

bém não sabia beber nas outras fontes. Ali estava tudo, e ao mesmo tempo, tanta coisa ainda por fazer... Pensei não existir nada parecido no Brasil... E creio que foi ali, naquele momento, que os livros selaram o meu destino.

Este talvez seja um dos livros que mais desejei ter publicado desde que decidi tornar-me editora. *50 livros de moda que você não pode deixar de ler* faz mais do que recomendar livros de moda para os leitores, conta como determinados livros influenciaram as nossas vidas. E então, decidimos todos, dividir com vocês nossa paixão.

Camila Perlingeiro

Desejo de papel

AMANDA FRANÇA

17 de junho de 2004, São Paulo, prédio da Bienal no parque do Ibirapuera, São Paulo Fashion Week, edição de verão 2005. Estávamos pela primeira vez com uma equipe grande cobrindo o evento para o site *Moda Almanaque*.

A ansiedade que normalmente tomava conta de todos nós nas temporadas anteriores era muito maior. Equipe de fotógrafos, profissionais de vídeo, produtora e jornalistas. Passada a correria inicial do primeiro dia por um lugar fixo na sala de imprensa, mãos à obra. Segundo dia. Desfile vai, desfile vem, o corre-corre de costume de uma sala de desfiles para outra. Próximo desfile: Jum Nakao.

A coleção do estilista estava envolta em mistério, com poucas informações vindas da assessoria de imprensa. Tradicionalmente, os desfiles de Jum são sempre interessantes, porém, não tínhamos nenhuma idéia do que viria a seguir.

O resultado deste evento mágico que cerca de 1.200 pessoas puderam ver ao vivo está no livro *A costura do invisível*.

Jum conseguiu em dez minutos de desfile deixar a todos perplexos e emocionados. Poucas vezes o conceito e a execução de uma coleção alcançam este efeito. E mais: são raríssimas as vezes em que um evento como este, a aproximação da moda e da arte ficou tão clara para o público. Para a maioria das pessoas essa aproximação inexistente.

Premissa inicial: o desejo, sentimento tão comum a todos nós, ainda mais em se tratando de moda. Criar objetos que desperdassem essa vontade seja por sua beleza, pelo onírico, pelo lúdico e com uma clara intenção de ser único e em seguida destruí-los diante de uma platéia atônita. Foi como um “mea-culpa”,

uma catarse em meio a um dos maiores criadores de desejo e cobiça nacionais: a São Paulo Fashion Week.

Fruto de um trabalho que reuniu cerca de 150 profissionais, durante 700 horas, Jum Nakao e sua equipe criaram 15 trajes, todos em papel vegetal cortado a laser, inspirados na estética renascentista do século XIX. As modelos usavam uma peruca que imitava os famosos bonecos Playmobil (presentes no nosso imaginário infantil), a maquiagem criada com a intenção de reforçar a idéia de sonho, transformando-as em fadas irreais; o cenário era feito de rolos de papel vergê produzindo figuras de anêmonas que transportaram todos ao fundo do mar.

O livro *A costura do invisível* é uma compilação, o registro palpável de toda a inspiração, conceito e execução do projeto. Nele encontramos desenhos, frases, pensamentos e ilustrações, além de fotos do desfile e do *backstage*, que remetem a esse universo de desejo, ao mesmo tempo em que nos mostra como ele é efêmero, como tudo é passageiro, assim como os belos vestidos de papel que foram rasgados. Nas palavras de Jum em entrevista logo após o desfile: “(...) o trabalho não é a coleção, não é a roupa. O trabalho é realmente a relação que a moda estabelece e o pensar que ele gera. (...) Eu acho que você ser artista é você ter o máximo de generosidade, eu acho que ser artista é uma doação, é dar vida a uma obra e dar essa obra às pessoas. Essa obra existe não numa galeria, não em algo que as pessoas possam ter, mas sim num plano onde a arte faz efeito, que é na cabeça das pessoas.”

O livro é acompanhado de um DVD, o que o torna ainda mais completo e interessante, com vídeos que mostram desde a criação das roupas, o dia do desfile (o complexo transporte do ateliê do estilista até o prédio da Bienal, o *backstage*, a reação do público) até o desdobramento final: uma exposição na Galeria Vermelho, em São Paulo.

Moda, filosofia, artes plásticas, cinema, teatro, religião (teria uma referência ao preceito budista do desapego?) que fizeram com

que todos pensassem (uma das funções da verdadeira obra de arte) e guardassem na memória para sempre este instante único – inclusive se analisado sob o conceito do pensador alemão Walter Benjamin, presente no livro em várias citações, de que a verdadeira obra de arte é única, irreproduzível, que possui “aura”.

A costura do invisível é uma obra significativa, não apenas para os interessados em moda, mas para quem gosta de cultura e arte de maneira geral; as modelos destruíram 700 horas de trabalho naquele dia no parque do Ibirapuera, mas Jum Nakao criou, em seu livro, mais um objeto de desejo, mais um desejo em forma de papel.

O coração da sociedade moderna de consumo

ANA PAULA DE MIRANDA

Desde criança eu sou uma pessoa “do contra”. Meu pai sempre dizia – por que você tem que ser “do contra” em tudo? E realmente era assim, minha primeira reação a tudo que me diziam era discordar e procurar uma razão o mais imediatamente possível para gostar do que as pessoas não gostavam ou de não gostar do que todos gostavam. Ter uma atitude só minha era muito importante para mim. Acho que foi meu primeiro ato de consumo simbólico: a posse de opiniões exclusivas (ou que pelo menos me dessem esta ilusão).

Quando a Camila me convidou para escrever sobre um livro de moda do tipo *must read*, a primeira coisa que veio à minha mente foram várias vezes num frenesi quase esquizofrênico dizendo em relação ao *O sistema da moda* de Roland Barthes:

- Que livro chato!
- Este é o livro mais chato que eu já li na vida.
- Ai! Não acredito que eu vou ter que ler este livro, ele é muito... chato.

E paralela a essas vozes eu me lembrei de mim no começo da vida acadêmica, como aluna do mestrado. Correndo desesperadamente entre a biblioteca de ciências sociais aplicadas e a das ciências sociais não-aplicadas da Universidade Federal do Paraná procurando pelo texto iluminador. Sabe aquele que depois de lido tudo começa a fazer sentido? Pensamentos começam a se estruturar, como se peças do quebra-cabeça que estavam voando no espaço do seu cérebro comessem a se encaixar. Foi na busca desta iluminação que achei o mesmo livro do qual depois passei a vida escutando todos falar tão mal: *O sistema da moda* de Roland Barthes. Tenho que concordar (pena que ele é morto e não pode se deli-

ciar com este fato raro) com meu falecido pai, em mais um dos meus momentos “do contra” – Eu sou apaixonada por este livro.

E como não me apaixonar por quem contribui como poucos para o entendimento das relações pessoa-objeto a partir da decodificação da moda?

A partir de *O sistema da moda* ficou claro para mim que ser consumidor é um dos papéis que o indivíduo desempenha na sociedade, em busca fundamentalmente da expressão de si mesmo consoante com a estrutura de significados por ele percebida como vigente. Os múltiplos papéis que o indivíduo pode assumir em uma sociedade testemunham a sua complexidade e evolução.

Segundo Barthes, a imagem funciona tanto no nível denotativo quanto conotativo, a análise envolve o ato de decifrar o modo como tais imagens se tornam “codificadas” ou repletas de significado, ou seja, o grau no qual aquilo que de outra forma seria apenas um sinal foi pressionado a ponto de sugerir coisas além de seu valor denotativo.

E Barthes nos apresenta que a razão para este sistema da moda é de ordem econômica: sendo calculadora, a sociedade industrial está condenada a formar consumidores que não calculam. Para que haja o consumo antes do desgaste, se faz necessário um imaginário constituído para despertar o desejo: não é o objeto, é o nome que o faz desejar; não é o sonho, é o símbolo que faz vender.

O desafio está em desvendar este sentido, que objetiva maximizar a eficácia da comunicação; o símbolo é constituído de significante e de significado que lhe correspondem. O símbolo é intermediário entre a imagem e o conceito, esta união, ao ser realizada, caracteriza respectivamente os papéis de significante e significado.

O sistema da moda é um dos instrumentos responsáveis por este movimento: é o coração da sociedade moderna de consumo, que proporciona flexibilidade e coerência à incoerência da descontinuidade do consumo atual: consumo > desgaste. A moda é sustentada por certos grupos produtores, para precipitar a renovação

do vestuário, que seria muito lenta, se dependesse do puro uso. A moda pode definir-se pela relação de dois ritmos: um ritmo de desgaste e um ritmo de compra. Se o ritmo de compra é maior que o ritmo de desgaste, se compra mais do que se gasta, há moda; quanto mais o ritmo de compra supera o ritmo de desgaste, tanto mais forte é a submissão à moda. O ato do consumo de moda é canal de comunicação não-verbal com o grupo. É código de integração e identificação com o grupo de referência, pois simbolismo é código atribuído a objetos pelo qual (quando este código passa por processo de socialização) a sociedade se comunica.

A base de todo o meu trabalho em estudar o comportamento do consumo de moda vem sendo pautada a partir desta idéia. Virou meu mais precioso referencial teórico para todas as minhas pesquisas deste então me guiando nesta busca pelo entendimento e, logo, construção de conhecimento sobre consumo de moda.

Por tudo isso, *O sistema da moda* de Roland Barthes é o livro de moda que marcou minha vida porque ao me apresentar a moda como forma de consumo simbólico me fez buscar o aprofundamento destas questões e definiu meu caminho tanto como cientista de consumo como quanto consultora de negócios de moda. Na minha rotina de trabalho uso o reconhecimento do valor simbólico de bens e serviços como caminho para a criação de atitudes positivas em relação a produtos, a marcas e lojas que expressam os valores individuais das pessoas. O fato é que todo o objeto comercial tem caráter simbólico; fazer compras envolve a avaliação deste simbolismo, para decidir se é ou não adequado ao seu comprador. Como seres humanos nós somos “máquinas de significação”, pois as pessoas atribuem significado a tudo. Nós vivemos para significar, para fazer sentido. Quando a vida não tem mais sentido, queremos morrer.

Quero agradecer ao Barthes por ter feito tudo começar a fazer sentido.

Obrigada.

A pós-modernidade e o terceiro milênio

ANDRÉ RICARDO ROBIC

Quando fui convidado para escrever esse capítulo sobre um livro que marcou a minha vida, no mesmo instante veio à minha mente *Style surfing*, de Ted Polhemus. Os anos se misturaram às lembranças e vivências nas quais as mais diversas referências se juntaram. Apenas dez anos se passaram desde o dia em que encontrei o livro com tema, título e fotos que me despertaram mais do que um interesse imediato, mas uma nova visão de mundo, tudo isso numa época em que encontrar um livro sobre moda, por si só, já era uma tarefa difícil.

O que vestir no terceiro milênio? Essa era a pergunta instigante na capa, e mesmo já trabalhando há bastante tempo na moda, eu não tinha vislumbrado a dimensão exata daquilo que mais tarde eu entenderia como a segunda pele: algo que a gente pode escolher, que nos reveste e representa naquilo que somos, queremos ser ou queremos mostrar que somos, na nossa existência em geral ou num momento recortado dessa existência. A roupa era muito mais do que uma forma de se proteger, ou até mesmo de se expressar, e Ted me fez vê-la como a própria expressão, sintonizada com uma nova época na qual eu já vivia, mas tinha apenas uma breve percepção sobre seu significado, que agora se descortinava à minha frente: a pós-modernidade.

Lá estava eu, mergulhado numa nova dimensão com dezenas, talvez centenas de nomes, estilos de ser, de viver e de se vestir. Aqueles tipos diferentes que via nas viagens ou nas profundezas da noite, de repente passaram a fazer parte da minha vida e do meu dia-a-dia. A aparência, que tinha uma importância relativa para mim, passou a ser superlativa. De um punk pós-moderno a

um crente radical, ou um motoboy, cada pessoa no mundo tem a sua própria forma de se expressar pela sua roupa, acessórios, tatuagens e objetos que utiliza. Até mesmo aqueles que dizem que a moda não tem o mínimo significado em suas vidas se vestem e se apresentam mostrando isso de forma ironicamente nítida.

A Internet mal acabava de surgir, ainda restrita a tribos de cientistas enclausurados, e Ted Polhemus já nos apresentava o *Cybermod*, espaço virtual onde a moda se expressava na interseção entre *Star Wars* e *Quadrophenia*. Mesmo sem saber exatamente o que isso significava, mas intuindo profundamente todas essas sensações ao ver aquelas figuras, eu podia me sentir anos adiante – conseguia até mesmo enxergar uma fresta do nosso mundo de hoje. Um novo conceito de moda apareceu na minha frente – um mundo que transpirava pós-modernidade – moda não tratava de vestuário, mas de tudo aquilo que se pode fazer com o próprio corpo, numa mistura de costumes, roupas, adornos e estilo de vida. Tudo isso se juntava ainda em mais um novo conceito, anos mais tarde exaustivamente repetido pela grande mídia: as *fashion victims*, vítimas da moda, que à semelhança de populações de tribos africanas, se submetiam a qualquer dor que fosse, como alongamento de pescoço ou mutilações em forma de adorno, para estarem “na moda” de suas tribos.

Cenas tão fortes do final dos anos de 1990 não poderiam ficar sem a música correspondente, e os DJ surgiram para fazer a sua história e trazer para o cenário a fusão entre a música e a moda. Enquanto aqui no Brasil os chapéus esdrúxulos e hilários de Zé Pedro animavam as noites paulistanas, eu via surgir uma continuidade e ruptura simultâneas da música dos anos de 1980. Era a morte do *punk rock*, ao menos daquele *punk* contestador e *underground*, que se transformava agora no *punk* de boutique, desfilado pelos estilistas mais conceituados, e dava lugar ao movimento *clubber*, com todo o seu brilho e *glamour*. Tudo isso devidamente profetizado por Ted Polhemus, que talvez tenha sido o

primeiro a notar que o próprio estilo de vida deixava de fazer sentido, dando lugar a um estilo multifacetado e polimórfico, onde o *clubber* da noite de hoje se transforma no executivo do dia seguinte. E assim surgia mais um conceito largamente utilizado pela mídia nos anos seguintes: as tribos.

Tatuagens, música, lugares, trabalho, formas, *piercings*, tudo convergindo cada vez mais para a moda e se misturando nas roupas que expressam mais coisas sobre mais pessoas, informação intensivamente utilizada de todas as formas e em todos os níveis. O mundo se tornou pequeno, a informação disponível, a possibilidade de se expressar individualmente num mundo de combinações infinitas se tornou realidade. E nessa mistura, agregando novos valores, entra o sexo. Ted Polhemus apresenta os travestis e pervertidos, figuras que habitavam os guetos noturnos dos clubes, confessando os desejos inconfessáveis do sadomasoquismo e escancarando o mundo da prostituição passavam a integrar a cena *fashion* das noites, em direção ao *mainstream*. Anos mais tarde, os travestis passariam a povoar *blogs*, discotecas e *shopping centers*, tornando-se parte e muitas vezes ícones da panssexualidade pós-moderna. O novo, o velho, o macho, a fêmea, o burguês e o maluco, o *punk* e o *rock*, o penteado e a cabeleira. Todas as formas bipolares antagônicas deixaram de existir para se fundirem em escalas multimétricas de infinitas dimensões, onde a única verdade absoluta é que não existe verdade. O mundo pós-moderno e o terceiro milênio estavam inaugurados pela visão antecipada e até hoje atual de Ted Polhemus.

A moda sem cara

ASTRID FAÇANHA

Quando descobri recentemente *A dash of daring* [Uma pitada de ousadia], a reveladora biografia de Carmel Snow, escrito por Penélope Rowlands, já havia lido, na seguinte ordem:

Primeiro *DV*, a autobiografia *faction*, mistura de fato e ficção, de Diana Vreeland. Em seguida, a sugestiva *In and out of Vogue*, de Grace Mirabella. E por último, *Front row*, a biografia não-autorizada de Anna Wintour, escrita pelo jornalista Jerry Oppenheimer.

Costuradas nesta seqüência, as memórias das celebradas editoras de moda revelam não só um campo de ação, mas a formação deste campo na legitimação do jornalismo de moda.

Carmel Snow veio antes das outras. Foi mentora da própria Vreeland e, de certa forma, precursora do mito da toda-poderosa e impetuosa Editrix, consagrada em filmes como *Funny Face* e *O Diabo Veste Prada*.

Ela foi editora-chefe da *Harper's Bazaar*, de 1932 a 1960, mas começou na *Vogue* nos anos de 1920. Viveu em um dos momentos mais extraordinários dos tempos modernos e acabou eternizada nos livros de história como a pessoa responsável por batizar a primeira coleção de Christian Dior de *New Look*.

A história, que se desenrola a partir das redações das mais veneradas das revistas de moda, revela, na sua trama, uma intrigante rede de atores e situações. Aqueles que fazem parte da narrativa, ora são os próprios narradores, ora são os protagonistas.

Como coloca a própria Rowlands, na *Harper's Bazaar* da época de Carmel Snow, artistas, escritores, estilistas, *designers* e pessoas da sociedade se misturavam nas páginas e na vida real. Eram tanto colaboradores quanto sujeitos de matérias e editoriais.

Certa edição chegou ao cúmulo de mostrar Salvador Dali pintando o quadro *L'Instant Sublime*, na residência de Coco Chanel, na Riviera Francesa. Mas Dali, que, além de posar para fotos, também escrevia artigos e fazia ilustrações para a revista, estava longe de ser o personagem mais ilustre a passar por aquelas páginas.

Anterior à popularização da fotografia, a revista era ilustrada a mão no traço *art déco* de Erté, por exemplo, ou, no fauvista de Raoul Dufy. E, até mesmo, com croquis do próprio Christian Dior, antes de se decidir por desenhar somente suas próprias coleções.

O livro revela ainda que Dufy, em plena semana de moda em Paris, chegou a contribuir com a ilustração de compradores americanos em um desfile, onde diziam que havia capturado “o calor, a fumaça, a tensão e até as horas, das 17 às 20”.

Man Ray, que já havia trabalhado com o estilista Paul Poiret foi um dos primeiros a contribuir com imagens fotográficas de desfiles e editoriais de moda às vezes mostrando o mesmo vestido de vários ângulos diferentes. Ou então, modelos fazendo “algo que não fosse posar para a foto”. E, com isso, conseguia retirar da fotografia de moda, a obrigação de retratar a realidade.

Cartier Bresson, Louise Dahl-Wolfe e Richard Avedon foram outros talentos que começaram a se consagrar na arte de fotografar nas páginas da *Bazaar*.

Além da imagem, que segundo o relato de um fotógrafo, “deveria ficar em pé e contar uma história por si própria”, a *Bazaar* tinha outro trunfo nas dobras das suas páginas: a publicação rotineira de ficção em suas edições.

Para este fim, o *casting* de autores era de causar inveja até na revista *New Yorker* e ia de Dorothy Parker a Truman Capote. Alguns manuscritos chegavam a ser publicados primeiro na revista, em capítulos, e só depois viravam livros.

Além do faro apurado para revelar novos talentos, Carmel Snow tinha a tal pitada de ousadia. Era conhecida como uma *hands on editor*, literalmente, “editora que põe a mão na massa”. A *Bazaar*

sob sua tutela, segundo o historiador Cavin Tons, “era uma revista de editor-autor”.

Carmel Snow foi pioneira em mais de uma ocasião: foi a primeira editora de moda a fotografar uma pessoa negra para uma revista de moda de grande circulação. A primeira editora de moda a atravessar o Oceano Atlântico de avião para cobrir as coleções em Paris. Além de ser a primeira a comentar os desfiles por rádio de ondas curtas.

Terminei o livro pensando no artigo chamado *Faceless Fashion* que havia circulado na revista *Newsweek*, no mês de junho de 2007. Segundo este artigo, a atual “moda sem cara”, dos anos 2007 estaria dominada por marcas cada vez mais poderosas, que ofuscam estilistas com nomes cada vez mais difíceis de lembrar.

Até que ponto o mesmo não acontece com as revistas de moda? Grandes títulos como a *Harper’s Bazaar* e a *Vogue*, fundadas, respectivamente em novembro de 1867 e dezembro de 1892, são, até hoje, referências para o jornalismo de moda. Mas o que aconteceu com as Carmels, Vreelands e Wintours?

Os limites da moda

BITI AVERBACH

Minhas primeiras lembranças com relação à moda vêm de quando eu tinha quatro ou cinco anos de idade. Nessa época, costumava brincar com as roupas da minha avó materna. Seus armários e gavetas, repletos de trajes fascinantes – como camisolas longas e rendadas, de cores açucaradas – me transportavam para o mundo mágico das princesas e rainhas das histórias infantis, ao mesmo tempo em que me investiam de um poder que vinha do mundo dos adultos: o de escolher as próprias roupas e, assim, comunicar uma série de valores. É claro que eu não tinha consciência de todos esses processos, mas intuitivamente, com a clareza que só as crianças têm, lidava com estas questões. E hoje, olhando retrospectivamente, considero que estas brincadeiras foram determinantes para formar minha visão de moda.

Sempre me rebelei contra o fato de a moda ser considerada, por muitos, como uma matéria fútil. É claro que há futilidade envolvida neste meio, assim como há em muitos outros. Mas desde sempre me pareceu que, por seu aspecto lúdico e sua capacidade de comunicação, a moda não deveria ser encarada com descaso ou leviandade. Por isso, desde o início da minha carreira, procurei ler e entender a subjetividade envolvida no ato de se vestir.

Foram muitos os livros que contribuíram para aprofundar minha visão sobre o assunto: desde aqueles que falam sobre, história da moda, quanto outros mais teóricos, que falam sobre os mecanismos de diferenciação social, o poder de sedução do consumo, entre outros.

A razão pela qual decidi indicar *Xtreme fashion*, de Courtenay Smith, é que ele apresenta, de forma clara, por meio dos traba-

lhos de estilistas, *designers*, artistas e inventores, de várias partes do mundo, que é possível estender os limites do que é moda, sua utilidade e sua interação com as pessoas e o meio ambiente.

São muitas as questões abordadas na publicação. Algumas se baseiam em atitudes políticas, outras em inovações tecnológicas, outras, ainda, em subversões de identidade ou de utilidade. Como denominador comum pode-se dizer que todas essas idéias inspiram e questionam os paradigmas do que pode ser considerado “roupa”, e sugerem novas formas de pensar e de entender a moda contemporânea.

Portas abertas para novos mundos

CAMILA PERLINGEIRO

O mesmo vestido é indecente até dez anos antes de seu tempo;
audaz um ano antes de seu tempo; chique no seu tempo;
ridículo cinco anos após seu tempo; horroroso vinte anos após seu tempo;
divertido trinta anos após seu tempo; romântico cem anos após seu tempo
e bonito cento e cinquenta anos após seu tempo.

James Laver

Em 1996 comprei o livro *A roupa e a moda: uma história concisa*, do britânico James Laver (1899-1975). O autor, um dos maiores especialistas ingleses na história das roupas, foi curador no Victoria and Albert Museum em Londres de 1938 a 1959. É autor de diversos livros, mas somente este foi publicado no Brasil.

James Laver seguiu comigo durante todos os meus anos acadêmicos. Logo depois de me formar na faculdade de Marketing em 1995 e ter finalizado minha monografia, iniciei a Escola de Moda Cândido Mendes, no Rio de Janeiro em 1997, e depois um mestrado em *Museum studies: costume and textiles* no Fashion Institute of Technology, em Nova York, em 1998-2000.

Aprendi com James Laver que estudar moda era mais do que ler os escassos livros sobre o assunto e ler revistas femininas. Aprendi que uma das fontes mais ricas de estudo da indumentária de outros tempos eram as pinturas, esculturas e mesmo as tapeçarias. *A roupa e a moda* me apresentou uma de minhas pinturas favoritas: “O casamento de Giovanni Arnolfini e Giovana Cenami”, 1434, de Jan van Eyck (circa 1390-1441), parte da coleção do National Gallery, em Londres, um dos ícones do Renascimento flamengo.

O livro, dividido em dez capítulos, concentra-se na evolução das roupas no mundo ocidental, examinando-as desde a Pré-História, passando pelas primeiras civilizações, Antiguidade Clássica, até chegar na Europa Ocidental, desde a Idade Média até o final da década de 1930.

Já o último capítulo foi escrito pela historiadora de moda Christina Probert, e publicado pela primeira vez na edição brasileira em 1982, como uma forma de atualização do livro. *A era do individualismo* começa logo no início da Segunda Guerra nos anos de 1940 e vai até o final da década de 1970. Além disso, este capítulo também inclui os Estados Unidos, que se aproveitou de uma menor restrição durante os anos de guerra e também do seu fortalecimento na indústria cinematográfica para ganhar o mercado de massa e criar tendências que iriam influenciar o mundo inteiro.

Até a pequena bibliografia citada serviu para abrir portas para outras etapas na minha formação. Foi aonde li pela primeira vez o nome de François Boucher, autor da bíblia *20.000 years of fashion*, livro hoje esgotado e disputado no mundo inteiro.

Hoje, terminados os meus estudos e já uma profissional estabelecida, se me perguntarem qual o meu livro predileto, não vou responder “o livro do James Laver”, pois é uma obra que abrange muitos períodos da história das roupas de uma só vez, e de forma muito vaga. Além disso, as imagens em preto-e-branco e seu *design* desatualizado, deixam um pouco a desejar se compararmos com as edições cuidadosas a que hoje em dia temos acesso. Mas, *A roupa e a moda* foi crucial na minha formação em indumentária, e foi justamente o conteúdo vago, mencionado anteriormente, que aguçou a minha curiosidade em estudar mais profundamente vários aspectos da indumentária, entre eles a história dos trajes de banho – uma grande paixão, e os rufos, tão bem documentados na pinturas holandesas.

Roupas que abraçam

CAROL GARCIA

O e-mail dizia mais ou menos assim: “eu estava vivendo em Londres quando meu mundo virou de cabeça para baixo e tive de voltar para casa. Quando meu avião aterrissou em Sydney, tudo que eu tinha era uma mala cheia de roupas e um mundo de problemas”. Embora a Internet seja uma de minhas maiores aliadas, confesso que lixo virtual me causa arrepios. Cuido da saúde do anti-spam mais do que da minha própria só para me safar das correntes eletrônicas. Assim, quando a história do australiano Juan Mann enveredou-se na minha caixa postal pela primeira vez, é claro que foi imediatamente despachada para a lixeira do Windows.

Acho que foi sua incrível teimosia que me venceu. Diariamente, as incansáveis ondas da Internet traziam-me outra e mais outra versão do mesmo e-mail, todas devidamente encaminhadas por gente respeitável e dona da minha maior admiração. Fui repetindo mentalmente que ler é sempre uma aventura positiva e que nenhum eventual vírus é invencível, enquanto a tentação de descobrir quem era o tal Juan Mann aumentava. Certo dia, uma bela canção da banda australiana Sick Puppies, importada do YouTube para musicar a história, convenceu-me. Abri a mensagem.

Descobri que Juan Mann é um homem para quem roupas – ainda que feitas de papel – podem ser capazes de nos separar de um presente insuportável evocando memórias, possibilidades e interações. Até pouco tempo, ele era apenas um homem-sanduíche vestido com um cartaz onde se lia, dos dois lados, a inscrição “abraços grátis”. Parado em frente ao Pitt Street Mall, em Sydney, Austrália, ele oferecia abraços gratuitos para quem passasse à sua frente, incluindo Shimon Moore, líder da banda Sick Puppies, que transformou sua história em “All the same”, um dos

clipes de maior circulação na rede eletrônica. Quando descobri suas aventuras, pensei imediatamente em Peter Stallybrass. Historiador interessado na sexualidade, no colonialismo, na história do estado-nação e nas roupas que trocava com seu melhor amigo, Allon, Stallybrass sempre soube explicar como ninguém porque comunicar é criar e manter vínculos. Acho que iria simpatizar com Juan Mann.

Em *O casaco de Marx: roupas, memórias, dor*, ele conta como uma velha jaqueta – antes pertencente a Allon – se transformou no toque amoroso do amigo distante. Feito os abraços do homem-sanduíche que circulam anônimos com emoção, o autor se deixa envolver pela roupa herdada para depois discorrer sobre as aventuras vividas pelo casaco usado por Karl Marx quando este escrevia *O capital*. É assim, quando as idas e vindas dos looks descritos por Stallybrass ganham corpo, que eles roçam nossa cou-raça emocional e entrelaçam histórias de vida.

Referências históricas dissolvem-se em cumplicidades capazes de dotar jaquetas e casacos não só de legitimidade como da impressionante capacidade de vincular pessoas – a mesma que Juan Mann desempenha ao vestir estranhos com um cartaz e o calor de sua própria pele. Advindas da memória afetiva, as roupas que abraçam o discurso do historiador desmascaram a homogeneidade dos programas de comportamento. Como bem diz o próprio Stallybrass, “*uma rede de roupas pode efetuar as conexões do amor através das fronteiras da ausência*”. E um abraço, nem que seja de nossas próprias roupas, pode ser tudo de que precisamos.

Todos os aspectos da moda

CRIB TANAKA

Ela está na moda. Ele não tem modos. Essas frases estão gravadas até hoje na minha memória. Na infância, faziam parte de um mundo exterior, dos adultos. Mas foi ali que o olhar ficou mais aguçado, começando a entender o que era e o que não era tendência, o que era “chique” ou não – tudo por meio dos olhos de mãe, avó e costureira, um trio que adorava ter a minha volta uma vez por mês, dando forma a vestidos de noite ou elaborando *chemisiers*, tecendo comentários que iam de figurinos de cinema à beleza de atrizes imortais e clássicas. Os modos começaram a serem centrados e desenvolvidos ali também: entendia o que era bem aceito ou não naquele meio em que eu observava e circulava mais do que opinava. E isso permeava tanto o uso de determinados vestidos para festas e a alegria em ser elogiada por ser a menina mais bem vestida do lugar, como a maneira de sentar ou falar com alguém. São essas nuances – às vezes com fronteiras bem delimitadas, às vezes misturando-se nos jantares, ruas e esquinas – que aparecem claramente em *Modos de homem e modas de mulher*, de Gilberto Freyre, que escolhi como referência.

Sempre um mestre na maneira de verbalizar conhecimentos de antropologia e sociologia brasileira, Freyre me mostrou claramente que a moda está em pequenas entrelinhas: no jeito que a brasileira anda, na maneira de adequar peças estrangeiras ao clima tropical, na valorização de determinadas partes do corpo, na herança colonizada de olhar para fora buscando inspiração e referências. A leitura me apresentou lugares que pareciam comuns, mostrando que a moda convive em qualquer ambiente, confundindo-se com modos de pensamento, desejos, maneiras

e posicionamentos. Toda essa miscelânea – o livro é ágil e traz infinitos pontos de vista e observações – , apoiada pela narrativa tão própria e informal de Freyre, esclareceu aspectos que eu tinha como hipóteses desconexas em relação ao que seria moda. E tudo, de fato, forma esse universo peculiar e muito abrangente, onde o autor não se intimida em entrar.

A ligação histórica e comportamental das roupas com o mundo, além de seu uso como instrumento para alcance de *status* e enquadramento em determinadas classes sociais e grupos, é analisada e vista por pontos simples, mas não óbvios. A percepção de que a roupa é instrumento social e fundamental para expressão de uma opinião e cultura norteia o texto. A masculinização das mulheres, ligada à busca de um espaço no mundo, assim como as mudanças nos ritmos de andar são citados e conectados às roupas e seus usos, sendo as transformações a representação estética de uma atitude. Se antes da Primeira Guerra, o caminhar era mais lento (as saias eram longas), depois, com as novas urgências e comprimentos mais curtos de saia, nascia uma outra postura. Hoje, com mil e uma opções de modelos, cores, tecidos, você escolhe a roupa que melhor acompanha seus desejos. A moda unissex, que aparece por intermédio da busca da igualdade sexual, e a busca das mulheres mais velhas por modas que reflitam personalidade e aparência mais jovial também são citados. As lembranças vão de James Joyce a Sonia Braga, dos hippies às baianas e passam pela literatura, arquitetura, artes e manifestos.

O tom é sempre otimista, o que se acentua quando Freyre comenta sobre *designers* brasileiros que, desde o final dos anos de 1980, começaram a preocupar-se em adaptar as modas de fora (sempre tão distantes em cores, tecidos e formas) ao clima quente e ao corpo voluptuoso de nossas mulheres, aumentando decotes, minimizando formas e criando coloridos típicos de uma miscigenação rica culturalmente e visualmente – temos tons de pele que dariam uma bela cartela. A alma levemente provincia-

na, colonizada, resiste e ainda impõe referências distantes, mas é integrada ao jeito de viver do brasileiro, ao despojamento que as altas temperaturas pedem e aos movimentos dos corpos, menos rígidos que os estrangeiros, mais volumosos em partes que cadenciam o andar e chamam olhares alheios.

Sem a pretensão de ser referência ou de ser refinado, mas claramente importante para quem quer se aprofundar nos trejeitos que ligam modas a modos, o livro deve ficar próximo e ser sempre relido, conforme o olhar vai sendo apurado, mostrando sempre mais um parágrafo especial. E sempre levando a labirintos e caminhos que convergem num só ponto: a moda convive em todos os aspectos.

O império do estilo

CRISTIANE MESQUITA

As fotos num álbum de retratos de família atualizam algumas sensações e remexem os armários da memória. Não. Não é preciso insistir na idéia de que as roupas são elementos primordiais na composição de universos. Ou será que é preciso? Ao lembrar de minha própria trajetória, talvez responda que sim. Sim, foi o incômodo de transitar profissionalmente da “profundidade e importância” das teorias do inconsciente para o terreno “frívolo” das aparências; do trabalho engajado na saúde para as dinâmicas do mercado; do consultório para a vitrine; do território para um lugar qualquer... Sim, foi esse desconforto que acompanhou minha transição da atuação em Psicologia para o trabalho em diversos setores da moda.

Sapato apertado, saia justa, costura que se rompe, mancha no paletó. Zíper arreventado, meia desfiada, salto quebrado. Constrangimento. Sim, sou psicóloga, mas trabalho com moda. Continuo me “chamando” psicóloga? Duas estampas por demais díspares? Idéias e sensações me afetavam. Era uma necessidade empreender novas conexões. Haveria como costurar melhor a moda no mundo?

Encontrar *O império do efêmero*, nesta híbrida trajetória profissional iniciada aos 21 anos, foi um verdadeiro acontecimento. Até abrir aquele livro de capa sedutora, eu apenas vivenciava – ainda que intuitivamente pressentisse – as inúmeras variáveis que poderiam conectar moda e modos de vida. Minha edição é de 1989, ano no qual ganhei o livro de presente. De início, foi só uma passada de olhos e a leve sensação de que aquele autor dizia coisas muito interessantes. Um suspiro de alívio pela possibilidade de interlocução. Depois disso, vários percursos me le-

varam a ler com atenção, reler, marcar, rabiscar: três cores de marca-texto diferentes, inúmeros post-its, setas, palavras-chave povoam as quase 300 páginas. Devo confessar que meu volume está caindo aos pedaços... E que isso muito me alegra, pois é fruto de meus trajetos e diálogos com ele.

A (bem-vinda) complexidade com a qual Gilles Lipovetsky descreve a instauração do sistema da moda, ao apresentar o cruzamento de vetores constituintes da Modernidade, é pura luz para uma introdução às conexões, que me instigavam cada vez mais, a partir de minha experiência inicial de trabalho, no varejo de moda. Apesar de já ter tido algum contato com a história da indumentária, foi com o livro que pude ver explícitas as idéias de que a variação sistemática do vestuário, o surgimento da figura do estilista, os desejos de diferenciação e expressão de si têm tudo a ver com a construção histórica daquilo que chamamos “eu” ou “você”. E que os modos de funcionamento social, econômico, político, cultural e artístico de determinada época interagem todo o tempo com a maneira como o corpo e a aparência são percebidos, investidos e (re)construídos.

Além disso, a insistência do autor sobre o paradoxo fundador e mantenedor do funcionamento da moda – padronização e diferenciação – é superesclarecedora para a compreensão da evolução de todo o processo de consolidação deste sistema, que vai moldar as engrenagens de diversos setores da sociedade de consumo. Paralelamente, a constante evocação das ligações da moda com as noções de tempo, individualismo e esteticismo me proporcionaram uma verdadeira multiplicação de idéias.

Mais adiante, o “Efêmero” (apelido carinhoso) me ajudou nas pesquisas para o documentário *Mas isto é moda?* e inspirou as aulas para um curso de extensão na FAAP *Moda – Roupas, moda, linguagem e comportamento*, minha primeira experiência em classe. E também para os calouros da graduação da Universidade Anhembi Morumbi, onde comecei a lecionar em 1996: eu expunha as

teorias do autor no primeiro mês de aula... E, por isso, era tão amada quanto odiada: quem estava no curso com o objetivo de ser modelo ou aprender a se vestir bem, desistia ali mesmo...

Ainda mais tarde, foi Lipovetsky – com sua perspectiva atravessada pela Filosofia – quem contribuiu para muitas das minhas articulações na pesquisa de mestrado. Além de me proporcionar produtivas reflexões sobre a sociedade de consumo, a primeira parte do livro – nomeada poeticamente como *O féérico das aparências* – foi essencial para minha escrita, especialmente na composição de minha própria cartografia do sistema, nomeado *Moda movediça*. A oportunidade de cruzar suas teorias com outros pensadores me retirou do constrangimento inicial de minha trajetória: nem um inconsciente “tão profundo”, nem as aparências “tão frívolas”... Ou ainda, as aparências e a própria frivolidade como potentes estratégias de ação, expressão e criação. Aparências e existências engendrando-se mutuamente.

Foi com este tipo de olhar que *O império do efêmero* também contribuiu e funcionou como referência constante para o livro que eu publicaria quatro anos depois. Se, por um lado, meu encontro com este corpo teórico misturou a moda nos fluxos do mundo, por outro, também me apontou o desejo de problematizar alguns modos de inserção da moda na subjetividade contemporânea. Lipovetsky está presente como referência em muitos momentos de minhas conexões possíveis. E habita todas as bibliografias básicas que eu componho para cursos de graduação e pós-graduação, em orientação de projetos e disciplinas, assim como Pesquisa e Criação, Pesquisa Conceitual e Moda Contemporânea.

Certamente, as intensas transformações nos modos de funcionamento da subjetividade contemporânea, em especial na década de 1990, já nos confirmam alterações de algumas das lógicas propostas por Lipovetsky. E, muito possivelmente, o século XXI comprove que as aparências não mais habitem propriamente o império do efêmero, mas o império do estilo. De

toda forma, este belo título é muito instigante para aqueles que se interessam em olhar a moda como fértil terreno de compreensão do que se passa no mundo. Aos que reclamam e dizem não passar das primeiras páginas – tamanha sensação de incompreensão – sugiro persistência, estudos em grupo, visitas intermitentes, sorteio de páginas e, até mesmo, a ousadia de começar a ler pelo último capítulo. E o essencial: um exercício de gentileza com a complexidade. Desistir, jamais!