arte



volume 6 | número 2 / 2013

ISSN 1983-7836

Sumário

Dossiê Temático

APRESENTAÇÃO - DOSSIÊ TÊXTEIS E DESIGN TÊXTIL	1
---	---

Luz García Neira

TUDO COMEÇA POR UM FIO: TÊXTEIS NA ARTE-JOALHERIA	4
---	---

Paula de Campos, Mirla Fernandes

ANÁLISE DESCRITIVA DE UM TECIDO ESTAMPADO DO SÉCULO XIX E SUA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	26
---	----

Aline T. Monteiro Damgaard

PROPUESTA METODOLÓGICA: PUESTA EN VALOR COLECCIÓN MARCO CORREA – MUSEO DE LA MODA. SANTIAGO – CHILE	42
--	----

Marinella Bustamante Morales e Mariena Rumié Bertoni

UMA EXPERIÊNCIA COLABORATIVA – O SITE TEXTIL SKIN COMO PROPOSTA DE MATERIALIZAÇÃO VISUAL PARA O DESIGN DE SUPERFÍCIE	56
---	----

Lavínnia Seabra

PRODUCTION OF COMPOSITES USING RECYCLED COTTON, POLYESTER SCRAPS AND RESIN: AN ALTERNATIVE FOR ECO-DESIGN	76
--	----

*Welton Fernando Zonatti, Camila Vicente Calado, Maria Silvia Barros de Held,
Regina Aparecida Sanches, Júlia Baruque Ramos*

Artigos

LINGERIE DE LUXO NO CONTEXTO DA MODA	95
--	----

Marina de Oliveira Lafetá, Solange Alfinito

DESEMPENHO EXPORTADOR BRASILEIRO DO SEGMENTO DE MODA PRAIA FEMINA: UMA ANÁLISE DA PRIMEIRA DÉCADA DOS ANOS 2000.....	121
---	-----

Darcila Brum da Veiga, Cristiano Henrique Antonelli da Veiga

RESENHAS

“A CASA ESTÁ PELADA!” I ENCONTRO DE GESTORES DE ACERVOS HISTÓRICOS DE TÊXTEIS DOMÉSTICOS	149
---	-----

Marize Malta

REVIEW OF THE 8TH BIENNIAL NORTH AMERICAN TEXTILE CONSERVATION CONFERENCE PLYING THE TRADES: PULLING TOGETHER IN THE 21ST CENTURY 8-11 NOVEMBER 2011 – OAXACA, MEXICO	153
---	-----

Sarah Confer

RELATO SOBRE O 13º SIMPÓSIO BIANUAL DA TEXTILE SOCIETY OF AMERICA	157
---	-----

Maria João Ferreira

Memória

"TEMPO AO TEMPO", NO MUSEU HERING161

Marli Rudnik

Teses & Dissertações

DESIGN E MEMÓRIA: A ECONOMIA SIMBÓLICA DA PRODUÇÃO DE RONALDO FRAGA167

João Dalla Rosa Júnior, Orientador: Alberto Cipiniuk

Reflexões Estéticas

DECOMPOSIÇÃO BORDADA.....169

Angela May, Rita Vidal

APRESENTAÇÃO - DOSSIÊ TÊXTEIS E DESIGN TÊXTIL

“Cloth is universally also significant in every ritual
that is part of the mortal human journey,
from birth to death”. Beverly Gordon, 2011

A convite da então Editora da Revista Iara, a Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio – que hoje é docente na Universidade Federal de Juiz de Fora –, ao final de 2011, demos início ao dossiê Têxteis e Design Têxtil, por meio da publicação e difusão da chamada de trabalhos que visava reunir pesquisas que tivessem interesse nessa espécie material, sem restringir a abordagem: histórica, artística, técnica, social etc.

Ao longo do primeiro semestre de 2012, não foi surpresa receber diversos trabalhos que demonstraram que os têxteis vêm destacando-se como objeto de estudo por pesquisadores em diferentes instituições e áreas. Comprovou-se, pela receptividade do dossiê, a necessidade de se criar condições e oportunidades para a disseminação dessas pesquisas, evitando que cada passo se configure como uma inauguração ou um recomeço. Os trabalhos encaminhados, comprovam que diferentes instituições e pesquisadores tratam do objeto/tema há muitos anos e suas pesquisas já demonstram grande maturidade. A presente edição selecionou artigos em diferentes frentes e que aqui são organizados num percurso próprio, racionalizado a partir da experiência do humano com o têxtil, do mais “simbólico” ao mais “prático”.

Ana Paula de Campos e Mirla Fernandes, ambas vinculadas ao Instituto de Artes da Unicamp e ao grupo de pesquisa *Ornata*, no artigo intitulado Tudo começa por um fio: os têxteis na arte joalheira, tratam da utilização das técnicas e,

também, materiais originalmente filiados aos têxteis para a produção da arte joalheria contemporânea. A seguir, Aline Oliveira Temerlogiou, da Universidade Federal de Goiás, traz reflexões elaboradas em sua dissertação de mestrado e mostra como, a partir dos conceitos e princípios da cultura material, o estudo de artefatos têxteis – no seu caso, uma “saia de crioula” do século XIX –, contribuem para a discussão histórica das sociedades à qual pertencem. O próximo artigo, oriundo de duas pesquisadoras do Chile, Marinella Bustamante e Marlena Rumie, tratam da análise morfológica do desenho autoral chileno, onde destacam a importância dos têxteis em sua identidade.

Pensando nos aspectos relacionados à colaboração para a criação imagética de superfícies em espaços colaborativos, Lavinnia Seabra Gomes, também da Universidade Federal de Goiás, apresenta em seu artigo o Têxtilskin, um projeto experimental, no qual se dá a produção colaborativa de imagens que podem ser utilizadas para a estampa têxtil.

Por fim, um artigo produzido por professores e alunos da EACH-USP, discutem a sustentabilidade e os têxteis, trazendo exemplos locais e mostrando a proximidade e a emergência dessas questões para o Brasil. Esta edição também publica dois artigos recebidos em fluxo contínuo, das pesquisadoras Solange Alfinito e Darcila Brum da Veiga, que trazem dois assuntos cada vez mais discutidos, como o mercado de luxo e o potencial brasileiro para a exportação de moda.

Além dos artigos, na seção Resenhas, a edição traz três textos de autores convidados, apresentando, cada um deles, eventos que reuniram pesquisas sobre os têxteis no Brasil e no exterior. O primeiro, é da Profa. Dra. Marize Malta, da EBA-UFRJ, que apresenta aos leitores as principais questões discutidas durante o I Encontro de Gestores de Acervos Históricos de Têxteis Domésticos, realizado no Museu Casa de Rui Barbosa em agosto/2012 e que reuniu responsáveis por acervos têxteis de diferentes museus brasileiros. A seguir, Maria João Ferreira, pesquisadora portuguesa vinculada ao Centro de História de Além Mar da Faculdade

Nova de Lisboa, apresenta sua visão sobre simpósio realizado em Washington em setembro/2013 organizado pela *Textile Society of America* e que tratou do tema Têxteis e Política. Sarah Confer, conservadora têxtil canadense atuante na preservação da tradição têxtil peruviana, por sua vez, traz os destaques do 8th NATCC, realizado em Oaxaca de Juarez, México, em novembro/2011, no qual se deu destaque à conservação de tecidos e da recuperação de informações sobre usos, práticas, produção entre outros, que tomam parte das problemáticas da conservação no século XXI. Finalizando os *Depoimentos*, o Museu da Hering, inaugurado em 2010, nos é apresentado por uma de suas responsáveis, Valquíria Venturi Starke, comprovando que no Brasil, o espaço para a discussão sobre têxteis e moda, cada vez mais se aproximam da sociedade.

A questão dos têxteis aparece aqui, na forma de uma mensagem visual, também em dois outros trabalhos. O primeiro, "estampado" na capa da edição, que traz um *pattern* desenvolvido pela designer gráfica Bruna Rigato, que durante o ano de 2012 concluiu seus estudos no Centro Universitário Senac, com um Trabalho de Conclusão de Curso sobre o *pattern*, o interior doméstico e as famílias de baixa renda, revelando-se uma designer sintonizada com as questões de seu tempo. Já ao fim da edição, o ensaio visual *Decomposição bordada* produzido pelas professoras e artistas Angela May e Rita Vidal, que transformam e operam sobre tecidos de outros tempos, discutindo, não verbalmente, questões de sua significação através do tempo.

Ao final da leitura dos artigos e dos trabalhos visuais, não haverá dúvidas que este dossiê procurou apresentar diferentes abordagens sobre os têxteis e, ainda, ao elencar e narrar alguns aspectos dos eventos da área, mostrou-se a abrangência do tema, que, reincidentemente, é visto como pouco explorado no Brasil.

Boa leitura!

Profa. Dra. Luz García Neira

TUDO COMEÇA POR UM FIO: TÊXTEIS NA ARTE-JOALHERIA

IT ALL STARTS BY A THREAD: TEXTILES IN ART-JEWELRY

Dra. Ana Paula de Campos¹

Mirla Fernandes²

Resumo

Este artigo trata da presença de têxteis em joias, abordando exclusivamente trabalhos inscritos no campo da arte-joalheria contemporânea, exemplificados por artistas com presença expressiva no cenário internacional. Embora técnicas têxteis de entrelaçamento de metais possam ser encontradas na produção de diversas culturas desde a Antiguidade e também na atual produção de caráter mais comercial, aqui serão apresentadas e discutidas obras nas quais o uso do têxtil aparece de uma forma mais abrangente, permitindo uma reflexão acerca das fronteiras do vestir, pelas quais transitam tanto o objeto-joia quanto o têxtil.

Palavras-Chave: joalheria, arte-joalheria, têxtil

¹ Doutorado em Artes (2011) pela Unicamp. Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura (1997) e Bacharelado em Desenho Industrial (1989) pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Experiência docente em design de produto, comunicação visual e moda. Autora de diversos artigos na área de design, metodologia, materiais e joalheria.

² Mestranda em Artes Visuais (Unicamp). Bacharelado em Farmácia Bioquímica (USP, 1991) e Artes Plásticas (FAAP, 1998). Estudou joalheria na Hochschule für Gestaltung und Technik Pforzheim, Alemanha (1999 e 2000). Desde 1998 expõe internacionalmente. Coordenadora do Projeto NOVAJOIA (2007), foi nomeada para o Prince Claus Award (2010) por seu trabalho no âmbito da arte-joalheria.

Abstract

This article presents works that combine textile in jewelry addressing exclusively works inscribed in the field of art-jewelry expressive exemplified through contemporary jewelry artists with significant presence in the international scene. Although the weaving metals techniques can be found in the production of diverse cultures from Antiquity until today's commercial production, here we will be presenting and discussing works in which the use of textiles provide elements for a reflection on the boundaries of dressing, in which passes the object-jewel as well as the textiles.

Keywords: jewelry, art-jewelry, textiles

A ideia de que o metal pode ser estruturado da mesma maneira que os tecidos não é original. A partir do momento em que o homem foi capaz de produzir um fio metálico, todas técnicas de entrelaçamento experimentadas nos processos têxteis com fibras puderam ser transportadas para este material. Assim, encontramos o fio metálico entrelaçado, torcido, crochettato, trançado, tricotado em diferentes peças de joalheria há séculos. Apresentar esse universo é a primeira ideia que surge quando se pensa a relação têxtil-joia no âmbito da joalheria. Isso porque exemplos seculares podem ser encontrados em diversas regiões e culturas: na Grécia Antiga, no Peru Pré-Colombiano, na Europa Medieval, Japão, China e África.

A corrente, já presente na malharia do cavaleiro medieval e até hoje amplamente usada pela indústria joalheria, é o exemplo contemporâneo mais comum das potencialidades têxteis do uso do fio metálico (UNTRACHT, 1985).

Ao pensarmos na produção joalheira atual podemos observar, dentre a

grande profusão de tipos de joias disponíveis no mercado, que essas técnicas têxteis em metais podem ou não ser utilizadas de acordo com os fluxos da moda. Nestes segmentos a escolha pela técnica e/ou pelo material seguem uma orientação atrelada ao valor da tendência, do design e da novidade.

Paralelamente às ofertas do mercado joalheiro, seja numa produção de vocação industrial ou artesanal, temos outro tipo de joia que se associa à arte, numa categoria singular de criação cujo compromisso é de caráter poético e conceitual. Essa produção, denominada arte-joalheria, faz emergir uma nova significação que extrapola os valores simbólicos calcados no capital material normalmente associado à joalheria tradicional. Trata-se de uma abordagem que não se constrói apenas através de referências ao significado social da joia comercial - tais como o elogio à preciosidade, ao aspecto decorativo-ornamental ou aos valores relativos à distinção, poder e sedução - mas aportam sentidos mais complexos e, portanto, mais desafiadores. A relevância da aproximação joia-arte consiste na sua vocação para a reflexão e crítica acerca dos significados simbólicos e papéis sociais atribuídos à joalheria, colocando-se como um contraponto às dinâmicas do luxo e do consumo, acelerados pelos fluxos da moda.

É depois da Segunda Guerra Mundial que se observa o surgimento dessa nova corrente dentro da produção de joias, a partir de iniciativas individuais dispersas em alguns países da Europa (Holanda, Alemanha, Inglaterra e Itália) e nos EUA. A proposta é de uma transformação não apenas nos aspectos formais, estéticos e materiais, mas sobretudo nas relações de produção e de conceituação desse objeto. Esses profissionais, dedicados à produção de uma joia menos relacionada às questões mercadológicas e de acúmulo de valor material, configuraram o que foi posteriormente denominada como arte-joalheria (WATKINS, 1993). O reconhecimento desse campo se deu a partir do pós-guerra, notoriamente com a exposição "*Modern Handmade Jewelry*" no MOMA em 1946.

“São trabalhos de arte executados por artistas, que existem no formato da joalheria, desafiando convenções e percepções, sempre centrados no mundo das ideias. Elas são concebidas, desenhadas e construídas predominantemente como trabalhos de arte, tudo o mais sendo secundário. Materiais sujeitos ao conceito. A arte-joalheria como toda arte, deve semear novos solos e deve levantar questões.”(LEWIN, 1994: 13)

Hoje podemos dizer que a arte-joalheria é uma manifestação artística caracterizada por produções que se valem do corpo como suporte e cuja ênfase está na elaboração de um discurso que considera o objeto-joia em seus múltiplos desdobramentos simbólicos e conceituais. São trabalhos elaborados a partir de reflexões sobre o universo da joalheria, não tendo compromissos com os propósitos decorativos da joia produzida no campo do design e da moda. Assim sendo, a arte-joalheria deve ser entendida como uma produção despreendida da obrigação de contemplar o imaginário que normalmente constitui a tradicional ideia de joia, configurando um campo no qual os territórios de ação expandem-se e as obras não se limitam às tipologias da joalheria tradicional.

Essa produção tem encontrado espaço, não sem resistência, no mercado da arte especialmente na Inglaterra, Holanda, Alemanha e EUA desde os anos 60. É um campo estabelecido na medida em que é disciplina em diversas escolas de arte (Gerrit Rietveld Academie de Amsterdam, Universidade de Artes e Ofícios de Estocolmo, Royal College of Art de Londres, Künste Akademie de Munique), aparece em coleções específicas de Museus (Victoria and Albert Museum de Londres, Schmuck Museum em Pforzheim, Museo Del Gioiello d'Autore em Pádua) e é exibido em galerias especializadas (Galerie Marzee, Galerie Ra e Louise Smit na Holanda; Galeria Reverso em Portugal; Knoss na Suécia, por exemplo).

No Brasil a joalheria como uma linguagem artística ainda é pouco conhecida e, diferentemente do que ocorre nos EUA e Europa, não está amparada por uma formação acadêmica em Artes. Essa prática foi disseminada nas décadas de 80 e 90 através de escolas de ourivesaria, misturada com abordagens de caráter artesanal. Desde então o que se observa é uma grande ênfase no design como campo de criação da joia, ainda que muitas vezes o caráter artesanal ou autoral de algumas

coleções possa ser associado equivocadamente a uma produção pertinente ao contexto da arte contemporânea. Essa confusão de propósitos na joalheria brasileira tem dificultado muito as possibilidades de desenvolvimento da arte-joalheria como disciplina artística no país, a despeito do que ocorre no cenário internacional³.

Em relação ao universo da arte, a arte-joalheria apresenta a particularidade de ser pensada para um suporte móvel, o corpo, podendo ser entendida também como lugar de dialética entre a esfera íntima e a pública. Pode ainda ser abordada como um possível vetor da discussão contemporânea da identidade e, tal como as roupas, como um dispositivo de expressão de subjetividades que ganha potencia ao questionar os modelos massificados ofertados pelo mercado.

Neste sentido é que a arte-joalheria evoca aqui um interesse especial. A partir dos trabalhos de cinco artistas joalheiras a relação joia-têxtil se apresenta adquirindo outros contornos e novas significações nos quais se evidenciam aspectos singulares que permitem refletir sobre as fronteiras do vestir, pela qual transitam tanto o objeto-joia quanto o têxtil.

Arline Fisch e Caroline Broadhead estão entre as pioneiras da geração de 70 e, partindo do corpo como elemento articulador, propõem de modos distintos, aproximações entre a joia e a roupa. Já as jovens artistas Silvana Romero, Felieke Van Der Leest e Shari Pierce utilizam material têxtil para a configuração de poéticas próprias numa joalheria voltada para evidenciar e/ou discutir questões políticas do cenário contemporâneo.

Jóia Flexível, Corpo Suporte

Quando pensamos na associação arte-joalheria e têxteis um dos primeiros

³ Atualmente as pesquisas em arte-joalheria no Brasil tem sido desenvolvidas no Instituto de Artes da Unicamp, através do grupo de pesquisa Ornata (link cnpq disponível em <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0079803BKS1U4B>>)

nomes que merecem destaque é o da norte-americana Arline Fisch. Atuando no cenário internacional desde os anos 70, desenvolveu técnicas de construção que trazem suavidade e flexibilidade aos metais através da construção de estruturas têxteis (WATKINS, 1993).

Nascida em 1931 em Nova York, Fisch estudou artes na University of Illinois e com duas bolsas Fullbright completou sua formação na Dinamarca. Fundou em 1961 o programa de joalheria e ourivesaria da San Diego State University, onde lecionou por 30 anos. Também ensinou como professora visitante na School of Arts and Crafts em Copenhagen na Dinamarca (TEMPLE UNIVERSITY, 2007).

O uso de técnicas têxteis em metal não constituiu um movimento ou estilo em si, porém ajudou a identificar muito do trabalho desenvolvido por essa artista, que se define como *“alguém que trabalha com metal em técnicas têxteis e desenvolve trabalhos que são ao mesmo tempo ornamento e roupa”* (STRAUSS, 2007:136).



Fig. 1 – Colar em prata pura e ouro 18k pertencentes à coleção



Fig. 2 – Vista posterior de colar em cobre revestido, feito em

de Hellen Drutt, resultado de sua estadia na Academy of Applied Art em Viena devido a bolsa Fullbright. 1985-1986. (Fonte: STRAUSS, C; ENGLISH, H.W.D.; BURROWS, K.M.; WETZEL, K. *Ornament as Art. Avant-garde Jewelry from the Helen Williams Drutt Collection. Houston: The Museum of Fine Arts. Stuttgart: Arnoldsche Art Publishers, 2007: 137*).

crochê com o uso de máquina. Essa técnica foi desenvolvida a partir de sua estadia em Viena, o que lhe permitiu obter peças soltas e frágeis, quase sem peso, onde a luz ao mesmo tempo que penetra pela estrutura também é refletida por ela. (Fonte da imagem: FISCH, 1997: 129).

Seu trabalho emprega o uso de técnicas tradicionais de tecelagem - tais como trançados, crochê e tricô - para criar ornamentos para o corpo, flexíveis e leves, dois atributos instantaneamente associados aos têxteis, porém quase nunca associados à joalheria (fig. 1 e 2).

“Minhas explorações me mostraram que eu poderia tecer, fiar e trançar com fios de metal para produzir estruturas que se auto-sustentavam sem a necessidade de nenhum processo de ourivesaria.” (FISCH, 1997:7).

Em suas peças, forma e padronagem são simultaneamente alcançadas em uma abordagem mais espontânea e menos rígida de medidas, procedimentos e volumes. Trata-se de uma joalheria que deve ser muito mais entendida por sua estrutura do que por seus atributos de embelezamento, como normalmente acontece no caso de adição de gemas ou outros elementos de caráter decorativo. Seu trabalho mistura joalheria, escultura e vestimenta e se define como uma busca por *“to please and exalt the wearer”* – agradar e exaltar o usuário (LEWIN, 1994:96).



Fig. 3 – Ornamento em Cobre e prata, 1999. Em sua abordagem peculiar, Fisch constrói joias que se aproximam das roupas, afastando-se das tipologias clássicas da joalheria tradicional. (Fonte da imagem: disponível em <<http://americanart.si.edu/collections/search/artwork/?id=71852>> acesso em 25/07/2012)

Interessada em expandir as fronteiras da joalheria tradicional através da aplicação de técnicas têxteis em metal para configurar peças como esculturas vestíveis, destaca-se ainda nas obras desta artista a exploração de dimensões e formas incomuns se comparadas à tipologia da joalheria ocidental tradicional dos anos 70 (fig. 3). Além disso, as técnicas têxteis utilizadas por Fisch deixavam aparentes aspectos gestuais do ato de produção, o que por um lado potencializava as qualidades plásticas das peças, mas por outro se apresentavam como uma característica questionável no quesito acabamento da joia clássica de então.

Ressaltamos ainda que a aproximação da joia com o universo dos têxteis não passa apenas pelas questões técnicas de configuração formal dos objetos. Existe aí um denominador comum entre têxtil e joia que é o corpo como suporte. Com sua joalheria têxtil de fios metálicos, Fisch evoca aspectos importantes que questionam a dinâmica corpo-joia. A artista transforma essa relação por meio das grandes dimensões de suas peças, acompanhadas da dissolução da aparência de nobreza e rigidez que tradicionalmente estão associadas ao imaginário da joalheria. O caráter dinâmico e flexível dos materiais e técnicas têxteis aportam um novo pensamento

para a joia do final do século XX, impregnadas das noções de fluidez e flexibilidade inerentes ao cenário pós-industrial.

Na mesma direção vai o trabalho da artista inglesa Caroline Broadhead, que vê nos objetos que atuam na fronteira do corpo, tais como as roupas e as joias, um potencial para explorar identidade e significado (BROADHEAD, 2005: 25). Nesse sentido parece natural o diálogo que suas peças fazem entre a joia e a roupa, evidenciando a sobreposição de conteúdos de natureza comum.

Graduada pela Central School of Art and Design de Londres, Broadhead foi aluna de nomes significativos do cenário emergente da arte-joalheria tais como Wendy Ramshaw, Gijs Bakker e Emmy van Leersum, entre outros. Tornou-se figura chave no movimento britânico, o "New Jewellery", como pioneira no uso de técnicas têxteis com materiais não preciosos na joalheria, pesquisando o uso do nylon no final dos anos 70 e início dos anos 80, criando peças que privilegiavam aspectos como transparência, flexibilidade e interação na relação de uso do objeto (fig. 4) (DORMER & TURNER, 1985).

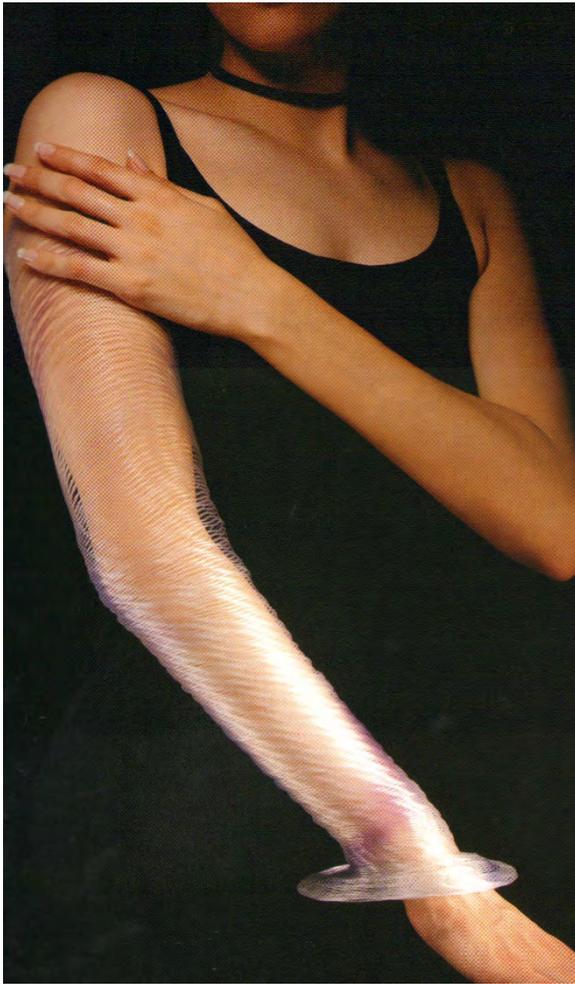


Fig. 4 – Sleeve, 1981 - Monofilamento de fibra sintética tecida e borracha. A peça foi doada em 1997 ao Museum of Arts and Design de Nova Yorque e, como muitas peças de Broadhead, explora a tensão entre interno/externo através de uma estrutura relativamente instável. (Fonte da imagem: LEVENTON, 2005:110).

Uma viagem à África no final dos anos 70 promoveu o confronto com outras escalas de ornamentação e com as técnicas de cestaria, tornando-se um ponto de virada em sua percepção da própria joalheria. A partir daí seu trabalho foi aos poucos evoluindo da base joalheira em direção a uma discussão sobre as relações com o corpo, por meio do uso do tecido propriamente dito e do desmembramento de partes de roupas, tais como punhos, mangas e colarinhos. Ainda que no resultado final as obras de Broadhead pareçam muito distantes da joalheria (fig. 5), destacar partes específicas da roupa onde normalmente se localizariam os ornamentos como colares e pulseiras são escolhas que revelam seu pensamento operante de artista-joalheira. Esses deslocamentos atuam como um desafio sobre as noções convencionais do vestir, evidenciando a poética da artista, que se instaura na dissolução dessas fronteiras (LEVENTON, 2005).

“Eu comecei criando peças com dois focos de experiência: um que era interior – vestir, sentir e manusear – e outro que era exterior – visualizar. Eu explorei o tátil e o visual, a possibilidade de ambos fazerem parte e estarem separados, sujeito e objeto.” (STRAUSS, 2007:92).

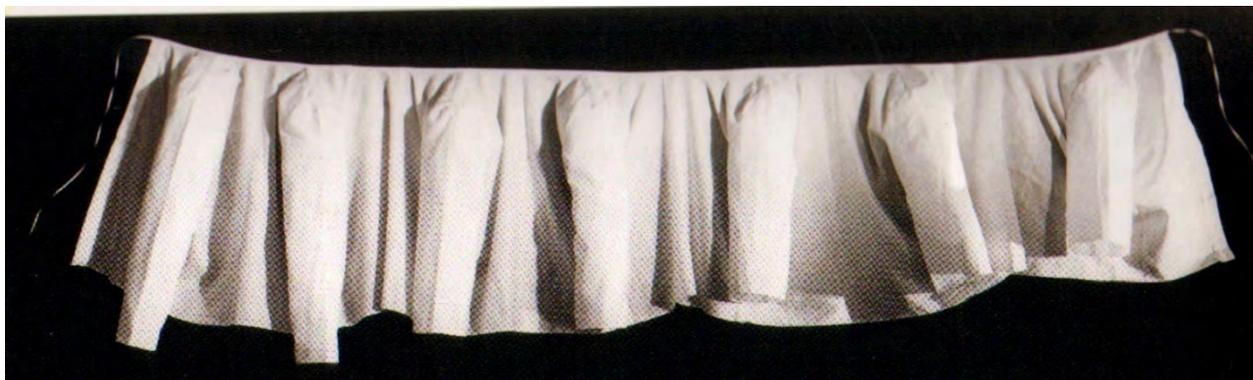


Fig. 5 - Wraparound Shirt, 1983. A peça faz parte da derivação do trabalho de Broadhead que traz em si uma maior proximidade com a forma humana, servindo, portanto como metáfora do corpo. (Fonte da imagem: LEVENTON, 2005:144).

No discurso de Broadhead começamos a notar uma preocupação em desenvolver uma reflexão que vai além das características formais e tipologias da joalheria, abarcando aspectos mais conceituais e simbólicos. A investigação sobre as relações que ocorrem entre o sentir, tocar e ver denotam um pensamento sobre o papel da joalheria como mídia, seus atributos específicos que a aproximam das discussões encabeçadas por outras disciplinas da arte, tais como a identidade e autoconsciência, por exemplo.

Jóia Têxtil, Pensamento Flexível

A joalheria têxtil da argentina Silvina Romero é feita a partir de restos de tecidos que ela desfaz e reconstrói em colares, broches e outras peças para o corpo. Esse trabalho iniciou-se durante um período de crise no país. A artista deslocava-se até o bairro de vendas de tecidos de Buenos Aires, onde conseguia sobras e retalhos a um custo conveniente que lhe permitiam continuar trabalhando. Os tecidos recolhidos e reutilizados eram então submetidos a diferentes processos:

dobrar, enrolar, tecer, tingir, recortar para, em suas palavras, “*serem transformados em objetos para serem portados*” (entrevista com Silvina). Aqui o pensamento de Silvina aponta para a importância da relação de sua produção com o corpo.

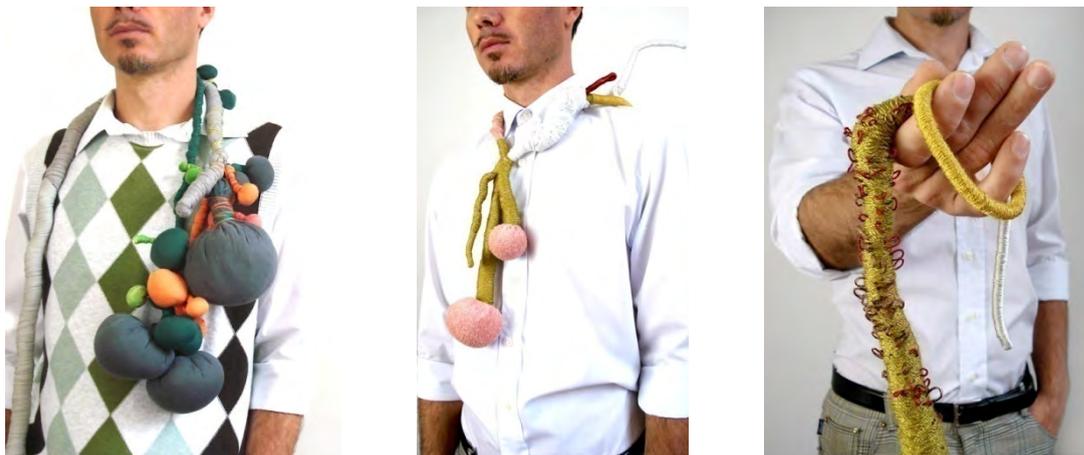


Fig. 6, 7 e 8 – Série Criaturas, 2009, feita de restos de tecidos variados, escapam das tipologias tradicionais e convidam o usuário a uma relação ativa em sua interação com a peça. (Fonte: imagem cedida pela artista).

Na série “Criaturas” (fig. 6, 7 e 8) Romero optou por peças bastante volumosas, não se restringindo às dimensões ou tipologias tradicionais da joalheria. Pelas imagens fotográficas percebe-se que a artista convida a outras maneiras de se relacionar com as peças, demandando do usuário um comportamento ativo, instigando-o a recolocar seu corpo em outras posturas, diferentes das que habitualmente se usa para portar um colar ou anel, por exemplo.

Tal como Broadhead e Fisch, a presença do universo têxtil, ainda que com materiais e de modo distintos, evoca uma atenção para aspectos do vestir que dialogam com a própria natureza das joias e das roupas. A opção por tipologias não banalizadas evidenciam a possibilidade de uma expressão artística autêntica, na qual a mobilização do usuário o torna sujeito ativo, atuante na interação com a peça e não um corpo suporte/vitrine como na joia tradicional.

Outro aspecto relevante na abordagem de Silvina consiste no fato de que suas peças sejam “feitas com o lixo de outros”, ou seja, propondo uma reorganização não apenas formal, mas uma ressignificação material. Não se trata da assimilação que o próprio mercado joalheiro vem fazendo de materiais não preciosos, tais como couro, borracha, sementes, etc. Em seu processo de trabalho a artista subverte o próprio estatuto da joia tradicional, já que se propõe a “fazer joalheria, usualmente associada ao luxo e ostentação, com restos”. (TREEHUGER).

Enquanto Silvina apoia sua criação numa reação à realidade cotidiana, do outro lado do oceano encontramos uma abordagem diametralmente oposta no trabalho da holandesa Felieke Van der Leest. Graduada em joalheria pela aclamada Gerrit Rietveld Academy, suas joias fazem parte de coleções e museus em todo o mundo, tais como o Museum of Decorative Arts (Montreal), Museum of Modern Art (Arnheim), Royal Museum of Scotland (Edinburgh), Hiko Mizuno Collection (Tokio). Seu trabalho é um mergulho rumo a um mundo fantástico que usa o crochê em fibras como estratégia para desenvolver uma joalheria narrativa. Embora com formação em ourivesaria, foi a escolha do uso do crochê, associado a outros materiais e técnicas que a ajudou a definir sua poética.

Combinando essa técnica têxtil com ouro, gemas e especialmente a fragmentos de animais de plástico (derivados de sua coleção particular), Felieke cria vestimentas para seus personagens, inserindo-os em estruturas sociais de tal forma a induzir uma compreensão do rico universo imaginário no qual opera. Além disso, as peças carregam títulos que reforçam o contexto narrativo no qual cada personagem está inscrito.

No trabalho de Van der Leest destacamos uma série desenvolvida entre 2008 e 2009, na qual os jogos olímpicos servem de pano de fundo para que a artista coloque toda sua extraordinária habilidade em crochê a serviço da criação de personagens com um grande potencial irônico. É o caso de *Billy Bang* (fig. 9), o boxeador que porta uma vestimenta glamorosa, arrematada brilhantemente por um

anel que faz as vezes do cinturão de campeão. A joia tradicional (o anel com uma gema) aparece deslocada, inserida em outro contexto e função, intensificando por isso mesmo a crítica e humor da peça, o que se soma ao fato do boxeador estar dando um soco em si mesmo.



Fig. 9 – Billy Bang, broche, 2009, têxteis, plástico, ouro, cristal Swarovski, prata e safira. (Fonte: imagem cedida pela artista).

Nessa mesma direção é que parece ter sido pensada a peça *The J. Russels* (fig. 10), na qual a ideia de colar fica em segundo plano para ressaltar a equipe de cachorros - em pé e em linha - que se protegem de uma bola que nunca chegará. Enquanto isso *Olympia* (fig. 11), uma "pug coquete" adornada em aros com as cores olímpicas alude tanto aos tradicionais mascotes, quanto às mulheres-objeto que permeiam algumas competições esportivas, "enfeitando" o momento de entrega das premiações.



Fig. 10 – The J. Russels, bracelete, 2008, têxteis, ouro, plástico, zircônia. Aqui, como em diversos trabalhos de Van der Leest, o status narrativo sobrepõe a tipologia escolhida. (Fonte: imagem cedida pela artista).



Fig. 11 – Olympia, broche, 2008, têxteis, plástico, prata e zircônia. (Fonte: imagem cedida pela artista).

Além das situações hilariantes presentes nos contextos narrativos, outro aspecto importante do trabalho de Felieke consiste no desafio do vestir, um convite ao usuário para que se torne cúmplice deste discurso crítico. Como não escapar do risco do ridículo ao usar o par de brincos *The Outsiders* (fig. 12)? Fora do corpo estes premiados forasteiros já nos mobilizam em sua irreverência e simpatia. Porém ao serem vestidos, é demandado daquele que veste uma dose de bom humor suficiente para bancar uma proposta ousada, que se afasta completamente dos clichês da ornamentação presentes na joalheria.

Tal como nas fábulas, os trabalhos desta artista costumam sinalizar aspectos da natureza humana, seus valores, suas contradições e até questões cotidianas. Mais ainda, seu mundo particular põe em cheque o sentido simbólico da joia, sua função narrativa – trata de amor, de memória, de desejo – que tem sido

sobreposta pela valorização estética e da materialidade preciosa. Aqui o trabalho de Felieke põe a narrativa numa escala de importância muito ampliada, fazendo do aspecto vestível da joia quase um desafio de decifração.



Fig. 12 – The Outsiders, brincos, 2008, plástico, ouro, têxteis, prata. Aqui a ousadia não existe apenas no âmbito da artista, mas também naquele que usa a peça. (Fonte: imagem cedida pela artista).

Se o caminho percorrido por Van der Leest abre-nos um sorriso no rosto, o trabalho da norte-americana Shari Pierce nos franze o cenho. Pierce, graduada pela Akademie der Bildenden Künste de Munique, sob a orientação do premiado artista e professor Otto Künzli, escolheu a joia como linguagem para desenvolver um trabalho de conteúdo eminentemente político, e, portanto, lidando com um universo mais duro e, por vezes, doloroso.

Embora associemos mais comumente a joalheria tradicional às questões exclusivamente decorativas, existe na ideia de ornamento a potência de ser meio para mostrar identidade. É exatamente nesse contexto que trabalha Pierce.

Para dar vazão a um discurso engajado, a escolha de materiais é momento crucial na validação de suas propostas. Desta forma, vemos que Pierce se volta a materiais têxteis, tomados emprestados do cotidiano, sobre os quais ela age.

Assim, na série *Whitewash*, Pierce recorreu a objetos que remetem ao universo doméstico.



Fig. 13 – Pink Expectation, peça para o corpo, cortina velha, 2010. (Fonte: disponível em www.sharipierce.com acesso em 22/07/201).



Fig. 14 – Stain, peça para o corpo, cortina velha, 2010. A resignificação acontece na escolha do material e na forma como foi “atacado” pela artista. (Fonte: disponível em www.sharipierce.com acesso em 22/07/2012).

A artista optou por destruí-los para em seguida, construir colares, que se caracterizam muito mais por uma forte carga expressiva do que por uma preocupação estética decorativa. É o que pode ser observado em *Pink Expectation*

(fig. 13) ou *Stain* (fig. 14), feitos a partir de cortinas desmontadas, cortadas, retorcidas e, no caso de *Stain*, brutalmente pintadas.

Em *Burqa Necklace* (fig. 15) a ação sobre o tecido de uma burca é ainda mais brutal, reiterando, de alguma forma, a violência comumente praticada contra a mulher que é submetida ao uso desse tipo de vestimenta. Se não fosse pelo título, a tradicional peça muçulmana seria dificilmente reconhecida, uma vez que foi completamente destruída e remontada como um colar no qual se veem linhas aparentes e rasgos. O tecido aqui é eminentemente simbólico, não bastava ser um tecido preto. Por outro lado, a escolha da tipologia final da peça como um colar mostra uma versão apaziguada da potência repressora que trazia em sua conformação original. É como se a destruição da burca e sua nova reconfiguração simulassem uma apropriação de uma realidade desconfortável e sua transformação em algo mais aceitável, porém não decorativo. Fios pendem e lembram que ali teve que ocorrer uma ação forte e decisiva para possibilitar uma transformação. O colar passa a ser assim símbolo de um posicionamento político, não só pela sua visualidade, mas pelo próprio processo de sua fatura.

Também foi sobre o tecido que Shari Pierce imprimiu rostos de estupradores para criar um colar na obra *36 Sex Predators from Within a 5 miles Radius* (fig. 16). Ela nos poupa do encontro com os olhos desses criminosos na medida em que estes estão cobertos por outro tecido costurado sobre a seda serigrafada usada como base. No entanto, o desconforto de imaginar-se usando um colar, justamente uma peça passível de ser usada como detonador do desejo do outro, composta por retratos de criminosos coloca-nos em posição incômoda e nos desloca para uma zona além da banalidade sexual usualmente promovida pela indústria da beleza na qual se inserem a moda, a joalheria e a cosmética.



Fig. 15 – Burqa, 2010, feito a partir da desconstrução de uma burca original. (Fonte: disponível em www.sharipierce.com acesso em 22/07/2012).



Fig. 16 – Detalhe de 36 Sex Predators from Within a 5 miles Radius, colar, seda e impressos a partir de transparências. 2010. (Fonte: disponível em www.sharipierce.com acesso em 22/07/2012).

Entrelaçamentos finais

Como objetos que permitem compreender os contextos socioeconômicos e culturais nos quais foram pensados, produzidos e usados, as joias concebidas como arte-joalheria permitem vislumbrar mais claramente a potência dessa interação. Isso porque a joia produzida no campo da arte desdobra-se em camadas de significações diversas, propõe novas tipologias e faz emergir a possibilidade de um discurso distinto daquele articulado pelas dinâmicas do mercado. Podemos observar

esses desdobramentos através dos exemplos selecionados e apresentados, nos quais a seleção do universo têxtil é feita pelas artistas de modo distinto da ideia de uso de material não precioso, aspecto observado em várias frentes da joalheria contemporânea comercial. Suas peças evocam um pensar sobre as relações joia-têxteis a partir de aspectos relativos ao vestir e à ação dos sujeitos no mundo e, ainda que a questão das técnicas têxteis se apresente diretamente em Felieke e Fisch, o enfoque de seus trabalhos não recai sobre esse aspecto.

O interessante desses trabalhos está no fato de joias e têxteis dialogarem intimamente ao abordar relações de interação através do corpo. A ideia de ter o corpo como suporte faz com que a roupa e a joia se aproximem de tal maneira que suas fronteiras se entrelacem no vestir, seja no ato em si, seja nas intenções e sentidos associados ao objeto vestido. Vale destacar ainda que a intrínseca demanda por interação é um aspecto muito caro ao artista contemporâneo, e que aqui é reforçado na escolha por qualidades e materialidades têxteis. Todas as artistas/obras vão transitar por essas questões.

As abordagens de Romero e Broadhead discutem o espaço e o modo como a joia vai ocupar o corpo, sendo que esta última chega a demandar explicitamente que o usuário tome a peça e a vista tal qual uma roupa: coloque a "manga" no braço. Já Romero convoca-o a descobrir por si - e por que não inventar - uma maneira própria de vestir/usar o objeto por ela criado. Ao pensarmos no ato do vestir encontramos nessas produções uma interação sujeito-joia que não visa exatamente o conforto: as peças evocam uma nova gestualidade, já que o corpo não é apenas suporte. No lugar de gestos autômatos, exige-se flexibilidade de pensamento, pois nada pertence completamente a um campo já entendido e delimitado, seja ele roupa ou jóia.

Outro aspecto relevante desses objetos de fronteira refere-se ao seu despreendimento das questões da ornamentação pessoal: essas joias também pertencem ao campo político, o que pode ser mais claramente observado na

produção de Pierce e Van der Leest. Seu uso implica numa escolha consciente de desvio, um vestir situado num campo para além da questão estética, uma ação que enfatiza o discurso do sujeito que veste.

Usando os têxteis como recurso multiplicador de significações, as obras dessas artistas joalheiras permitem inscrever e articular novas relações no contexto das joias e dos têxteis, evocando uma ideia de corpo e de pensamento mais flexível e ampliando as fronteiras que esses campos ocupam.

Referências

BROADHEAD, Caroline. A Part/Apart. In: GRANT, Catherine (Org.) New Directions in Jewellery. Londres: Black Dod Publishing, 2005. p.25-35.

DORMER, Peter & TURNER, Ralph. The New Jewelry: Trends + Traditions. Londres: Thames and Hudson, 1985.

FISCH, ARLINE. Textile Techniques in Metal for Jewelers Textile Artists & Sculptors. London: Robert Hale Limited. 1997

LEVENTON, Melissa. Artwear: fashion and anti-fashion. Londres: Thames & Hudson, 2005

LEWIN, Susan Grant. One oh a Kind: American Jewelry Today. Nova York: Harry N. Abrams, 1994.

SHARI PIERCE. Disponível em < <http://www.sharipierce.com> > acesso em 22/07/2012.

TEMPLE UNIVERSITY. Disponível em <http://www.temple.edu/crafts/public_html/mjcc/local/history/biographies/b52.html > [acesso em 26/06/2007]

STRAUSS, C; ENGLISH, H.W.D.; BURROWS, K.M.; WETZEL, K. *Ornament as Art. Avant-garde Jewelry from the Helen Williams Drutt Collection*. Houston: The Museum of Fine Arts. Stuttgart: Arnoldsche Art Publishers, 2007.

TREEHUGGER. Disponível em <<http://www.treehugger.com/style/silvina-romeroatms-recycled-fabric-accessories.html>> acesso em 03/07/2012.

UNTRACHT, Oppi. *Jewelry: concepts and technology*. New York: Doubleday, 1982.

WATKINS, David. *Joyeria Contemporanea*. Londres: Rotovision, 1993.

**ANÁLISE DESCRITIVA DE UM TECIDO ESTAMPADO DO SÉCULO XIX E
SUA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA**

**DESCRIPTIVE ANALYSIS OF A PRINTED FABRIC FROM 19TH CENTURY
AND ITS HISTORICAL CONTEXT**

Aline T. Monteiro Damgaard¹

Resumo

Este artigo expõe parte de uma análise que buscou ter como fonte primeira de investigação o tecido de uma saia de crioula pertencente ao Museu do Traje e do Têxtil da Fundação Instituto Feminino da Bahia. Através dos dados coletados na análise descritiva seguiu-se para a contextualização desse artefato no período em que esse foi usado. O objetivo desse artigo é demonstrar resumidamente como informações obtidas através da análise da materialidade e visualidade do artefato podem contribuir para a discussão histórica.

Palavras-chave: tecido estampado; saia de crioula; estudo baseado no artefato; Brasil oitocentista.

Abstract

This article presents part of an analysis which have as the primary research document a textile of a nineteenth century Creole skirt that is today held by the *Museu do Traje e do Têxtil da Fundação Instituto Feminino da Bahia*. Through the

¹Mestre em Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás onde desenvolveu a dissertação intitulada: *Para além do "Traje de Crioula": um estudo sobre materialidade e visualidade em saias estampadas da Bahia oitocentista* (2012), sob a orientação da Profa. Dra. Rita Andrade. Bolsista CAPES. Especialista em História da Arte (2009) pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Bacharel em Negócios da Moda (2007) pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM) e Técnica em Criação e Desenvolvimento de Produto pela mesma universidade (2005). Suas áreas de interesse são: Cultura material, Séc. XIX, Roupas, Tecidos, História e Arte.

data collected in the descriptive analysis was possible to contextualize the artifact in the period in which this was used. The aim of this study is to briefly show how information obtained through the analysis of materiality and visibility of an artifact may contribute to the historical discussion.

Keywords: printed textile, Creole skirt; artifact- based study, nineteenth-century in Brazil.

A pouca atenção dada a conservação de artefatos têxteis e poucas pesquisas sobre o tema foi discutido de forma aprofundada pela curadora Teresa Cristina T. Paula em sua tese *Tecidos no Brasil: um hiato* (2004). Desde então, tal trabalho tornou-se referência aos estudos que consideram de alguma forma os tecidos no Brasil. Ao mencionar a escassez de pesquisas sobre esse tema (PAULA, 2004; ANDRADE 2008; LUZ, 2011), o que se pretende ressaltar é a falta de informações com relação as qualidades, cores, aparência e relações que esses tecidos poderiam ter nos séculos passados e não apenas as questões ligadas a industrialização do país.

Através da recente análise de duas saias estampadas pertencentes ao Museu do Traje e do Têxtil da Fundação Instituto Feminino da Bahia feita pela autora em sua dissertação de mestrado (MONTEIRO, 2012), foi possível conhecer alguns aspectos pouco mencionados na historiografia existente. A grande maioria dessas saias, classificadas pelo museu como saias de crioula, pertenceu a Florinda Anna do Nascimento que viveu na segunda metade do século XIX e que embora não se saiba se foi escrava ou não, era criada de uma conhecida família baiana (PEIXOTO, 2003). Assim, ao considerar tais saias como uma fonte de pesquisa, algumas informações puderam ser agregadas aos conhecimentos prévios.

A análise partiu dos estudos da cultura material (Prown, 1982; Taylor 2002) que propõe a abordagem do artefato como primeiro passo na investigação. A partir dos dados coletados na análise descritiva de sua materialidade e visibilidade, as informações são em seguida comparadas com outras fontes e localizadas nos

diferentes contextos que esse objeto poderia ter circulado. Embora os estudos que partem do artefato possam ter uma grande quantidade de análises extremamente detalhistas, é preciso ressaltar que o levantamento das características físicas das roupas, ou seja, as atividades de observação e descrição de um artefato, não objetiva simplesmente o estudo de sua materialidade. Como explica Prown (1982), o artefato nos estudos da cultura material deve ser o meio, o caminho, e não seu fim.

Portanto serão apresentados nesse artigo alguns exemplos² de como dados obtidos na análise de uma das referidas saias puderam contribuir para construção de um estudo sobre tecidos estampados no Brasil oitocentista. Tais exemplos objetivam demonstrar as vantagens e características de agregar o artefato aos estudos da roupa, moda, tecidos e suas ramificações.

Identificação e análise de tecidos estampados

A estrutura básica de um tecido é feita através do entrelaçamento dos fios de urdume que são os fios longitudinais e da trama que são os fios no sentido da largura. Os fios de urdume são dispostos paralelos uns aos outros enquanto os fios da trama são passados por cima e por baixo dos de urdume, formando assim o tecido. Os tipos de entrelaçamento também chamados de ligamento são criados pela trama de acordo com o padrão de quantidade de fios que vão ser passados por baixo e por cima. Assim, a forma mais simples de tecer é a um por um, conhecida como tela ou tafetá onde “cada fio da trama passa alternadamente por cima e por baixo de cada fio do urdume”. (PEZZOLO, 2008, p. 153).

Os fios que formam a trama e a urdidura do tecido eram, até as décadas finais do século XIX, compostos por fibras naturais, sendo o algodão, linho, lã e seda os mais usados na indústria inglesa (SCHOESER; RUFÉY, 1989). Cada tipo de fibra, juntamente com o tipo de ligamento usado na construção do tecido, constitui

² Os exemplos expostos nesse artigo representam uma pequena parte da análise feita na dissertação de mestrado da autora (MONTEIRO, 2012), onde foram analisadas de forma detalhada duas saias estampadas classificadas pelo do Traje e do Têxtil da Fundação Instituto Feminino da Bahia como saias de crioula.

um dos fatores que proporcionavam não apenas as qualidades físicas, mas também as diferenças no preço do produto final.

A identificação de tecidos pode ser feita através de uma lente conta-fio, instrumento pelo qual os fios do tecido são contados. Além da contagem de fios, essa lente possibilita também perceber o tipo de ligamento usado em sua construção. Assim, foi possível identificar que o tecido analisado possui ligamento tela, sendo formado por 40 fios por cm^2 .

A quantidade de fios por cm^2 nos informa, juntamente com o tipo de ligamento e a fibra, a qualidade do tecido. Sykas (2007) explica que um padrão de qualidade de tecidos estampados comum no mercado inglês do século XIX era baseado não apenas pela qualidade do fio, mas também pela quantidade de fios por cm^2 . A relação proposta por ele é que de 10 a 20 fios por cm^2 poderia ser um indicativo de tecido barato, de 20 a 30 um material de categoria média e de 30 a 40 um material de alto valor. Assim sendo, considerando tais padrões, o tecido analisado poderia ser classificado como de alto valor.

A identificação da natureza da fibra, assim como a dos corantes e pigmentos usados no tingimento e a presença de outras substâncias, só é possível de forma definitiva quando realizada em laboratório especializado. No Brasil, esse tipo de análise pode ser feita, por exemplo, no SENAI/CETIQT ou no Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT). Embora nesse estudo tal procedimento não tenha sido realizado devido a recursos e natureza da investigação, a análise visual do tecido e fibras feita na reserva técnica do museu e posteriormente o estudo de suas imagens possibilitaram chegar-se a algumas considerações.

As fibras em geral são classificadas por algumas características que as diferenciam, estando entre elas a propriedade do toque e aparência, sendo essas as que foram possíveis de verificar durante a análise. Ao classificar esse tecido como sendo de algodão, foram considerados: o toque suave, a aparência mais opaca e a comparação com outros tecidos da mesma fibra. Portanto, é preciso ressaltar que tais características são apenas possibilidades, pois fibras e tecidos podem receber

diversos tipos de tratamentos, como os beneficiamentos, diferentes formas de torção e combinação de dois ou mais materiais, mascarando ou mudando as características naturais. Contudo, apesar das limitações que a descrição do material sem o auxílio das análises laboratoriais possui, através do olhar atento às características visuais do artefato, muitas informações podem ser levantadas e investigadas.

O tecido da saia analisada apresenta um fundo azul escuro com estampas florais e desenhos pontilhados nas cores azul claro, rosa, amarela e branca. É interessante apontar que a cor azul obtida pelo índigo era amplamente usada na estamparia e tingimento de tecidos até os anos finais do século XIX.

A técnica de criar estampas através da remoção da cor de um tecido já tingido era muito comum nesse período. A estampa era obtida em um processo onde o tecido “é primeiro tingido, e depois a estampa é removida [*discharged*], através da impressão de um agente branqueador” (HARRIS, 2006, p.42). Esse processo era mais comum nos tecidos tingidos por índigos e/ou por cores escuras como o preto. Schoeser (1996), que estudou a indústria de algodão em Lancashire, cita o uso dessa técnica e suas demais variações, como a combinação de cores depois do processo nas estampas criadas. Além disso, tais estampas foram apontadas por Schoeser (1996) e Hefford (1999) como compostas principalmente por desenhos pontilhados.

Através da análise visual do tecido da saia, foi possível identificar características próximas às citadas acima. Seria então compreensível acreditar na possibilidade do uso do processo de remoção de cor ao considerar a presença do azul, do desenho pontilhado e da estampa em cor branca, porém, um fator nos aponta para outro caminho. Em tal processo a tinta é removida do tecido pelo cloro, dessa maneira, o lado avesso do mesmo também fica marcado. Ao analisar o avesso do tecido da saia fica evidente que nesse tecido não há os desenhos da tinta removida, apenas algumas manchas advindas da tinta utilizada nas flores azuis, indicando que a estampa foi feita por outro tipo de técnica, muito provavelmente

pelo bloco de madeira ou pelo cilindro.

Quando se trata da identificação da técnica usada para estampar esse tecido, a análise se torna mais um processo de observação visual, não dos processos, pois eles não estão ali explícitos, mas de vestígios presentes no tecido que podem indicar o processo que os criaram.

Além de processos que misturavam tingimento e criação de estampas, durante o século XIX duas técnicas de estamparia eram mais comuns³, sendo elas os blocos de madeira e os cilindros. Nos blocos de madeira, o desenho era esculpido manualmente, que segundo Clark (1997), mediam no máximo 46 cm, e sua profundidade não passava de 6 cm, pois blocos possuindo maiores medidas do que essas, seriam muito pesados para o manuseio. A forma em relevo em contato com a tinta imprimia o desenho no tecido, sendo que para cada cor era necessário um bloco, e uma segunda cor só poderia ser estampada quando a primeira estivesse seca. (HARRIS, 2006).

Picotage, *stipple effects* ou *pinning* são termos em inglês citados respectivamente por Meller e Elffers (2002), Harris (2006) e Sykas (2007) como uma característica das estampas feitas por blocos de madeira. Os três termos se referem à prática de adicionar ao bloco de madeira pinos que podiam ser de cobre ou bronze a fim de complementar o desenho da estampa com um efeito pontilhado. Portanto, tal efeito poderia ser uma característica tanto da estampa obtida pelo processo de remoção de cor quanto através dos pinos colocados nos blocos de madeira, para compor principalmente o fundo e espaço entre os desenhos ou para dar o efeito de sombra.

Contudo, apesar de Sykas (2007) citar o uso de pinos nos blocos de madeira, ele classifica uma estampa pontilhada como tendo sido feita através de rolos, sugerindo que tal efeito também pudesse ter sido feito por cilindros, muito provavelmente para dar um ar de estampa feita por blocos, quando esse processo manual se tornou escasso.

³ De acordo com estudos feitos sobre as fábricas têxteis inglesas.

Harris (2006) afirma que por serem lentos e cansativos os blocos não poderiam se adequar às novas demandas do crescente mercado por tecidos estampados do começo do século XIX, que se adequou melhor aos cilindros. Patentado por Thomas Bell em 1786, essa técnica advinda das placas de cobre, ao adquirirem o formato cilindro permitiram a estampa contínua, agilizando e barateando o processo.

Nos cilindros que mediam entre 81 a 203 cm de largura, os desenhos eram inicialmente gravados à mão, passando depois ao uso de máquinas para realizar tal processo (CLARK, 1997). Simplificadamente, nessa técnica de estampa, o tecido passava entre a pressão do cilindro central e os outros gravados com o desenho em cobre, sendo uma cor por cilindro. Inicialmente, em uma mesma máquina podiam ser combinados de três a quatro cilindros, chegando a possibilidade de 12 ou 14 no final do século (CLARK, 1997; HARRIS, 2006). No entanto, é importante frisar que apesar dos benefícios que esse novo processo proporcionou às indústrias e ao comércio, as estamparias por blocos de madeira não cessaram por completo, se tornando uma técnica cara devido a sua raridade.

Como foi desconsiderado, devido à aparência de seu avesso, o uso da remoção de cor no tecido analisado, a estampa em bloco seria a técnica mais provável, porém como o pontilhado também foi feito através dos cilindros, essa conclusão baseada apenas nessas características seria insuficiente. Para um maior entendimento da identificação dos processos utilizados, serão consideradas nessa análise as informações dispostas por Sykas (2007), que disponibilizou em um artigo produzido em razão de um *workshop* algumas "dicas" de identificação de processos de estampa que ajudam o pesquisador na datação do tecido desse período.

Sykas (2007) expõe algumas características entre os resultados deixados pelas diferentes técnicas de estampa, como por exemplo, manchas ou os erros de encaixe de cores e posicionamentos que ocorriam nas estampas feitas através dos blocos. Como essa era uma técnica manual, ao encaixar as diferentes cores, diferenças aconteciam, muitas delas mínimas, só percebidas com um olhar atento.

Outro sinal, nesse caso, podem ser os pontos usados como marcação de encaixe do bloco, presentes ou do lado direito ou do avesso do tecido. (SYKAS, 2007; HARRIS, 2006).

No processo de análise do tecido em questão, buscou-se encontrar sinais que indicassem a estamparia em blocos, porém de toda a extensão do tecido apenas uma diferença como relação ao posicionamento do desenho foi identificada. Os miolos das flores azuis e amarelas estão bem centralizados em quase todas as sequências de flores, porém em duas colunas, esses estão deslocados para os lados. Embora esse aspecto se pareça com as falhas de encaixe encontradas nas estampas feitas por blocos, nesse caso, tal erro não aparenta ser esse tipo de indicativo. O erro não aparece de forma singular, mas na sequência da urdidura do tecido, ou seja, no sentido de seu comprimento.

Como a saia foi construída com seis emendas de tecidos, foi possível compará-los e considerar que muito provavelmente essa tenha sido uma pequena diferença na construção de uma sequência do cilindro, pois na referida fileira o erro é contínuo. Além disso, as disposições dos motivos florais da composição mantêm uma distância igual entre elas, assim como os motivos ornamentais que compõem os espaços. As cores das flores, botões, folhas, miolos e caules também têm o mesmo padrão em toda a extensão do tecido, apresentando características que se aproximam mais de um tecido estampado através de cilindros, ao invés de blocos.

Embora muitas outras características com relação aos tecidos podem ser levantadas nesse tipo de análise, tais como os tipos de tingimento, estilo e composição das estampas, as características dispostas nessa breve apresentação podem auxiliar grandemente no conhecimento histórico desses materiais e conseqüentemente da sociedade em que esses estavam inseridos.

As fibras de algodão, ligamento tela, 40 fios por cm², fundo azul e estampas feitas pelo processo de cilindros, nos indica um tecido que poderia ter sido fabricado desde o início do século XIX. A análise físico-química das fibras e corantes ajudaria na contextualização dos tecidos de forma mais precisa, porém, a maior

importância dessa identificação de processos, técnicas, cores e estilos não é a datação, mas a abertura que tais informações oferecem à investigação das relações que essas saias estampadas poderiam ter nos contextos em que elas circularam.

Algodões estampados no Brasil oitocentista

Embora a produção artesanal de tecidos e as manufaturas proto-industriais⁴ fossem amplamente praticadas no Brasil antes do século XIX, foi durante o Oitocentos que as primeiras fábricas têxteis começaram a aparecer. Porém, as datas exatas são ainda incertas. Segundo Delson (2004), os dados relacionados à presença de fábricas têxteis apresentados por autores como Stein (1979), por exemplo, podem ser contraditos. Stein (1979) afirma que as primeiras fábricas começaram a aparecer na década de 1840, porém Delson (2004) demonstra que antes de 1844, duas fábricas já operavam na Bahia, e também aponta para o fato de que antes de 1844 o governo britânico já reclamava do longo período que tecidos ingleses ficavam estocados no mercado brasileiro, indicando assim a presença de fábricas nacionais atendendo a demanda local. Sejam antes ou depois, ambos os autores concordam, no entanto, que foi na segunda metade do século que a produção têxtil nacional melhor se desenvolveu.

Stein (1979) cita que das nove fábricas existentes no Brasil no ano de 1866, cinco estavam na Bahia. Entre as razões levantadas pelo autor, o sistema portuário e fluvial de distribuição, a grande população escrava e de trabalhadores livres que consumiam tecidos de baixa qualidade, as fontes hidráulicas de energia, as taxas sobre produtos ensacados com tecidos importados e os investimentos de senhores de engenho, foram as principais contribuições para o desenvolvimento de fábricas naquela região. Entretanto, embora a quantidade de fábricas na Bahia tenha aumentado para 12 na década de 1860, em 1885 “trinta e três das quarenta e oito fábricas brasileiras estavam localizadas na província do centro-sul” (Stein, 1979,

⁴ O termo proto-industriais se refere às manufaturas brasileiras do século XVIII e foi usado por Delson (2004).

p.36).

Juntamente com o desenvolvimento de fábricas nacionais, a importação de tecidos estrangeiros também obteve um grande aumento durante todo o século XIX. Com a vinda da família real portuguesa e sua corte para o Rio de Janeiro em 1808, grandes mudanças sociais, culturais, políticas e econômicas começaram a acontecer. No mesmo ano de sua chegada D. João abriu os portos do Brasil ao comércio internacional e dois anos após, um tratado possibilitou aos britânicos melhores condições de comércio no mercado brasileiro. Graham (1973) afirma que mesmo após a expiração desse tratado em 1844, nenhuma nação era competição séria à Grã-Bretanha. O autor demonstra sua afirmação com dados que mostram que até mesmo na segunda metade do século XIX, mais precisamente em 1875, a segunda maior nação importadora para o Brasil era a França, contudo, enquanto a Grã-Bretanha fornecia 43.200 contos de réis dos 97.700 que entraram no porto do Rio de Janeiro, a França fornecia apenas 18.400. (GRAHAM, 1973, p.89)

Tais dados informam alguns números das importações em geral realizados principalmente pelo porto do Rio de Janeiro, porém o mesmo autor também afirma que dentre os produtos ingleses importados pelo Brasil, os tecidos eram um dos mais proeminentes. Sendo assim, "do total de importações da Grã-Bretanha em 1850, no valor de 2,5 milhões de libras, os produtos têxteis entravam com quase 2 milhões, e destes, 1,5 milhões de libras eram representados por tecidos de algodão." (GRAHAM, 1973, p. 91).

Tem-se então um contexto onde circulavam tanto tecidos nacionais como tecidos importados. Embora a produção nacional tenha sido classificada como grosseira e a importada como uma mercadoria mais fina e desejada, alguns estudos nos informam que tais padrões não eram tão bem definidos assim. Delson (2004) e Stein (1979) relatam produtos fabricados no país de excelente qualidade. Segundo Delson (2004), as dificuldades de acesso e transporte dos produtos importados para Minas Gerais ajudaram a região a crescer e investir na produção de tecidos finos de algodão e linho, satisfazendo assim a necessidade de tais

tecidos da elite mineira.

Portanto, a idéia de que o produto nacional era necessariamente de qualidade ruim e o importado de qualidade superior pode ser questionada à luz de alguns relatos onde qualidade, valor e prestígio raramente foram bem definidos. O que se pode afirmar, no entanto, é que tecidos de algodão, fossem eles importados ou nacionais, circulavam no Brasil do século XIX, embora os diferentes tipos de tecidos de algodão, como os estampados são raramente mencionados. O que nos indica sua presença no país são outras fontes de pesquisa como a coleção de saias de crioula do Museu do Traje e do Têxtil e fontes iconográficas da época.

O tecido estampado aparece em saias, blusas, turbantes e panos da Costa⁵ em algumas representações de mulheres negras feitas por viajantes que estiveram no Brasil durante o século XIX. Dentre tais representações, a coleção de desenhos de Maria Calcott⁶ apresenta uma rica variedade de estampas e cores. Outra fonte visual importante para o estudo dos estampados é a coleção de fotografias de Christiano Jr., que fotografou diferentes mulheres no traje de crioula, com saias e blusas estampadas.

A cor azul do tecido analisado também agrega às características de um artefato popular da época. Nos desenhos, gravuras e pinturas feitas pelos viajantes no Brasil do século XIX onde são representadas mulheres negras fossem elas escravas ou não, a cor azul está presente em grande parte, principalmente nas saias, turbantes e nos panos da Costa. Embora a cor azul nas representações visuais possa ser uma característica da paleta de cores e estilo do artista viajante, outras informações com relação a essa cor indicam não apenas seu uso, mas sua popularidade. Por exemplo, Paula (2003) expõe um trabalho de Taunay onde ele depois de analisar vários relatos de viajantes afirma o constante uso da cor azul em saias de mulheres negras. Tais descrições vão ao encontro de muitas representações visuais do século XIX e também do tecido da saia analisada.

⁵ Pano da Costa é um pano retangular usando sobre os ombros ou cintura e que compõe o traje de crioula.

⁶ Os desenhos de Maria Calcott são parte do acervo da Fundação Biblioteca Nacional, disponível em: <http://acervo.bndigital.bn.br>

A saia também é uma evidência deste uso, e como fonte material apresenta algumas informações que não foram encontradas em outros estudos sobre o tema. A primeira característica do tecido da saia é que ele é um tecido de algodão estampado, e de acordo com a análise realizada, essa estampa teria sido feita através de cilindros. A estamparia por cilindros requeria um grande número de processos desde a concepção do estilo, cores e composição dos desenhos que compõem a estampa até os processos técnicos de branqueamento, tingimento, impressão e disposições dos mesmos ao tecido. Analisando-o pela perspectiva da produção poderíamos então concluir que sendo um tecido estampado, esse valeria mais do que um tecido de algodão liso ou grosseiro. Outra característica que evidencia esse tecido como um material de alto custo seria a classificação como tecelagem de qualidade superior de acordo com as informações encontradas em Sykas (2007, p.5), já que esse possui 40 fios por cm².

É intrigante, no entanto, que um tecido que aparentemente possuía um alto valor de custo, tenha sido representado em roupas usadas por mulheres escravas ou comerciantes no mercado de rua.⁷ Algumas informações advindas da literatura inglesa juntamente com as características do tecido analisado nos ajudam a compreender tais dualidades.

A invenção e utilização dos cilindros para estampar baratearam o processo, permitindo que as classes de baixa renda pudessem adquirir esses tecidos (HARRIS, 2006; HEFFORD, 1999). Além da criação do cilindro que agilizou o processo e diminuiu a mão de obra, e as descobertas do século XIX de novas tintas e produtos mais eficientes agregados, no caso do Brasil, a facilidade de entrada e comércio, contribuíram para o barateamento dos tecidos estampados.

Além disso, apesar do tecido analisado indicar que nem todos os algodões estampados tinham uma tecelagem inferior, Parry (1993) explica que os algodões

⁷ Alguns dos viajantes que retrataram essas mulheres e atividades foram Jean-Baptiste Debret, Henry Chamberlain, Joaquim Cândido Guillobel, entre muitos outros.

fabricados na Inglaterra para o mercado português, espanhol e latino-americano eram de baixa qualidade, com tecelagem, acabamentos e design mal feitos. Segundo a autora, essas características indicavam a “tentativa das manufaturas britânicas em capitalizar na quantidade ao invés da qualidade.” (PARRY, 1993, p.10, tradução minha).

Embora a estampa do tecido analisado não tenha sido caracterizada como “mal feita”, essa é formada principalmente por desenhos de efeito pontilhado. Como mencionado anteriormente, desenhos pontilhados poderiam ser feitos através de diferentes técnicas, sendo considerado um tipo de design tradicional e popular, não possuindo grandes inovações estilísticas.

Se no final do século XIX já havia pelo menos uma fábrica produzindo tecidos estampados no Rio de Janeiro, como afirma Stein (1979), os tecidos das saias poderiam ser parte dessa produção. Por outro lado, é também possível que estes tenham sido parte de uma mercadoria inglesa, ou ainda de outra produção internacional que exportava produtos para o Brasil e que visava competir com a produção local, com produtos a preços populares.

É relevante apontar que tecidos estampados, fossem eles nacionais ou importados, não faziam parte da moda europeia vigente. Descrições das roupas femininas usadas no país pela alta sociedade em estudos como os de Souza (2005) e Martinez (2007) apresentam descrições de vestimentas feitas com sedas, cetins e até veludos. Os estampados faziam parte da vestimenta da rua, do mercado, de mulheres negras, escravas, forras, livres ou da mulher branca e sem condições financeiras.

Considerações finais

O estudo da roupa pode partir de diferentes fontes de pesquisa. A historiografia, as representações visuais, os relatos de viajantes e diferentes fontes primárias como documentos da época encontrados em arquivos, podem fornecer importantes informações com relação ao artefato em análise e suas relações em

diferentes contextos que esse possa ter circulado.

Destacou-se nesse artigo a ausência de informações relacionadas aos tecidos estampados no século XIX, tanto em representações visuais quanto em estudos que abordaram de alguma forma a produção e/ou a industrialização têxtil no país. Assim, buscou-se então demonstrar resumidamente que a análise descritiva, o contado com o artefato, e o levantamento de características materiais e visuais podem indicar caminhos de pesquisa muitas vezes negligenciados.

Conhecer a qualidade da tecelagem, a fibra utilizada na sua construção, as cores, os estilos utilizados nas estampas e por fim o processo pelo qual essa foi estampada, aumenta as possibilidades de discussão de qualidades, acessibilidade e usos, além de outros questionamentos que possam surgir com relação aos tecidos em um dado contexto.

O tecido analisado, apesar de possuir algumas características que evidenciam um alto valor no comércio, é parte de uma coleção de saias de crioula, além de ter sido representado em vestimentas de mulheres escravas e do mercado informal. Essas dualidades possibilitam o pesquisador a trafegar entre conceitos formados ao longo dos anos, mas que muitas vezes precisam ser revisitados. Como por exemplo, a ideia de que mulheres escravas apenas usavam roupas de algodão grosseiro ou que os estampados não eram usados em vestimentas desse período. O fato das mulheres de elite da época terem sido representadas em sedas, cetins e majoritariamente em tecidos lisos, não deveria descartar outros possíveis usos de tecidos de algodão estampados. Tais tecidos foram possíveis de identificar tanto da iconografia da época, quanto no fato de existir hoje preservados uma coleção de saias que pertenceram a mulheres que viveram no final do século XIX, com o destaque de Anna Florinda do Nascimento que segundo o museu era criada de uma importante fazenda da região.

Muitas lacunas ainda existem, e os tecidos que circularam no Brasil carecem de mais pesquisas e investigações. Coleções de museus e instituições que preservam artefatos têxteis são muitos importantes e deveriam ser mais

explorados pelos pesquisadores da roupa. Embora a cultura material não seja a única forma de estudo da moda, estudar o próprio artefato permite leituras diversas e muitas delas só possíveis através de seus métodos e propostas. O artefato traz em si as marcas de sua trajetória, a inteligência aplicada a ele, os materiais, as técnicas e o estilo adotado, e são essas questões que muitas vezes abrem caminhos para se fazer uma história da indumentária que considera a roupa como uma importante evidência para se estudar suas relações socioculturais.

Referências

ANDRADE, Rita Morais de. *Bouè Souers RG 7091: a biografia cultural de um vestido*. 2008. 224f. Tese (Doutorado em História) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

CLARK, Hazel. *Textile printing*. Buckinghamshire: Shire Publications 135, 1997. 32p.

DELSON, Roberta Marx. The origin of Brazil's Textile Industry: an overview. In: *National overview Brazil*, Textile conference IISH, 11-13 nov. 2004. Disponível em: < www.iisg.nl/research/brazil.doc > Acesso em 27 de agosto de 2011.

GRAHAM, Richard. *Grã-Bretanha e o início da modernização no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1973. 380p.

HARRIS, Jennifer. (Ed.). *5000 years of textiles*. London: British Museum Press, 2006. 320p.

HEFFORD, Wendy. *The Victoria & Albert Museum's textile collection: design for printed textiles in England 1750 to 1850*. London: V&A Publications. 1999. 159p

MARTINEZ, Cláudia E. P. Marques. *Riqueza e escravidão: vida material e população no século XIX - Bonfim do Paraopeba/MG*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007. 196p.

MELLER, Susan; ELFFERS, Joost. *Textile Designs: two hundred years of European and American patterns organized by motif, style, color, layout, and period*. New York: Harry N. Abrams. 2002. 464p.

MONTEIRO, Aline O. Temerloglou. *Para além do "Traje de Crioula": um estudo sobre materialidade e visualidade em saias estampadas da Bahia oitocentista*. Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2012.

NEIRA, Luz Garcia. *Discursos distintivos a partir da cultura material têxtil no Brasil (1847-1910)*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 24, n. 48, julho-dezembro de 2011. p. 284-304.

PARRY, Linda. *The Victorian and Albert Museum's textile collection: British textiles from 1850 to 1900*. London: V&A Publication, 1993. 147p.

PAULA, Teresa C. T. *Tecidos no Brasil: um hiato*. 2004. 229f. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

_____. Reflexões sobre a cor na conservação/restauração. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, v. 6/7, 2003. p. 149-159.

PEIXOTO, Ana Lucia Uchoa. (Coord.). *Museu do Traje e do Têxtil*. Salvador: Fundação Instituto Feminino da Bahia, 2003. 80 p.

PEZZOLO, Dinah Bueno. *Tecidos: História, tramas, tipos e usos*. São Paulo: Senac, 2007. 324p.

PROWN, Jules. *Mind in matter: an introduction to material culture theory and method*. Winterthur Portfolio. Chicago: The University of Chicago Press, v. 17, n. 1, 1982. p. 1-19.

SCHOESER, Mary; RUFÉY, Celia. *English and American textiles from 1790 to the present*. New York: Thames and Hudson. 1989.

_____. Shewey and full of work: Design. In: ROSE, Mary. B. *The Lancashire cotton industry: a history since 1700*. Lancashire County Books. 1996. p.187-209.

SOUZA, Gilda de Melo e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 255p.

STEIN, Stanley J. *Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil – 1850/1950*. Rio de Janeiro: Campus, 1979. 272p.

SYKAS, Philip A. *Identifying Printed Textiles in Dress 1740-1890*. DATS e V&A, 2007. Disponível em: <<http://www.artdes.mmu.ac.uk/profile/psykas/research>>. Acesso em 10 de março de 2011.

TAYLOR, Lou. *The study of dress history*. Manchester: Manchester University Press, 2002. 284p.

PROPUESTA METODOLÓGICA: PUESTA EN VALOR COLECCIÓN MARCO

CORREA – MUSEO DE LA MODA SANTIAGO – CHILE

METHODOLOGICAL PROPOSAL: VALORIZATION OF MARCO CORREA'S

COLLECTION - SANTIAGO'S FASHION MUSEUM - CHILE



Fig: Fotografías Museo de la Moda

Marinella Bustamante Morales¹

Mariena Rumié Bertoni²

Resumen

Como parte de la línea de investigación, denominada *“Análisis de la moda latinoamericana entre la década del 60’ y 70’, identificación de referentes*

¹ Diseñadora mención Textil de la Universidad de Valparaíso y Magíster en Gestión Cultural en la Universidad de Barcelona, ESPAÑA. Actualmente es parte de la directiva del Comité Nacional de Conservación Textil, CNCT – CHILE mientras que Mariena Rumié Bertoni es Diseñadora Industrial, mención Diseño Industrial Textil de la Universidad de Chile. Con pos títulos en Historia de la Arquitectura Siglo XX e Historia de Chile, actualmente está realizando su tesis de Magíster Historia de Chile mención Historia de Chile y América en la Universidad de Valparaíso - CHILE. Como académicas e investigadoras de la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso, Marinella desarrolló el análisis “Rescate Valórico del Teñido Natural con Plantas Nativas de la región Valparaíso - CHILE, para fibra Proteica Lana”, mientras que Mariena participó en el estudio etnográfico “Tejedoras Diaguitas de Junta de Valeriano, Comuna de Alto del Carmen, III Región - CHILE”. Desde el año 2010, ambas desarrollan la investigación: “Análisis del vestuario chileno entre los años 1968 – 1978, identificación de los rasgos visuales, morfológicos y técnicos que caracterizaron al fenómeno de la moda latinoamericana” marinellabustamante@gmail.com

² mariena.rumie@gmail.com

identitarios como concepto diferenciador para el Diseño de Autor en Chile”, la Puesta en Valor de la COLECCIÓN MARCO CORREA – MUSEO DE LA MODA, Santiago - CHILE da cuenta, desde la perspectiva del diseño, del proceso metodológico que se está aplicando para reconocer, analizar y dilucidar, a través de un análisis cualitativo, la multiplicidad de influencias provenientes del contexto socio político del país, las artes visuales y las tendencias, europeas – norteamericanas de moda que configuraron el contexto en el cual Marco Correa desarrolló, entre los años 1968 – 1978, la Moda Latinoamericana, para difundir y movilizar los procesos creativos de las actuales y futuras generaciones de diseñadores que ven en la diferenciación una oportunidad para expresar morfológicamente y cromáticamente la diversidad de relatos que debe existir dentro del Diseño de Autor. Ésta nueva mirada, permitirá situar al actual diseño de autor en relación a nuestro pasado y los compromisos que nos plantea el futuro dentro del ámbito de la moda convirtiéndose en el principal desafío que el vestuario se proponga para el Chile del Siglo XXI.

Palabras claves: Década del '60 – '70, diseño de autor, moda latinoamericana.

Desde que Marshall McLuhan acuñó, en la década del '60, el concepto de aldea global, hemos sido testigos de los más variados procesos de interconexión en el mundo. Si bien este fenómeno comenzó con la unificación de los mercados; en los inicios del Siglo XXI, éste se diversificó e intensificó debido al masivo acceso a las tecnologías de la información siendo el vestuario femenino una de las primeras expresiones culturales que cruzó los cuatro puntos cardinales del planeta generando, la homogenización en los estilos del vestir.

En este contexto, hoy la moda en Chile, se ve enfrentada a dos situaciones que conviven en un mismo escenario: el vestuario masivo, comercializado por las grandes tiendas del país que priorizan el precio de venta por sobre la exclusividad

de las prendas y el vestuario único o de autor, entendiendo por éste, aquellas piezas de vestir que se caracterizan por tener un concepto de diseño propio que difiere de los que imponen los centros productores de moda europeos o norteamericanos pero actualmente, en este último grupo tampoco se reconoce con claridad una identidad o un estilo que los diferencie dentro del mercado del vestuario chileno debido a que estos diseñadores han tenido que privilegiar la subsistencia por sobre la originalidad, entre otras causas que a lo largo de esta línea de investigación se pretende dilucidar.

Cuando Laura Novik, directora de la consultora chilena Raíz Diseño, se propuso junto a especialistas de Argentina, Brasil, Colombia y Nueva York seleccionar a los mejores exponentes chilenos del diseño de autor, dijo: "No basta con hacer ropa linda". Según Laura, las propuestas debían tener conceptos de diseño chilenos, es decir, estos debían transmitir a través de códigos y lenguajes estéticos coherentes, una idea que le diera identidad chilena a las propuestas desarrolladas por el diseño de autor. Sobre la identidad, para Laura Novik no necesariamente significaba trabajar con estéticas de nuestros pueblos originarios sino dar cuenta de lo que hoy significa ser chileno. Además, continúa Laura, estos debían ser innovadores, tanto en la morfología de la prenda como en sus materiales, procesos de producción o en sus formas de comercializar sus productos, sin estos requisitos, la lista de seleccionados se redujo a la mitad. Pero, sin duda, el requisito más difícil de cumplir fue la diferenciación. "la idea era que al ver las propuestas, los expertos dijeran, esto no lo he visto nunca antes". La respuesta de los especialistas tampoco fue muy alentadora." (Revista Mujer 2011 N° 1510)

Frente a este escenario, la búsqueda en cualquier período, de referentes en la historia de la moda y del diseño textil chileno, que pudiesen haber incluido lenguajes morfológicos o cromáticos distintos a los que proponía el sistema imperante de la moda, hoy se hace necesario, especialmente si el diagnóstico hecho por Laura Novik lo complementamos con los estudios realizados por la

socióloga Susana Saulquin, experta argentina en sociología del vestir, que en su libro "La muerte de la moda, el día después", dice que el negocio de la moda como se conoce en la actualidad deberá ir desapareciendo para abrir espacios destinados a modas más personalizadas porque los públicos, en reacción a la homogenización del vestuario provocada principalmente por la masificación de las comunicaciones y los grandes productores de ropa seriada, demandaran de modas cada vez creativas e innovadoras, principalmente por el deseo de ser individuos reconocidos como únicos.

Convertido este diagnóstico en un desafío se hizo una revisión bibliográfica centrada en las revistas femeninas chilenas que dentro de sus líneas editoriales destinaran páginas al vestuario urbano, principalmente de mujer, y a las tendencias que París proponía para cada temporada encontrando en ellas, a partir del año 1967, a un artista plástico cuyos estudios realizados en la Escuela de Arte de la Pontificia Universidad Católica de Chile y luego Diseño en la Escuela Superior de Artes Decorativas de París le permitieron, junto al Taller de Tejidos TAI, crear la moda latinoamericana, iniciando con ello una corta pero fructífera carrera en el ámbito del diseño de autor, como diseñador de vestuario.

Marco Correa, que al finalizar los '60, era definido por las revistas femeninas como "un chileno que diseña Moda Latinoamericana", enfatizando que era el "primer diseñador autóctono que no se inspiraba para nada en las colecciones europeas" (Revista Paula, 1968 N°26, p. 64) propuso un vestuario chileno inspirado en nuestras raíces chilenas y americanistas rescatando de ellas, aquellos elementos iconográficos de nuestro folclor que, a modo de ingredientes estéticos, los combinó y actualizó con técnicas provenientes del arte pop, la estética hippie y la sicodelia creando con un nuevo lenguaje tridimensional, con un alto protagonismo gráfico, que le permitió diferenciarse de los estilos europeos y norteamericanos imperantes en el período.

"Sus creaciones son lo mejor que tiene Chile y Latinoamérica", dijeron las

crónicas de moda a la vez que una serie de noticias dieron cuenta de este fenómeno. (Revista Paula, 1968 N° 26, p.64) En el año 1969 obtuvo el primer lugar en el Tercer Festival de la Moda en Viña del Mar al mismo tiempo que recibió el encargo de diseñar el traje de noche y traje típico para la representante de Chile ante el concurso Miss Universo, tarea que realizó para seis de estos certámenes de belleza siendo, en el año 1987, el último de ellos en donde Cecilia Bolocco se convirtió en la primera Miss Universo que hasta hoy tiene Chile. En el transcurso de este período, específicamente en el año 1972, expuso sus trajes inspirados en lo latinoamericano en el Museo de Bellas Artes, en Santiago de Chile siendo éstos catalogados en esa oportunidad como verdaderas obras de arte por el entonces director, el arquitecto, pintor y grabador, Nemesio Antúnez Zañartu. (Revista Eva, 1972 N° 1415, p.52-57) En el año 1992 falleció dejando como mudos testigos, un extenso legado en el ámbito de la moda, vestuario para series de televisión y vestuario escénico para danza, teatro y ópera.

Reconocido Marco Correa como el principal exponente de la Moda Latinoamericana en Chile, se buscaron sus vestuarios, encontrándose en el Museo de la Moda en Santiago de Chile, trece piezas diseñadas por él, en distintos períodos y países, que propusimos poner en valor como la "COLECCIÓN MARCO CORREA – MUSEO DE LA MODA" convirtiéndose éste propósito en el objetivo principal de la investigación. Para ello se creó, desde la perspectiva del diseño, una metodología que está permitiendo analizar y elaborar un constructo teórico para su posterior difusión entre las nuevas generaciones de diseñadores.

Para lograr este objetivo, se construyeron imaginarios visuales a partir de lecturas específicas sobre los procesos políticos, sociales y culturales vividos por el país que permitieron situar a la moda latinoamericana en el contexto histórico de la guerra fría, cuando la efervescencia política, tras la Revolución Cubana, hizo que varios pueblos del continente convergieran en la necesidad de desarrollar un sentimiento americanista generando en Chile la búsqueda de nuevos horizontes

políticos, económicos, sociales e intelectuales transformando al Estado en el principal motor del progreso nacional quien creó los escenarios para que un amplio sector de las artes visuales estableciera un discurso identitario a través de sus producciones, muchas de ellas vinculadas a los diferentes pensamientos que coexistían en el mundo.

En este contexto, los imaginarios de la moda construidos a partir de lecturas sobre la historia de la moda universal y la revisión de revistas femeninas, determinaron que el vestuario de éste período chileno, al igual que todos los otros campos del entorno visual, también fue afectado por estos experimentos culturales incorporando en el vestuario, entre otras, las influencias llegadas desde las artes visuales, las contraculturas lideradas por los hippies, la espiritualidad inspirada en la India, la moda étnica y su compromiso con los pueblos descolonizados, el feminismo y la incorporación de la mujer al mundo del trabajo, la llegada del hombre a la Luna y la obsesión de cómo viviríamos y vestiríamos en ella y el auge del prêt à porter de lujo que proponía liberalizar al vestuario de la alta costura. El cruce de estas y otras influencias con los postulados políticos y sociales del período chileno que promovían la valoración de lo hecho a mano y el rescate de lo folclórico, entendiéndose por ello las iconografías de pueblos originarios, generaron una síntesis formal que dio lugar a un discurso visual con un alto valor de representación americanista el que fue ampliamente promovido por la campaña de la moda y vestuario autóctono durante el gobierno del presidente Salvador Allende Gossens en el año 1972 cuando un número considerable de industrias textiles fueron traspasadas al Estado chileno.

La revisión de los espacios destinados a la moda dentro de las revistas femeninas en cambio, permitió identificar fotográficamente las tendencias de moda europeas y norteamericanas que eran difundidas en el país como referentes y orientadores para la modernización de la mujer chilena, quien en este período, a propósito de su inserción al mundo laboral estaba liberando su apariencia

demandando para ello un estilo de vestir acorde a su nueva condición social. Ésta necesidad, generó un explosivo auge de talleres de tejidos, costuras y boutiques que pudieron consolidarse debido a que la industria textil que, desde los años '40, estaba desarrollando una sostenida producción de telas e hilados mientras que el Estado chileno, desde esos mismos años, venía entregándole a la mujer, a través de diferentes planes sociales, los conocimientos teóricos y prácticos en oficios tales como, costurera, tejedora o patronista, convirtiéndose en un gran aporte al desarrollo industrial y artesanal por su calificada mano de obra. A finales de los '60 y en este escenario en donde la mujer necesita evidenciar sus procesos de cambio por medio del vestuario es que, la moda chilena comienza una producción liderada principalmente por mujeres profesionales o vinculadas a las élites culturales quienes, crearon pequeñas series de vestuario inspiradas en las tendencias que imponían las casas de moda de Londres y París pero la búsqueda de originalidad que el mercado emergente exigía crearon el espacio para que irrumpiera la figura paradigmática de Marco Correa quien con sus vestidos de día y noche, desde el año 1967, se destacó entre las propuestas que presentaban los talleres y boutiques en las páginas de revistas femeninas.

Con respecto a los entrevistados, la gran mayoría muy próximos a Correa, están permitiendo vislumbrar las motivaciones por lo latinoamericano, sus procesos creativos y el tipo de público femenino que se identificó con sus propuestas como estilo de vestir. Teresa Huneeus Cox, socia del Taller de Tejidos TAI, por ejemplo, al ser consultada sobre los procesos creativos de Marco Correa comentó: "tenía un talento extraordinario, podría haber sido diseñador en cualquier parte del mundo" porque "él era un creador, tenía la cosa del genio, la personalidad de un artista y sus vestidos se vendían solos". "Los trajes no eran cotidianos, pero todo era usable, pues se adaptaba al cuerpo, y todo se vendía". Mientras Marco estuvo trabajando con nosotras en TAI "no se creaba nada seriado, se confeccionaban piezas únicas. Las morfologías eran básicas, la complejidad estaba en los cortes, los colores eran atrevidos, él nunca erraba". Al preguntarle sobre cuáles eran las prendas más

solicitadas, Teresa respondió: "los trajes de mayor éxito eran los diseños que se realizaban para la noche" Definitivamente estos recuerdos concuerda con lo dicho por las editoras de moda de las revistas femeninas quienes comentan "...cada mujer que llega a TAI, tendrá un diseño que vaya de acuerdo a su persona y actividad..." (Revista Eva, 1972 N° 1415, p.52-57) Blanca Ossa, también socia del Taller de Tejidos TAI amplió la información diciendo: "todos los concursos de moda los ganamos" porque "Correa diseñaba a su estilo" en cambio su amiga y coreógrafa Carmen Beuchat comentó que "le gustaban los cuerpos perfectos" por lo que sus vestidos tenían "una línea muy severa, casi griega. Trabajaba el plano interior en las prendas, muy chileno, muy nortino, muy misteriosamente abstracto capturado del pensamiento del momento..." Orielle Bernal Correa, Licenciada en Arte, al ser consultada sobre estilos pictóricos nos mencionó que los vestidos de Correa podrían haber sido traspasados a un lienzo porque sus propuestas gráficas desarrolladas en las superficies de sus trajes recogen conceptos y técnicas aplicadas en la pintura en cambio Paulina Brugnoli, experta en textiles precolombinos al preguntarle sobre lo precolombino y el color en la obra de Correa respondió: "tenía la temperatura y el color latinoamericano y un tipo de composición muy despejada..." pero, sin duda lo más relevante fue la observación directa de los vestuarios, sin manipularlos por criterios de conservación, lo que permitió hacer variadas lecturas sobre sus morfologías, patronaje, materialidad y confección, siendo esta última considerada como uno de los factores más relevantes en el éxito de Correa ya que la experticia de la mano de obra de las operarias que trabajaban para este diseñador permitieron convertir sus bosquejos bidimensionales en verdaderas obras de arte tridimensionales.

Como diseñadoras e investigadoras quisiéramos, a continuación introducirlos brevemente, a través del análisis de la pieza n° inventario 2002-241, en una época chilena en donde las expresiones culturales buscaban, a través de códigos visuales, morfológicos y técnicos, representar un lenguaje e identidad chilena y latinoamericana.

Estudio de caso: vestido largo 2002 - 241

Inspirado en el arte como lo hicieron, entre otros, Pierre Cardin e Yves Saint Laurent, durante los años '60, los cuales utilizaron algunos de sus vestidos como soporte para representar elementos gráficos, rescatados desde la pintura o las contraculturas que surgieron en el período, en esta pieza de Correa es posible detectar vínculos con la estética Pop, liderada en Nueva York por Andy Warhol, porque la composición recoge los elementos repetitivos, simétricos y lineales propios del arte pop.

Sobre una morfología rectangular que podría corresponder a la estilización del atuendo ceremonial de la mujer mapuche, Correa trabajó en el plano superior, supuestamente inspirado en la platería de la cultura mapuche, un módulo simétrico ubicado en el eje vertical del delantero, en donde la propuesta cromática psicodélica se delimitó, en los laterales y espalda, con un acromático, en este caso negro, lo que intensificó los cromas centrales, estilizó la silueta superior y definió el protagonismo gráfico del delantero mientras que, en el plano inferior, quizás inspirado en la pintura de su profesor en la Escuela de Arte de la Universidad Católica de Chile, el pintor cubano Mario Carreño o en la manta huasa, accesorio del atuendo del huaso chileno de la zona central de Chile, se trabajaron líneas horizontales paralelas cuyos espacios equidistantes fueron intervenidos con un módulo ovalado concéntrico seriado a modo de greca, cuya inspiración podría ser la abstracción de la iconografía de las culturas precolombinas o de las gráficas que surgieron a partir de la influencia hippie.



Fig: Fotografias Museo de la Moda

El patronaje de éste vestido largo que fue confeccionado en tejido de punto interlock, unicolor y auto listado y que tiene reminiscencias de la alta costura europea del período fue desarrollado tridimensionalmente para obtener una relación proporcional entre la composición general y el cuerpo. El plano superior delantero fue construido con corte princesa definido en la cintura, dejando en el centro un tejido de punto autolistado en el cual fueron calados dos medios círculos delineados con una línea, pabilo o soutache, que recorre los módulos, valorizando ésta intervención, haciendo recordar la técnica para dar volúmen, utilizada es este mismo período, por los diseñadores gráficos en los carteles, afiches o poster. En el plano inferior, en tejido de punto autolistado, la greca fue construida a través de calados y superposición de tejidos unicolor mientras que, en el ruedo del vestido fueron calados medios círculos delineados con soutache vinculándose así, al delantero superior de la pieza. La aplicación de este cordoncillo permitió cubrir la unión de las aplicaciones mejorando la presentación. La presentación del trabajo compositivo con calados, el prolijo calce continuo de los costados, la aplicación del

cordoncillo o soutache y la basta fueron hechos a mano, dando cuenta de la experticia que tenían las operarias del Taller de Tejidos TAI mientras que en el proceso de terminación del vestido se utilizaron máquinas de coser rectilíneas para colocar la cremallera en el centro espalda lo que contribuyó al entalle de la prenda al cuerpo mientras que, el cierre total de los costados, respetando el evasé demarcado de acuerdo a las medidas de cadera fue hecho con máquinas overlock sin perder la continuidad y el movimiento de la greca.

Conclusiones

Inspirado en la estética de la década del '60 – '70, esta obra sintetiza la multiplicidad de influencias que estuvieron en pleno desarrollo dentro de la escena cultural del país; en este contexto, Marco Correa, nos indica a través de este vestido n° 2002 241 que la moda chilena podía buscar entre sus propias raíces aquellos ingredientes estéticos que, le permitieran diferenciarse de los estilos europeos y norteamericanos imperantes en el período, recogiendo de éstas, elementos iconográficos de nuestro folclor para luego combinarlos y actualizarlos con técnicas provenientes del arte pop, la estética hippie y la sicodelia. En este traje también se visualiza la influencia de los vestuarios teatrales con sus grandes formatos, principal ingrediente rescatado para crear este nuevo lenguaje tridimensional, cuya característica fue la transgresión visual en ésta y a las otras doce piezas que hoy se encuentran en estudio para el Museo de la Moda.

Como primeros resultados de esta arqueología visual, para dilucidar los procesos creativos de Marco Correa, se debe destacar la transversabilidad visual entre la moda latinoamericana y las distintas experiencias gráficas en Chile, entre los años 1960 y 1978.

Sobre la obra de Correa, sin duda primó la visión del artista en esta pieza, valiéndose del traje - lienzo para aplicar sus macros gráficas inspiradas en lo que su creatividad determinaba, en las exigencias de su clientela en TAI o las solicitudes que las editoras de moda de las revistas femeninas con espacios para la moda chilena le sugerían pero, aún no queda claro, por el estado de la investigación, si fueron las influencias e inspiraciones presentes en sus trajes las que definieron su obra como latinoamericana o si fue el contexto americanista que buscaba respuestas formales o el ámbito de la moda chilena la que denominó a sus colecciones como moda latinoamericana. Hasta ahora, se podría aventurar que fueron las revistas femeninas y las élites vanguardistas al cual él vistió las que así lo denominaron.

En todo caso, con los avances obtenidos podemos decir que Marco Correa enriqueció, dinamizó y renovó el escenario del vestuario por lo que hoy podría convertirse en un desafío para el diseño de autor chileno. En el contexto de la moda del Siglo XXI, la obra de Marco Correa respondería a inspiraciones globales para una creatividad chilena.

Bibliografía consultada

ÁLVAREZ, Pedro. *Historia del Diseño Gráfico en Chile, Santiago*, editorial Gustavo Gili. 2004.

AYLWIN, Mariana, BASCUÑAN, Carlos, CORREA Sofía, GAZMURI Cristián, SERRANO Solo, TAGLE Matías. *Chile en el Siglo XX. Santiago*, editorial Planeta. 2001.

CASTILLO, Eduardo, 2010. *Artesanos Artistas Artífices. La Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile, 1928 -1968 Santiago*.

CASTILLO, Eduardo, *Cartel Chileno 1963 – 1973, Santiago. Ediciones B Chile* 2004.

IVELIC, Milán, GALAZ, Gaspar, *Chile Arte Actual. Santiago*. Ediciones Universitarias de Valparaíso, 2004.

MONTALVA, Pía. *Morir un poco. Moda y Sociedad en Chile 1960 – 1976. Santiago*, editorial Sudamericana, 2004.

MORENO, Luis, *Orígenes del diseño en la UC. Santiago*. Ediciones Pontificia Universidad Católica de Chile, 2003.

Checkmark Books

MULVEY, Kate, RICHARDS, Melissa, *La mujer en el Siglo XX, décadas de belleza 1890 – 1990. Checkmark Books, Londres*. 1998.

SAULQUIN., Susana., *La muerte de la moda. El día después. Buenos Aires*. Editorial Paidós 2010.

SEELING, Charlotte, Moda., *El siglo de los diseñadores. España. Editorial Konemann*, 2000.

VILLALOBOS, Sergio, SILVA, Osvaldo, SILVA Fernando, ESTELLÉ, Patricio. *Historia de Chile. Santiago. Editorial Universitaria* 2001

COLECCIÓN DE VESTUARIO DE MARCO CORREA, MUSEO DE LA MODA.

Índice de figuras, de izquierda a derecha:

Figura 1: nº inventario 2001.1944.

Figura 2: nº inventario 2001.1945.

Figura 3: nº inventario 2001.1946.

Figura 4: nº inventario 2001.1999.

Figura 5: nº inventario 2001.2012.

Figura 6: nº inventario 2002.241.

Figura 7: nº inventario 2007.11.

Figura 8: nº inventario 2007.261.

Figura 9: nº inventario 2008.194.

Figura 10: nº inventario 2008.195.

Figura 11: nº inventario 2007.44.

Figura 12: nº inventario 2007.220.

Figura 13: nº inventario 2011.409a-b.

Proyecto financiado por la Universidad de Valparaíso - Chile.

**UMA EXPERIÊNCIA COLABORATIVA – O SITE TEXTIL SKIN COMO
PROPOSTA DE MATERIALIZAÇÃO VISUAL PARA O DESIGN DE SUPERFÍCIE**

**A COLLABORATIVE EXPERIENCE: TÊXTILSKIN AS OTHER PROPOSAL OF
VISUAL MATERIALIZATION IN THE SURFACE DESIGN.**

Lavínnia Seabra¹

RESUMO

Por meio desse artigo, propomos uma reflexão em torno da emergência de novas possibilidades de criação imagética potencializadas pelas tecnologias digitais, as quais favorecem um processo experimental aplicado à área do design de superfície. Trata-se de um projeto que leva em consideração a interação e a colaboração de sujeitos diversos na materialização visual que ocorre no site Textil Skin. Para tanto, utilizamos como ponto de partida trabalhos teóricos que problematizam as características da cultura digital para a expansão de uma criação em rede.

PALAVRAS-CHAVE: Experimentação; Design de Superfície; Digital; Rede.

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Artes IDA/UnB; Mestre em Cultura Visual e Bacharel em Design de Moda pela FAV/UFG. Professora Assistente II do Curso de Design de Moda pela Universidade Federal de Goiás, em Goiânia. É representante da regional Centro-Oeste da Associação Brasileira de Técnicos Têxteis – ABTT, desde 2009. Possui artigos publicados na área de têxtil, arte e moda. E-mail: lisag2107@gmail.com.

ABSTRACT

Through this article, we propose a reflection about the emergency of new possibilities of imagery creation empowered by digital technologies, exposing an experimental process applied to the surface design area. A project that takes into account the interaction and collaboration of many individuals in the visual realization that occurs in Textil Skin website. Used as a starting point, theoretical studies that problematize the characteristics of digital culture to expansion of a network creating.

KEYWORDS: Experimentation; Surface Design; Digital; Network.

INTRODUÇÃO

Os novos desafios e oportunidades que surgem a cada período nas sociedades ampliam o processo de criação imagética e promovem uma busca incessante por novas experiências criativas. Assim, diferentes técnicas surgem, outras ferramentas são construídas, novos processos são articulados e, conseqüentemente, a maneira pela qual utilizamos esses elementos para a materialização das ideias é modificada.

Nesse contexto, o experimentar é fundamental, pois é parte essencial na construção dessas ideias que, entrelaçadas ao longo de novos suportes e novas tecnologias, materializam particularidades advindas da diversidade de observações e manipulações cotidianas. Para a artista e pesquisadora Fayga Ostrower (1987), formamos algo quando nos confrontamos com a realidade e seus valores culturais, interpretando-os. Desta forma, consolidamos os pensamentos expandindo-os, ordenando e coordenando as observações para uma série de novas fronteiras a serem ultrapassadas.

Dentro dessa perspectiva, esse artigo discute a possibilidade de uma

experimentação criativa para o design de superfície, levando em consideração a potencialidade da cultura digital. De acordo com o filósofo francês Pierre Lévy (1999), esse período de globalização caracterizado pela sociedade da informação é marcado por uma cibercultura, composta por interconexões mediadas por dispositivos computacionais, como nos apresenta Manuel Castells (2008); gerando uma convergência, que segundo Henry Jenkins (2009), é o fluxo de conteúdos em múltiplas plataformas interligadas. Situação ampliada para a computação nas nuvens², WEB 2.0 - novas plataformas regidas pela facilidade de transmissão e construção de informação, a exemplo do Facebook, entre outras redes sociais digitais, conforme nos situa O'Reilly (2005); chegando à WEB 3.0³ e toda uma cultura de trocas e co-interações mediadas por facilitadores codificados no ambiente virtual.

Parte-se, nesse contexto, de uma interação colaborativa, através da contribuição de outro indivíduo. Trata-se de um processo de construção visual colaborativo, pautado na potencialidade viabilizada pelas ferramentas e suas funções tecnodigitais, com estruturas de construção, simulação e distribuição ágeis da informação, isso de acordo com os pesquisadores da cultura e sociedade digitais Castells e Jenkins para os quais a sociedade e a realidade de hoje estão pautados. Um processo de expansão em mídias diversas, proporcionando a criação de conteúdos multifacetados, acessados por todos situados nos mais diversos lugares.

Dentro de uma fluidez ciberdigital, isso acaba configurando outras formas de relação com o cotidiano como, por exemplo, a concepção criativa para o visual. Isso porque é possível manipularmos, agora, orientados por dispositivos, mecanismos e ferramentas digitais facilitadoras, elementos figurativos, abstrados, cores, composições, fotografias, entre outros para a formação de novas imagens. Nessa dinâmica essas informações visuais podem ser ora digitalizadas ora programadas,

² Quando se fala em computação nas nuvens, fala-se na possibilidade de acessar arquivos e executar diferentes tarefas pela internet. O usuário acessa diferentes serviços online para fazer o que precisa, já que os dados não se encontram em um computador específico, mas sim em uma rede.

³ Segundo, Jaime Robredo (2012) O termo 'web 3.0' foi introduzido para especular sobre a futura 'onda' de inovações da Internet. [...] A suposta terceira geração da web, que coletiviza os serviços baseados na Internet, pode ser chamada de 'web inteligente' – com aplicações que fazem uso da web semântica.

auxiliadas por softwares para tratamento imagético, sendo, assim, possível reorientar a realidade, expandindo cores e formas. Portanto, esses novos resultados alimentam a criação de outras atmosferas que decoram tanto a superfície digital quanto o papel, o tecido, a cerâmica e uma infinidade de outros materiais que fazem parte de nosso cotidiano.

Para alguns teóricos e pesquisadores, tais possibilidades são positivas desde que a importância na experimentação manual não seja esquecida. Trata-se de algo proveniente do desenho a lápis, com aspectos muito particulares proporcionados por traços e linhas que expressam a singularidade do designer ou artista dentro de seu próprio universo, como pontuam os artistas Chuí e Tiburi (2010). Entretanto, com a utilização do computador e programas específicos na criação visual, esta singularidade a que nos referimos pode não se manifestar, uma vez que pode ocorrer uma homogeneização dos traços e linhas que seguem padrões estabelecidos no sistema operacional de um software.

No entanto muitos designers têm utilizado, com certa voracidade, os dispositivos digitais e suas potencialidades para manipulação de efeitos que, em muitos casos, no trabalho manual, não parecem ser passíveis de resolução, de acordo com Wong (1998). Para este pesquisador do desenho, o computador é uma ferramenta que revolucionou a maneira da criação visual, potencializando novos métodos, configurando uma sofisticada forma de transformação da imagem e consolidando outro momento para a manifestação do desenho que, nesse contexto, pode ser programado em códigos numéricos manipuláveis e atualizáveis a todo o momento. Designers e artistas misturam as linguagens, a exemplo do desenho a seguir, que foi realizado à mão, digitalizado e finalizado em software para tratamento de imagem:



Figura 1. Esboço feito com grafite 0.7mm. Padrão criado por Wagner Campelo. Disponível em:

<http://padronagens.wordpress.com/category/patterns/page/>

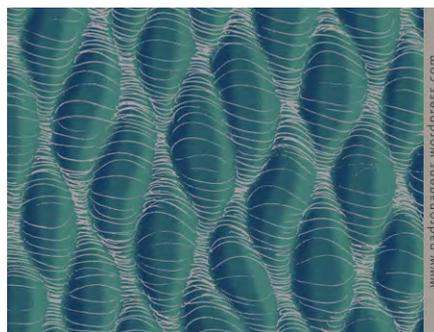
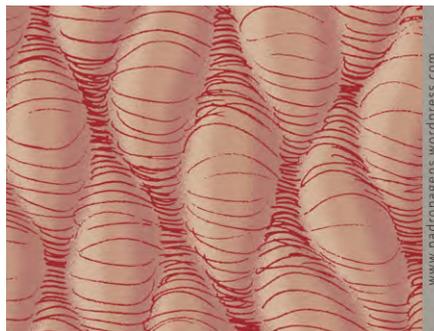


Figura 2. Padrão 1 e 2 tratados em software para tratamento de imagem. Manipulação de cores e traços, por Wagner Campelo.

Disponível em:

< <http://padronagens.wordpress.com/category/patterns/page/> >.

Acesso em 22/07/2012.

Considerando esses aspectos, utilizamos o conceito de co-criação⁴, caracterizado pelo processo de livre e efetiva contribuição de outros sujeitos, com abertura para construção ou inserção de novos conteúdos que permitem desfechos variados, ampliando processos e consolidando outros modos de manifestação. Alicerçada nessa perspectiva, é possível, portanto, desenvolver e trabalhar propostas aplicadas ao design de superfície que concretizem visualmente conteúdos peculiares e diversificados, advindos dessa abertura para o outro que também, por sua vez, pode fazer parte de um processo criativo.

Nesse contexto, podemos compreender que o desenvolvimento visual, agora, expandido a partir das facilidades promovidas e potencializadas com a chamada sociedade da informação, ou sociedade em rede, como Castells (1999), prefere denominar – a qual estão conectadas as redes sociais digitais com mobilidade informacional produzida pelas tecnologias digitais e a expansão dos particularismos, agora distribuídos por conexões codificadas entre indivíduos – congrega facilidades técnicas que podem ser articuladas de diferentes maneiras. E, como bem nos explica Franco (2012), essa interação e abertura de processos em trabalhos colaborativos permitem, constantemente, resultados instigantes e possíveis de serem aplicados. Assim:

“[...] quanto maior a liberdade para que as ideias possam ser buscadas, concebidas e modificadas na interação entre os sujeitos, maior é a capacidade dos sujeitos interagentes de produzir ideias inovadoras (que são inovadoras não porque sejam absolutamente novas em relação às ideias anteriores que as geraram e sim porque expressam configurações inéditas de fluxos e inéditas ao ponto de conseguirem ser percebidas como tais”. (FRANCO, sem página, 2012)⁵

Afinal, aventurar-se nessa atmosfera que se prolifera e cria espaços fluidos e abertos para a contribuição de todos é adentrar um momento exponencial. Estamos diante de uma possibilidade de trabalho que pode ser explorada no design de

⁴A co-criação é o processo de idear e projetar interativamente os mesmos trabalhos, ou melhor, as mesmas criações. Mesmo sendo um termo recorrente no campo do marketing, ele hoje se espalha por todas as outras áreas e promove, dentro da sociedade em redes digitais, uma construção em conjunto e distribuída, de conteúdos e ideias polinizadoras que transformam as relações entre indivíduos (FRANCO, Augusto de, 2012). In: CO-CRIAÇÃO: reinventando o conceito. Disponível em: <<http://net-hcw.ning.com/page/co-criacao-reinventando-o-conceito>>. Acesso em: 19/07/2012.

⁵ Citação disponível em: <<http://net-hcw.ning.com/page/co-criacao-reinventando-o-conceito>> Acesso em: 19/07/2012.

superfície, se levarmos em consideração que se trata de uma área onde a experimentação, a novidade e a inovação são elementos constantes no processo de desenvolvimento de superfícies ou imagens para as mesmas. Por certo, compreendemos que essa é uma atividade criativa, pautada na articulação de novas ideias através das observações sócio-culturais, segundo Rutschilling (2008), configurando, nessa perspectiva, outros processos e dinâmicas de trabalho, agora ampliados pelo digital.

Nessa construção de novos momentos, nos encontramos imersos em miríades de informações que nos instigam constantemente. Basta pensarmos no cotidiano que nos provê a todo o instante. Tanto no campo do design como em todas as áreas que demandam uma desenvoltura criativa fluída, estamos, dentro de um ponto de vista particular defendido nesse artigo, caminhando cada vez mais para trabalhos colaborativos que permitem uma criação coletiva singular e instigante para a personalização ou criação de novas superfícies. É nesse contexto que adentramos o conceito de co-criação para que, mais à frente, possamos abordar o site a ser analisado nesse artigo.

COLABORATIVO: A CO-CRIAÇÃO E SUAS POTENCIALIDADES AO DESIGN DE SUPERFÍCIE

As práticas colaborativas e, mais especificamente, as colaborações interativas capazes de modificar o já desenvolvido, estão relacionadas com o período que presenciamos atualmente, e são potencializadas pela fluidez e agilidade proporcionadas pelas tecnologias digitais, principalmente pelo espaço virtual expandido, a internet. Isso porque encontramos, nessas “superfícies” numéricas, ferramentas facilitadoras para a criação e distribuição de novos conteúdos de forma coletiva e fugaz. O grande impacto nesse processo é a possibilidade de construção de espaços particulares para cada indivíduo que promove, dentro de uma cadeia rizomática – cadeia sem fim, com ramificações, algo, como nos falam Deleuze e

Guatari (1995), como novas linhas de comunicação e produção de conteúdos exclusivos e, rapidamente socializados.

Com a Web 2.0, encontramos as chamadas *wiki*, sites de relacionamentos, *youtube*, *blogs* e *fotologs*, entre outros espaços facilitadores de comunicação, conexão de pessoas, distribuição de imagens e vídeos, processos em que as experiências colaborativas de interação estão entrelaçadas por facilidades técnicas que permitem o acesso e a co-criação ilimitada entre sujeitos, onde quer que estes estejam.

Co-criação, termo muito recorrente no campo do marketing, e que surgiu nos anos 2000 para designar atividades de colaboração entre pessoas de fora das empresas para o desenvolvimento de novas ideias⁶, tem sido apropriado por outras áreas, ampliando a discussão sobre o desenvolvimento coletivo de novas possibilidades criativas. Nessa vertente, vários exemplos de outras áreas, por exemplo, a moda, podem ser citados, como a marca Camiseteria⁷ ou a Casa Rima⁸. Duas empresas brasileiras que trabalham com desenvolvimento de estampas para artigos confeccionados e têxteis, com o objetivo de personalizar os produtos por meio da contribuição (parceria durante o processo criativo) de seus usuários para a criação de estampas inéditas e exclusivas. Dentro de uma metodologia de trabalho pautada no envio de propostas visuais desses usuários, os quais recebem pagamento apenas se a estampa for comercializada, as empresas vão montando suas coleções e construindo, com seus parceiros/colaboradores, também compradores dos artigos, uma relação dinâmica e eficaz na concretização de novas ideias, no caso, para estamparia.

Nesses desdobramentos da conectividade, o trabalho de co-criação, dentro de uma eficiente rede virtual com ferramentas e funções cada vez mais fáceis de serem manipuladas, fomenta uma intervenção interativa intensa e crescente. Isso

⁶ Discussão disponível em: <<http://net-hcw.ning.com/page/co-criacao-reinventando-o-conceito>>. Acessado em 20/07/2012.

⁷ <http://www.camiseteria.com/>

⁸ <http://www.casarima.com.br/site/>

contribui para decisões pontuais no que diz respeito ao desenvolvimento de produtos e à economia de processos.

As colaborações interativas só tendem a ampliar as facilidades de criação visual, expandindo as propostas de concretização das ideias e reconfigurando outras formas de manifestação das novidades. Como nos afirma o designer mineiro Dijon de Moraes (1999), mesmo que essas potencialidades sejam questionadas quanto ao seu exponencial criativo, podem provocar, se bem utilizadas, mudanças significativas tanto em termos de comportamento quanto de resultados. Deve-se, desta forma, observar, considerando as situações diversas e inesperadas que ocorrem em ambientes multifacetados, a importância da flexibilidade, pois são nessas situações que constituímos novos momentos criativos, alcançando, talvez, significativas transformações.

As mídias digitais, portanto, por seu aspecto de mobilidade, interconexão e distribuição de conteúdos diversificados geram uma reconfiguração em diversos campos, como no da comunicação e do próprio design, tensionando o modelo vigente do *broadcast* (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala), no qual a desterritorialização das informações acontece de maneira muito colaborativa e interativa, e também expandindo a forma como nos relacionamos com as ideias, no caso, o desenvolvimento de estampas dentro de uma área em expansão no Brasil, o design de superfície. E, como nos afirma Prahalad & Ramaswamy (2004), hoje o usuário que, antes, apenas consumia, se sente à vontade e valorizado ao fazer parte do processo de concepção do produto ou da ideia. A indústria e todos os pequenos empreendedores que tem trabalhado, principalmente, via internet, compreenderam essa nova situação e estão aplicando o conceito de co-criação.

O ESPAÇO DIGITAL PARA O DESIGN DE SUPERFÍCIE

A *web* de hoje articula-se a partir de novos modos de produção, criando,

dentro de uma plataforma expandida, uma espécie de corpus reprogramável. Numa estrutura com valores simulados, a contribuição dentro desse espaço expandido leva em conta especificidades muito próprias de cada mídia, ao mesmo tempo em que a recompensa surge de uma liberdade de redes criadas e distribuídas por um número de pessoas cada vez mais plural.

Esse ecossistema digital, termo cunhado por Santaella (2003), tem ampliado as possibilidades de expressão individual, permitindo experiências particulares, que antes pareciam histórias de ficção científica. Articular, da melhor forma, experimentações para o design de superfície que possam ser potencializadas pela internet é adentrar, portanto, um universo passível de transformação constante, o qual permite uma atualização regular dos modos como as ideias ocorrem nesse espaço simulado e reprogramável.

Anteriores a esse processo de expansão da criação visual, agora virtual, e que leva em consideração a interação de diversos usuários, os processos de personalização das superfícies eram consolidados a partir da artesanaria, pois se tratava de um trabalho solitário na criação imagética, como pode ser observado, nesse vídeo sobre o desenvolvimento de blocos de carimbos utilizados na estampagem de tecidos indianos: <http://www.youtube.com/watch?v=4FeFsnbhAF4>. Não que tais procedimentos rudimentares como o *batik* ou o *silk-screen* tenham desaparecido, mas dentro de uma evolução digital que tem ocupado todas – ou quase todas – as áreas da sociedade, desconsiderar que há potencialidades efetivas na co-criação digital para o desenvolvimento de outros procedimentos para a elaboração e materialização das imagens para as superfícies, é negar que as transformações tecnoculturais são parte essencial de um processo de transformação potencial do cotidiano.

Mesmo que muitas dessas ornamentações artesanais possuam uma bagagem artística densa no que se refere à produção da imagem e à técnica utilizada, com os avanços na ciência e na indústria, a reprodução visual ampliou-se e agilizou esse processo criativo. E, hoje, com os estudos ampliados na área do design de

superfície, essa personalização visual tem sido alcançada dentro de uma mistura de procedimentos e materiais que concretizam objetos com vários outros aspectos, como, por exemplo, resultados fotográficos e multicoloridos, quase similares à realidade.

É um percurso que nos leva à imagem digital através dos códigos numéricos programados que corporificam a forma visual dos elementos icônicos que compõem novos objetos de consumo. Esse outro tipo de imagem consiste numa nova materialização de conteúdo imagético, não sendo essencialmente algo real, mas um conteúdo artificial sintetizado por mecanismos computacionais manipuláveis, segundo salientam (COUCHOT, 2003; FLUSSER, 2007; GRAU, 2008). De certo modo, essa imagem é resultado de uma matriz matemática que concretiza a sua gênese, permitindo e gerando reproduções infinitas em superfícies diversas. A estampa digital, portanto, é um trabalho mediado por mecanismos digitais cuja imagem impressa (codificada – criada no próprio ambiente digital, ou digitalizada – advinda de um processo de captura da imagem) é obtida com o auxílio de dispositivos computacionais. Nesse processo, essa produção e manipulação gráfica codificada permitem a modificação constante de formas, cores, linhas e texturas que dão amplitude à criação, simulando propostas imagéticas com detalhes minuciosos.

A seguir, abordaremos o processo experimental desenvolvido no site *Textil Skin*. Trata-se de um trabalho que resultou de experiências cotidianas e para o qual foram fundamentais a exploração das potencialidades tecnodigitais que levam em consideração o outro e sua efetiva colaboração na construção de novas propostas imagéticas para as superfícies.

O SITE TEXTILSKIN.COM PARA O DESIGN DE SUPERFÍCIE

O site www.textilskin.com é um projeto experimental que utiliza a internet e as redes sociais digitais como uma possibilidade de criação visual para o design de

superfície, promovendo um espaço lúdico para a produção colaborativa imagética de módulos que podem ser utilizados em estamperia impressa. Os usuários, conectados a uma rede social digital específica, são convidados a produzir módulos personalizados a partir de respostas/escolhas pessoais dadas às questões criadas para o sistema desse site. A cada nova alteração na resposta sobre o perfil desse usuário, surgem novas possibilidades visuais.

Dentro de uma proposta que considera fundamental a colaboração dos usuários, o objetivo é promover uma experiência criativa onde o autor é, na verdade, o grupo participante e formador de uma rede (rizoma) responsável por uma criação visual aberta e distribuída, sujeita a mudanças constantes exatamente por estar presente numa atmosfera fluída e líquida, numa referência a Bauman (2000).

Levando-se em consideração que cada época possui e permite a manifestação de seus próprios valores, é na participação do outro que esse trabalho se potencializa, consolidando um dinamismo criativo que faz parte, também, de um processo global, no qual áreas diversas podem estar hibridizadas concorrendo para o desenvolvimento de outros pensamentos, metáforas e observações sobre o universo que nos circunda, e também gerando outras formas, objetos e conteúdos. Como afirmava Kandinsky (1996), o estilo determinado pela manifestação particular de cada época se traduz através da fluidez e instantaneidade dos processos. Portanto, de acordo com Castells (1999), De Kerckhove (1998) e Lévy (1999), atualmente todos fazem parte de uma grande evolução processual, convergindo para uma rede de possibilidades infinitas e em constante transformação.

Portanto, com a mobilidade tecnológica, os dispositivos digitais miniaturizados, o mundo a um toque, tudo parece mover-se e transformar-se em segundos. Nessa dinâmica, bebemos de um período em que as tecnologias eletrônicas têm condicionado caminhos férteis de possibilidades flexíveis, ao mesmo tempo em que aceleramos muito rapidamente nossas ações e intercâmbios. Esses

são aspectos marcantes e viscerais que Bauman (2000) denomina modernidade líquida e Lipovetsky (2004), hipermodernidade. São características que justificam os mecanismos atuais de exacerbação dos fluxos e da flexibilidade no multiprocessador informacional que alcançamos.

Contudo, como afirma Grau (2007), no trabalho computacional, mesmo sem planejar, resultados podem ocorrer de maneira muito diversa daquilo que se pensou para o modelo original. Isso pode corresponder a uma série de fatores, entre eles uma programação que leva em consideração a aleatoriedade das combinações numéricas ou a participação do outro quando é convidado a interagir.

A particularidade de cada sujeito pode configurar outros modos de utilização e ação de um objeto visual cuja experiência está na manipulação de dados. É nessa atmosfera de possibilidades previamente programadas que se desenvolveu o *Textil Skin*, gerando resultados visuais que podem se assemelhar à realidade, ao mesmo tempo em que podem não ser resultados verdadeiramente interessantes ou potenciais, pois o sistema, hoje, trabalha a partir da aleatoriedade na geração visual. Isso tem levado, certamente, a uma reprogramação do sistema melhorias que têm evoluído à medida que o experimento atrai novos colaboradores e novas reflexões sobre o co-criativo e a própria geração de imagens para aplicação ao processo de impressão.

Esse site se baseia na manipulação de informações advindas de um repertório escolhido arbitrariamente. Repertório esse, que alimenta o sistema operacional de forma lúdica e aleatória, lembrando o conceito de estética gerativa de Max Bense (1975). Trata-se de uma produção cujos resultados são parte de um repertório – programa (computador + gerador do acaso), realizador (máquina) e produto (o conjunto de elementos com os quais se elabora um programa). Os resultados surgem, assim, de um processo casual. Essa causalidade é parte principal da programação cujos códigos são sequências causais para a materialidade do objeto virtual, possibilitando, de certo modo, a geração de imagens cujos aspectos modificam-se à medida que a interação permite novas respostas visuais. Isso se

concretiza na abertura a novas possibilidades qualitativas que atuam como materializações formais e, no que se refere a este estudo, os módulos para aplicação através do processo de estampagem (impressão).

Numa configuração em constante mudança, o sistema do Textil Skin convida o usuário a responder algumas perguntas despreziosas. “Nada comprometedor”. Isso para que um padrão gráfico possa surgir na tela do computador congregando os fatores técnicos delimitados na programação desse site. De forma subjetiva, para alguns, as imagens poderão ser agradáveis e constituir uma nova forma de personalização de superfícies diferenciadas. Para outros, esse padrão não passará de um resultado inexpressivo, sem muita possibilidade de aplicação.

Para que as imagens se constituíssem como elementos de design possíveis de aplicação, foram considerados alguns pontos básicos: o módulo⁹, o padrão, as cores e o *rapport* (*repetição*). Esses aspectos configuram a composição visual de uma estampa quando é desenvolvida, o que, segundo Dondis (2007), caracteriza uma dinâmica configurada por técnicas imagéticas, conferindo ao resultado final uma linguagem visual expressiva e universal. Portanto, para o desenvolvimento do sistema operacional que auxilia o Textil Skin, cada elemento abaixo foi codificado considerando alguns aspectos pontuados por Wong (1998). Trata-se de algo pontual e que contribuiu com a geração dos módulos visuais nesse site.

Nessa construção numérica, o mecanismo foi articulado a partir da combinação de dados biotípicos, como peso e cor da pele, **aspectos do vestir**, utilizando ainda a classificação clássica do psicólogo britânico Flugel (1966): **Rebelde** – as roupas são objetos de aprisionamento, pois preferem não usá-las.; **Submisso** - as roupas possuem uma função específica de diferenciação; **Apoiado** – as roupas são ferramentas para o erotismo; **Auto-satisfeito** – este sabe o quer e utiliza as melhores roupas; **Preferências em relação à cor** – através de paisagens escolhidas arbitrariamente para a delimitação dos quadros de cores que compõem os módulos visuais gerados no site; **Aspectos antropométricos** – idade

⁹ É a unidade de padronagem, isto é, a menor área que inclui todos os elementos visuais que constituem o desenho.

e medidas corporais; relacionando esses dados - valores numéricos à forma geométrica. Ou seja, conforme as escalas de 0 – 100, ou entre 50 – 80 um elemento geométrico foi sugerido para aparecer no módulo gerado. Nesse sentido, por exemplo, o usuário que escolher o valor 6, poderá obter um módulo com figura geométrica circular, considerando que, o mesmo número 6 poderá resultar em outro elemento, quando um novo usuário responder às perguntas do site. Já os elementos do design subdividem-se em:

Elementos Visuais: elemento visível, que determina aspectos como comprimento e largura: **A** – formato: linha de definição da forma; **B** – tamanho: proporção da forma; **C** – cor: todos os matizes e os neutros; **D** – textura: aspectos da superfície;

Elementos Relacionais: elementos percebidos tanto pela localização quanto pelo sentido no espaço: **A** – **direção:** aspecto pensado em relação ao observador; **B** – **posição:** aspecto em relação à moldura ou à estrutura; **C** – espaço: lugar ocupado ou vazio; **D** – **gravidade:** não é visual, mas psicológica;

Elementos Práticos: elementos pensados sobre o conteúdo e extensão da imagem – relacionados à composição visual; **A** – **Representação:** aspecto derivado da natureza ou do mundo feito pelo homem, podendo ser realista, estilizada ou abstrata; **B** – **Significado:** quando a imagem transmite uma mensagem; **C** – **Função:** quando temos na imagem algum propósito;

Nessa dinâmica, para diferentes padrões visuais em relação à forma ou à linha, dados como a cor da pele e a idade foram codificados/numerizados e combinados para que se resultados imagéticos irregulares fossem obtidos. Dentro dessa estrutura criada para o trabalho, linhas – estreitas, pontilhadas, tracejadas, curvilíneas e largas – foram combinadas, para a geração de novas formas. Outro aspecto levado em consideração para o sistema operacional foi a unidade da forma – a repetição. De acordo com Wong (1998), trata-se de um método simples que constitui, de imediato, a sensação de harmonia. No site, foi priorizado a repetição de formato, cor, tamanho e posição dos elementos codificados no sistema

operacional.

Outros aspectos levados em consideração foram as estruturas formais ou unidades de forma: gradação e a radiação, apresentados também como uma categorização dos princípios do design. Dentre esses aspectos, a grade básica foi também uma informação primordial para a elaboração do sistema operacional do Textil Skin. Esse aspecto é muito utilizado em estruturas de repetição. "A grade básica se divide em mudança de proporção, mudança de direção, deslizamento, curvatura e/ou quebra, inversão, combinação, divisão adicional, grade triangular, grade hexagonal". (IBID,1998, p. 63). Nesse sistema operacional, foram utilizadas mudança de direção, proporção, inversão e grade hexagonal.

Os primeiros testes realizados no Textil Skin já permitiram a geração de alguns módulos com aspectos gráficos como contraste de cores, formas e proporções. Ainda, para cada imagem, o usuário pode, no campo de suas escolhas pessoais, visualizar tanto os formatos JPG (imagem fundo colorido de baixa resolução) quanto os PNG (imagem fundo transparente em alta resolução), conforme demonstram as figuras a seguir:



Figura 4. Módulos visuais (JPG) criados com a contribuição do designer de moda Gerson Passos. Disponível em: <<http://textilskin.com/site/>>.



Figura 5. Módulos visuais (PNG) criados com a contribuição do designer de moda Gérson Passos. Disponível em: <<http://textilskin.com/site/>>.

Essas imagens resultantes de perguntas pré-definidas- delimitadas aleatoriamente -, as mesmas respostas podem proporcionar resultados diversos. Dentro do que afirma Bense (1975), estamos diante de imagens randômicas, resultantes de aleatoriedades pré-programadas. Isso permite que os resultados sejam sempre diferentes e inéditos.

Proporcionando aos usuários um espaço de interações constantes entre as imagens geradas, o site permite que esse sujeito colaborador possa visualizar e dimensionar suas estampas, montando composições em *rapport* dos módulos, ou ainda em uma simulação de estampa localizada. Para ampliar as possibilidades de trabalho no site, há a função **participe** - em que os usuários podem enviar suas contribuições ilustradas seguindo orientações específicas delimitadas para o sistema virtual.

Com as facilidades proporcionadas pelas tecnologias digitais, esse site possui como aspecto principal a formação de um processo que leva em consideração a

potencialidade da criação coletiva/interativa na criação de imagética para possível utilização ao design de superfície.

Contudo, sendo um projeto experimental, muitos aspectos ainda precisam ser melhorados e ampliados, como a formação de imagens com maior flexibilidade de alteração, composições de cores mais uniformes entre outros detalhes técnicos que devem ser readequados a fim de serem totalmente bem aproveitados em aplicações finais, gerando qualidades mais interessantes, sofisticadas e com uma gama maior de variações visuais às superfícies diversas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro de expectativas geradas pelo uso extensivo das tecnologias digitais, é inevitável que as experimentemos, tentando articular novas possibilidades criativas para o design de superfície e nos apropriarmos dos benefícios obtidos. Nesse percurso, pontos positivos e negativos devem ser cuidadosamente avaliados. Alguns veem essas tecnologias como barreiras criativas, outros como potenciais suportes para um trabalho mais eficaz, mais rápido e com recursos, muitas vezes, difíceis de serem alcançados com outras linguagens de criação. Trata-se, todavia, de uma barreira complexa, embora proporcione soluções eficientes para atender às expectativas de personalização visual para a decoração das superfícies. Por certo, o trabalho colaborativo/interativo tem sido interessante alternativa e só tende a crescer. Considerando que a internet, os dispositivos móveis e todas as novas formas de distribuição de informação e criação de conteúdos são aspectos importantes nos dias atuais, o design de superfície tende a se beneficiar e expandir suas possibilidades de criação visual se apropriando dessas potencialidades e, principalmente, da contribuição desse usuário conectado e interessado em novas experiências. No caso do site desenvolvido e apresentado, nesse breve artigo, ainda está em fase de testes e tem sido atualizado, constantemente, para sua melhor utilização. Isso porque as inovações geradas pelas tecnologias digitais e nos espaços digitais são velozes e demandam por atualizações contantes. Nesse

contexto, pretende-se, até o final do ano de 2013, estar utilizando o TextilSkin em grande escala e em projetos que demandam complexidades visuais na personalização de superfícies, inserido, principalmente, no conceito de co-cração, onde o usuário final possa contribuir no desenvolvimento de todo o trabalho visual.

REFERÊNCIAS

AMOROSO, Danilo. O quê é computação nas nuvens. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/computacao-em-nuvem/738-o-que-e-computacao-em-nuvens-.htm>>. Acesso em 19 jul. de 2012.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

BENSE, Max. *Pequena Estética*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1975. (Coleção Debates)

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. Tradução de Roneide Venâncio Majer com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2008.

CHUÍ, Fernando & TIBURI, Marcia. *Diálogo/Desenho*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual*; tradução Sandra Rey. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*, tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DE MORAES, Dijon. *Limites do Design*. 2ª. Edição. São Paulo: Estúdio Nobel, 1999.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Tradução de Jefferson Luis Camargo. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2007.

FLUGEL, J.C. *Psicologia das Roupas*. Tradução Antônio Ennes Cardoso. – São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*; Rafael Cardoso (org.). Tradução Raquel Abi-Sâmara. – São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GRAU, Oliver. *Arte Virtual: da ilusão à imersão*. Tradução de Cristina Pescador, Flávia Gisele Saretta, Jussânia Costamilan. São Paulo: Editora UNESP: Editora Senac São Paulo, 2007.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. – 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KANDINSKY, Wassily. *Do espiritual na arte e na pintura em particular*. Tradução Álvaro Cabral. 2º Ed. – São Paulo: Martins Fontes, 1996.

KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura*. – São Paulo: Annablume, 2009.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. *Tempos Hipermodernos*. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Editora Bacarolla, 2004.

O'REILLY, Tim. What's web 2.0. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> Acesso em: 19 jul. de 2012.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processo de criação*. Petrópolis: Vozes, 1987.

PRAHALAD.C.K. RAMASWAMY, V. *O futuro da competição: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2004.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. *Design de Superfície*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e Artes do Pós-Humanismo: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Editora Paulus, 2003.

_____. & LEMOS, Renata. *Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.

WONG, Wucius. *Princípios de Forma e Desenho*. Tradução Alvamar Helena Lamparelli. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PRODUCTION OF COMPOSITES USING RECYCLED COTTON, POLYESTER

SCRAPS AND RESIN: AN ALTERNATIVE FOR ECO-DESIGN

Welton Fernando Zonatti¹

Camila Vicente Calado²

Maria Silvia Barros de Held³

Regina Aparecida Sanches⁴

Júlia Baruque Ramos⁵

Abstract

The present manuscript discusses possibilities of art and fashion eco-design added to recycled textiles industry focusing on industrial production sustainability. Starting with a review of textile and fashion waste generation in Brazil and the organizations willing to provide solutions. The feasibility of producing composites employing epoxy resin and cotton and polyester recycled fibers was studied and it's physical strength characteristics of these composites. The results are products of great visual appeal with possible applications in the hand-crafts, fashion and

¹ Welton Fernando Zonatti is a designer and Pos graduate in Textile and Fashion from the Master Degree Programme at the University of São Paulo. School of Arts, Sciences and Humanities - University of São Paulo (EACH-USP), Av. Arlindo Béttio, 1000 – São Paulo – SP – Brazil – CEP 03828-000. E-mail: welton@usp.br

² Camila Vicente Calado is under graduate student in the Ambiental Management bachelor course at the EACH-USP. E-mail: camila.calado.vicente@gmail.com

³ Maria Silvia Barros de Held is an doctor professor in Textile and Fashion course (EACH-USP) (art, design, community, sociology of art, fashion, art education, interdisciplinarity and production) and Textile and Fashion Master Degree Programme of the University of São Paulo. E-mail: silviaheld@usp.br

⁴ Regina Aparecida Sanches is an associated professor in Textile and Fashion course (EACH-USP) (knitting, textile production processes and quality control) and supervisor in the Textile and Fashion Master Degree Programme of the University of São Paulo. E-mail: regina.sanches@usp.br

⁵ Júlia Baruque Ramos is an associated professor in Textile and Fashion course (EACH-USP) (textile physics, textile production processes and quality control) and Textile and Fashion Master Degree Programme of the University of São Paulo. E-mail: jbaruque@usp.br

decoration sectors. In addition, the aggregation of creative art with this kind of material could be a real alternative to minimize textile wastes and consequently environmental impacts.

Keywords: textile, recycling, cotton, polyester, fashion, decor, composite, sustainability, handicraft.

1. Introduction

In the textile sector, cotton is among the most important textile fibers in Brazil, representing 70% of industrialized natural fibers (IDEC, 2011). The fashion industry employs 2% of the working population, growing over 5% per year since 2002 in industrial production and representing 4.4% of GDP - "Gross Domestic Product" (APEX-BRASIL, 2010). São Paulo Fashion Week, the greatest fashion event in Latin America, invests 5 million dollars in each edition, with the participation of 64 designers and an estimated public of 1 million people (SPFW, 2012). According to ABIT (Brazilian Association of Textile and Apparel Industry), if GDP would growth between 4% and 5%, the textile consumption in Brazil, from the current 12.8 kg per capita/year, were nearly 20 kg per capita/year in 2014 (ABIT, 2011). In this way, it is necessary to think about the destination of the garments after their disposal, as well as the fabric scraps in clothing process production. It is estimated that 15 tons of textile trimmings per day were collected in Bom Retiro and 10 tones in Brás (LOGA, 2011). These regions are large popular fashion centers located in the city center of São Paulo (Brazil's largest city and fourth largest city in the world). The alternative for textile waste disposal could be recycling, especially of cotton and polyester fiber articles, the most consumed in the country. In order to discuss the sustainability and new recycling products in the textile and fashion industry, it should think about the materials, as the starting point for product development. This plays a significant role when aesthetics aspects are considered together to the creation of new products (MUHAMMAD; MUHAMMAD, 2010). On the

other hand, there is a growing interest in the use of natural fibers reinforcing the thermoset and thermoplastic material composites, especially the biodegradable ones. The employ of composites as alternative material is very attractive and could minimize the problem of the accumulation of textile residues (LINTAO, 2012). In addition, the employ of plastics in fashion products or consumer goods is a large trend in design. Known designers such as Karim Rashid and Zaha Hadid, world-renowned Iranian architect, employ plastic materials in their creations. Among the Brazilian designers and artists, Fernando and Humberto Campana (Campana Brothers), R. Sobral, Silvia Blumberg and Romero Britto must be mentioned. It is also worth of mention Renato Imbroisi, a famous Brazilian designer who develops textile art and creation together poor Brazilian communities (CASA BRASIL, 2012). The development of handmade articles employing composite materials such as resins and fibers or textile trimmings (scraps) is quite feasible for use in the fashion and decor sectors. The cooperatives or communities linked to the textile and fashion industry could promote the collection of textile waste, its separation and reuse. They could also employ simple techniques in order to enhance creativity and dignity of human work, besides generating incomes to them.

2. A brief review of textile and fashion waste generation in Brazil

2.1. Economic Scene

Brazil is one of the largest textile producers, ranking 7th in the production of yarns and woven fabrics and 3rd in the production of knitted fabrics (FINKLER, 2005).

According data from 2005 Brazil is the 4th largest textile producer world - under only to Asian countries like China, India and Indonesia (ECCOTEXTIL, 2012). Textile sector represents an amount equivalent to 4.4% of Brazilian GDP and employs about 2% of the active population, approximately 1.7 million direct

workers according a survey conducted in 2010 (CLOSET ON LINE, 2012).

Moreover, it is the 5th largest cotton producer, which is made 60% of clothing in the country. In 2010 the share of cotton fiber consumption was 57%. Worldwide, the rate was 35.7% (ABIT, 2012).

Currently, Brazilian fashion is in the sights of large consumer of fashion and textiles in general. However against the trend of foreign brands venturing into Brazilian territory is the opposite way, that is, Brazilian brands expanding their business abroad. An example is the brand of designer Alexandre Herchcovitch, which has opened stores outside the country such as Japan and New York. This illustrates the huge potential of Brazilian brands, their positioning in the international market of fashion and talent to create and the business of its designers.

However, despite of individual initiatives of Brazilian designers and enterprisers, it is worth of mention the necessity of more intensive Brazilian governmental recognition and support to textile and fashion sectors parallel with respect for natural resources and environment.

2.2. Fast Fashion and Consumer Behavior

The differential symbolic object is associated to competitiveness. Through consumption of these objects, the satisfaction of desires is not reached, going from one to another new object. Added to this production, disposal and sale strategy, there is the planned obsolescence (FINKIELSZTEJN, 2006), in which the life of a product is planned: the object is reset at any given time, resulting in new consumption, which replaces the previous artifact or gadget, then considered obsolete, although the technical conditions for the product to "survive" longer.

Fast Fashion's idea is to reproduce the style of garments or accessories

presented on the major world fashion events and transport them to the shelves so extremely fast. In this way, logistics of great multinational brands could bring to the stores an assortment product varies and which were seen in major fashion weeks in less than one month.

It is important to emphasize that many changes occur in the fashion, presenting an ephemeral quality, which stimulates increased production of textiles. This can affect the environment in several ways, such as depletion of natural resources (for example the use of land for cotton cultivation until its exhaustion or degradation of rivers by dyeing effluent discharges). Furthermore, there is no specific policy established in Brazil for disposal of textiles, although it has been recently approved the National Politic on Solid Waste (Law 12.305 of 02/08/2010) (BRASIL, 2011).

Therefore, although of the huge potential fashion market in Brazil, stimulating the economy in many ways, especially concerning Fast Fashion it is necessary to analyze how minimize environmental impacts of the respective agricultural and industrial processes and discard of textile articles after their consumption and to propose suitable solutions to these questions.

2.3. The District of "Bom Retiro" in Sao Paulo city – Brazil

In 19th century, along with the neighborhoods of Barra Funda, Mooca and Brás, Bom Retiro was a region workers and poor people, focusing, even today, tenements and differing levels of income among its residents.

In the mid-1960s, the neighborhood began to be known for concentrating trades in clothing and textiles, mainly small companies. The Jew, Bolivian and especially the Korean communities are the main in this region. Immigration, multiculturalism, the textile industry and commerce are strong elements in the spatial dynamics and landscape of the site (MARUM; GOMES, 2005).

Nowadays, Bom Retiro is one of the biggest commercial hubs of fashion in São Paulo city, considering retail and wholesale, selling womenswear, menswear and children clothing. This region is also adjacent to trade of jewelry, sewing, knitting and woven fabrics, and machinery for manufacturing, which typically cater to small local companies and clothing manufacturers. In 2000 the district of Bom Retiro had 3.64% of industrial jobs in São Paulo city (EMPLASA, 2012).

The main buyers are merchants who have business in shopping malls, galleries, boutiques, etc in many regions of Brazil. Wholesale stores alongside other ones with popular prices attract a wide range and number of customers.

Currently, Korean and Jew communities have among them the major number of owners of the garment district. Bolivian people is known for their hard work in confection sector and sometimes because questions about illegal workers, slave or undignified conditions of labor.

The fabric scraps of hundreds of producers of this region are disposed in garbage bags for gathering by the municipality. However, before this collection, many poor people, known as garbage collectors, disrupt the bags for some kind of material with commercial value, leaving the scraps scattered (**Figure 1A** and **1B**) (DIÁRIO DE SP, 2012).

The neighborhood is a major producer of textile waste, approximately 16 tons per day, and usually the scrapes and solid residues end up in landfills. Even with a large number of cooperatives working in the sector, the waste can not be totally eliminated for reasons of logistics and transportation and poor infrastructure of the cooperatives themselves.



A



B

Figure 1. Textile waste spread in the neighborhood of Bom Retiro

(DIÁRIO DE SP, 2012).

3. Composites

Composite materials are those having at least two components or two stages, with physical and chemical properties distinctly different in composition. Separately, the constituents of the composite retains their characteristics, but when combined form a compound having properties impossible to obtain with only one of them. Some examples are metals and polymers, metals and ceramics, polymers, ceramics or polymers and textile fibers (ORÉFICE, 2011).

In the present study, the feasibility of producing composites employing epoxy resin and cotton and polyester recycled fibers was analyzed about their physical strength characteristics and possible applications in handicraft, fashion and decor sectors.

4. Experimental

4.1. Composites of epoxy resin and tests on the tester machine

For material development, BVR Flexible Epoxy Resin 222 (Bonivitta, Brazil), bi-component, cold drying, and hardener BVE 0101 (Bonivitta, Brazil) were employed. BVR 222 is flexible and pliable crystalline, of which 60 mL was used together with the hardener 30 mL BVE 0101.

Fabrics composed by 100% polyester of various colors were employed. Subsequently, part of the samples was shredded by hand and part was cut into pieces with scissors.

In order to obtain the desired thickness of approximately 2 mm, 7 grams of polyester in each beaker were employed, which were weighed on analytical balance (model XB220A, Switzerland) (**Figures 2E** and **2F**).

The volume was measured with water to see how much resin should be used in order to obtain the desired thickness (**Figure 2G**). The ideal for the production volume was 90 mL for each composite in an aluminum form of brand Roldan (Brazil) capable of supporting 650 mL. The form used is 21cm long, 9 cm wide and 4 cm.

The resin and hardener were placed in a beaker and mixed with a glass rod; portion of the mixture was placed back in the bottom, and above, the fibers were added, subsequently the remaining resin was poured into the form (**Figure 2H**).

After hardening of the composite, they were sliced. Each sample had 16 cm height (3 cm in each extremity, called "heads" for jaws pression and 10 cm in center for effective test) and approximately 2 mm of thickness. The tensile testing machine used was Instron, model 5569 (Norwood, USA) (**Figure 3D**). The dimensions of jaws were 38 x 50 mm and the rate 50 mm/min. In each test were determined tenacity (measured intrinsic mechanical strength of the material) and the extension at break and Young's modulus (which expresses the stiffness and strength of material) (KASWELL, 1963; SAVILLE, 2007).

For each test four samples of composites reinforced with textile trimmings and four samples of composites reinforced with textile yarns were used.

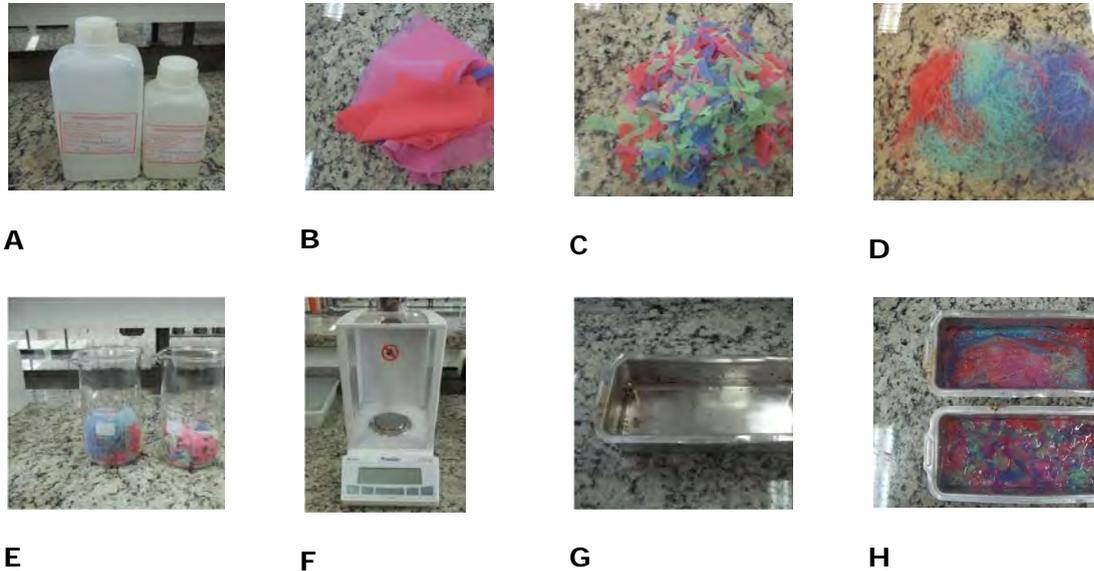


Figure 2. Methodology development of a composite textile: (a) resin hardener BVR 222 BVE 0101, both brand Bonivitta (Brazil), (b) flaps 100% polyester fabric, (c) flaps cut in shears, (d) manually shredded fabric, (e) samples of shreds and shredded separate beakers, (f) analytical balance of Precisa brand (XB model 220 A, Switzerland), (g) aluminum form of Roldan brand (Brazil) used as standard of 4 cm height, 21 cm in length and 9 cm in depth, (h) final result of mixing between the fibers and epoxy resin (Photos by first author, 02/20/2012)

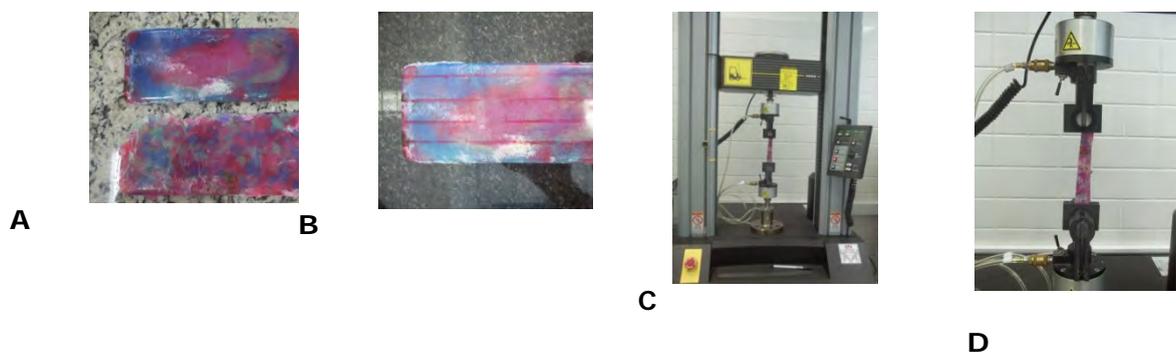




Figure 3. Method for tensile testing: (a) composites made from scraps of fabrics, threads and epoxy resin, (b) composite boards were measured and sliced, and 2 cm wide and approximately 2mm of thickness, (c) the tester machine Instron, (model 5569, Norwood, United States), (d) composite sample being pulled on the tester machine, (e) disruption of the composite sample after a specified tensile strength, (f) sample composite after its rupture, (g) samples composites made of wire and epoxy resin, (h) samples of composites made of epoxy resin and flaps (Photos by first author, 02/20/2012)

Results were expressed as mean and standard deviation, as follows:

i) Tenacity of 0.4 ± 0.2 MPa, modulus of 0.7 ± 0.2 MPa and extension of 22 ± 5 mm for composites reinforced with scraps;

ii) Tenacity of 0.7 ± 0.2 MPa, modulus of 1.0 ± 0.2 MPa and extension of 24 ± 5 mm for composites reinforced with yarns.

In order to perform a comparison, the **Table 1** shows approximate values of tenacity and Young's modulus for some materials:

Table 1. Approximate values of tenacity (σ) and the Young's modulus (E) for some materials (RESMAT, 2012):

Material	Acrylic	Average Steel	Carbon Rubber	Copper	Duralumin
Tenacity (σ) (MPa)	14	310	2	28	124
Young's Modulus (E) (MPa)	3,400	206,000	1	118,000	72,000

From the comparison of the values obtained in this study for the produced composites and the other ones shown in **Table 1**, it is evident that the produced composites have low tenacity and modulus values, which are similar to rubber. This is consistent to the fact that the employed epoxy resin generates flexible and thermoset material after its polymerization. In this way, knowing the properties of this material, it is possible to think about better about eco-design, aesthetical and functionality.

4.2. Composites of epoxy resin and cotton scraps

For material development, BVR Flexible Epoxy Resin 222 (Bonivitta, Brazil), bi-component, cold drying, and hardener BVE 0101 (Bonivitta, Brazil) in the ratio 2:1 were employed.

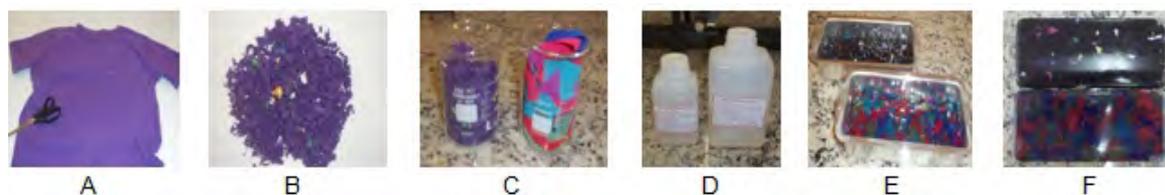


Figure 4. Methodology development of textile composites (Photos by first author, 02/20/2012)

Employing a scissors, a basic 100% cotton shirt (Hering, Brazil) **(Figure 4A)** was completely shredded and perforated. The result was a pile of waste textiles of various sizes **(Figure 4B)**. After testing the relation to the container and his volume, employing scraps of dry fabric, it was found that 20 grams were ideal for the volume of the aluminum container chosen as standard for this experiment (4x21x9 cm, total volume 650 mL). The cotton trimmings or scraps **(Figure 4C)** were weighed (balance XB 220A, Precisa, Switzerland), mixed in 150 mL flexible epoxy resin with 75 mL of hardener **(Figure 4D)**. The fabric scrapes were placed in shape and homogeneously embedded with a mixture of resin and hardener. After 12 hours, the hardened resin and the composites produced were removed from the containers **(Figures 4E and 4F)**

The creation eco-design was inspired in ancient mosaics and the modern employ of recycling textiles in fashion and decor **(Figure 4F)**.

5. Results and Discussion

As a suggestion for the destination of the waste textiles, the transformation of this raw material in composites would be a viable solution. In addition, it would bring major economic benefits to the environment as well as aesthetic value aggregated to the final product. Through laboratory tests, there was evidenced the potential of waste textiles constitute reinforcement, together with thermorigid resins as matrix in composites. These materials could generate new products and possibilities in fashion and design sectors.

The material sourced from recycled cotton and flexible epoxy resin proved to be very promising as textile composite as well as in decor and fashion sectors. This material is very flexible, their bright and crisp also contributed to the aesthetic item, because the trimmings stayed highly visible and created eye-catching visual effects (**Figure 5A**). The mosaic effect is a trend in fashion, such as Julie Richey creations (TRENDLAND, 2012) (**Figure 5B**). Taking in account the obtained effect, this composite could be destined mainly to the field of fashion, decor or jewelry, such as the fashion accessories designer Carlos Alberto Sobral (SOBRAL, 2012) (**Figure 5C**). In addition, the employ of recycling textiles and resin is largely employed in decor by new designers as Campana Brothers (IRMÃOS CAMPANA, 2012) (**Figure 5D**) and Tom Price (DESIGN KLUB, 2012) (**Figure 5E**).



A



B



C



D



E

Figure 5. (a) Textile composites produced by hand; (b) Mosaic shirt - Julie Richey (TRENDLAND, 2012); (c) Pendant of rigid resin and sticks of brand R. Sobral (SOBRAL, 2012); (d) Easy chair "Sushi" - Campana Brothers (IRMÃOS CAMPANA, 2012); (e) Easy chair "Fleece Grey Grid" - Tom Price (DESIGN KLUB, 2012)

After tests conducted in composites, some suggested uses are identified below. The final aspect of the composite and its characteristics will depend on the type of resin employed, which could be more rigid or more flexible, glossy or opaque, more or less resilient, etc.

With the type of effect obtained, the composite would be intended for example for composing fashion jewelry or bijou (**Figure 6**). Thinking about the flexibility of the composite, it could be possible to create bracelets, rings and earrings.



Figure 6. Illustrations of jewelry made of stainless steel or silver and textile composites (Illustrations of the first author, 02/20/2012)

Therefore, they are able to meet specific needs of the consumer market, eager for news, and the demand for studies of new materials in the textile and fashion sectors. In these ones there is a lack of specific bibliography joining aesthetic and technical analysis covering all the production phases, namely: materials, processes, design and creation.

6. Conclusion

Taking in account the ephemeral quality of fashion, textile articles, even those in good condition, are indiscriminately discarded by consumers, eager for news and new products launched. These articles, as well as industrial waste, are configured in a major environmental problem, suggesting that the recycling and reuse of them is a solution to reducing waste in landfills.

In Brazil, Recycling and Reuse of textiles is little practiced and encouraged, even after the Law 12.305 of 02/08/2010 establishing the National Politic of Solid Waste (BRASIL, 2010). Despite being a very profitable activity, since the raw material (scrap and waste textiles of various kinds) is abundant, many tons of textiles are still dumped in landfills in Brazil. Only in the neighborhood of Bom Retiro in Sao Paulo, approximately 16 tons of textile waste are removed per day and approximately 10 tons in the neighborhood of Brás, both large clothing producers (LOGA, 2011). It is observed that a significant number of new products could be developed with the reuse and recycling of this raw material.

In the present study a simple technique was developed in order to recycle textiles through the perforation or shredding, even manually, of discarded clothing. The employ of them in cohesive and well-structured composites could contribute to the decline of textile waste in landfills. The created composite of crystalline resin and textile scrapes resulted in a final product of great visual appeal. In addition, many combinations of colors may be generated depending on the fiber or trimming type employed. Handmade cooperatives or communities linked to textile and

fashion industry could apply this kind of simple composite technique, enhancing creativity and dignity of human work, besides generating incomes to them.

Biodegradable resins were not used in the tests performed in the present study, mainly because the lack of availability of small quantities that could be purchased in the market. However the obtained results could be useful for comparison in future studies where such material could become more accessible. Thus it is expected that the textile composites could be produced hereafter in large scale employing environmental friendly materials and processes that respect environmental standards.

7. Acknowledgments

Financial support from University of São Paulo, CAPES, CNPq and FAPESP are gratefully acknowledged. We would also thank "LOGA – Logística Ambiental de São Paulo" enterprise for the technical visitation and informations about garbage collection in São Paulo city.

8. References

- ABIT. ABIT mostra perspectivas da indústria têxtil no Congresso do Algodão. Available from http://www.guiatextil.com/site/noticias/materia_prima/abit_mostra_perspectivas_da_industria_textil_no_congresso_do_algodao Accessed: 2011 nov. 13.
- ABIT. A Real Conjuntura da Indústria Têxtil e de Confecção Brasileira, 2006. Available from www.iemi.com.br Accessed: 2012 feb.10.

APEX-BRASIL. Exportação da Moda Brasileira. Available from <<http://www.apexbrasil.com.br/porta/>> Accessed: 2010 Dec. 12.

BRASIL, lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Available from <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm> Accessed: 2011 jun.05.

CASA BRASIL. Renato Imbroisi – Designer e Tecelão. Available from <<http://www.casabrasil.com.br/blog/2011/renato-imbroisi-designer-e-tecelao>> Accessed: 2012 jan. 14

CLOSET ON LINE. Pesquisa inédita traça perfil do consumidor brasileiro de vestuário. Available from <<http://www.closetonline.com.br/noticia/jornalismo+de+moda/-%20Todas%20-6286/Pesquisa+in%C3%A9dita+tra%C3%A7a+perfil+do+consumidor+brasileiro+de+vestu%C3%A1rio>> Accessed: 2012 jan. 01.

DESIGN KLUB. Easy chair “Fleece Grey Grid” (Tom Price). Available from <<http://www.design-klub.com/?p=477>> Accessed: 2012 jan. 14.

DIÁRIO DE SP. Comerciantes, compradores e moradores querem solução para lixo acumulado nas ruas. Available from <<http://textileindustry.ning.com/forum/topics/bom-retiro-quer-limpeza>> Accessed: 2012 abril 01.

ECCOTEXTIL. Brasil é o 4 maior produtor têxtil mundial. Available from <<http://www.gestaotextil.com>> Accessed: 2012 jan. 07.

EMPLASA. Centro Urbano – Bom Retiro. Available from <<http://www.emplasa.sp.gov.br/portalemplasa/uit/CENTRO/BOMRETIRO.pdf>> Accessed: 2012 Abril 01.

FINKIELSZTEJN, Beatriz. Modular Systems Textiles and use of natural fibers A sustainable alternative in Architecture & Design. (thesis) Thesis presented as partial requirement for obtaining a Master's Degree at the Graduate Program in Arts at PUC-Rio. 2006.

FINKLER, Maira et al. Compósitos de HDPE com Resíduos de Fibras Têxteis. Parte I: Caracterização Mecânica. *Polímeros: Ciência e Tecnologia*, vol. 15, n° 3, p. 171-175, 2005.

IDEC – Instituto de Defesa do Consumidor. Cadeia de valor do algodão, têxtil e vestuário: um estudo prospectivo. Available from <http://www.idec.org.br/arquivos/relatorio_cadeia_algodao.pdf> Accessed: 2011 nov. 13.

IRMÃOS CAMPANA. Easy chair “Sushi” (Campana Brothers). Available from <http://www.irmaoscampana.com.br>. Accessed: 2012 jan. 14.

KASWELL, E. R. Wellington Sears Handbook of Industrial Textiles. Massachusetts Institute of Technology (MIT) e Wellington Sears Company, Cambridge, Estados Unidos, 1963. 757 p.

LINTAO, Wangzheng, Guowenjing. Cotton fiber-reinforced Polypropylene Composites. *Applied Mechanics and Materials* Vols. 138-139 (2012) pp 581-587 ISSN: 1660-9336.

LOGA. Personal Interview and informations from “Canal da LOGA”. Available from <<http://www.loga.com.br>> Accessed: 2011 jan. 13.

MARUM, Luana Lasincki; GOMES, José Antonio. O Bom Retiro: a formação de uma centralidade. USP/FFLCH. São Paulo, 2005.

MUHAMMAD, A. A.; MUHAMMAD, I. S. Sustainable and Environmental Friendly Fibers in Textile Fashion: A Study of Organic Cotton and Bamboo Fibers. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements of the Degree of Applied Textile Management. University of Borås, 2010.

ORÉFICE, Rodrigo. Compósitos. Available from <<http://www.demet.ufmg.br/docentes/rodrigo/compositos.htm>> Accessed: 2011 jun. 05.

RESMAT. Class strength of materials. Available in <<http://www.mspc.eng.br/matr/resmat0140.shtml>> Accessed: 23 Mar. 2012.

SAVILLE, B.P. Physical testing of textiles. The Textile Institute Woodhead Publishing Limited, Cambridge, 2007. 310 p.

SPFW. São Paulo Fashion Week. Available from <<http://www.spfw.com.br>> Accessed: 2011 dec. 12.

SOBRAL. R Sobral. Available from <<http://www.rsobral.com.br/>> Accessed 2012 jan.14.

TRENDLAND. Mosaic shirt (Julie Richey). Available from <<http://trendland.net/mosiac-artist-julie-richey/#>> Accessed: 2012 jan. 14.

LINGERIE DE LUXO NO CONTEXTO DA MODA

LUXURY LINGERIE IN THE FASHION CONTEXT

Marina de Oliveira Lafetá¹

Solange Alfinito²

Resumo

O artigo discorre sobre a história da *lingerie*, especificamente, a de luxo. O intuito é enfatizar a importância e a influência da roupa íntima na moda e no comportamento dos indivíduos. São apresentadas definições de luxo, o contexto atual do luxo no Brasil e no mundo e a trajetória da *lingerie* em vários aspectos, desde o seu surgimento até o despertar deste tipo de item no contexto da moda luxo e sua forte relação com as mulheres.

Palavras-chave: Moda, Luxo, Lingerie

¹ Administradora de empresas pela Universidade de Brasília/UnB. Trabalha na rede de shopping centers Multiplan, no ParkShopping, como Assistente de *Merchandising*. Entre 2007 e 2009, atuou como consultora em marketing, líder de projetos e membro do Comitê de Qualidade na AD&M Consultoria Empresarial. Participa de grupo de pesquisa na UnB investigando comportamento do consumidor, luxo e moda (lingerie), com artigos já submetidos.

² Doutora em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações pela Universidade de Brasília/UnB. É professora no Departamento de Administração e no Programa de Pós-Graduação em Administração da UnB. Tem se dedicado a pesquisas sobre comportamento do consumidor e seus aspectos culturais, com base em valores humanos, valores culturais, axiomas sociais e julgamento e significado. Seus dois últimos artigos aceitos para publicação são: Modelo de influência cultural no consumo: uma proposta baseada em axiomas sociais (Revista de Administração Mackenzie) e *Advances on the measure of product judgment and meaning for Brazil* (Revista Brasileira de Marketing).

Abstract

This article is mainly about the history of luxury lingerie. It aims to emphasise the importance and influence of underwear in both fashion and human behavior. It includes some definitions of "luxury"; its present situation in Brazil and all around the world and its course in other several aspects, from its creation to its uprising in fashion and luxury, as well as its intimate relationship with women.

Key words: Fashion, Luxury, Lingerie

1. Introdução

A moda assumiu distintos papéis ao longo do tempo. Sua aquisição no século XVIII era luxo e a distinção de classes sociais, profissões, religiões e regiões por meio das vestes, clara. Os pobres tinham, geralmente, uma única peça de roupa e os ricos deixavam suas tantas vestimentas (verdadeiras propriedades, na época) como herança, tamanho era o valor delas. No século XIX, com a industrialização, as roupas ficaram mais acessíveis e as mulheres, já no mercado de trabalho, separavam uma quantia generosa para esse consumo (CRANE, 2006).

Assim como as vestes, a *lingerie* passou por diversas transformações ao longo do tempo. Assumiu inúmeros papéis e hoje reina como mais uma peça da moda, sendo extremamente valorizada, principalmente pelas mulheres. Diferente das roupas chamadas *ready to wear*, o mercado de *lingerie* não distingue modelos de acordo com a idade porque trata-se mais do estado de espírito da mulher do que do seu tempo de vida ou do seu tipo de corpo. É mais uma questão de atitude e de como a mulher se sente. Uma pessoa gorda ou uma senhora podem muito bem se sentirem felizes com seu corpo e quererem valorizá-los com belas peças íntimas, por exemplo (THOMASS, 2010).

Lingerie é um tema pouco discutido em trabalhos científicos. Mesmo se tratando de um produto que, na maioria das vezes, fica escondido e, por isso, tem um caráter misterioso. A roupa de baixo traz confiança à mulher e pode moldar seu

corpo da forma como ela idealiza, o que a faz construir uma relação de satisfação com ele (THOMASS, 2010). Trata-se de uma vestimenta íntima que, assim como as demais roupas, já acumulou diversas funções e sempre expressou, principalmente, a realidade feminina - desde que servia para esconder as partes íntimas (PIVETEAU, 2005) até o uso atual, que explora a sensualidade, o fetiche e o erotismo (CASTARÈDE, 2005).

Entretanto, a moda, em geral, não era vista como assunto relevante no Brasil, até que se identificou sua forte influência no comportamento das pessoas (CABRAL, 2006; LIPOVETSKY, 2005). Entre o fim do século XIX e o início do século XX, foram produzidos mais estudos na área. Ainda que até a década de 1970, a moda fosse interpretada de forma fútil para as ciências sociais, na virada para a década de 1980, a importância econômica e social da moda ganhou destaque, propiciando o surgimento de mais trabalhos acadêmicos na área (CRANE, 2006).

O objetivo do presente trabalho é apresentar uma compilação histórica sobre *lingerie*, descrevendo, principalmente, o caminho da *lingerie* de luxo ao longo do tempo. Dessa forma, serão abordados assuntos como a trajetória da *lingerie* de luxo na moda, a história do luxo e o mercado de luxo no Brasil.

2. A trajetória da lingerie de luxo na moda

Alguns autores defendem a idéia de que, por muito tempo a vestimenta não passou de material para cobrir o corpo. É verdade que durante séculos, ela foi padronizada (túnicas) para homens e mulheres. A partir do século XIII, é possível observar uma lenta progressão da vestimenta. As roupas eram feitas de tecidos mais grossos e as peças íntimas, de tecidos mais leves porque ficavam em contato direto com a pele, devendo proteger o corpo dos tecidos pesados de que eram feitas as roupas (THOMASS, 2009). Segundo Lipovetsky (2009), a moda tem origem nos séculos XIV (meados) e XV na sociedade ocidental e segue a busca incessante pelo novo. O autor define como características intrínsecas da moda: o

efêmero e a fantasia estética. E é nesse período que surgem as diferenças nas vestimentas feminina e masculina - o que traz mais vaidade à sociedade.

Inicia-se, a partir de então, o fenômeno cíclico chamado por Pierre Bourdieu (1983, p.5) de "dialética da pretensão e da distinção" - uma classe adquire certa propriedade e a outra a alcança. Nasce a principal característica da moda: a efemeridade. Afinal, junto à Revolução Francesa veio a Revolução Industrial (na Inglaterra), que contribuiu para a produção em série de artigos da moda. Surgem os grandes *magasins*, paraíso da variedade e do consumo, preeenchidos de roupas do tipo *ready-to-wear*. Eles são o oposto das *maisons*, lojas com direcionamento apenas para classes superiores, focadas no *savoir faire*. Nasce aí, uma nova fase da Moda.

Lipovetsky (2009) divide a moda em: Aristocrática, representada pela figura do monarca, cheia de luxo e extravagância; Cem Anos, caracterizada pelo surgimento e ênfase da alta costura; e Aberta, marcada pelo *prêt-à-porter* (pronto para vestir). Os Cem anos marcaram a história da moda porque não são mais alfaiates e costureiros simplesmente fazendo roupas, surgem profissionais que ditam a moda e seguem alto padrão de costura. O primeiro deles foi Charles Frederik Worth. Ele criava coleções primavera/verão e outono/inverno e usava modelos vivos em desfiles para apresentar as roupas. Nada disso era feito antes (CABRAL, 2006).

No século XIX, a mulher ainda era vista como ser frágil e cheio de pudor. Entretanto, já havia um quê de erotismo nas roupas. A comunicação das mulheres com o mundo externo era, praticamente, pela vestimenta. No dia-a-dia, usavam trajes que cobriam todo o corpo, braços, pernas e pescoço. Porém, nas festas, despiam o colo, os braços, definiam a cintura e as ancas (simbolizavam fertilidade) por meio do espartilho - muitas vezes confeccionado com barbatanas de baleias (THOMASS, 2009) - e da anquinha, com saias elaboradas (XIMENES, 2006).

Um fenômeno marcante na moda foi a proposta de silhueta menos marcada na coleção de Paul Poiret (1879-1944), um dos mais importantes e visionários

estilistas franceses da *Belle Époque*. Ele mudou o rumo da moda dos anos 1920 com seus vestidos que não mais marcavam a cintura e aliviavam um pouco as mulheres do grande desconforto do espartilho (SABINO, 2007).

Apenas na década de 1960 ocorre o primeiro estudo da compreensão do sistema de moda como linguagem, da associação do vestuário com o comportamento. O estudo foi realizado por Roland Barthes em *Systeme de la mode*. A partir daí, surgiram mais e mais trabalhos à respeito do tema (CABRAL, 2006).

Por meio da moda é possível perceber os hábitos e comportamentos de uma época. As revoluções da moda sempre seguiram as revoluções históricas, principalmente, na questão social da mulher. Na Revolução Francesa, assim que as mulheres perceberam as diferenças de gênero até nas roupas, muitas se juntaram aos *sans-culottes* nas manifestações. Já nessa época, é possível notar a diferença na *lingerie* e no vestuário feminino, que passam a ser mais práticos (THOMASS, 2009).

Para entender melhor a mudança de funções e de significados pela qual passou a *lingerie*, é importante ter conhecimento do seu surgimento e do impacto social causado ou refletido nela. Conforme Sabino (2007), o termo *lingerie* é de origem francesa vem da palavra *linge* (roupa/vestimenta), referente aos tecidos brancos de linho ou algodão utilizados para higiene pessoal. As roupas íntimas surgiram a partir deles e eram, por isso, em sua maioria, brancas. É denominado *lingerie* o conjunto de peças íntimas como sutiã, calcinha, corpete, cinta-liga e outros.

A história da *lingerie* é bastante antiga. Piveteau (2005) afirma ser função da roupa íntima cobrir o que ninguém pode ver. Com o passar dos séculos, ela foi usada, cada vez mais intensamente, para modificar a silhueta feminina, provocando inúmeras alterações na natureza do corpo e criando sempre um ideal de beleza.

Na Antiguidade, as mulheres vestiam uma túnica por baixo da roupa, usavam uma faixa de tecido para proteger os seios e a famosa cinta, que era feita

de algodão, linho ou lã - tratava-se de uma faixa posicionada à altura dos seios para comprimir o abdome (PEREIRA; BUENO, 2008). Na época do Império Romano, as mulheres costumavam usar ligas mesmo não tendo hábito de utilizar as meias 7/8, logo, eram meramente fruto de sedução e por isso, muitas vezes, eram enfeitadas com jóias. Assim como as gregas, elas também moldavam o corpo por meio de vários adereços (BARBIER; BOUCHER, 2010).

Já no século XII, usava-se ainda a túnica como *lingerie*. Por volta do século XIII, as roupas íntimas tinham como matéria-prima o fio de linho (do francês *fil de lin*, de onde se origina a palavra *lingerie*). Elas eram muito delicadas e difíceis de serem produzidas - portanto, bastante onerosas. No século XV, o corselete era usado por cima das roupas de forma a apertar a cintura e o busto. Apenas no século XVI, a roupa íntima passa a ser uma vestimenta autônoma (BARBIER; BOUCHER, 2010). Surge a camisola e, ainda assim, a *lingerie* é usada por baixo dela. Antes, usava-se apenas a "túnica", que servia como roupa íntima e camisola. Nesse contexto, aparece, pela primeira vez, a conotação sexual da *lingerie* e a diferenciação nas silhuetas feminina e masculina (THOMASS, 2009).

As mulheres usavam como *lingerie* o *cotte*, ancestral do corselete. Era uma espécie de túnica com cordão usada por cima dos vestidos. Ele comprimia os seios e, ainda assim, muitas mulheres colocavam faixas porque era aconselhável que fossem pequenos e estufados, e o ventre proeminente (THOMASS, 2009).

No século XVI, as mulheres modelavam a silhueta em formato de cone, com o verdugo ou *garde-infante*, *lingerie* de origem espanhola introduzida na França na década de 1520. A peça era feita de ferro ou de material bovino. Nessa época, a roupa de baixo usada por pobres e ricos era a mesma - o que fazia a diferença era o tecido (THOMASS, 2009). Ainda nesse século, a renda é introduzida no feitiço de *lingerie*, principalmente a branca. Com o passar do tempo, por meio de novos métodos, surgiu uma quantidade impressionante de peças de roupas que mudaram a definição de *lingerie*.

Na época da Renascença, usava-se estruturas formadas por tiras que moldavam as saias e, geralmente, eram feitas de ossos de baleia, arame e, algumas vezes, de madeira ou vime. Elas começavam na cintura e acompanhavam a saia. Os acessórios de modificação do corpo eram bem rígidos e, portanto, usados por cima de uma veste de linho ou algodão. Ainda, foi nesse período que Catherine de Medici iniciou o uso de calçolas (cobriam as pernas a partir da cintura até os joelhos) pelas mulheres. O uso dessa peça era comum para cavalgar e subir escadas e se deu, provavelmente, por questões de higiene e pudor (BARBIER; BOUCHER, 2010).

Ao longo do século XVIII, as mulheres não usavam mais a calçola, começaram a adotar a anquinha, que se parecia com aquelas estruturas rígidas para dar volume às saias. Eram usadas com várias anáguas por baixo e por cima e quanto mais, maior o *status* social. A anquinha surgiu na Inglaterra em 1711, na França em 1718 e era exclusiva da aristocracia, uma mulher de posses não tinha *lingeries*, usava uma saia e uma blusa com um espartilho atado que comprimia a cintura e apoiava os seios. Apenas em 1730 essa realidade mudou com a popularização da anquinha. Por volta de 1810, as calçolas voltaram às ruas, principalmente, na classe trabalhadora (BARBIER; BOUCHER, 2010).

Ao longo da história é possível observar que as mudanças no padrão de beleza impactaram diretamente nos novos modelos de *lingerie*. O estudo de Formiga (2008) mostra que desde a Pré-História os indivíduos têm o hábito de modificar o corpo. Alguns exemplos - como chinesas, que amarravam os pés, mulheres que esticavam o pescoço, deformações cranianas, tatuagens, pinturas corporais, alargadores de orelhas - esclarecem essa informação.

Atualmente, a tecnologia permite às mulheres fazer alterações internas com o uso de próteses, botox e diversas cirurgias plásticas, que ficaram muito simplificadas com o passar dos anos. Inicialmente, o corpo sofria modificações por meio de mecanismos externos, como enchimento, sutiãs com funções variadas, calcinhas, e outros. Nota-se que a interferência no corpo parte também da arte,

uma vez que as mulheres eram, muitas vezes, representadas em nu artístico, sendo essa imagem o padrão de beleza da época. Formiga (2008) compara peças publicitárias de *lingerie* Valisère de 1990 e de 2000. As diferenças são muitas, desde o padrão de beleza até o modelo usado, que deve ser adequado ao corpo. O espartilho, usado por muito tempo para afinar a cintura, teve idas e voltas, e seu desaparecimento ficou mais intenso com o surgimento de Coco Chanel e seu modelo prático de vestimentas, influenciado pela era industrial e pela entrada da mulher no mercado de trabalho.

No fim do século XIX, a francesa Herminie Cadolle criou o sutiã, separando o espartilho em mais peças, para proporcionar mais conforto às mulheres. A estilista abriu uma empresa familiar de peças íntimas de luxo que até hoje é referência no setor (CABRAL, 2006). Porém, foi em 1914 que a nova-iorquina Mary Phelps Jacob, uma *socialite*, patenteou o sutiã nos Estados Unidos. Esse modelo é mais aproximado do usado atualmente. A peça era produzida com dois pedaços de lenço, duas fitas cor de rosa e um cordão (PEREIRA; BUENO, 2008).

Em 1890, a moda se fixa na estética *femme fatale* (mulher fatal), desconsiderando aspectos essenciais para a burguesia em outras épocas, como a família e o papel da esposa. Trata-se de uma reviravolta no ideal de beleza que, na *Belle Époque*, era a mulher-odalisca de Poiret, magra, com ar andrógono, inspirada nas bailarinas dos *Ballets Russes*, companhia de *Diaguilev*. No século XX, surge o espartilho, corselete com reforço para moldar as curvas do corpo. Era tão apertado que as mulheres não conseguiam vesti-los sozinhas. Mais tarde, por volta de 1920, surge a imagem mais intelectualizada da mulher (CASTARÈDE, 2005). Em 1960, as mulheres começam a usar *lingeries* mais parecidas com as de hoje em dia, apesar de serem bastante fechadas, e isso só mudou em 1980, com a famosa calcinha fio (BARBIER; BOUCHER, 2010).

Na década de 1960, o movimento feminista foi um exemplo de revolução da moda e revolução histórica, no qual vários sutiãs foram queimados em protesto contra a situação desigual da mulher na sociedade (CABRAL, 2006). Essa revolução

mudou totalmente os rumos da moda, uma vez que as mulheres buscavam se vestir de forma prática e não sensual. As feministas consideravam a *lingerie* uma forma de opressão, símbolo de degradação feminina, desenhando a mulher como objeto sexual. Essa época foi sofrida para as indústrias do setor (PIVETEAU, 2005).

No século XX, a vestimenta passa a ter importância enorme de contexto, sendo, mais do que nunca, indicativo de estilo de vida e de personalidade. Mudar de roupa é mudar de atitude. No momento em que a roupa recebe o título de primeiro bem de consumo disponível, as pessoas aproveitam para demonstrar ter mais recursos sociais e econômicos tentando se adequar a realidade desejada (CRANE, 2006). Além disso, a imagem da mulher é livre, instruída, ativa, o que reflete numa vestimenta mais prática, combinada com cabelos curtos e maquiagens amenas (ALLÉRÈS, 2000).

Os filmes, as músicas e os videoclipes influenciaram muito o comportamento e a vestimenta das pessoas. No *rock n'roll*, a *lingerie* aparece pela primeira vez, marca estilo e rompe com o histórico da roupa de baixo: agora é usada também à mostra, contradizendo princípios feministas de vestimenta (praticidade, competência, profissionalismo), passando a explorar o sadomasoquismo e a pornografia (CRANE, 2006).

Nos anos 1980, quando a vestimenta refletia as reivindicações do movimento feminista (praticidade e não sensualidade), a cantora Madonna revolucionou e começou a fazer apresentações com *lingeries*, num estilo bastante fetiche, recriando essa moda. Nos anos 1990, ela apareceu vestindo uma *lingerie* de luxo Jean Paul Gaultier na turnê "Blond Ambition Tour" (SABINO, 2007) - e em 2012, o estilista reformulou o modelo para a artista utilizar na nova turnê "MDNA". O modelo novo, inspirado numa jaula e com efeito 3D, traz de volta o sucesso do sutiã em formato de cone e faz contraste com uma roupa masculina usada por baixo (DALBONI, 2012; LESSA, 2012). Essa evolução de idéias trouxe o pensamento característico do século XXI, de que a mulher deve ter sucesso no

âmbito profissional e no pessoal, valorizando o lado sensual e erótico (PEREIRA; BUENO, 2008).

Com o tempo, o desaparecimento das armações deixou lugar para *lingeries* mais eróticas. O corpo feminino passa a ser exposto em cabarés parisienses. Paradoxalmente, no século XIX, surge o cancan e o *striptease* (dança sensual), cujo princípio era o poder de sugestão - maior erotismo em deixar entrever do que em exhibir. É nesse período que a roupa íntima ganha conotação erótica, surge o *babydoll* (modelo de pijama feminino) e a roupa de baixo passa de protetora a provocativa, fetiche sexual (CASTARÈDE, 2005).

De acordo com Sá (2009), Barbier e Boucher (2010), a *lingerie* se tornou tão importante para as mulheres quanto as outras peças de roupa. Muitas vezes, o mundo feminino gasta mais com *lingeries* do que com outros itens. Isso, devido à imensa variedade de materiais, estampas e cores de que as roupas íntimas desfrutam. A reportagem de Sá traz dados de que o mercado brasileiro de roupas íntimas encontra-se em expansão, com lojas exclusivas de *lingerie* e atuação internacional.

A *lingerie* tornou-se tão importante que atualmente, é cada vez mais comum fazer parte dos presentes de casamento por meio do Chá de *Lingerie*. No exterior, algumas lojas fazem reuniões para vender, agrupando número reduzido de clientes, que podem experimentar os modelos e conhecer as novidades dos acessórios (STORR, 2002). Existem modelos de todos os gostos e para todos os tipos de mulher, incluindo as mais gordinhas (TANAKA, 2010). Em 2011, segundo dados da ABF, considerando as franquias cadastradas, o setor de *lingerie* foi o que mais se destacou no segmento de vestuário (Setor..., 2012).

Na França, o varejo de *lingerie* perde mercado a cada ano que passa, de forma que, o CNDL - comitê francês de varejo de *lingerie* da França - tem intenção de criar uma etiqueta de certificação (qualidade e garantia) do produto francês para distingui-lo dos outros e fidelizar os clientes. Essa nova realidade - surgem mais lojas de departamento do que de varejo - inclui a maior parte dos artigos, e não só

a *lingerie*. Porém, a presença dessa nesse tipo de loja favorece o consumo, uma vez que a pessoa vai comprar roupa e já encontra peças íntimas no mesmo lugar. Apesar de tudo isso, especialistas afirmam que a tendência é o mercado procurar por produtos de maior valor e preço, o que favorecerá as marcas tradicionais (BARBIER; BOUCHER, 2010).

Hoje em dia, a *lingerie* é um item de moda, um *must-have*, e comprá-la denota prazer tanto para mulheres quanto para homens (BARBIER; BOUCHER, 2010). Essa mudança de função da *lingerie* desperta novos modelos e materiais, instiga prazer e sonho, tornando o luxo mais presente nesse mercado. A fim de compreender *lingerie* de luxo, é preciso, antes, conhecer o conceito de luxo, de onde surgiu e com que propósito.

3. Luxo

O conceito de luxo é totalmente variável e passa por mudanças, às vezes até drásticas, dependendo do período da história a que se refere (CASTARÈDE, 2005; STREHLAU, 2004). Entretanto, Castarède (2005) apresenta três constantes universais do luxo: oferta, identidade (ser diferente dos outros) e preciosidade. As pesquisas de mercado na área mostram que os valores do luxo sempre presentes são: tradição, supremacia da introspecção sobre a ostentação, mais abertos ao prazer. De acordo com Ferreirinha (2010 p.1), luxo é "lidar com marcas e empresas que transformam produtos e serviços em desejos, o ordinário em extraordinário e o simples em especial".

Allérès (2000) apresenta uma conceituação mais abrangente: "Toda criação fora do comum ou do trivial, extraordinária, sinônimo de beleza, de estética, de refinamento, produto mágico, com as marcas da sedução, objeto lúdico, evocativo de sonho, de prazer, promessa de felicidade, é qualificada como prestigiosa, "de alta classe", inacessível produto de luxo" (ALLÉRÈS, 2000, p.19).

A palavra luxo surgiu do latim *luxus*, que se refere a abundância, refinamento (CASTARÈDE, 2005; STREHLAU, 2004). Tentaram atribuir à definição

etimológica de luxo, *lux* (luz), que significa brilho, iluminação, bom gosto, elegância. E *luxuria* (luxúria), excessivo, aberrante, raro, extremo - mas essa relação é falaciosa (CASTARÈDE, 2005). Segundo Strehlau (2004), o luxo, apesar do conceito subjetivo de percepção individual, deve ser desejado por muitos e obtido por poucos.

Castarède (2005) categoriza o luxo em: (1) superluxo (ênfase-se mais o produto) - alta costura, alta joalheria, relojoaria de luxo, obras de arte, prataria e louças raras, palácios, automóveis, iates; (2) luxo de valorização social ou econômica (foco no preço e no produto) - lenços, *prêt-à-porter*, acessórios, malas, relógios de pulso, canetas; e (3) produtos diferenciados no universo de consumo comum (divulgação) - perfumes, determinados alimentos como vinhos e destilados (CASTARÈDE, 2005). Assim como Castarède, Strehlau (2004) também acredita na gradação de prestígio nas categorias de luxo e afirma que nem todos os produtos de prestígio são de luxo.

A primeira categoria trata de produtos prestigiosos por definição, não precisam de esforços de marketing. As outras, de produtos diferenciados no universo de consumo comum. O luxo de valorização social ou econômica é uma categoria complicada porque exige distribuição seletiva controlada, preço psicológico e critérios mais racionais do que os utilizados no superluxo para efetuar a divulgação. Muitas vezes são produtos de expansão da marca. Os produtos diferenciados no universo de consumo comum são produtos que têm que enfrentar muitos concorrentes - então, a categoria se baseia em publicidade - responsável por segurar o cliente mesmo com os preços acima da média, critério do luxo - e distribuição (CASTARÈDE, 2005).

No primitivo, o luxo estava sempre num contexto de ritual de cerimonial, não como acumulação de bens, forma vista hoje em dia. O surgimento do Estado e o aparecimento das classes deram espaço à interpretação materialista e fútil do luxo, rompendo com o conceito anterior. Com a chegada da burguesia, o luxo deixa de ser exclusivo do Estado e intensifica-se o uso em busca do prestígio. É quando

se inaugura a mobilidade social. O estético e os símbolos de *status* e poder incorporam um valor. Esse é o momento estético do luxo (LIPOVETSKY, 2005; CASTARÈDE, 2005).

Daí em diante, o luxo segue duas frentes: antiguidade e moda (efêmero). Os indivíduos tomam gosto por coleções e aos objetos antigos é atribuído muito valor e significado. No mesmo momento, surge a paixão pelo efêmero, valorizando mais o novo em decorrência da continuidade ancestral (LIPOVETSKY, 2005).

A Renascença foi um período marcante para o luxo. Nessa época, observa-se o progresso dos adereços, o surgimento do luxo mobiliário, dos talheres, do fumo e da perfumaria. Nos séculos XVI e XVII, o luxo aparece nas roupas pelos bordados, também presentes em *lingeries*. Na Modernidade, os costureiros se tornam celebridades por meio do surgimento da alta-costura. Passam a impor suas vontades e gostos com suas criações, dirigindo a moda e a sociedade, num marketing de oferta, típico do mercado de luxo, particularmente do superluxo, e diferente dos outros mercados, nos quais a demanda é decisiva para a produção (CASTARÈDE, 2005).

A marca é essência no luxo e suas principais características são a inacessibilidade e a seletividade. Ela é um mito, tem história, *know-how*, tradição de qualidade e de criatividade (CASTARÈDE, 2005). O luxo surge do julgamento de alguém sobre o valor de um objeto, não do objeto em si (STREHLAU, 2004). Tamayo (2007) também atribui o valor do objeto ao desejo do indivíduo de possuí-lo e não ao objeto em si. Segundo Allérès (2000), a raridade e a inacessibilidade aumentam o valor subjetivo dos produtos de luxo, pois refletem em maior atratividade seu papel social.

Surgem as grandes indústrias e, com isso, a produção em série, que impactou no luxo, trazendo um novo conceito: semiluxo ou falso luxo. Muitas cópias começam a aparecer com a chamada democratização do luxo e o *savoir-faire* (expressão francesa referente à produção artesanal, sob medida, feita a mão) perde espaço. A produção em série barateia os custos; logo, os preços caem e os

produtos de luxo se tornam acessíveis para a classe média. A alta costura cede lugar ao *prêt-à-porter*. As pequenas casas independentes desaparecem e surgem os grupos, focados em marketing, centrados em rentabilidade, procura e lógica de mercado (LIPOVETSKY, 2005).

Mais uma vez o luxo se adapta ao tempo e, na contemporaneidade, traz como novidade a individualização (diferenciar-se da massa, ser diferente), a emoção, a democratização, o culto pelas marcas e pelos bens raros. Porém, é importante lembrar que esse é apenas um tipo de luxo. Atualmente, existem luxos e luxos, cada qual para um público (LIPOVETSKY, 2005; CASTARÈDE, 2005; D'ANGELO, 2004).

O novo luxo tem características diferentes do superluxo. Enquanto esse não é afetado por crises econômicas porque é sustentado por milionários, aquele é abalado por consequências de crises, como ocorreu em 2009, em que as vendas das marcas de luxo caíram. Isso acontece porque o novo luxo aborda um público diferenciado (consumidores não pertencentes à elite), ele parte de estratégias de marketing como expansão de marca e ampliação da linha, o que traz resultados financeiros brilhantes em curto prazo, no entanto, em longo prazo, desvaloriza a marca e traz o risco de reduções drásticas de venda em períodos difíceis financeiramente (STREHLAU, 2011).

De acordo com Otto (2011), pode-se afirmar que as crises econômicas no setor de luxo não ocorrem apenas por uma redução da demanda, mas por uma mudança profunda no comportamento do consumidor e no ambiente competitivo. Após passar por dificuldades financeiras, as pessoas tendem a ficar mais exigentes nas compras, principalmente porque, hoje em dia, o acesso à informação é fácil.

Na pesquisa *Luxury Market Upgrade* (FOX, 2012), constatou-se diversas modificações no comportamento do consumidor de luxo: redução do consumo e maior reutilização, investimento em produtos denominados como verdes. Nota-se que o consumo extravagante, hoje em dia é considerado irresponsável e desrespeitoso.

Todavia, observa-se, ainda no consumo de luxo, traços como símbolo de posição social mesmo que em quantidade bastante reduzida. O luxo atual é voltado para a experiência, para o individual. Não é mais ter ou ser, mas sentir, viver, é um presente para si próprio, proporcionar-se momentos inéditos e experiências únicas. O luxo atual ou novo luxo é reflexo da cultura individualista do homem (LIPOVETSKY, 2005; GALHANONE, 2005).

Em pesquisa realizada pela D'arpizio (2011), fica evidente o crescimento do mercado de luxo de produtos pessoais no mundo sendo os resultados: 13% de 2009 para 2010 e, 10% de 2010 para 2011. Isso considerando a crise econômica de 2009, a recuperação dela, com o aumento da confiança dos consumidores de luxo, e a nova fase, de crescimento dos mercados. Além disso, os países da América Latina se destacaram como emergentes e passando por um intenso fenômeno de crescimento do luxo na categoria produtos pessoais. Outro dado interessante foi que, nas Américas, em 2010, houve crescimento liderado pela categoria feminina e, na América do Sul, o crescimento foi maior no Brasil.

Ainda, de acordo com a Fox (2012), o mercado de luxo de acessórios femininos de uso pessoal teve destaque. Por um lado, houve uma progressiva casualização da vestimenta do dia-a-dia e, por outro, uma forte competição do *premium* para o *fast fashion*. Em geral, o mercado de luxo é focado em produtos femininos, porém, nos últimos anos, desde de 2010, há um crescimento significativo de produtos masculinos. Enfim, a tendência de crescimento do luxo para 2012 nas Américas é forte, principalmente, no Brasil e no México (D'ARPIZIO, 2011).

Uma vez que se entende o que é luxo e como funciona esse mercado, é importante conhecer a realidade do Brasil nesse segmento. Para tanto, a seguir, algumas informações do mercado de luxo no Brasil.

3.1 Mercado de luxo no Brasil

O Brasil não é um país produtor de luxo, apenas comercializador. Dessa forma, ocorre o uso de símbolos criados no exterior, de uma cultura diferente, o que, muitas vezes, atrapalha entendimento do significado original do luxo e favorece a procura por falsificações (STREHLAU, 2004).

O comportamento de consumo também muda de lugar para lugar. Por exemplo, é fato que na França, as mulheres tendem a comprar mais produtos de luxo. Assim como nesse país, na Itália também pode-se observar uma tradição no gosto por roupas íntimas sensuais (muitas vezes na categoria de luxo), diferentemente do que ocorre em países Anglo-Saxões, nos quais visa-se funcionalidade, conforto, preços baixos, bem-estar e discrição nas peças de baixo (BARBIER; BOUCHER, 2010).

O mercado de luxo no Brasil apresentou crescimento superior a 20% em 2011, índice muito acima da média da economia e um dos maiores dos mercados emergentes. Considerando a alta de 2,72% do PIB no ano passado e o número mencionado, nota-se a oportunidade do segmento no país. Segundo o CEO da Paneri - marca italiana de relógios, no Brasil há alguns anos - o mercado brasileiro é um dos mais promissores e, em breve, deve estar entre os 15 *top markets* do mundo (SOUSA, 2012).

Segundo o presidente do Instituto de Política Econômica Aplicada, IPEA (BORGES, 2010) Marcio Pochmann, no 22º Fórum Nacional, realizado no Rio de Janeiro e promovido pelo Instituto Nacional de Altos Estudos (Inae), na sede do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Ele dizia:

“Ele [o Brasil] tem as condições concretas para construir, neste século, um protagonismo inédito do ponto de vista da concepção de um desenvolvimento que não seja apenas econômico e social, mas que tenha capacidade de sustentar do ponto de vista da reprodução humana e do bem-estar social” (BRASIL..., 2010).

Segundo Pochmann (2012), desde a crise de 1929, é a primeira vez que países em desenvolvimento puxam a recuperação econômica mundial. Disse ainda que o Brasil pode ser a quinta maior economia do mundo na próxima década. Essa perspectiva é muito boa pois atrai investidores.

O país apresenta economia reaquecida, de forma a atrair muitas grifes estrangeiras como Hermès, Missoni, Christian Louboutin, Bentley, Lamborghini e Bugatti (BARALDI, 2010). Com isso, o mercado de luxo cresce cada vez mais, em estimativas de 8,5 bilhões de reais para 2010, segundo dados apresentados pela Associação Brasileira de Empresas de Luxo, Abrael, contra 6,5 bilhões de reais em 2009. O setor sofre menos com crises econômicas do que outros, porque a compra é baseada na vontade, no desejo. Logo, mesmo que as vendas caiam, tendem a recuperar mais rapidamente do que em outros segmentos (OLIVEIRA, 2010).

O Brasil está em posição de destaque no mercado de luxo. Marcas como a italiana Fendi e a suíça Parmigiani privilegiam o país com lançamento de coleções e de abertura de lojas. Os principais argumentos são o enriquecimento da sociedade e o preparo das empresas para atender o novo cliente de luxo, que quer ter as coisas na hora, e não mais se permite ficar em fila para esperar a chegada do produto (YOSHIDA, 2010).

A crise de 2012 tem limitado o crescimento dos Estados Unidos e da Europa, porém o bom desempenho do Brasil atrelado ao comportamento de compra do seu consumidor (considerado top 10 em lojas no exterior, segundo o diretor da Cartier no Brasil) o traz privilégios de receber várias marcas luxuosas. Nesse país, é comum que as grifes cresçam acima de 10% ao ano, uma taxa comparável com a chinesa. Segundo, pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), a população das classes A e B crescerá 29% entre 2012 e 2014 - expansão maior que a da classe C no período. O resultado é a inclusão de 7,7 milhões de brasileiros nos patamares mais altos de consumo, que passarão a concentrar quase 30 milhões de pessoas. Mesmo com essas marcas de superluxo e todas as oportunidades, não deixa de ser a vez, também, do novo luxo, ou luxo acessível, essas marcas estão

aproveitando o momento e até as primeiras (de superluxo) aproveitarão outros públicos já que algumas já explicitaram que trabalharão com parcelas de até 10 vezes (INVASÃO..., 2012).

O país é o destino favorito do turismo de luxo, por seu imenso litoral, de 8 mil quilômetros; pela sua riqueza em gemas e por ser um dos maiores exportadores de pedras preciosas; pelos hotéis de luxo, principalmente no Rio de Janeiro; e também pelo destaque que recebe quanto ao couro. A cidade brasileira mais reconhecida pelo luxo é São Paulo. A maior parte das empresas do setor está concentradas na rua Oscar Freire e nos *Shopping Iguatemi* e *JK Iguatemi*. Além disso, abriga a Fundação Armando Álvares Penteado, que forma profissionais para a gestão do luxo (KINKLE, 2005; O LUXUOSO..., 2012; SOUSA, 2012).

A democratização do luxo permitiu aos brasileiros maior proximidade com esse mercado, devido à forma de pagamento facilitada em prestações (D'ANGELO, 2004, INVASÃO..., 2012). No entanto, esse parcelamento é típico do Brasil e intriga especialistas do setor (KINKLE, 2005).

Além disso, de acordo com Ferreirinha (2010) e pesquisa realizada pela Bain & Company (2011), o mercado de luxo do Brasil se concentra, principalmente, no Sudeste (em São Paulo e no Rio de Janeiro). Todavia, paradoxalmente, a região Nordeste do país tem se destacado, o que mostra que no consumo de luxo prevalece a vontade e o desejo sobre a possibilidade financeira.

Outra característica do brasileiro nesse mercado é a atração por novidades. O brasileiro busca tendências e sua impulsividade faz com que marcas internacionais expandam lojas em São Paulo e não consigam o mesmo sucesso em Paris ou Milão (KINKLE, 2005; SOUSA, 2012).

O setor não é encarado com muita seriedade pelo governo nem por outros setores da economia, porque, no Brasil, diferentemente de outros países, a maioria das empresas de luxo tem capital fechado e não divulga seus dados. As consequências podem ser graves para a economia, já que apenas os grupos de luxo Fasano, Daslu e HStern promovem 4,8 mil empregos formais diretos (KINKLE,

2005). Além disso, os custos para investir nesse mercado no Brasil são desfavoráveis. Os impostos são extremamente altos, a burocracia é complexa (liberação, alfândega) e esses fatores criam uma barreira para o país, apesar do grande potencial (OLIVEIRA, 2010; BAIN & COMPANY, 2011). Uma das ameaças é a compra de produtos de luxo no exterior, devido ao preço mais acessível (CAMPOS, 2010)

As empresas brasileiras de luxo são bastante jovens se comparadas com as da Europa. Entretanto, apresentam desempenho fabuloso. O sucesso do mercado de luxo no Brasil tende a ser cada vez maior - afinal, há público disposto a comprar, um mercado consumidor crescente (KINKLE, 2005).

A capital federal se apresenta hoje como a terceira cidade do Brasil em consumo de produtos de luxo (SOUSA, 2012), provavelmente sustentado pelos servidores públicos que, apesar de representarem apenas 22% da força do trabalho, têm rendimentos quatro vezes maiores do que os empregados do setor privado. Entretanto, a iniciativa privada cresce o dobro e há expectativas de esse quadro se reverter (MEIRELES, 2010).

De acordo com pesquisa realizada em 2008 pela Ipsos (multinacional francesa de pesquisa), em parceria com a Luxury Marketing Council (organização apenas para convidados, formada por altos dirigentes de empresas líderes do mercado de luxo em todo o mundo que têm por alvo os consumidores de poder aquisitivo elevado), o gosto pelo luxo predomina numa faixa etária específica, sendo os jovens um pouco mais atraídos pelo setor. Quanto ao gênero, as mulheres são responsáveis por 80% das compras de produtos e serviços de luxo (OTTO, 2011; CRESCIMENTO..., 2010).

Foi verificado também que, quanto maior a renda, maior o entusiasmo do consumidor com o luxo. A pesquisa revelou que, para os brasileiros, luxo significa qualidade, hedonismo e estilo, sendo que 77% dos entrevistados entendem luxo como recompensa pessoal e forma de viver com estilo e design, e 71%, como puro prazer e modo de expressar estilo e personalidade (IPSOS..., 2008).

Já a terceira edição da pesquisa realizada pela GfK Brasil, em parceria com a MCF Consultoria (CRESCIMENTO..., 2010), que aponta resultados do setor em 2008 e perspectivas para 2009, revela que o brasileiro consome luxo para se sentir bem (69% dos respondentes afirmaram essa questão). O perfil do consumidor de luxo brasileiro foi descrito como estando 40% concentrado na faixa entre 26 e 35 anos, e 24% entre 36 e 45 anos. Do total, 36% é de pós-graduados e 43% têm renda mensal superior a R\$ 10 mil. Por fim, quando perguntados os principais motivos da atração por uma marca de luxo, os brasileiros responderam: qualidade, preço e atendimento personalizado (MARCOLINO, 2010).

3. Conclusão

Este artigo ilustra as mudanças de comportamento do mercado de luxo e lança luz sobre um setor (*lingerie* de luxo) pouco discutido no Brasil. A história da *lingerie*, assim como a da moda, mostra a interferência direta dela com a época. Pode-se observar claramente, o impacto das revoluções, do comportamento, dos pensamentos aos diversos tipos de roupas de baixo ao longo do tempo.

Outro fator que fica explícito é o quanto a roupa íntima é instrumento para modificar a silhueta de acordo com o padrão de beleza de cada época. Quando não havia opções de alterar o corpo com cirurgias, como ocorre muito comumente nos tempos atuais, as *lingeries* cumpriam bem essa função. Desde o espartilho, que foi e voltou tantas vezes, até *lingeries* mais eróticas ou sensuais, mudam o comportamento, a atitude, e nem tanto o corpo.

A relação *lingerie versus* mulher é intensa ao longo da história. O fato da *lingerie* possibilitar um molde ao corpo, faz com que a mulher se sinta mais segura, bonita, criando um vínculo forte com a roupa de baixo. Além disso, o fato da *lingerie* remeter à prazer, tanto para mulheres quanto para homens, fortalece mais ainda essa relação.

Dessa forma, essa nova função da roupa íntima instiga modelos e materiais novos, e constante modernização das peças, uma vez que se torna um artigo imprescindível no guarda-roupa feminino. E isso a leva a integrar cada vez mais o mercado de luxo, no qual há procura por exclusividade, raridade, prazer e novas experiências.

O mercado de luxo se mostra extremamente crescente no Brasil, pois esse conta com um público disposto a comprar e em busca de novidades. Assim, muitas marcas de luxo têm tido maior êxito de vendas no Brasil do que em cidades que são ícones mundiais da moda como Milão ou Paris, por exemplo.

Outro aspecto importante refere-se a forte manifestação do novo luxo. Ele aborda um público diferenciado, de pessoas não pertencentes à elite, que passaram a ter acesso ao luxo. Isso revela a democratização do luxo, também em relação à *lingerie*.

Referências

_____. *Carlos Ferreirinha*: Depoimento [2010]. Entrevistador: M. Oliveira. São Paulo: Guia da Semana São Paulo. A cara do luxo. 2010. Disponível em: <http://www.guiadasemana.com.br/Sao_Paulo/Estilo/Noticia/A_cara_do_luxo.aspx?ID=57594>. Acesso em: 9 set. 2010.

_____. *Carlos Ferreirinha*: Depoimento [abr. 2010]. Entrevistador: N. Clayton. Economia & Negócios do Estado. Mercado de luxo no Brasil pode surpreender o mundo. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/clayton-netz/2010/04/03/mercado-de-luxo-do-brasil-pode-surpeender-o-mundo/>>. Acesso em: 14 set. 2010.

ALLÉRÈS, D. *Luxo... Estratégias de marketing*. Editora FGV: Rio de Janeiro, 2000. p. 11-81.

BARALDI, P. A locomotiva do luxo. *Revista Shopping Centers*. ABRASCE. n. 158.

setembro 2010. Disponível em:

<<http://www.portaldoshopping.com.br/Revistainterna.asp?CodA=55&CodAf=152&CodC=4>.> Acesso em: 25/10/2010 às 13h.

BORGES, A. Comércio de luxo e preconceito contra Lula. *Correio do Brasil*.

Disponível em: <<http://correiodobrasil.com.br/comercio-de-luxo-e-preconceito-contralula/165245/>.> Acesso em: 25/10/2010.

BOURDIEU, P. *Alta costura e alta cultura*. Rio de Janeiro: Marco Zero. 1983 p. 154-161.

CABRAL, K. *A linguagem da moda: uma história de revoluções - da alta costura ao prêt-à-porter (1858 - 1960)*. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade do Sul de Santa Catarina, 2006.

CAMPOS, E. Em meio à crise, mercado de luxo no Brasil cresce 12% em 2009.

Época Negócios. 2010. Disponível em:

<<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI159883-18055,00-EM%20MEIO%20A%20CRISE%20MERCADO%20DE%20LUXO%20NO%20BRASIL%20CRESCER%20EM.html>> Acesso em: 27/10/2010 às 13h.

CASTARÈDE, J. *O luxo: o segredo dos produtos mais desejados do mundo*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2005.

CRANE, D. *A moda e seu papel social, classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

CRESCIMENTO MODERADO DO MERCADO DE LUXO NO BRASIL. *LVBA*

Comunicação. 2010. Disponível em:

<<http://www.lvba.com.br/web/imprensa/?p=1122>.> Acesso em: 27/10/2010.

DALBONI, M. Revival Jean Paul e Madonna. *Globo Elas Blog*. Disponível em: <<http://ela.oglobo.globo.com/blogs/fila-a/posts/2012/06/01/revival-jean-paul-madonna-448498.asp>>. Acesso em: 06/08/2012.

D'ANGELO, A. C. *Valores significados do consumo de produtos de luxo*. Porto Alegre. Originalmente apresentada como Dissertação de Mestrado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

D'ARPIZIO, C. *Luxury Goods Worldwide Market Study 10th Edition*. *Bain & Company*. Milão: Fondazione Altagamma, 2011.

FERREIRINHA, C. *Carlos Ferrerinha: depoimento* [2010]. Entrevistador A. Taleb. São Paulo: Guia da Semana São Paulo. A cara do luxo por Carlos Ferrerinha.

Disponível

em: <http://www.guiadasemana.com.br/Sao_Paulo/Estilo/Noticia/A_cara_do_luxo.aspx?ID=57594>. Acesso em: 25 out. 2010.

FORMIGA, S. *Presença Feminina nas indústrias de lingerie de Franca*. Rio de Janeiro: Fractal, Rev. Psicol. v.20 n.2 July./Dec. 2008.

FOX, C. *Luxury Market Update 2012 Outlook*. *Bain & Company*. 2009.

GALHANONE, R. F. *O Mercado do luxo: aspectos de marketing*. 2005. Disponível em: <

<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/329.pdf>>.

Acesso em: 10 set. 2010.

INVASÃO..., 2012. Disponível em:

<<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,invacao-do-luxo-no-brasil,105643,0.htm>>. Acesso em: 06/08/2012.

IPSOS E LUXURY MARKETING COUNCIL BRASIL. *Ipsos e luxury marketing council lançam estudo sobre o mercado do luxo no Brasil*. Portal da propaganda, 2008.

Disponível em:

<http://luxurycouncilbrazil.com/pt/ipsos_e_luxury_marketing_council_lancam_estudo_sobre_o_mercado_do_luxo_no_brasil> Acesso em: 8 set 2010.

KLINKE, A. O consumidor brasileiro. In: *O luxo: o segredo dos produtos mais desejados do mundo*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2005. p.151-153.

KLINKE, A. O consumidor brasileiro. In: *O luxo: o segredo dos produtos mais desejados do mundo*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2005. p.151-153.

LESSA, A. Madonna usará roupa 3D de Jean-Paul Gaultier em nova turnê. *Agência Estado*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/moda/noticias/madonna-usara-roupa-3d-de-jean-paul-gaultier-em-nova-turne>>. Acesso em: 06/08/2012.

LIPOVETSKY, G. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2005.

MEIRELES, O. O ano em que o mundo descobriu Brasília. *Revista do Correio*. 25 jun de 2010.

O LUXUOSO..., 2012. Disponível em: <<http://luxurylab.com.br/2012/05/29/o-luxuoso-e-elegante-shopping-jk-iguatemi-abre-as-portas-no-dia-30/>>. Acesso em: 06/08/2012.

OTTO, G. *O novo mundo do luxo*. Disponível em: <www.gestaodoluxo.com.br>. Acesso: 20 jan. 2011.

PEREIRA, M.; BUENO, C. A presença feminina nas indústrias de lingerie na cidade de Franca. *Fractal, Revista de Psicologia*. Rio de Janeiro, v.20 n.2 jul/dec. 2008.

PIVETEAU, E. *Underdressed*. Paris, França: Fitway Publishing, 2005.

SÁ, S. Mercado de lingerie expande com lojas monomarcas: Marcas como Puket, Scala, Hope e Lupo investem em franquias para se aproximarem dos consumidores. *Mundo do Marketing*. 2010. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br/15,12144,mercado-de-lingerie-expande-com-lojas-monomarcas.htm>.> Acesso em: 25/10/2010 às 8h20.

SABINO, M. *Dicionário da moda*. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2007. p.403, 418, 483 e 484.

SETOR DE FRANQUIAS..., 2012. Disponível em: <<http://www.portaldofranchising.com.br/site/content/interna/index.asp?codA=10&codC=1779>>. Acesso em: 06/08/2012.

SOUSA, C. Brasil, um luxo só! In: *Revista Shopping Centers*. ano 28. n. 169. ABRASCE. 2012.

STORR, M. Classy Lingerie. *Feminist Review*. Fashion and Beauty. Palgrave Macmillan Journals Stable.2002. n. 71. p. 18-36.

STREHLAU, S. O crescimento das marcas de luxo. *Brasil Econômico*. 2011.

_____. *O luxo falsificado e suas formas de consumo*. Originalmente apresentada como Tese ao Curso de Pós-Graduação da Escola de Administração de Empresas São Paulo Getúlio Vargas, São Paulo, 2004.

TAKANA, C. Elas vestem GG. *MSN Mulher*. Disponível em: <<http://msn.bolsademulher.com/moda/elas-vestem-gg-102856.html>.> Acesso em: 25/10/2010.

TAMAYO, A. Hierarquia de valores transculturais e brasileiros. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. Brasília: Universidade de Brasília. 2007. v. 23. n. especial, p. 7-15.

THOMASS, C. Prefácio. In: BARBIER, M.; BOUCHER, S. *The Story of Women's lingerie*. Nova Iorque: Parkstone International, 2010.

_____; ORMEN, C. *Histoire de la lingerie*. França: Ed. Prrin, 2009. p. 7 a 25.

XIMENES, M. A. Corpo e roupa: território da existência e da cultura. Reflexões para o redesenho do corpo feminino no século XIX. 2006. II Encontro de História da Arte, IFCH-Unicamp, 27 a 29 de Março de 2006, Campinas, SP.

**DESEMPENHO EXPORTADOR BRASILEIRO DO SEGMENTO DE MODA
PRAIA FEMINA: UMA ANÁLISE DA PRIMEIRA DÉCADA DOS ANOS 2000**

**BRAZILIAN EXPORT PERFORMANCE OF BEACHWEAR SEGMENT: AN
ANALYSIS OF THE FIRST DECADE OF YEAR 2000**

Darcila Brum da Veiga¹

Cristiano Henrique Antonelli da Veiga²

Resumo

O objetivo deste estudo foi analisar o desempenho das exportações brasileiras de moda praia feminina na primeira década (2000-2010) do século XXI. Os dados quantitativos foram acessados e coletados no portal Aliceweb cuja responsabilidade é do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil – MDIC, dados esses considerados oficiais do país. Como resultado, o estudo apresenta uma tabela com os 20 principais países importadores que, em 2010, representavam 91,9% da quantidade exportada. Constatou-se também que os exportadores de moda praia não mantiveram uma atuação de forma eficiente e constante no mercado internacional na última década. Essa irregularidade foi classificada em três momentos distintos: de crescimento inicial; seguido de crescimento acelerado e finalizando em declínio. Ao analisar esses resultados, constatou-se que as estratégias utilizadas na metade final da última década foram ineficientes para manter o volume de vendas que foi praticado em seu início. Para

¹ Estudante do curso de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Três de Maio - SETREM. Empresária da moda praia fabricante da marca Darcillery.

² Administrador, Mestre em Engenharia de Produção e Doutorando em Educação nas Ciências - UNIJUÍ. Professor Assistente da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, Campus Palmeira das Missões.

superar esse desempenho negativo recomenda-se que as empresas desenvolvam novas estratégias para retomar a sua atuação significativa no mercado exterior.

Palavras-chave: Exportação, Moda Praia, Biquíni, Design de moda.

Abstract

This study aimed to characterize the export of Brazilian swimwear women according to their importance and participation in the international context. Supported on content analysis of documentation theme with quantitative data collected in the portal and official Aliceweb the Brazilian Ministry of Development, Industry and Foreign Trade - MDIC, the study found that exporters aren't included in this economic segment in the international market efficiently. A spread sheet was structured with the top 20 importing countries in 2010 which represent 91.9% of the quantity exported that year. It was also found that swimwear's exporters don't maintain an efficiently and steadily performance in the international market. This irregularity was classified into three distinct stages: initial growth, followed by rapid growth and ending in decline. When analyzing the results of the last decade, we can see the need for other strategies such as innovation in order to provide better conditions for the participation of this sector in the Brazilian export market.

Keywords: Export, Swimwear, Bikini, Fashion design.

1. Introdução

A inovação tecnológica que se disseminou ampla e rapidamente, nos últimos vinte anos, vem derrubando barreiras que antes dificultavam o acesso às informações e às novas tecnologias e exige o desenvolvimento de novas estratégias competitivas para as organizações se destacarem em seu mercado de atuação. De acordo com Jones (2005), atualmente existem diversos e novos canais de

comunicação relacionados ao mundo da moda e que servem para a divulgação dos produtos de forma a influenciar a preferência de compra das pessoas ao redor do mundo.

Essa facilidade e rapidez que, por um lado, possibilita a pesquisa imediata dos lançamentos mundiais de moda, por outro, também tornam os produtos e/ou serviços, oferecidos ao mercado consumidor, disponíveis em escala mundial, o que os deixa muito semelhantes. No entanto, conforme Jobin e Neves (2008), quanto maior e mais diversificados forem esses canais maiores são as dificuldades de se conquistar a preferência dos consumidores.

Diante dessa realidade, este artigo buscou caracterizar o processo de exportação de moda praia das empresas brasileiras, debatendo o comportamento de vendas para o exterior, no período delimitado. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa pode ser classificada quanto aos fins descritiva e em relação aos procedimentos é classificada como documental e, quanto à análise do problema, quantitativa baseada em dados secundários das exportações das empresas brasileiras.

As partes que compõem este artigo são: um referencial teórico que aborda a caracterização de moda praia e uma abordagem relacionada à visão exportadora. Um terceiro ponto descrevendo os critérios da pesquisa e a apresentação dos critérios do modelo de comportamento exportador brasileiro para este setor econômico no período delimitado no estudo. Em seguida são descritos os resultados, as considerações finais e as referências utilizadas.

2 Referencial Teórico

2.1 Moda Praia

O Brasil, por ser um país continental com uma costa marítima favorecida pelo

clima e por milhares de lagos, rios, clubes e parques aquáticos existentes no interior do país, aliado a uma valorização do corpo, oportunizou o surgimento de uma cultura de utilização desses locais como forma de encontro social ou de recreação. Para Feghali e Dwyer (2004) essa forma de viver a vida, ou seja, a ginga natural do povo, associada a criações com cores alegres e que valorizam o corpo refletem o estilo próprio do Brasileiro, que o diferencia do resto do mundo.

Essa cultural também serviu de inspiração para que as organizações empresariais associassem a imagem do litoral brasileiro aos seus produtos, sendo essa também uma das estratégias utilizadas para a disseminação da moda praia brasileira no exterior. Essa ação provocou resultados significativos no início da última década, fato esse, conforme Pinto e Souza (2011) atraiu também o olhar dos investidores internacionais para adquirir empresas brasileiras que se destacavam no segmento de moda.

Mesmo com esse avanço, as empresas brasileiras, independentemente de seu porte, têm se esforçado para conquistar espaço no mercado internacional, conforme Oliveira (2006), por meio da estratégia de participação nas principais feiras do segmento (nacional e internacional). De acordo com Magnavita, Borin e Terra (2011) as empresas de moda praia ainda são ineficientes no uso dos recursos de mídia eletrônica como a internet e as redes sociais, bem como o de mídias impressas como catálogos e folders. A ação mercadológica de desfiles ainda é o meio mais utilizado e eficiente de gerar impacto nas vendas, na visão dos empresários.

O conceito original da roupa de banho em duas peças separadas foi desenvolvido pelo estilista francês Louis Réard e a escolha do nome biquíni foi, de acordo com Garcia (2010), a maneira encontrada para protestar contra a série de testes atômicos realizados pelos Estados Unidos no pequeno Atol de Bikini localizado no Pacífico. Devido às críticas recebidas pela imprensa da época, o biquíni não obteve uma aceitação imediata pela população.

Ao realizar a comparação do primeiro modelo, todo em algodão com estamparia imitando a página de um jornal, com os modelos atuais, verificou-se uma sensível evolução no estilo e modelagem em oposição a uma vasta disponibilidade de tecidos e de estamparia para a confecção desse tipo de produto (MARQUES, 2004).

Há mais inovações de materiais do que de modelagens ao longo de sua história. Conforme a Revista Manequim (2010), a tecnologia dos tecidos atualmente utilizados para a confecção da moda praia propiciam, em algumas determinadas composições, a adoção de conceitos tecnológicos que possibilitam a secagem rápida, impedindo a proliferação de bactérias e protegendo a pele contra os raios ultravioletas. Nos anos 2000, se verificou algumas das principais inovações com lançamentos de materiais têxteis para este segmento, dentre eles se destacou a tecnologia do Lycra® Xtra Life, que dá uma maior longevidade ao fio do tecido e permite conservar as formas de biquínis, maiôs e sungas até 3 vezes mais que o tradicional elastano utilizado nos anos de 1990.

Borielo (2010) comenta que uma nova tendência está surgindo para o setor, destacando-se o uso de sofisticados acessórios, que misturam o rústico, como cordas e macramês, chegando inclusive à aplicação de peças em ouro e outras pedras preciosas que propiciam brilhos e sofisticação às peças.

Assim, o mercado de moda praia tornou-se uma atividade de negócio que, no Brasil, foi motivada por diversos fatores internos como, de acordo com Ferreirinha *apud* Borielo (2010), a profissionalização da atividade e do fortalecimento do segmento de turismo de praia com a democratização do acesso da classe média, além do uso de estratégias emocionais bem planejadas para envolver o público a consumir esse produto.

Cruz e Zouaim (2008) salientam que o ingresso das empresas brasileiras nos mercados internacionais foi motivado por uma perspectiva política econômica

governamental. Os autores salientam que essa inserção pode ocorrer por meio do desenvolvimento de estratégias individuais ou conjunta das empresas. No caso da ação conjunta, ela oportuniza o incremento tecnológico de produção, criação, comercialização e marketing de forma a possibilitar ganho para todas as organizações envolvidas no consórcio de exportações do segmento de moda praia.

Independentemente da forma de organização empresarial para atuar no mercado exterior, Oliveira (2006) destaca como principal estratégia de internacionalização, a participação das empresas brasileiras nas principais feiras do segmento como o São Paulo Fashion Week – O maior e mais tradicional evento de moda realizado no Brasil; Fashion Rio - um dos eventos mais concorridos do calendário nacional; Surf and Beach - Maior feira dos segmentos de *surf*, moda praia, *skate e street* na América Latina; Swinshow - Maior feira dos segmentos de surf e moda praia dos Estados Unidos; *Cruise* – importante feira internacional em Miami – Estados Unidos, a de *Lyon mode city* – Maior feira mundial de moda praia na França e a Semana Internacional de Moda de Madrid na Espanha.

2.2 A busca por negócios internacionais

A busca de oportunidades no comércio exterior exige o monitoramento do comportamento do mercado global de forma a permitir que as empresas tenham maiores condições de decidir quanto ao seu posicionamento nas ações de exportação (BRUM et. al., 2010). Em contrapartida, também se faz necessária uma observação em relação ao ingresso de marcas estrangeiras no mercado doméstico, além dos fabricantes nacionais (MOISEICHYK et. al., 2012).

Para atingir este objetivo, os produtores sentem-se motivados a produzir bens e serviços que venham a suprir as demandas das necessidades dos consumidores (PINDYCK e RUBINFELD, 2006). Apesar do iminente desejo de atender os clientes, de acordo com Hofmann et. al. (2008), os comerciantes enfrentam as restrições de

sua região ou país, como limites técnicos, legais, de escala, de custos, de fornecimento de matérias primas e, principalmente, culturais que dificultam esta prática. Conforme Ratti (2000) também podem ser observadas, entre outras características, a impossibilidade de uma região ou país produzir bens e serviços dos quais seus habitantes tenham necessidades. Esse fato desencadeia as atividades de compras de mercadorias de outras regiões do globo com o intuito de atender essas demandas.

A teoria da base exportadora de Douglas North busca explicar o dinamismo das regiões nas suas primeiras fases de desenvolvimento. Conforme Zucatto et. al. (2008), essa teoria parte da premissa de que o desenvolvimento de uma região passa também pela exportação dos produtos locais, seja para outras regiões ou outros países, pois aumentam o faturamento das empresas exportadoras, internalizam recursos na região e ampliam o aporte de conhecimentos das organizações.

Observa-se que muitas regiões crescem em torno de uma base econômica exportadora de produtos tradicionais, com seus preços e mercados delimitados internacionalmente, como o caso das *commodities* do tipo fumo, soja, café dentre outras. Conforme Silva (1999), no caso de produtos manufaturados, um ponto que é levado em consideração é a sua capacidade de inovação e diferenciação no mercado. Um dos motivos relacionados ao declínio de uma região industrial está associada ao fato que seus produtores não foram capazes de implementar inovações aos produtos e serviços ou até mesmo de diversificar a sua estrutura produtiva. Uma das formas para se evitar esta armadilha, seria a adoção da estratégia de diversificação dos meios de produção, onde uma região poderá utilizar-se da industrialização para a agregação de valor em seus produtos, mantendo as suas atividades de inovação para atender as novas necessidades dos mercados consumidores.

Quando uma empresa decide organizar sua manufatura para a exportação, ela também incorpora tecnologias de manufatura e processos de trabalho mais

intensivo e oportuniza empregos mais qualificados devido às exigências e altos padrões necessários para que seus produtos e serviços possam ser inseridos nos mercados internacionais. De acordo com Oliveira (2007), uma empresa, ao incorporar processos de fabricação cujos padrões de qualidade visam atender as exigências do mercado exterior ela, além de criar condições de alavancagem de sua competitividade para o mercado externo, também incorpora essas tecnologias aos produtos que são destinados aos mercados domésticos.

Outro ponto que o exportador necessita monitorar é o ambiente externo à organização. Torna-se importante a constante reavaliação de seu posicionamento competitivo com as ações dos concorrentes e a estruturação de possíveis reconfigurações de seus processos e produtos para atender as mudanças ocorridas no mercado.

No âmbito de negócios internacionais, faz-se necessário uma estratégia de gestão internacional por meio do uso da análise comparativa dos agentes operantes em determinado segmento. Isso possibilita verificar o desempenho do setor e da busca de superação dos desafios enfrentados. Ao analisar estudos de casos de negócios internacionais de pequenas e médias empresas brasileiras (DA ROCHA; DE MELO, 2006) e de gestão internacional (GUEDES, 2008) pode-se verificar que a característica comum dessas organizações empresariais encontra-se no fato de que as decisões estratégicas e práticas, tanto de empresas multinacionais quanto das de pequeno porte, contemplam múltiplos níveis de análise (global, internacional, nacional e inter-organizacional e intra-organizacional). Estes níveis refletem a complexidade e interdependências referentes ao amplo mundo dos negócios internacionais que não são tão observadas em outras áreas.

Paralelamente ao debate sobre a constituição e diferenciação dos campos de gestão internacional e negócios internacionais, os pesquisadores dessas áreas enfrentam outro desafio: entender o fenômeno do comportamento dos mercados internacionais. Guedes (2008) salienta que independente de conceitos, a

globalização criou ambientes mais complexos que exigem análises fundamentadas em uma noção mais ampla dos negócios internacionais que implica na análise do comportamento dos *players* internacionais.

Gomes e Braga (2001) salientam que a capacidade de uma organização em desenvolver mecanismos que possibilitam a previsão das mudanças no ambiente externo pode representar, em boa medida, a sua sustentabilidade, posto que tal capacidade seja frequentemente reavaliada, bem como os seus procedimentos internos e, eventualmente, realize os ajustes de posicionamento necessários às novas condições e nuances do mercado.

Para se realizar o processo de mapeamento do ambiente, dentre os diversos elementos sugeridos por Casto e Abreu (2006), um pode ser destacado: o ato de compreensão e percepção de que os outros atores estão realizando e do comportamento do ambiente em que se situam, permitindo ao tomador de decisão avaliar a adequação de sua interpretação pessoal com os resultados do ambiente real.

É nesse sentido que o processo contínuo e sistemático de coleta de dados, análise da gestão e disseminação de informações estratégicas para o processo decisório de uma organização torna-se importante para a sua competitividade tanto no mercado doméstico quanto no internacional (MILLER, 2002).

Os estudos sobre orientação para mercado brasileiro, segundo Garrido (2007), já se encontram em fase madura, mas praticamente inexistem em ambientes internacionais. O autor comenta que a geração de inteligência exportadora transpassa pela investigação inicial de tendências e comportamento de consumo no mercado internacional como fatores válidos para estudos nesta área, sendo necessários outros fatores a serem levados em consideração quando do ingresso nesses mercados.

Khauaja e Henzo (2007) relatam que existem outros fatores que limitam o processo de internacionalização brasileiro, tais como: os problemas de infra-

estrutura, a tradição de economia fechada, variação cambial, o mercado interno forte, a estrutura organizacional do país, os gargalos burocráticos, dificuldade de acesso ao financiamento com juros compatíveis aos mercados internacionais e a falta de uma política governamental consistente e eficaz para incentivar a internacionalização.

Nas pesquisas realizadas por Azevedo (2009), após a valorização do real em relação ao dólar ocorrida durante quase toda a metade da década de 2000, os principais entraves apontados pelas indústrias são as questões dos custos portuários, seguida da burocracia aduaneira, do tempo do desembaraço aduaneiro, do pagamento de taxas e honorários ao processo de exportação, tendo seu impacto relativamente mais importante nas micro e pequenas empresas do que das de maior porte, fatos que contribuem para limitar a motivação empresarial para a internacionalização das empresas brasileiras.

3. Metodologia

Este estudo analisou o comportamento do volume das exportações brasileiras de moda praia feminino na primeira década do século XXI. Esta investigação foi realizada por meio da coleta de dados secundários disponibilizados oficialmente pelo governo brasileiro (análise documental) no Portal Aliceweb da Secretaria de Comércio Exterior – SECEX (BRASIL, 2012), órgão do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil - MDIC. O estudo limitou-se essencialmente a análise dos dados quantitativos de vendas e valores, com nível de análise exploratória, do tipo descritiva que, conforme Stevenson (1981, p.6), “envolve a organização e a sumarização dos dados”.

A documentação temática, na perspectiva de Severino (2002), possibilita a coleta de elementos relevantes para a realização de um trabalho em particular e em uma determinada área. Bem assim, o presente caso está delimitado à

exportação brasileira de moda praia do tipo feminino e seu período de análise foi estabelecido entre janeiro de 2000 até dezembro de 2010. O ano de 1999 foi utilizado como ano base para referenciais de cálculo e análises.

Como delimitação da pesquisa, esse estudo analisou o produto moda praia feminina e baseando-se nessa delimitação foi realizada a coleta das informações cujos filtros de pesquisa foram códigos de Sistema Harmonizado 611241 - Biquínis e Maiôs de banho de malhas de fibras sintéticas, 611249 – Biquínis e Maiôs de banhos de malha de outros materiais têxteis e 621112 – Biquínis e Maiôs de Banho exceto de malhas, sendo utilizados dois fatores: quantidade e valores em US\$ FOB exportado.

Com base nesses dados, inicialmente, elaborou-se uma série de dados temporais que, conforme Brooks (2005, p.4) representam aqueles dados que podem ser coletados em mais de um período de tempo com uma ou mais variáveis, podendo ser associado com uma frequência particular de observações ou de pontos de coleta destes. Os períodos podem variar de acordo com a finalidade que a série possui, sendo que frequentemente pode ser semanal, mensal, trimestral, quadrimestral, semestral e anual como as mais utilizadas.

De acordo com Watsham e Parramore (2003, p.230), para se analisar uma tendência de uma série temporal, diagramada graficamente, traçam-se linhas entre grupos de pontos de análise e ao se verificar que este grupo apresenta um coeficiente α constante, esses podem ser agrupados representando um comportamento de tendência. Quando há variação significativa deste coeficiente α , que corresponde à inclinação da reta no gráfico pode-se dizer que o grupo de séries analisadas apresenta um comportamento diferente do anterior.

Ao se utilizar uma série temporal para se medir a taxa de crescimento ou decréscimo como, por exemplo, das relações comerciais exteriores de um país, faz-se necessário calcular essa taxa com o uso da metodologia de cálculo denominada

por Brooks (2005, p.8) de "*Log-returns [...] continuously compounded returns*", ou seja, calculam-se, por meio de função logarítmica, as variações ocorridas ao longo da série temporal de modo que a frequência de composição não cause modificação na taxa de variação quando ocorre um retorno de desempenho, de forma que os dados podem ser comparados no tempo quando ocorre acréscimo ou decréscimo de seus resultados. Assim, para se calcular as variações percentuais das quantidades exportadas no período de tempo, utilizou-se da fórmula $\log(P_n/P_{n-1})$ onde P_{n-1} representa o preços/quantidades de um períodos inicial ou período anterior ao período atual e P_n representa o período atual a ser calculado, sendo este índice apresentado em taxa percentual. A utilização da escala logarítmica se deve ao fato de esta ser mais justa do que a formação de retornos do modo normal.

Baseado nos resultados destes cálculos realizou-se uma análise descritiva do desempenho descrevendo-se os ciclos de comportamento deste segmento de mercado. Também foi realizada uma tabela demonstrando o comportamento dos países compradores de moda praia feminina brasileira, modelo este proposto por Brum et. al. (2010). Baseado nestes critérios de identificação do perfil dos países importadores da moda praia brasileira elaborou-se uma planilha de cálculos e classificação dos países de forma a identificar qual o seu comportamento importador, levando em consideração os critérios descritos a seguir:

a) Posição no mercado, em ordem crescente em relação a quantidade comprada no último ano de análise;

b) Nome oficial do país importador disponibilizado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil;

c) Quantidade total de peças exportadas no último ano;

d) Preço médio exportado, calculado realizando-se a divisão entre o volume total exportado em US\$ FOB no ano pela quantidade total de produtos exportados;

e) Perfil comprador: período delimitado de compras consecutivas durante os

últimos cinco anos. Será considerado comprador habitual aquele país que, durante todo o período, apresente compras regulares. Por sua vez, será considerado comprador eventual aquele país que no período de cinco anos, pelo menos em um deles não realizou a compra do produto;

f) Desempenho de compra dos últimos três períodos de análise: em crescimento quando a quantidade comprada aumenta consecutivamente, estabilizado quando há variação positiva e negativa das quantidades compradas e em declínio quando há redução consecutiva da quantidade comprada.

g) Tendência do comportamento de preço: Aumento, quando os valores o preço médio comprado varia positivamente nos últimos três ciclos, variável quando há variação positiva e negativa dos preços médios e queda quando há redução consecutiva dos preços médios no período.

h) Valor agregado: levaram-se em consideração, os valores ordenados crescentes das variáveis em quartis, possibilitando posicionar um determinado país relativamente ao ano analisado, sendo classificados em baixo quando os preços médios ficam no primeiro quartil, médio quando os preços médios encontram-se no segundo e terceiro quartis e alto quando o preço médio encontra-se no terceiro e quarto quartis.

4. Apresentação e discussão dos resultados

No Brasil, de acordo com ABIT (2010), setor de confecções é representado por mais de 30 mil empresas distribuídas pelo país, classificadas desde pequenas empresas familiares ou cooperativas de produção, algumas inclusive instaladas nas residências dos empreendedores, até grandes corporações empresariais. Juntas, possibilitam um faturamento anual de aproximadamente US\$ 24 bilhões, produz 9,8 bilhões de peças de vestuário por ano, sendo referência mundial em *beachwear*, *jeanswear*, *homewear* entre outras.

Empregam mais de 1,65 milhões de pessoas, configurando-se com um setor que atua por meio da ação intensiva de pessoas, bem como de tecnologias de produção que melhoram a qualidade e a produtividade em padrões internacionais de competição.

Inserida nesse setor, a indústria de moda praia contribui para esses resultados participando tanto no mercado doméstico como exterior. A seguir, de acordo com o objetivo deste trabalho, foi analisado, em relação à quantidade exportada, o comportamento das empresas brasileiras exportadoras de moda praia.

4.1 Análise do desempenho exportador brasileiro de Moda Praia

Em relação aos resultados de desempenho da indústria de moda praia do tipo feminino (biquínis e maiôs) verificou-se que ao longo dos últimos 10 anos (de janeiro de 2000 até dezembro de 2010), o setor exportou um volume acumulado de 27.068.769 peças de biquínis e maiôs, os quais representaram uma carga líquida de 2,53 toneladas, num total de US\$ 177,06 milhões FOB, em negócios realizados com 151 países ao longo deste período, dos quais, apenas 10 países representaram um total de 80,5% da quantidade exportada. Estes países foram: Estados Unidos (32,8%), Portugal (11,6%), Itália (8,8%), Chile (7,2%), Espanha (5,4%), Argentina (4%), Canadá (2,9%), Uruguai (2,8%), Alemanha (2,7%), e Angola (1,7%).

Em uma análise preliminar, estes valores podem representar uma participação brasileira significativa no mercado mundial de moda praia, mas ao estratificar na faixa temporal dos dez anos em questão pode-se perceber uma oscilação significativa no volume de peças exportadas ao longo da última década. Para se evitar distorções decorrentes da variação cambial ocorrida, as análises ficaram restritas às quantidades exportadas, dispensando, desta forma, o uso de cálculos de incidência de inflação e variações de taxas de câmbio ocorridas ao longo

do período investigado.

A curva que demonstra os percentuais de crescimento ou queda dos volumes exportados, em quantidades, em relação ao ano de 1999 e os anos subsequentes em relação a este. De acordo com as linhas de tendência foram verificados três comportamentos distintos da exportação brasileira de moda praia feminina no período da primeira década dos anos 2000. Conforme ilustrado na Figura 1, o primeiro ciclo, denominado de α_1 , foi caracterizado com o de crescimento inicial (de 2000 à 2002), o segundo, α_2 , foi considerado como crescimento acelerado (de 2003 à 2005) e o terceiro, α_3 , denominado de período de declínio (iniciado em 2006 e permanecendo até o final de 2010).

O primeiro ciclo, denominado de **crescimento inicial**, apresentou um volume total exportado que passou, inicialmente, das 624 mil peças em 1999 para 1,4 milhões em 2002, o que representou um crescimento acumulado de 35,1%. Neste período, as negociações foram realizadas com 73 países dos quais, os dez principais destinos representaram 86,8% do volume total: Estados Unidos (22%), Portugal (15,1%), Argentina (11,1%), Uruguai (9,4%), Itália (9,3%), Chile (8%), Angola (4,3%), México (3%), Costa Rica (1,6%), Grécia e Venezuela (1,5% cada).

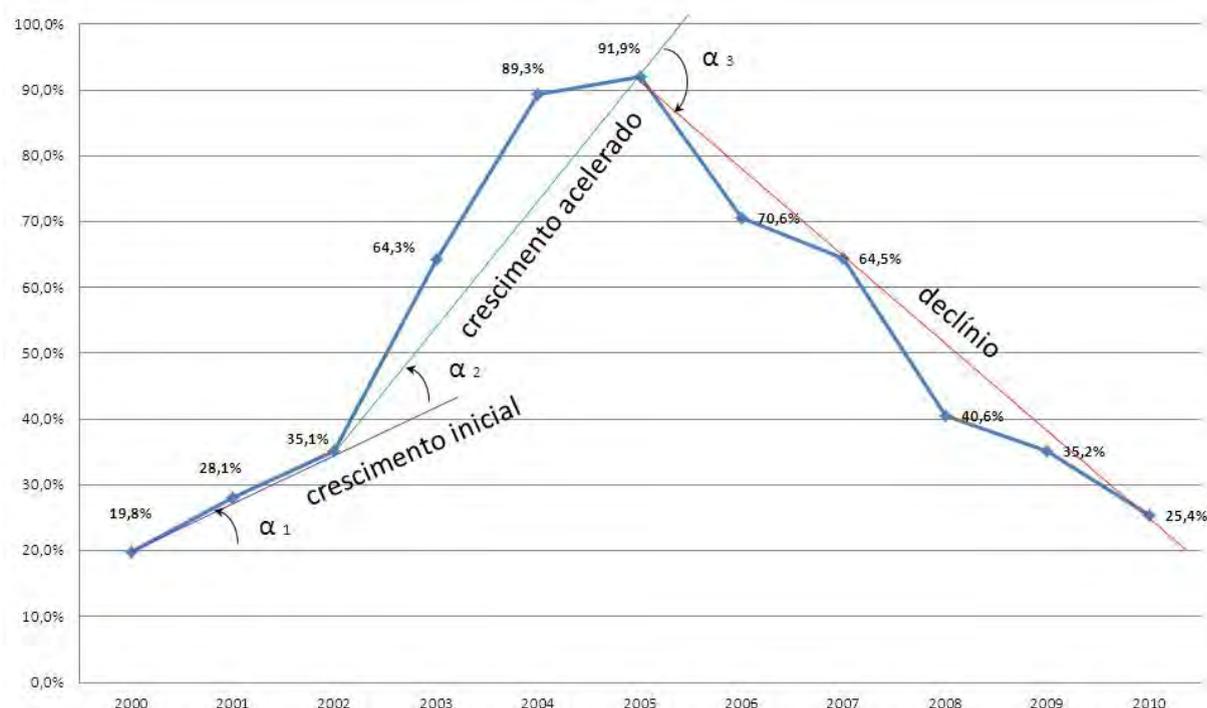


Figura 1. Ciclos das exportações brasileiras de moda praia feminina na década de 2000.

Fonte: elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012.

Em 2003, há um salto de crescimento da quantidade em relação ao ano anterior representando 64,3%, passando de 1,4 milhões peças exportadas em 2002 para 2,7 milhões em 2003, mantendo-se um ritmo de crescimento ao longo de 2004 com 89,3% até chegar ao ápice em 2005, onde foram exportadas mais de 5,18 milhões de peças de moda praia, correspondendo a um crescimento de 91,9% em relação ao volume exportado em 1999, podendo, desta forma, pode-se caracterizar este ciclo como o de **crescimento acelerado**.

Entre 2003 a 2005, o Brasil negociou com outros 114 países, sendo que o volume negociado em quantidade dos 10 principais países compradores foi de 81,1%. Neste período os principais importadores foram: Estados Unidos (31,6%), Chile (10,3%), Portugal (8,5%), Itália (7,5%), Espanha (5,8%), Canadá (5,3%), Alemanha (4,6%), Argentina (3%), Países Baixos (2,6%) e França (2%).

O terceiro ciclo, denominado de **fase de declínio** foi iniciado em 2006 e se estendeu ao longo dos anos até 2010. Pode-se verificar que a principal característica foi queda consecutiva ao longo do período, sendo que no ano de 2010, os volumes exportados encontravam-se a patamares inferiores aos negociados em 2001 e o número de países importadores tenha praticamente permanecido inalterado, em torno de 115. Embora o número de *players* seja significativo, verifica-se a concentração do volume em poucos importadores, onde os 10 principais compradores totalizaram 82,4% do volume comprado, destacando-se: Estados Unidos (38,4%), Portugal (13,9%), Itália (11%), Espanha (6,8%), Chile (3%), Angola (2,4%), Argentina (2,1%), Grécia (1,6%), França e Venezuela (1,5% cada).

Em relação ao comportamento dos fabricantes domésticos que apresentam estratégias de exportação, verificou-se que no ano de 2010, cerca de 85% das quantidades de exportações brasileiras de moda praia ficaram concentradas em três estados fabricantes, sendo São Paulo o líder (37,9%), seguido pelo Rio de Janeiro (35,2%) e Santa Catarina (12%). Um fator interessante observado nos dados deste segmento foi à exportação realizada por consumo de bordo, ou seja, venda de moda praia brasileira diretamente no interior de navios turísticos internacionais, representando a 0,5% da quantidade total exportada.

Ainda em 2010, em relação ao modal utilizado, verificou-se que 86,6% das quantidades totais exportadas foram realizadas por meio do modal aéreo sendo que os principais locais de embarque foram os aeroportos de São Paulo (33,2%) seguido do Rio de Janeiro (29%) e de Campinas (14,9%). Em relação ao segundo modal utilizado, o marítimo cuja participação foi de apenas 9%, sendo utilizado o Porto de Itajaí por 6,5% e o Porto de Santos por 1,8% da quantidade exportada e o modal rodoviário representou 3,8%. Salienta-se que outro local que apresentou significativa representação foi o correio de São Paulo com 5,2% do volume exportado.

De acordo com a Figura 2, verifica-se que no período de 2008, 2009 e 2010 a quantidade exportada em relação aos meses em que ocorrem as exportações estão concentradas no primeiro semestre do ano, sendo que este período o volume exportado 68,8% e no segundo semestre 31,2%, demonstrando que a exportação de moda praia é uma estratégia que vem a atender as necessidades de sazonalidade da comercialização doméstica.

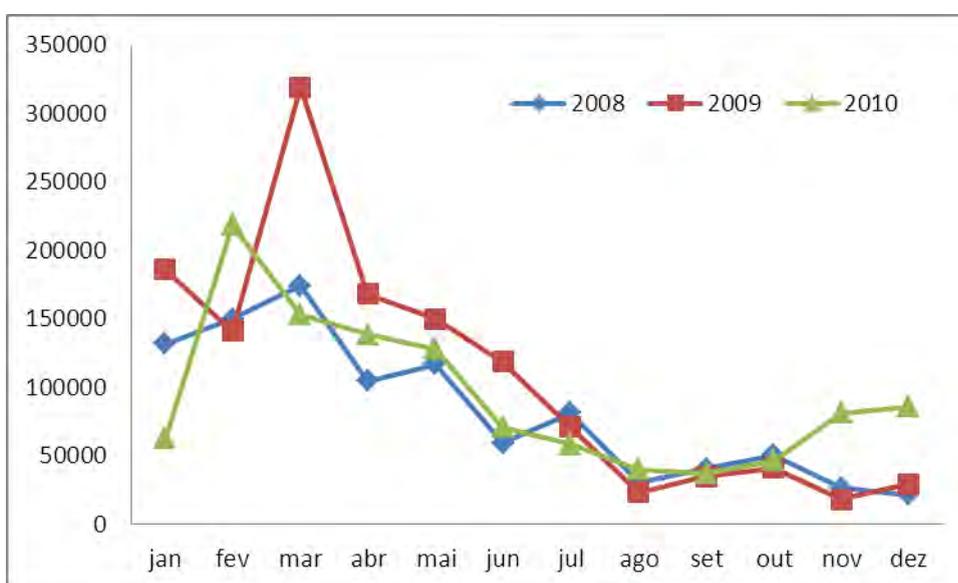


Figura 2. Quantidade de produtos moda praia feminina exportados por meses do ano

Fonte: elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012.

O mercado de moda praia, conforme Oliveira (2006) apresenta uma sazonalidade de consumo deste tipo de vestuário, geralmente, concentrado em um período aproximado de três meses do ano caracterizado como verão. No Brasil, a alta temporada do verão se inicia em dezembro e permanece até o final de fevereiro. Para atender esta demanda doméstica as fábricas lançam suas coleções de verão em meados de maio/junho e os seus picos de produção ficam

concentrados no segundo semestre do ano.

Ao se observar a Figura 2, verifica-se que as exportações da moda praia brasileira ocorre, principalmente, no primeiro quadrimestre, de forma a possibilitar o atendimento da demanda oriunda temporada de verão dos países do hemisfério norte, cujo ápice ocorre, tradicionalmente, no mês de julho. Desta forma, pode-se caracterizar esse comportamento como uma estratégia que o setor desenvolveu para manter o parque industrial com sua capacidade produtiva no primeiro semestre do ano.

4.2 Identificação do comportamento dos países importadores da moda praia feminina brasileira

Para a realização da identificação do comportamento dos países importadores foi utilizado o modelo proposto por Brum et. al. (2010). Para realizar a sua validação estatística foram realizados alguns testes para comprovar a sua possibilidade de utilização para o produto em questão. Inicialmente se verificou se a amostra apresenta variação estatística significativa sendo realizado, por meio da análise de dados tabulados em planilha eletrônica. Para realizar a identificação do critério de valor agregado, primeiramente realizou-se o cálculo do comportamento de preço por quartil, conforme se ilustra na Tabela 1. Verifica-se que em 2010 os 25% dos menores preços encontram-se até US\$ 9.20 e os 75% mais altos estão acima de US\$ 22.92 sendo que o preço médio ficou em US\$ 18.48.

Tabela 1. Média, Mediana, Quartil e Desvio Padrão em US\$ FOB das Fonte:
elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1º Quartil	4,87	5,80	4,37	3,92	4,10	4,81	4,67	5,56	8,08	10,74	9,11	9,20
Mediana	7,17	7,08	6,30	5,69	5,89	6,41	7,13	8,44	12,95	14,24	14,36	15,27
3º Quartil	8,56	8,64	9,39	8,15	9,90	9,60	10,82	13,65	17,63	20,82	23,48	22,92
Média	7,29	7,73	7,69	6,20	7,91	7,39	8,88	16,17	14,40	19,00	19,17	18,48
Desvio Padrão	2,76	4,14	5,80	3,31	6,03	3,82	7,71	41,46	9,24	17,03	16,17	13,22
Coef. Variação	0,38	0,54	0,75	0,53	0,76	0,52	0,87	2,56	0,64	0,90	0,84	0,72

Fonte: elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012.

Ainda, utilizando a Tabela 1, se verificou que não houve nenhum valor do coeficiente de variação abaixo de 0,30 significando que há uma heterogeneidade nos preços médios praticados entre os países. Isto demonstra que existe uma diversidade muito grande de tipos de produtos e mercados e que cada exportador deverá analisar separadamente o comportamento de preços em relação aos países onde atua.

Para comprovação da variação estatística dos valores, utilizou-se o Teste-t para duas amostras presumindo variâncias equivalentes, bem como o Teste-F de duas amostras para variância. Utilizou-se como variável 1 os valores correspondente ao primeiro quartil e a variável 2 representando os valores referentes ao terceiro quartil. Como resultado verificou-se que para o Teste-t o valor de $P(T \leq t)$ bi-caudal é igual a 0,000800713 e para o Teste-F, cujo resultado do valor de $P(F \leq f)$ uni-caudal é igual a 0,002410444, ou seja, ambos são inferiores ao valor de alfa padrão da planilha eletrônica (0,05) o que permite inferir que a amostra apresenta diferença estatisticamente significativa, podendo ser

utilizada para a classificação em estudo.

Tabela 2. Comportamento de compras dos principais países importadores de moda praia feminina brasileira.

Posição em 2010	País Importador	Quantidade exportada	US\$ FOB Médio	Perfil comprador	Desempenho de compra	Tendência de preço	Valor Agregado
1	ESTADOS UNIDOS	325790	9,08	Habitual	Declínio	Variável	Baixo
2	PORTUGAL	223363	9,59	Habitual	Estabilizado	Variável	Baixo
3	ITALIA	157929	5,79	Habitual	Estabilizado	Variável	Baixo
4	ESPAÑA	54967	10,47	Habitual	Declínio	Variável	Médio
5	FRANCA	42950	13,65	Habitual	Crescimento	Variável	Médio
6	GRECIA	29181	13,12	Habitual	Estabilizado	Variável	Médio
7	PARAGUAI	25987	13,16	Habitual	Estabilizado	Variável	Médio
8	URUGUAI	22741	8,33	Habitual	Crescimento	Aumento	Baixo
9	CANADA	21501	8,15	Habitual	Estabilizado	Variável	Baixo
10	JAPAO	16438	17,29	Habitual	Declínio	Queda	Médio
11	ANGOLA	15100	12,69	Habitual	Estabilizado	Aumento	Médio
12	ISRAEL	14870	18,59	Habitual	Crescimento	Variável	Médio
13	ARGENTINA	13299	9,22	Habitual	Declínio	Aumento	Médio
14	REINO UNIDO	11442	18,73	Habitual	Estabilizado	Aumento	Médio
15	ALEMANHA	10966	13,67	Habitual	Declínio	Variável	Médio
16	CHILE	10315	17,14	Habitual	Estabilizado	Aumento	Médio
17	VENEZUELA	9688	12,14	Habitual	Declínio	Aumento	Médio
18	MARTINICA	8562	7,73	Habitual	Estabilizado	Variável	Baixo
19	CANARIAS, ILHAS	8259	6,77	Habitual	Crescimento	Variável	Médio
20	EMIRADOS ARABES UNIDOS	7685	24,06	Habitual	Declínio	Variável	Alto

Fonte: elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012 em método estabelecido por Brum et. al., 2010.

Após realizar a validação estatística estruturou-se a Tabela 2, que ilustra o resultado do perfil dos 20 principais países importadores de moda praia, onde se constatou que esses 20 países compraram o correspondente a 91,9% da quantidade total exportada em 2010. Para verificar o comportamento de compra de cada país, se faz necessário realizar a análise dos dados de cada linha, onde, por exemplo, os Estados Unidos é o principal comprador tendo comercializado 325.790 peças, apresentando um preço médio US\$ 9.08 FOB, perfil comprador habitual, o que significa que ela compra de forma contínua nos últimos cinco anos,

desempenho de compra em declínio, o que significa que nos últimos 3 anos há decréscimo contínuo da quantidade comprada, tendência de preços variável e valor agregado baixo.

Em relação ao valor agregado, se verificou os três primeiros países, dos 20 principais compradores, em quantidade, de moda praia brasileira, apresentaram valor baixo, ou seja, o que nos permite concluir que estratégia de compra está focada no baixo preço comercializado. Cabe também salientar que somente o vigésimo país é que apresenta um valor agregado alto.

Uma última análise realizada, muito embora não seja tema de debate deste estudo, foi verificar o comportamento da balança comercial brasileira em relação aos mesmos produtos nos últimos dois anos do período de análise. Verifica-se na Tabela 3 que as importações apresentam um crescimento de 94,5% em relação de 2009 para 2010, muito embora o saldo da balança comercial brasileira destes produtos apresente um saldo positivo.

Tabela 3. Balança Comercial Brasileira da moda praia feminina

Valores em US\$	2009	2010	Variação 09/10
Importação	618.787	1.203.574	94,5%
Exportação	12.377.350	11.337.509	-8,4%
Saldo da Balança Comercial	11.758.563	10.133.935	-13,8%

Fonte: elaborado pelos autores com dados obtidos de Brasil-MDIC, 2012

Quanto à elevação das importações nos últimos anos atenta-se ao que o Instituto Inovação (2008) salientava, que num contexto competitivo, as empresas, de modo geral e inclusive as de moda praia brasileiras acessam novos

conhecimentos, novos produtos e realizam novas parcerias para permanecer no mercado e uma forma é importando produtos diferenciados. E para inverter o desempenho negativo das importações e manter o saldo positivo na balança comercial faz-se necessário lembrar que é indispensável inovar e isso, segundo Marques (2004), envolve a busca de um diferencial começando pelo conceito de coleção, passando pelo planejamento e enfim por cada detalhe do processo até o cliente final.

Considerações finais

Neste trabalho buscou-se realizar um estudo do comportamento exportador da moda praia feminina brasileira na primeira década do século XXI. Utilizando-se da metodologia de cálculo *log-returns* e pela diferença do coeficiente de variação das médias. Analisando-se os resultados apresentados, pode-se perceber que o comportamento das exportações brasileira do segmento de moda praia feminina apresentou três momentos bem distintos, sendo um denominado de crescimento inicial, outro de crescimento acelerado e como última tendência dominante a de declínio.

Em uma primeira observação se poderia pensar que a queda relacionada à quantidade exportada, de moda praia entre 2006 e 2010, estaria correlacionada exclusivamente com a questão cambial. Este é um dos entraves na comercialização deste tipo de produto para o exterior, mas, verifica-se que o dólar encontra-se estabilizado em torno de R\$ 1,80 desde 2007, fato esse já pesquisado pela CNI-Confederação Nacional da Indústria em 2008, antes de um cenário de crise financeira vivida em 2009, a qual já apontava que esse não é o único fator deste baixo desempenho, o que permite gerar outras pesquisas qualitativas que possam estar apresentando outros motivos para esse comportamento.

Diante deste cenário o empresário brasileiro necessita enfrentar um duplo desafio: reverter o longo período de queda de vendas e consolidar as atividades de

inovação para enfrentar os novos desafios deste mercado. Uma das estratégias que pode ser utilizada é a inovação sendo identificada como uma alternativa para as empresas sobreviverem e ganharem cada vez mais espaço nos mercados nacionais e internacionais.

Espera-se, com este estudo, propiciar subsídios quantitativos explicativos para os empresários brasileiros, divulgando dados que possam servir de análise preliminar na tomada de decisões em relação a sua competitividade internacional e de pontos de interrogação de verificação das estratégias atuais utilizadas, as quais não estão apresentando resultados satisfatórios de forma a possibilitar uma reversão da tendência de declínio das quantidades vendidas.

Referências

ABIT. *Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção*. Disponível em <http://www.abit.org.br>. Acesso em 13 de janeiro de 2010.

AZEVEDO, M. S. Problemas das MPE vão além do real valorizado. In: *Revista Comércio Exterior-Informe BB*. Ano 17, Edição 79, Banco do Brasil, 2009.

BESSANT, J.; TID, J. *Inovação e Empreendedorismo*. Trad. Elizamari Rodrigues Becker, Gabriela Perizzolo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BORIELO, S. Ondas de luxo. *Revista Costura Perfeita*. Ano XI, nº53, Jan-Fev. 2010.

BROOKS, C. *Introductory econometrics for finance*. Sixth reprint, UK: Cambridge, 2005.

BRUM, T. M. M.; MOISEICHYK, A. E.; DA VEIGA, C. H. A. Critérios de desempenho dos países compradores baseado nas exportações brasileiras: uma proposta de análise. *Revista de Administração da UFSM*. Santa Maria, v. 3, n.1, p. 144-159, jan./abr. 2010.

CRIBB, A. Y. *Artigo Mudança cultural coletiva: o pré-requisito da inovação no Brasil.*

Publicação Jornal da Ciência em 27/11/2007. Disponível em:

<http://www.protec.org.br/artigos.asp?cod=106>. Acesso em 12 de março de 2008.

CRUZ, B. P. A.; ZOUAIN, D. M. Atuação de consórcios de exportação brasileiros no segmento de moda praia. *RAM, Rev. Adm. Mackenzie*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 11-30, abr/2008.

DAVILA, T.; EPSTEIN, M. J; SHELTON, R. *As Regras da Inovação*. Porto Alegre: Bookman, 2007.

FEGHALI, M. K.; DWYER, D. *As engrenagens da moda*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2004.

GARCIA, C. *O biquíni – uma verdadeira bomba*. Disponível em

<http://almanaque.folha.uol.com.br/biquini.htm>. Acesso em 17 de Fevereiro de 2010.

GARRIDO, I. L. Orientação para o mercado externo: o refinamento de uma escala de mensuração. *RAE*, v. 47, n. 4, out./dez., 2007.

HOFMANN, R. M., PELAEZ, V., MELO, M. F., AQUINO, D. C. Aspectos técnicos e institucionais de um sistema de inteligência competitiva desenvolvido para a indústria de máquinas para madeira. *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*. Vol. 5, No. 1, 2008.

IEL-FIEMG. *Anais do Encontro de Inovação e Desenvolvimento Regional da*

Indústria Mineira – Experiências e Melhores Práticas de 2008. Disponível em

<http://www.fiemg.org.br/default.aspx?tabid=6921>. Acesso em 12 de janeiro de 2009.

INSTITUTO INOVAÇÃO. *A inovação: Conceitos, a importância de inovar, a dinâmica da inovação*. Disponível em: <http://www.institutoinovacao.com.br/inovacao.php>.

Acesso em 07 de abril de 2008.

JOBIN, G.; NEVES, M. A pesquisa de tendências em design de moda: ênfase na rede de informações. In: PIRES, Dorotéia B. *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design: manual do estilista*. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

LÉLIS, M.; FRAGA, K.; LIMA, M. *Impactos da crise econômica sobre as exportações brasileiras: uma medida das perdas reais do primeiro semestre de 2009*. Análise Apex-Brasil – Conjuntura & Estratégia. Apex-Brasil, Julho 2009.

MAGNAVITA, W. M. M.; BORIN, E. C. P.; TERRA, M. A. B. A mídia no desenvolvimento dos Arranjos Produtivos Locais: APL de moda praia de Cabo Frio. *Revista Espacios*, vol 32, nº 3, 2011.

MANEQUIM, Revista. *A história do Biquíni*. Disponível em <http://manequim.abril.com.br/moda/historia-da-moda/>. Acesso em 17 de Fevereiro de 2010.

MARQUES, C. T. *Potencialidades e limitações da aplicação simultânea de aromas e de pigmentos sensíveis ao calor e à luz em artigos de moda praia*. Dissertação de Mestrado em Design e Marketing. Universidade do Minho, Portugal, 2004. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/899>>. Acesso em: 08 abr. 2013.

MOISEICHYK, A. E.; BRUM, T. M. M.; DA VEIGA, C. H. A.; DA VEIGA, D. B. Desempenho importador do segmento de moda praia brasileiro: uma proposta de análise. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, São Paulo, v. 7, n. 2, p.70-88, jul./dez. 2012.

NICOLSKY, R. (a) *Fábrica de novidades: empresas investem em idéias inovadoras*, 24/09/2007. Disponível em <http://www.protec.org.br/noticias.asp?cod=595>. Acesso em 29 de janeiro de 2008.

- NICOLSKY, R. *Destravando o crescimento -01/03/2007* Disponível em <http://www.protec.org.br/artigos.asp?cod=60>. Acesso em 29 de janeiro de 2008.
- NICOLSKY, R. *Imitando é que se aprende. 27/7/2006*. Disponível em <http://www.protec.org.br/artigos.asp?cod=56>. Acesso em 29 de janeiro de 2008.
- OLIVEIRA, J. F. *Administração no contexto internacional: cenários e desafios*. São Paulo: Saraiva, 2007.
- OLIVEIRA, S. R. G. *Consórcio de exportação de pequenas e médias empresas em moda praia localizadas em arranjos produtivos locais – aprendizado e resultados mercadológicos. Tese de doutorado*. Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2006.
- PINCHOT; P. *Intraempreendedorismo na Prática: um guia de inovação nos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- PINDICK, R. S. e RUBINFELD, D. L. *Microeconomia*. 6. Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
- PINTO, M. M. B.; SOUZA, Y. S. A internacionalização de empresas que produzem valor intangível: uma investigação sobre uma empresa brasileira de moda praia. *REDIGE*, v.2, n. 3, dez. 2011.
- RATTI, B. *Comércio internacional e câmbio*. 10 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2000.
- SECEX. Secretaria de Comércio Exterior. *Estatísticas das Exportações Brasileiras*. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Brasília, 2010. Disponível em <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em 13 de Janeiro de 2010.
- SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. *Inovação e criatividade*. Porto Alegre: SENAI RS, 2009.
- SEVERINO, A. J. *Metodologia do trabalho científico*. 22 ed., São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, A. C. O (DES)AJUSTE GLOBAL E OS PRINCÍPIOS DA NOVA ORDEM

ECONÔMICA: o Brasil na era dos extremos. In: *Revista Gestão e Planejamento*. Vol. 1, nº1, 1999.

WATSHAM, T. J.; PARRAMORE, K. *Quantitative methods in finance*. Great Britain: Thomson, 2003.

ZUCATTO, L. C.; FERASSO, M.; EVANGELISTA, M. L.S. A importância das exportações para o desenvolvimento local da Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul e do Extremo-oeste de Santa Catarina – um estudo de caso. In: *Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais - SIMPOI*, 2008.

“A CASA ESTÁ PELADA!” I ENCONTRO DE GESTORES DE ACERVOS

HISTÓRICOS DE TÊXTEIS DOMÉSTICOS

THE HOME IS NAKED! 1ST CONFERENCE OF HISTORIC COLLECTIONS'

MANAGERS FROM DOMESTIC TEXTILES

Marize Malta¹

Ninguém poderia imaginar uma casa no século XIX sem uma profusão de tecidos, dos mais variados tipos, cores, materiais e estampas, transformados nos mais diversos artefatos para vestir janelas, pisos, móveis e conferir o ar de aconchego, tão peculiar à atmosfera doméstica oitocentista. Todavia, ao visitarmos museus casas ou casas históricas desse período no Brasil, verificamos, com surpresa, que as casas estão sem roupa!

Foi a partir desse fato, aliado à experiência com acervos de museus-casa, que Jurema Seckler, Diretora do Centro de Memória e Informação e Chefe do Museu Casa de Rui Barbosa, e Marize Malta, professora da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, parceira de pesquisa, foram motivadas a propor o *I Encontro de Gestores de Acervos Históricos de Têxteis Domésticos*, ocorrido no dia 16 de agosto de 2012, na Fundação Casa de Rui Barbosa. Ambas comentaram sobre a importância dos estudos que vêm se desenvolvendo relacionados à linha de pesquisa interdisciplinar “Museu Casa: espaço, memória e representações” na especialidade da pesquisa “Estudo de Ambientes e Acervos do Museu Casa de Rui Barbosa”. Destacaram o último trabalho, intitulado “Programa

¹ Marize Malta é arquiteta, mestre em História da Arte pela UFRJ, doutora em História Social pela UFF, professora adjunta na Escola de Belas Artes da UFRJ, atuando na graduação e na pós-graduação. Pesquisadora em arte, cultura visual e material referente ao século XIX e início do XX, com ênfase nas questões relacionadas a: intertextualidade; condição decorativa; colecionismo e ligação entre imagem, objeto e lugar. É líder do grupo de pesquisa Entresséculos: mudanças e continuidades nas artes no Brasil nos séculos XIX e XX e participa do grupo de pesquisa Museu-casa: memória, espaço e representações (linha de pesquisa Estudo de ambientes e acervos do Museu-Casa de Rui Barbosa) da Fundação Casa de Rui Barbosa. marizemalta@eba.ufrj.br

de renovação dos ambientes do Museu Casa de Rui Barbosa: artefatos têxteis”, empreendido por Luz Garcia Neira, bolsista orientada por ambas, de julho de 2010 a julho de 2012. De modo a balizar as especificações têxteis para vestir novamente o museu-casa de Rui Barbosa, com compromisso histórico, foi necessária uma extensa pesquisa sobre os têxteis oitocentistas. A pesquisa revelou enorme riqueza de conhecimento, até hoje muito pouco explorado pela História, bem como pela Museologia, especialmente no caso de museus casas em que a presença têxtil é inevitável e significativa.

Em virtude do pioneirismo do estudo, várias problemáticas se interpuseram na construção teórica e metodológica da questão do têxtil histórico empregado nas casas do passado. Um dos grandes desafios foi a de encontrar acervos têxteis que servissem de fonte primária para a pesquisa. Não temos informações quantitativas nem qualitativas sobre os têxteis domésticos do passado preservados em acervos. Sabemos que existem, no Brasil, alguns museus com artefatos têxteis, mas não sabemos dimensionar suas coleções, muito menos o que vem sendo empreendido para ampliar seu conhecimento e procedimentos de conservação. Sobre tecidos para trajes e a própria indumentária ou sobre têxteis eclesiásticos já há importantes núcleos de estudos, com pesquisas consolidadas, situação diferente dos tecidos que vestiam as casas. Frente a esse tipo de precariedade, foi proposto um encontro de trabalho, com fins de reconhecimento.

Os têxteis domésticos envolvem os têxteis de revestimento e sobreposição, geralmente tratados como tecidos de decoração e os tapetes, os de serviço, a chamada roupa branca e as alfaias, e os ornamentais, que lidam com quadros bordados, por exemplo. Os têxteis decorativos englobam produção industrial e artesanal, tanto frutos de serviços de tapeceiros quanto de habilidosas mãos de donas de casa, as quais desenvolviam uma infinidade de ‘paninhos’, que envolviam muitos materiais e variadas técnicas, como crochê e bordados. O universo têxtil usado na nossa domesticidade do passado era de grande riqueza técnica, estética, cultural e não se imaginava uma casa despida de têxteis. Sua importância no

cotidiano das casas e nas sociabilidades familiares precisa ser resgatada.

O encontro foi organizado a partir de duas palestras e duas mesas redondas compostas por representantes de museus, que relataram o perfil têxtil dos acervos sob sua gerência. A palestra de abertura, "Têxteis domésticos oitocentistas e suas histórias", proferida por Marize Malta, procurou apresentar uma arqueologia dos tecidos empregados em casas e do universo social e estético do têxtil na domesticidade oitocentista, em especial do Rio de Janeiro, no sentido de fazer notar o quanto as salas dos museus casas no Brasil estão peladas, se comparadas ao uso quantitativo, múltiplo e diversificado dos têxteis no século XIX. Encerrando o evento, a pesquisadora Luz Neira apresentou síntese da pesquisa realizada durante dois anos, com a palestra "Tecidos decorativos finisseculares: tipologias e usos", quando explicitou os artefatos têxteis usados em fins do século XIX, suas matérias-primas, processos técnicos e motivos decorativos, apresentando a ampla variedade de tecidos, modelos de cortinas, almofadas, os chamados paninhos, tapetes e toalhas de mesa, ratificando o amplo uso do têxtil no cotidiano das casas aburguesadas oitocentistas.

Compondo mesas-redondas, estiveram representantes do Museu Casa de Rui Barbosa (MCRB), Museu Mariano Procópio (MMP), Fundação Eva Klabin (FEV), Museu Imperial (MI), Solar da Baronesa de Pelotas (SBP), Museu Histórico Nacional (MHN), Museu Casa da Hera (MHC), Museu da República (MR), cada qual expondo seu acervo têxtil e as condições de conservação e de estudo em que se encontram. Diante do desgaste natural dos tecidos, verificou-se a prática que se tornou corrente ao longo de décadas nos museus brasileiros, a da troca das forrações dos móveis de assento e cortinas sem que necessariamente houvesse uma substituição com materiais, texturas e caimentos similares, nem um registro sistemático dos fundamentos que permearam as substituições.

Dentre as peças comentadas, mesmo em quantidade pequena frente aos acervos estrangeiros, muitas se encontram em reserva técnica e ainda não atraíram pesquisas significativas que permitissem melhor qualificar sua

historicidade. Em meio a depoimentos sobre as dificuldades de manuseio e conservação dos têxteis, foram destacadas: peças montadas com fragmentos de tecidos antigos e tapetes orientais (FEV); tapeçarias e toalhas de mesa (MHN), almofada com inscrição “offert à maman” (MMP); colchas em seda, lençóis e fronhas monogramados, paninho bordado pela princesa Isabel (MI); veludo impresso e tapeçarias (MCRB); capas de almofadas, cortinas e acessórios de cama, caixas forradas (SBP); tapetes e retalhos de estofamento (MCH); forração dos móveis (MR). Entre peças pesadas para revestimento, que envolviam tecelões e tapeceiros, rivalizavam os têxteis usados no dia a dia, repostos constantemente, como roupa de cama e mesa, com seus ornamentos delicados, muitas vezes empreendidos com amor e dedicação femininas, mostrando o quanto o universo têxtil doméstico envolve um universo complexo e rico de história.

Se o tema é ainda incipiente no Brasil, já está bastante consolidado nos países europeus e nos Estados Unidos. Os problemas enfrentados no Brasil por tantos museus casas, casas históricas e colecionadores que lidam com têxteis precisam de forma premente ser compartilhados, de modo a garantir a preservação dessa cultura material tão presente no cotidiano das pessoas e tão pouco compreendido do ponto vista histórico, cultural e artístico. Sabemos que a valorização é dependente do conhecimento. E o conhecimento tem o poder de transformar as pessoas.

REVIEW OF THE 8TH BIENNIAL NORTH AMERICAN TEXTILE

CONSERVATION CONFERENCE

PLYING THE TRADES: PULLING TOGETHER IN THE 21ST CENTURY

8-11 NOVEMBER 2011 – OAXACA, MEXICO

Sarah Confer¹

Too often we academics become immersed in our own disciplines, intensely focused on our respective areas of research, that we fail to step back for a moment to see the potential for collaboration with other fields. In an effort to remedy this frequent scenario, the North American Textile Conservation Conference (NATCC) organized its 8th biennial conference around the theme of collaboration. *Plying the Trades: Pulling Together in the 21st Century* brought together professionals from conservation, anthropology, museum administration, education, archaeology, science, design and more, to spend four days showcasing the various ways that we all can work together to promote excellence and deepen our research in the field of textiles and culture.

The conference was held in the Teatro Macedonio Alcalá in the beautiful city of Oaxaca, Mexico, a perfect place to host this event due to its long and highly regarded textile tradition. Indeed, the conference began with a number of workshops, including opportunities to explore and learn about some of the oldest Oaxacan textile traditions: backstrap loom weaving, the use of natural dyes, and

¹ Sarah Confer is an independent textile conservator and enthusiast who splits her time between Vancouver, BC, Canada and Cusco, Peru. With a bachelor's degree in Art History and a Master's degree in Art Conservation, she has worked as a conservator in several museums in Canada, as well as helped to coordinate textile conservation workshops in Lima, Peru. She is currently a board member of the NATCC, as well as a board member and volunteer textile programs director of Mosqoy, a Canadian charity devoted to revitalizing and promoting the Quechua weaving tradition in the Peruvian Andes, and providing post-secondary opportunities to underprivileged youth from the Cusco region. www.natccconference.com; www.mosqoy.org

the elaboration of feather mosaics. Other workshops for the more scientific-minded included taxonomy and gel cleaning techniques for textiles.

In addition, participants had the opportunity to explore nearby archaeological sites during optional guided tours held prior to the conference, including a multi-day trip to the seaside to witness the traditional practice of shell-dyeing. This ancient practice uses the natural secretion of the murex shellfish to dye cotton a royal purple, sometimes referred to as "Tyrian purple". Literally hundreds of shellfish must be used for this technique, once also practiced in the Mediterranean city of Tyre, from which the colour earned its name. Fabric dyed this shade of purple was consequently extremely expensive, a luxury reserved only for royalty.

Today, this custom is still practiced in a sustainable way that does not actually harm the shellfish. On the coast of Mexico it is practiced when the tides are favourable, between October and March.

The opportunities for collaboration among conservation and other professionals are numerous, although we may not always recognize them. This was made clear during the two days of presentations which followed the workshops. Themes varied widely but focused on the impact that textile conservation and textile conservators can have on the research carried out in other fields. An example of this was the presentation given by Christina Margariti, a textile conservator from Greece who discussed the impact that different conservation approaches can have on the information able to be gleaned from archaeological textile remnants found in ancient funeral pyres. She was able to demonstrate a clear link between effective textile conservation techniques and the ability for the archaeologist to interpret the historical record.

One of the most interesting case studies presented was that given by Nancy Britton of the Sherman Fairchild Center for Objects Conservation at the Metropolitan Museum of Art in New York City. She discussed an intensive

conservation treatment and reproduction carried out on part of a suite of 1788 furniture, originally created for Marie-Antoinette's *cabinet de toilette* at the Saint-Cloud palace and now housed in the Wrightsman Gallery at the MMA. Very little of the original embroidered fabric was extant among the pieces to be conserved; consequently Britton sought to combine 21st century techniques with traditional embroidery in order to re-create this 18th century work. She worked with modern-day digital textile designers to perfect the pattern and layout to be re-created for the suite of pieces in her care, and engaged a workshop of traditional embroiderers in India to carry out the production. The result was an incredibly successful collaboration across time, place and cultures.

A couple of the papers presented examined the conundrum that conservators and other museum professionals continually face: how to balance conservation and public access or use of historical artifacts? One solution presented was to bring conservation to the public. Vivian Lohead from the People's History Museum of Manchester, UK, shared how her institution installed a window into the conservation lab, visible from the galleries, allowing the public to view ongoing conservation work.

Another interesting collaboration was presented in a paper by Tatiana Kousoulou, a Greek textile conservator. Her paper discussed an unusual collaboration between the Greek Directorate of Conservation and the Lyceum Club of Women, a volunteer group dedicated to preserving and showcasing traditional Greek folk costumes and dances. The Directorate funded a documentation project which resulted in a book combining diagnostic images used in conservation with an explanation of the textile techniques employed and the need for conservation. Proceeds from the sale of this book will be used to fund conservation treatments, ensuring the long-term preservation of these important historical artifacts, which the group not only exhibits but also brings to life during regular performances of traditional Greek folk dances.

A theme particularly close to my heart was that of the role of textile conservation in the revitalization of a lost or threatened ancient textile technique. This theme was presented in a number of different presentations whose frame of reference stretched across the world, from Argentina to Romania, Greece to Mexico. Topics included the repatriation of traditional knowledge to indigenous cultures, gleaned from study of museum collections; the incorporation of indigenous perspectives in the use, care and treatment of objects housed in museums; and the collaborative efforts to revive ancient textile techniques. This topic was lovingly presented by Florica Zaharia who passionately presented the modern practice of the ancient art of Turcana wool felting in the Apuseni mountains of Romania. Another engaging presentation on this theme was given by conference Chair Hector Meneses Lozano, who discussed the collaborative efforts between textile conservators, scientists and modern folk artisans to research, analyze and ultimately reproduce the ancient art of feathered textiles, of which few examples exist in modern collections.

The conference closed in perfect Oaxacan style, with a traditional calenda – a spectacular, joyous parade starting at the conference site and travelling all the way to the stunning Botanical Gardens, location of the closing reception. All conference participants walked in the early evening dusk, many carrying candles, accompanied by exuberant dancers and musicians, and Gigantes, huge figures made of papier mâché. The calenda is the traditional manner of “announcing and inviting” the public to attend a celebration. In the same way, conference-goers were invited to come together, not just to celebrate the closing of a great conference, but also to enrich each other’s research, professions, and ultimately the study of textiles.

RELATO SOBRE O 13º SIMPÓSIO BIANUAL DA TEXTILE SOCIETY OF

AMERICA

COMMUNICATION OF TEXTILE SOCIETY OF AMERICA'S 13TH

BIENNIAL SYMPOSIUM

Maria João Ferreira¹

A pretexto das eleições presidenciais que este ano têm lugar nos Estados Unidos da América, a Textile Society of America organizou o seu 13º Simpósio, consagrado aos *Têxteis e a Política*, não por acaso, em Washington D.C., capital administrativa deste país. Apesar da pertinência conjuntural que subjaz à escolha do tema eleito este, na verdade, afigura-se não só da maior actualidade mas verdadeiramente transversal a todo o tipo de culturas e períodos cronológicos que enformam a história da humanidade. Como o próprio texto de apresentação do Simpósio advoga, os têxteis sempre foram imbuídos de um significado político, na medida em que podem transmitir e concorrer para a afirmação de uma categoria social, género, etnia, poder, gosto e riqueza. Ao mesmo tempo, enquanto bens transaccionáveis, meios criativos e artefactos sociais, os têxteis são fundamentais enquanto instrumentos que geram, suportam e desafiam o poder político.

Assim, entre os dias 19 e 23 de Setembro, cerca de 400 pessoas de 37 nacionalidades literalmente provenientes dos quatro cantos do mundo e dos mais diversificados domínios do conhecimento - entre historiadores de arte,

¹ Nascida em Lisboa (1972) é bacharel em Conservação e Restauro pelo Instituto Politécnico de Tomar (1993) e licenciada em Artes Decorativas Portuguesas pela Escola Superior de Artes Decorativas - Fundação Ricardo do Espírito Santo Silva (ESAD) (1994). Obteve o grau de Mestre em História da Arte na Universidade Lusíada de Lisboa (2002) e o de Doutor em História da Arte Portuguesa na Faculdade de Letras da Universidade do Porto (2011) com a dissertação intitulada *Os têxteis chineses em Portugal nas opções decorativas sacras de aparato (séculos XVI-XVIII)*. Membro integrado do Centro de História de Além Mar da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (desde 2007), é autora de diversas publicações no domínio da produção têxtil chinesa de exportação para o mercado português e actualmente desenvolve um projecto de investigação pós-doutoral intitulado *Entre a utilidade e o deleite: o património têxtil da Casa de Bragança (séculos XVI-XVIII)*, na qualidade de bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

antropologistas, cientistas, conservadores, restauradores e artistas - reuniram-se no Washington Court Hotel para debater o tema dos têxteis e a política. Tratou-se de uma iniciativa deveras intensa, dinâmica e bem organizada, caracterizada por uma significativa diversidade de actividades - entre apresentações, workshops, visionamento de filmes, visitas e acesso a reservas de museus, demonstrações de mestres tecelões, recepções e exposições - que, de forma articulada, foram disponibilizadas aos participantes proporcionando momentos de trabalho e debate mas também de convívio. Com efeito, logo no decurso do dia 19 e em jeito introdutório, puderam alguns dos participantes tomar parte num conjunto de oficinas práticas vocacionadas para a identificação e análise de tecnologias, fibras e tintos empregues na manufactura têxtil, a que se seguiu a abertura oficial do evento no lindíssimo Jardim Botânico, bem próximo do Capitólio.

Os três dias seguintes ficaram marcados pela apresentação de cerca de 180 comunicações, distribuídas por 43 painéis que, embora subordinados à política, se revelaram da maior abrangência do ponto de vista temático, geográfico e cronológico versando tópicos tão díspares quanto os materiais, a produção, o comércio e o consumo têxtil, assim como outros aspectos relativos à identidade cultural, pedagogia, escravatura, nacionalismo, guerra, mecenato ou sustentabilidade dos têxteis. O arranque dos trabalhos coube a Joyce J. Scott que, na sua qualidade de oradora principal do primeiro dia, apresentou "Unplugged". Durante cerca de uma hora esta plurifacetada artista e verdadeira performer, conhecida como a "rainha das missangas" pelas exuberantes e monumentais formas esculpidas que produz com estes (e outros) materiais, discorreu - cantando, provocando, brincando - sobre a sua experiência pessoal acerca da concepção e criação de uma arte profundamente conotada com questões políticas e sociais como a raça, o sexo e as lutas entre classes.

Durante uma das tardes de trabalho decorreram, em simultâneo, apresentações de filmes e seminários organizados nas reservas de alguns dos mais importantes museus em Washington D.C., incluindo a Biblioteca do Congresso, o

Textile Museum, o Dumbarton Oaks Museum, o National Museum of the American Indian, a Freer Gallery of Art and Arthur M. Sackler Gallery ou o National Museum of Natural History proporcionando aos participantes do Simpósio o contacto directo com os respectivos acervos museológicos têxteis e a interacção com os conservadores ou responsáveis.

Esse mesmo dia terminou da melhor forma, com uma recepção no muitíssimo agradável jardim do Textile Museum onde, além da possibilidade de se conhecerem melhor, os participantes tiveram o privilégio de assistir à inauguração da exposição *The Sultan's Garden: The Blossoming of Ottoman Art*, na qual se abordam os peculiares elementos que caracterizam o estilo floral das artes têxteis produzidas no império otomano desde o início do século XVI.

Em complemento, a Textile Society of America atribuiu um prestigioso prémio ao melhor estudo apresentado no Simpósio, que este ano coube, em *exaequo*, a Miriam Ali-de Unzaga e a Kristy Robertson pelas comunicações "Embroidered Politics" e "Felt Space: Responsive Textiles, Fabric Dwellings and Precarious Housing", respectivamente. A mesma entidade organizadora do evento teve ainda o mérito de, através da atribuição de bolsas por concurso, financiar o pagamento das inscrições a cinco estudantes e novos profissionais e ainda proporcionar a isenção parcial de taxas de inscrição a outros 14 oradores, com o objectivo de encorajar a participação, neste tipo de encontros, de novos investigadores e artistas no domínio têxtil. Pese embora a sua dimensão sobretudo simbólica, face ao número de beneficiados, tratou-se de uma iniciativa que devemos louvar e incentivar, se atendermos ao extraordinário investimento que a participação (como orador ou ouvinte), num tipo de iniciativa como esta implica para uma significativa percentagem de pessoas que, independentemente da qualidade e mérito do seu trabalho, residem em países com sérias dificuldades económicas e que de outro modo não têm como acompanhar e partilhar os seus percursos pessoais.

Findo o Simpósio não restam dúvidas acerca da pertinência e potencial de um

tema tão rico e complexo como o dos têxteis, assim como do interesse que o mesmo continua a gerar nos meios académicos, científicos e artísticos como, de resto, se comprova pela forte adesão à iniciativa. Com a vantagem de nele terem participado alguns dos mais relevantes investigadores e criadores artísticos em torno dos têxteis na actualidade. Do qual resultou, pelo menos para nós, um evidente enriquecimento pessoal seja pela diversidade de temas e perspectivas de abordagem com que nos confrontámos, pelos contactos com outros colegas ou pela partilha de experiências. O único senão e que nos parece irónico e até contraditório depois do que acabamos de escrever, é que talvez valha a pena reavaliar a escala do Simpósio e o modelo adoptado para apresentação das comunicações: face à simultaneidade de múltiplas sessões, dificilmente conseguimos acompanhar e beneficiar de um maior número de apresentações, deixando-nos frustrados perante a diversidade e o interesse dos temas e a qualidade dos oradores.

"TEMPO AO TEMPO", NO MUSEU HERING

"TIME TO TIME" IN HERING'S MUSEUM

Marli Rudnik

Em Blumenau, a história e as tradições são preservadas de muitas formas e uma delas é através do acervo e das exposições dos 13 museus temáticos que a cidade abriga. A trajetória da indústria têxtil, a evolução econômica da região e a viagem da moda no decorrer do tempo são algumas possibilidades encontradas pelo visitante no Museu Hering, um espaço interativo que une passado, presente e futuro.

O Museu Hering foi inaugurado em novembro de 2010 e ocupa uma das edificações que compõem o conjunto arquitetônico histórico da Companhia Hering, em Blumenau/SC. A casa, construída no século XIX e tombada pelo Patrimônio Histórico do Estado, abriga um projeto que tem como propósito o resgate, a preservação, a divulgação e a perpetuação da história de uma das marcas de moda mais tradicionais do Brasil.

A exposição de longa duração "Tempo ao Tempo" integra o acervo do Museu Hering. Esta mostra é composta por equipamentos, fotografias, indumentárias, mostruários, documentos e peças publicitárias, contando a saga da família Hering, a origem e a evolução da indústria têxtil em Santa Catarina, da qual a empresa foi uma das pioneiras. Também faz uma reflexão interativa sobre os costumes, os caminhos da moda e a vocação empreendedora dos habitantes do Vale do Itajaí, a partir de 1880 e nas décadas que seguem, até a atualidade.

Empreendedorismo, memória do operário e história social do trabalho, história da industrialização e da fabricação da malha no Brasil, história e uso da camiseta, design, moda e arquitetura, publicidade e propaganda são algumas

abordagens possíveis a partir do acervo do Museu Hering.

Para isso, o espaço se utiliza de recursos tradicionais – como a exposição de objetos antigos e os painéis expositivos - mas inova com a disponibilidade de avançadas tecnologias multimídia (terminais touchscreen, visores fotográficos e área de customização) para a interatividade dos visitantes.

Nos dois primeiros anos de funcionamento, o Museu Hering contabilizou mais de 20 mil visitas, do Brasil e exterior. Em comemoração ao segundo aniversário, convidou a Equipe Criativa de Jackson Araújo para que desenvolvesse inovações e criações, agora apresentadas em vídeos nas salas de exibição. Os vídeos e sua trilha sonora mostram a produção da moda sob um ângulo inusitado, quase como que se o visitante estivesse no interior das máquinas, se sentindo no coração da fábrica.

No vídeo “A moda no tempo” são apresentadas as diferentes estampas, criadas para dar mais harmonia ao espaço do segundo piso do Museu Hering. O espaço também ganhou uma nova identidade visual, colorida e cheia de ousadia. Esta identidade tem como cerne, o “Enxaimel Type”, fonte tipográfica que se inspira nos traços da arquitetura enxaimel (característica da cultura alemã e presente na casa que abriga o Museu). A nova identidade visual pode ser vista em todo o material impresso de divulgação e no site (www.museuhering.com.br), alimentado diariamente com notícias, curiosidade, fotos das oficinas, atividades e fotos enviadas pelos visitantes.

Publicação

Nas comemorações do segundo aniversário, outro ponto marcante foi o lançamento do livro “Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas”. Trata-se de uma coletânea de artigos assinados por colaboradores do Museu, que tiveram a possibilidade de discorrer sobre temas relacionados às ações de conservação,

educação e pesquisa da instituição. O livro dá sequência ao plano de publicações que começou a partir do catálogo “Tempo ao Tempo”, em 2011.

Nesta obra, a equipe de profissionais que trabalha cotidianamente com o acervo traz sua visão e interpretações sobre o patrimônio cultural e industrial da Hering, abrindo caminhos para novas ações educativas e expositivas, ao mesmo tempo em que dissemina a experiência do Museu Hering a outros museus e equipes. A obra tem a participação da museóloga Marília Xavier Cury, curadora da exposição “Tempo ao Tempo”, que assina a apresentação.

Ação Educativa

A equipe que integra a área de educação do Museu Hering é multidisciplinar e desempenha funções de mediação de visitantes espontâneos e escolares, por meio da exposição de longa duração “Tempo ao Tempo”. Diversas ações de educação e pesquisa são desenvolvidas ao longo do ano, para proporcionar à comunidade uma aproximação com o Museu e sua estrutura.

Com o público escolar o Museu Hering realiza atividades de mediação voltadas aos objetivos que os professores buscam atingir com a visita. Por meio de uma ação de transporte programado (ônibus), o Museu se encarrega de buscar os alunos nas escolas ou entidades e leva-los de volta às suas instituições após a visita à Exposição Tempo ao Tempo. Desta maneira, facilita o acesso dos alunos das escolas públicas municipais e de outras entidades ao Museu.

Oficinas criativas e Domingos no Museu

Famílias, jovens, idosos e o público espontâneo têm espaço garantido no Museu Hering. Atividades elaboradas pela equipe multidisciplinar garantem

diversão, cultura e história nos finais de semana. Com o “Domingo no Museu”, projeto que ocorre em um domingo de cada mês, são realizadas oficinas com temas diversos, mostras de teatro e contação de histórias, para integrar, informar e divertir as famílias.

Já para um público que gosta de moda e design, O Museu Hering oferece a Oficina Criativa, uma vez por mês, no período noturno, quando são trabalhadas diversas temáticas relacionadas à customização e suas possibilidades de criação.

www.museuhering.com.br

Rua Hermann Hering 1740 – Blumenau – SC – 47-3321-3340



Figura 1. Museu Hering - Créditos Charles Steuck



Figura 2. Imagem interna Museu Hering - Créditos Charles Steuck



Figura 3. Imagem interna Museu Hering - Créditos Charles Steuck



Figura 4. Imagem interna Museu Hering - Créditos Charles Steuck

DESIGN E MEMÓRIA: A ECONOMIA SIMBÓLICA DA PRODUÇÃO DE RONALDO FRAGA

DESIGN AND MEMORY: RONALDO FRAGA'S SYMBOLIC ECONOMY

João Dalla Rosa Júnior¹

Orientador: Alberto Cipiniuk²

A pesquisa tem por objetivo estabelecer a relação entre a prática do design e a memória social, tendo em vista a compreensão do contexto da produção de bens simbólicos sob o fenômeno da moda e da temporalidade da sociedade capitalista e industrial. Através do conteúdo narrativo sobre as referências do passado presentes na produção de Ronaldo Fraga, propomos uma análise teórica acerca da prática social do design, colocando em questão as associações entre as representações da memória social e a produção de objetos de vestuário. Através de uma abordagem social, ao longo do trabalho, identificamos os aspectos coletivos da prática do design, destacando as características da produção de Fraga e enfatizando como a lógica da moda articula os valores da memória em uma economia simbólica.

Como *corpus* documental, lançamos mão de diferentes fontes disponibilizadas em alguns meios de comunicação a partir do ano de 2008 e até 2011: a) entrevistas publicadas em jornais e revistas impressas e *online*; b) entrevistas no formato audiovisual; c) *releases* de desfiles disponíveis na página virtual da marca

¹ João Dalla Rosa Júnior é doutorando em Design pela PUC-Rio. Mestre pela mesma instituição (2012), integra o Grupo de Estudos em Design e Artesanato (GRUDAR - PUCRio) e o Núcleo de Pesquisa em Moda, Design e Sociedade (MoDuS - PUCRio). Possui graduação em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2005). Atualmente, é docente da Faculdade SENAI/CETIQT (RJ) nos cursos de graduação em Design de Moda e em Tecnologia em Produção do Vestuário e nos cursos de pós-graduação *lato sensu* em Design de Moda e em Design de Estampas.

² Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio

de Ronaldo Fraga; e d) textos de seu *blog*.

O desenvolvimento do trabalho é apresentado em quatro sessões. Na primeira, buscamos relacionar a categoria do tempo ao mundo do design, demonstrando como a temporalidade moderna estrutura a prática de produção do vestuário através de referências do passado. Na segunda, o foco se concentra na analogia entre o fenômeno da moda e os aspectos sociais da memória, destacando a associação entre as transformações sociais da moda e as mudanças na compreensão da individualidade do sujeito moderno.

As formas pelas quais as memórias são transformadas em produtos no mundo do vestuário concentram a terceira sessão da pesquisa. Nela, exploramos a noção de coleção de moda, de tradição e de narrativa no desenvolvimento do que nomeamos como “design-história”. Por fim, dedicamo-nos, também, a examinar como a moda, enquanto campo de produção cultural, se estrutura a partir de relações temporais específicas, nas quais a função da memória fornece particularidades aos valores econômicos em jogo na prática de produção do vestuário. Assim, nos concentramos, por um lado, no papel desempenhado por Ronaldo Fraga no processo de inclusão da moda ao Ministério da Cultura. Por outro, analisamos a exposição Rio São Francisco como objeto que incorpora os valores criativos no contexto econômico das políticas culturais e destacamos as narrativas e os silenciamentos que surgem na representação da memória social do rio.

DECOMPOSIÇÃO BORDADA

EMBROIDERED DECOMPOSITION

APRESENTAÇÃO

Angela May é formada em Comunicação Visual pelo Mackenzie e cursou também o Senac-Esmold São Paulo. Foi modelista do estilista Fause Hatem por dez anos e hoje é docente no curso de Design de Moda do Centro Universitário Senac, onde ministra as disciplinas de Modelagem, Costura e Laboratório Têxtil II, tem sua própria escola, o Estudio Alinhavo (SP), onde ministra cursos livres também nas áreas de Modelagem em Costura. Além disso, é pesquisadora incansável de trabalhos manuais, bordados, rendas, crochet e tricot.

Rita Vidal começou sua carreira profissional como joalheira e o interesse pela adequação ao corpo e a criação através da volumetria a levaram para a formação em Design de Moda com habilitação em Modelagem, onde se formou em 2006 e ganhou prêmio de Melhor Aluna em 2007 por seu trabalho de Conclusão de Curso "4 Cenas de Paralisia". Desde 2008 é docente na mesma faculdade, responsável pelas disciplinas de Laboratório de Criação. Hoje em dia atua também como ilustradora e artista plástica com foco em práticas manuais www.cargocollective.com/ritavidal.

Juntas pesquisam técnicas manuais esquecidas e enxovais abandonados, o trabalho conjunto é a reflexão sobre este tempo perdido guardado nestas práticas e peças e o que ainda podem fazer para lembrar e celebrá-lo

O projeto Decomposição Bordada reúne uma série de bordados executados sobre peças previamente bordadas, pertencentes a enxovais do início do século

passado, que representam possíveis decomposições dos tecidos e dos bordados originais. A intenção do projeto é refletir sobre o tempo e a decomposição dos objetos de afeto de outrora.

O bordado feito sobre as peças representa (trompe-l'oeil) efeitos de decomposição dessas peças - como mofo, esgarçados e puídos, manchas amareladas, traças e larvas - resultando em um novo bordado. As principais reflexões trazidas por esse trabalho envolvem o esquecimento, o tempo e o afeto, intrinsecamente associados ao trabalho manual de costura e bordado.

Como suporte deste trabalho, foram escolhidas peças de enxovais. O critério da escolha deste conjunto foi a preciosidade das peças originais e a memória das datas comemorativas de indivíduos ou famílias, como bodas e nascimentos, o enxoval de casamento e o enxoval do bebê. Passados estes momentos, via de regra, as peças costumam ser relegadas à função de souvenirs pessoais, que talvez aguardem um novo acontecimento no fundo da gaveta; porém, dada a delicadeza do material e das técnicas empregadas, estão suscetíveis à ação do tempo.

A escolha se deu, então, por peças que tivessem bordados e rendas executados manualmente, pouco utilizados nos dias de hoje. Estes trabalhos carregam em si, além da história de quem o possuiu, a história de quem o fez. O trabalho manual empregado nos enxovais, tempos atrás, era feito por alguém próximo a essas famílias, que transmitia seu afeto através destes trabalhos. O tempo empregado na manufatura era, então, parte da vida de quem o fazia.

A técnica sobreposta a estes trabalhos, representando sua decomposição, é novamente o bordado, que de maneira ilusória mancha e marca a dobra do tecido com a linha que percorre a trama; os pontos que, um a um, fazem o volume do mofo incrustado no motivo floral; o amontoado de larvas e traças refaz o percurso do tempo e da técnica outrora empregada, realçando o histórico afetivo e concreto de cada peça.

A Decomposição Bordada se relaciona com o espectador, para que ele

remonte, através de suas próprias experiências, o tempo e a memória aqui representados.

Para este projeto de exposição propomos uma amostra de 6 peças da série, expostas dentro de caixas de acrílico (4 cm de altura) com base de mdf recoberto por feltro, com dimensões variáveis entre 60X40cm e 15X15cm.





