

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY

UNIGRANRIO

ESCREVENDO MODA COM RONALDO FRAGA:

NAS VEREDAS DE GUIMARÃES ROSA

ELI DIAS DE JESUS

DUQUE DE CAXIAS

2018

CATALOGAÇÃO NA FONTE/BIBLIOTECA - UNIGRANRIO

J58e Jesus, Eli Dias de.

Escrevendo Moda com Ronaldo Fraga: Nas Veredas de
Guimarães Rosa / Eli Dias de Jesus. – 2018.

92 f: il.; 30 cm.

Dissertação (mestrado em Humanidades, Culturas e Artes) –
Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy”, Escola
de Educação, Ciências, Letras, Artes e Humanidades, 2018.

“Orientadora: Profa. Anna Paula Soares Lemos”.

Bibliografia: f. 92-96.

1. Educação. 2. Moda. 3. Literatura. 4. Interdisciplinaridade.
I. Lemos, Anna Paula Soares. II. Universidade do Grande Rio “Prof.
José de Souza Herdy. III. Título.

CDD – 370

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY

UNIGRANRIO

ESCREVENDO MODA COM RONALDO FRAGA:

NAS VEREDAS DE GUIMARÃES ROSA

Texto apresentado à Banca de Defesa de Mestrado, em cumprimento às exigências do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes da Universidade do Grande Rio Professor José de Souza Herdy – UNIGRANRIO, sob a orientação da Professora Doutora Anna Paula Soares Lemos.

DUQUE DE CAXIAS

2018

TRANS 'BORDANDO' DE AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus, que por algum motivo, me permitiu concluir este projeto.

Ao amor da minha vida, Ramon! Meu marido, amigo e anjo da guarda que nunca desistiu de mim, me incentivando, apoiando e ajudando em todas as fases de construção deste trabalho!

À minha mãe, que me ensinou a costurar, mesmo sem saber disso! Ao meu pai, que me ensinou na prática que só com trabalho e luta conquistamos nossos objetivos!

Meu incansável obrigado à Professora Doutora Anna Paula Soares Lemos por, antes e acima de tudo, nunca permitir que eu desistisse!

Meus eternos agradecimentos à Professora Doutora Vera Lúcia Teixeira Kauss, pelo carinho e paciência incessantes.

A todo o corpo docente e funcionários do Programa de Pós-graduação em Humanidades Culturas e Artes da Unigranrio, agradeço pelo companheirismo e amizade que fez toda a diferença como referencial neste projeto!

Ao meu “anjo acadêmico” Michele Dias Augusto pelas incansáveis ajudas para o desenvolvimento deste trabalho, mesmo antes de ele ser concebido!

A minha grande amiga Nazira Salles! Sem a sua presença na minha vida não teria iniciado essa longa jornada profissional e certamente não teria chegado até aqui!

Agradeço a Ronaldo Fraga, dono de uma “mineirice” e brasilidade apaixonantes, por todas as contribuições ao longo da construção desta pesquisa que se refletem no resultado desta dissertação!

E por último, mas não menos importante, agradeço à minha amiga Rosimeri Duda Martins, irmã que o mestrado me deu, por todo o incentivo e apoio ao longo desta caminhada!

RESUMO

A presente pesquisa apresenta um estudo para o entendimento da correlação moda-literatura, a partir de uma perspectiva mais ampla, interligando os saberes sob diferentes contextos para, a partir de novos paradigmas, repensarmos o mundo e a vida na sua totalidade. Seu principal objeto de estudo é a Coleção de moda desenvolvida pelo estilista brasileiro Ronaldo Fraga para o verão de 2007, intitulada “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”, inspirada no romance *Grande Sertão: Veredas*, de João Guimarães Rosa. O objetivo desta pesquisa é identificar a metodologia do projeto de uma coleção de moda e sua relação com outras áreas de conhecimento, principalmente a literatura. Dessa forma, o trabalho propõe uma reflexão à relevância cultural proposta pelo trabalho de Fraga, num mundo em que a imagem do indivíduo contemporâneo assume um hibridismo de arquétipos distantes da cultura a qual pertencemos.

Palavras-chave: Moda. Literatura. Interdisciplinaridade.

ABSTRACT

This research presents a study for the understanding of the correlation of fashion-literature, from a broader perspective, interconnecting the knowledges under different contexts and, from new paradigms, to rethink the world and life in its All. Its main object of study is the collection of fashion developed by Brazilian stylist Ronaldo Fraga for the summer of 2007, entitled "The Snake: Laughs - A story for Guimarães Rosa", inspired by the novel Grande Sertão: Veredas, by João Guimarães Rosa. The purpose of this research is to identify the design methodology of a collection of fashion and its relationship with other areas of knowledge, mainly literature. In this way, the work proposes a reflection of the cultural relevance proposed by Fraga's work, in a world where the images of the contemporary individual took on a hybridism of archetypes far from the culture to which we belong.

Key words: Fashion. Literature. Interdisciplinarity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO I – INTERDISCIPLINARIDADE FASHION: O FLERTE DA MODA COM OUTROS SABERES	14
1.1 - Ronaldo Fraga: Um poeta fashion em defesa da cultura nacional	15
1.2 - Moda, Globalização e Diversidade Cultural Brasileira: Diálogos possíveis	17
1.3 - Moda e Literatura – Diálogos Interdisciplinares	27
1.4 - Moda e transversalidade rizomática. A multiplicidade de saberes como aliada do desenvolvimento de produtos de moda	38
CAPÍTULO II – O PROCESSO CRIATIVO DE UMA COLEÇÃO DE MODA	42
2.1 - A escolha do tema da coleção	46
2.2 - Definição da matéria prima	50
2.3 - Cartela de cores	56
2.4 - Tratamentos de superfície	63
2.5 – Desenhos	68
CAPÍTULO III – AS TRAMAS ROSIANAS DA COLEÇÃO “A COBRA: RI – UMA ESTÓRIA PARA GUIMARÃES ROSA”	74
3.1 - A produção do desfile “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”	75
3.2 - Escrevendo, desenhando e costurando a coleção “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”	80
PESPONTOS FINAIS	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

Tecendo a Manhã.

"Um galo sozinho não tece a manhã:
ele precisará sempre de outros galos.
De um que apanhe esse grito que ele
e o lance a outro: de outro galo
que apanhe o grito que um galo antes
e o lance a outro; e de outros galos
que com muitos outros galos se cruzam
os fios de sol de seus gritos de galo
para que a manhã, desde uma tela tênue,
se vá tecendo, entre todos os galos.

E se encorpando em tela, entre todos,
se erguendo tenda, onde entrem todos,
se entretendendo para todos, no toldo
(a manhã) que plana livre de armação.
A manhã, toldo de um tecido tão aéreo
que, tecido, se eleva por si: luz balão".

João Cabral de Melo Neto

INTRODUÇÃO

O tear desta pesquisa encontra sua origem na inquietude gerada pelo olhar periférico direcionado à temática moda no Brasil, urdindo seus fios no sentido de legitimar sua relevância e entrelaçando suas tramas no viés de ratificar sua conexão com a complexidade de ligamentos que tecem a malha da vida. O fio condutor utilizado neste tecimento é a relação interdisciplinar da moda com a literatura brasileira, que finda por ecoar a valorização da nossa cultura, contemplada nas duas formas de linguagem.

Filho de Costureira, cresci em meio a modelagens, máquinas de costura, cheiro de tecido novo e o delicioso ruído da tesoura que os cortava. Embora meu pai se preocupasse com o fato de brincar com as bonecas das minhas irmãs, estava eu apenas a estimular minha criatividade, quando costurava roupinhas para elas com as sobras dos tecidos de minha mãe. O desenho também já fazia parte da brincadeira diária e cotidiana desde a infância. Porém, na adolescência, sem o incentivo de meus pais, acabei optando por uma carreira na área de saúde, que me trouxe muito prazer, mas não uma realização profissional plena. Decidi então, aos 32 anos de idade, entrelaçar novos fios às minhas veredas e me matriculei numa faculdade de moda. Para minha surpresa, foi convidado para a aula inaugural um estilista mineiro chamado Ronaldo Fraga, até então desconhecido para mim, ainda leigo neste universo. Foi amor à primeira vista! Fui arrebatado pelas suas histórias de determinação e luta para alcançar seus objetivos e principalmente pela paixão e valorização da cultura nacional contida em seu trabalho. Naquele momento fui picado pela agulha da moda que penetrou em minhas veias, nunca mais me libertando deste vício que me conduziu até este momento em que, através da pesquisa deste trabalho, exalto e homenageio Ronaldo Fraga pela delicadeza e sensibilidade do seu trabalho,

que evidencia a real possibilidade de impressão autoral na moda, bem como o enaltecimento da cultura brasileira.

Em seu contexto histórico, a moda é tecida no viés de transformações de fenômenos sociológicos, psicológicos e plásticos, inerentes à economia, política, religião, arquitetura, artes, decoração, música, literatura e pensamento filosófico, dentre outros. Fato este que a torna, na sua própria natureza, interdependente e interligada às múltiplas tramas do conhecimento humano, distanciando-a incontestavelmente de um conceito meramente frívolo e pueril.

Objetivando fundamentar tais conceitos, entrelaçamos aqui os fios do nosso objeto de estudo. Em julho de 2006 o renomado estilista brasileiro Ronaldo Fraga apresentou sua coleção para o verão 2006 / 2007, intitulada “A Cobra: Ri – Uma Estória de Guimarães Rosa”, com modelos extraídos completamente do universo do escritor João Guimarães Rosa para traduzir em formas, estampas e cores o imaginário fantástico da obra literária *Grande Sertão: Veredas*. Este trabalho é tecido com o objetivo principal de alinhar as similaridades das criações de Ronaldo Fraga com os aspectos de estilo plástico descrito na obra de Guimarães Rosa e evidenciar a relevância das criações do estilista no contexto cultural brasileiro.

O discurso narrativo social e visual das obras literárias produzem ferramentas para o imaginário da criação e o desenvolvimento de coleções de moda e fornecem os conceitos propostos de maneira lúdica e rica no uso de signos para transmissão de sua mensagem. De forma semelhante a literatura não raro, discorre sobre o conceito da indumentária e da moda para tecer interpretações como suporte para narrativas de identidade culturais, sociais e de gênero, concedendo assim força aos seus personagens e situando-os no contexto de tempo e espaço propostos pelo texto.

A correlação da moda com a literatura, gêneros aparentemente distintos, fundamenta-se ludicamente na etimologia da palavra texto, possibilitando de forma acertada a metáfora texto/tecido aqui apresentada. A palavra texto origina-se do latim *textum*, que significa “tecido, entrelaçamento”. Um texto literário, portanto, é o resultado da dinâmica de tecer, de entrelaçar elementos e frações, resultando num conjunto inter-relacionado que assegura sua unidade, um tecido composto do entrecruzamento de palavras que organizam uma trama complexa.

Tal complexidade do texto literário, igualmente nos conduziu a investigações do *pensamento complexo* de Edgar Morin, que enxerga o mundo como um todo indissociável e preconiza um olhar multidisciplinar e multirreferenciado para a formação do conhecimento. Segundo Morin (2001):

O que é a complexidade? Em primeiro lugar, a complexidade é um tecido (*complexus*: o que é tecido junto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: ela compreende o paradoxo do uno e do múltiplo. Em segundo lugar, a complexidade é efetivamente o tecido de eventos, ações, interações, retroações, determinações, aleatoriedades, que constituem nosso mundo fenomenal. Mas ainda, a complexidade se apresenta como os traços inquietantes de emaranhados, do inextricável, da desordem, da ambiguidade, da incerteza (...). (MORIN, 2001, p. 272).

Para Morin, a vida intelectual é inerente à vida de experiências entrelaçadas em um conjunto de tramas que formam a condição humana, sejam elas sociais, biológicas, afetivas ou psíquicas.

Vislumbrar o *complexus* como “o que é tecido junto” inevitavelmente nos fez remeter ao *tecido*, a principal matéria-prima utilizada na indústria da moda. Um tecido é construído através do entrelaçamento de fios, que por sua vez, são formados a partir da junção de fibras, que são pequenos filamentos, unidos por um processo de fiação (Fig. 01).

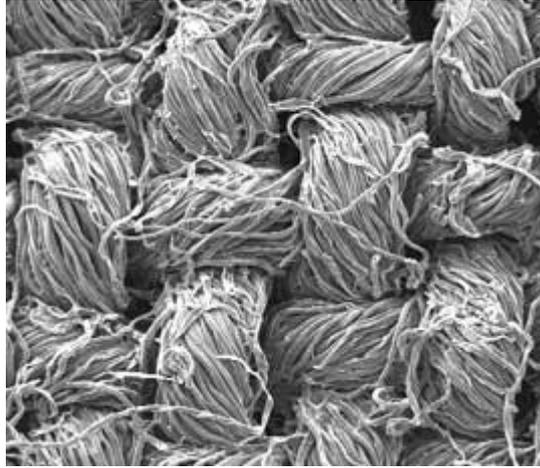


FIGURA 01 – Fibras, fios e tramas de um tecido, em perspectiva ampliada.
Fonte: Journal of Cotton Science. <<http://www.cotton.org/journal/2008-12/3/>>

Metaforicamente comparamos aqui as fibras fragmentadas, com sua infinidade de formas únicas, unidas uma a uma, com a diversidade de conhecimento das mais variadas esferas que acumulamos ao longo da vida. Por sua vez, os fios longilíneos originados da união das mesmas nos remetem à forma como organizamos o conhecimento fragmentado, de modo a fortalece-lo, tornando-o realmente útil para as diversas tramas da nossa existência: o tecido. O tecido apenas será formado a partir deste processo e as fibras ou os fios, dissociados, não cumprirão com esta função.

O eixo temático texto/tecido/complexidade serve-nos de suporte para fundamentarmos a presente pesquisa, objetivando o entendimento da correlação moda-literatura, a partir de uma perspectiva mais ampla, interligando os saberes sob diferentes contextos e a partir de novos paradigmas repensarmos o mundo e a vida na sua totalidade.

O tear desta pesquisa tece seus fios pautado pelo método qualitativo-indutivo e pela pesquisa bibliográfica. Constituindo-se por três capítulos, tramados de forma a deferir nossas questões centrais. Assim sendo, o primeiro capítulo entrelaça-nos ao trabalho do estilista Ronaldo Fraga, indicando-nos a partir de suas criações, as

possibilidades de tecer diálogos interdisciplinares com outros saberes através da moda, contemplando ainda desta forma o fomento pela diversidade cultural brasileira. No segundo capítulo voltaremos nossa atenção para as diversas etapas envolvidas no processo de criação e planejamento de uma coleção de moda, objetivando uma compreensão mais detalhada da coleção para o verão 2006 / 2007, nosso principal objeto de pesquisa. O capítulo final voltar-se-á para a análise da transposição da linguagem literária para a linguagem visual da criação de Ronaldo Fraga.

Outros fios, objetivamente aqui agregados, fortalecem nossa trama em reflexão à relevância cultural proposta pelo trabalho de Fraga, num mundo em que as identidades, tal qual o conhecimento, foram fragmentadas num hibridismo de arquétipos muitas vezes distantes da cultura a qual pertencemos. Em suas criações, Ronaldo Fraga fia, tece e borda suas coleções com elementos que exaltam a cultura brasileira. Desta maneira, nosso querer maior ao entrelaçar nosso texto-tecido é evidenciar que o *complexus* dos múltiplos saberes que tecemos ao longo da vida é o grande responsável por nos tornar parte do todo, fortalecendo assim a trama da nossa existência.

CAPÍTULO 1 – INTERDISCIPLINARIDADE *FASHION*: O FLERTE DA MODA COM OUTROS SABERES COMO CONSTITUINTES DE SUA LINGUAGEM

O hábito de cobrir o corpo com vestes sempre se perpetuou como um signo que se deslocava para além da simples função de proteger-se da nudez ou das intempéries climáticas. Na pré-história, utilizar as peles de ferozes animais como vestimenta bem como exibir seus dentes e garras como adornos serviam também ao propósito de demonstrar bravura e poder de caça, obtendo destaque no grupo. (BRAGA, 2011, p.18). No Egito antigo, o tipo de tecido e a técnica empregada para a confecção dos trajes demarcavam a posição que o indivíduo ocupava na sociedade:

Quanto mais alta a posição do indivíduo, melhor o tecido que podia usar. O *shenti* do faraó era confeccionado em linho puro e, possivelmente, enriquecido com fios de ouro. No outro extremo da escala, a tanga padrão usada pelos homens comuns era confeccionada em fibras vegetais ou couro. A trama dos tecidos também variava de acordo com a posição social. (COSGRAVE, 2000, p. 17).

Da mesma forma, Cosgrave relata que, na Idade Média, roupas com símbolos ou emblemas padronizados eram utilizadas por indivíduos que ocupavam maior destaque social, com o objetivo de distinguir uma família.

A utilização da indumentária pelo homem, mesmo antes do surgimento do fenômeno moda, sempre esteve associada à cultura de cada sociedade, demarcando hierarquias, determinando crenças e exaltando costumes, como demonstração de uma linguagem não verbal, que atuavam como símbolos. Tal fenômeno nos sugere que o ato de se vestir, de forma muito autêntica e natural, já estava destinado a associar-se a outras ciências como a sociologia, antropologia, psicologia, etnografia, dentre outras, para cumprir tais funções. A literatura tem exercido notável importância no meio social, sobretudo no homem participante e responsável pela manutenção desse meio, através dos registros que estimulam a reflexão e valorização da cultura

de um povo. O flerte da moda com a literatura, fenômeno aqui abordado, explora e elucida possibilidades de um retorno a tais reflexões, mesmo diante da realidade prescrita pela globalização. O próprio significado etimológico da palavra moda contempla um comportamento coletivo, num contexto social definido. Segundo o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, do latim *modus*, moda significa modo, costume, maneira, conjunto de opiniões, gostos e apreciações críticas, modos de agir, viver e sentir coletivos, aceitos por um determinado grupo humano, num dado momento histórico. Tais definições sugerem um fenômeno que deveria estar associado ao comportamento e aos hábitos de uma sociedade distinta, em que o sujeito expressaria, através de suas roupas, seus costumes, sua cultura e seu estilo de vida próprios. No entanto, na sociedade contemporânea, globalizada e amplamente influenciada pelos domínios da tecnologia, na qual a comunicação entre “mundos” distantes acontece em tempo real, o que é universalmente aceito como moda não vislumbra a contemplação de tal consonância. A crise na identidade do sujeito contemporâneo tem conduzido cada vez mais ao esvaziamento dos seus referenciais culturais, refletindo da mesma forma nos seus hábitos de vestimenta. Tal fenômeno nos faz debruçar sobre as questões de conflito que envolvem a globalização X identidade, bem como as possibilidades de reconstrução da cultura nacional, já presente no cenário da moda brasileira.

1.1 - Ronaldo Fraga: Um poeta *fashion* em defesa da cultura nacional

*“Acredito na roupa como um elemento vivo. Uma estrutura que numa relação amorosa com o corpo, constrói uma narrativa que ilustra e registra a face de um país e seu tempo”.*¹

Ronaldo Fraga

¹ <http://inventandomoda-namoda.blogspot.com.br/2008/05/>

Natural de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, o estilista Ronaldo Fraga tornou-se conhecido pela forma lúdica e poética de criar suas coleções, assemelhando-se a um contador de histórias que usa tecidos no lugar de papéis, prática que fez com que suas roupas servissem não apenas ao propósito de vestir, mas também ao de pensar, sentir e se emocionar através delas. Ainda jovem, em meados dos anos 1980, movido apenas pelo desejo de aprimorar seu talento para a arte de desenhar, matriculou-se em um curso gratuito de desenho de moda no Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), o que acabou lhe rendendo um emprego em uma loja de tecidos, onde desenhava roupas para mulheres de todos os tipos. Conta Fraga:

(...) quando a loja abriu eu tinha na minha frente umas trinta mulheres - gorda, magra, alta, baixa – com um rolo de tecido debaixo do braço querendo a roupa. Eu só sabia desenhar, eu não tinha vocabulário de moda. Qual foi minha técnica: eu ouvia a história delas e tentava tirar das entrelinhas aquela roupa que nem elas sabiam. (...) A verdadeira história que definiu e desenhou o caminho profissional que eu acabei trilhando foi essa loja de tecidos: as histórias absurdas do homem comum (...). (FRAGA, entrevista realizada por: Luiz Guilherme de Beaurepaire, 2013).

Desta forma intuitiva, surgia sua sensibilidade em imprimir histórias e identidades em suas criações, traço este que seria a característica mais marcante de sua trajetória como estilista.

No início dos anos 1990, graduou-se em estilismo pela Universidade Federal de Minas Gerais e, em 1992, após vencer um concurso de moda, foi premiado com um curso de pós-graduação na *Parsons – The New School for Design*, uma renomada escola de *design* em Nova York. Estudou chapelaria na *Central Saint Martins*, em Londres, onde iniciou, junto com o irmão, uma pequena produção de chapéus, vendidos nas famosas feiras de Camden Town e Portobello. Voltou ao Brasil em 1996 e participou da terceira edição do *Phytoervas Fashion*, evento criado para dar

visibilidade aos jovens estilistas do país, com a coleção “*Eu Amo Coração de Galinha*”, seguida um ano depois por “*Em Nome do Bispo*”, inspirada no artista sergipano Arthur Bispo do Rosário, que lhe rendeu o prêmio de estilista revelação. Em 1997, lançou sua própria marca, abrindo a primeira loja em Belo Horizonte no ano 2000. Ronaldo Fraga participa do evento de moda mais importante do Brasil, a *São Paulo Fashion Week* desde o ano de 2001. A moda de Ronaldo Fraga reacendeu uma expectativa sempre questionada no cenário da moda nacional: É possível produzir uma moda que seja universalmente respeitada e ainda assim imprimir nela as características da nossa diversidade cultural e identidade nacional?

1.2 - Moda, Globalização e Diversidade Cultural Brasileira: Diálogos possíveis.

O todo sem a parte não é o todo / A parte sem o todo não é a parte / Mas se a parte o faz todo, sendo parte, / Não se diga que é parte, sendo todo.
(MATOS, 1998, p.13)

Conectada à expansão da democracia pelo mundo, a globalização, termo que aparece e se fixa na linguagem contemporânea nas últimas décadas do século XX, tem sido definida como um processo de integração social, cultural e econômica entre as diferentes regiões do planeta. A datar do seu estabelecimento, a relação entre os indivíduos efetuou-se de forma muito mais disponível, o mundo tornou-se menor e as distâncias tomaram outro sentido. Embora a globalização não seja a representação de uma sociedade mundial harmoniosa, sequer um processo universal de sinergia global isento de conflitos é, hoje, uma realidade que deve ser encarada como um desafio sob muitos aspectos, principalmente no que diz respeito a preservar e fomentar as expressões da nossa diversidade cultural diante do hibridismo provocado pelo fenômeno.

Para obter definições de diversidade cultural e sua importância na autenticação da identidade dos povos é necessário antes dialogar com o conceito de cultura e esta não é uma tarefa simples. De caráter multidisciplinar, a cultura em sua transversalidade evoca as mais diversas perspectivas da vida humana, seja de caráter antropológico, social ou histórico, entre outros. Para Geertz (1989), a cultura é um conjunto de significados transmitidos historicamente, ou seja, incorporados através de símbolos que se materializam em comportamentos.

O conceito de cultura que eu defendo, e cuja utilidade os ensaios abaixo tentam demonstrar, é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície. Todavia, essa afirmativa, uma doutrina numa cláusula, requer por si mesma uma explicação. (GEERTZ, 1989, p.15).

Tal conjunto de vivências, que vão assumindo significados à medida que o homem tece a teia de sua existência, encontra sentido e definição na própria origem do uso da expressão. A palavra cultura origina-se do latim *cultura*, que confere perspectiva a múltiplas definições como cultivar, habitar, proteger e honrar com veneração (WILLIAMS, 2007, p.117). A expressão era normalmente empregada até o século XVI para se reportar ao ato de ter “cuidado com algo”, fosse com a colheita, com os animais ou com a terra cultivada. A palavra assume um sentido figurado quando, em alusão ao cuidado com o desenvolvimento agrícola, passa a simbolizar também o empenho em prol do desenvolvimento das faculdades humanas. Williams (2007) aponta os séculos XVIII e XIX como a era em que se consolida o uso metafórico de cultura na esfera intelectual e artística. Termos tais como “cultura das letras”, “cultura das artes” e “cultura das ciências” são utilizados para evidenciar determinado

assunto que está sendo cultivado. Encontrarmos, na origem da palavra cultura, um vínculo com o cultivo da terra, preconiza por si um conjunto de procedimentos e métodos aplicados continuamente num determinado local específico. Partindo deste pressuposto, é através da cultura que nos tornamos produtos do meio, ela é a responsável, de forma positiva, pela diferenciação dos povos, tornando-nos autênticos e com identidade singular.

Como parte significativa deste contexto, deveríamos encontrar na moda um importante aliado de diferenciação e autenticidade identitária, aspectos estes que estão implícitos em sua própria semântica. A moda faz parte de um conjunto de elementos simbólicos presentes na cultura que, de forma saudável, deveria reforçar as diferenças culturais que existem entre os seres humanos. No entanto, o efeito de homogeneização produzido pela globalização nos quatro cantos do planeta fez emergir uma moda universal que, gradativamente, uniformiza o sujeito contemporâneo, tornando-o híbrido na construção da sua imagem pessoal e gestor de identidades contraditórias e, na maioria das vezes, distantes da cultura a qual pertencem.

O Brasil é um país que, de forma muito particular, retrata uma textura sociocultural heterogênea e complexa, o que faz com que abordar a diversidade cultural não se torne uma temática fácil de se sintetizar. A multifacetada formação cultural de nosso país se deve em parte à própria dimensão continental de nosso território e em parte pelo processo histórico de sua ocupação, em que podemos elencar não somente nossos colonizadores portugueses, mas também variadas etnias indígenas e africanas, entre outros migrantes europeus e asiáticos, além de constantes deslocamentos migratórios internos. O casamento entre raças diferentes acarretou a grande hibridização da população. Toda esta fusão de fatores deu origem

ao fato de que a característica marcante de nossa cultura é a riqueza de sua diversidade.

Danças e festas como o Bumba Meu Boi, Maracatu, Reisado e Frevo, além da literatura de Cordel e o artesanato reproduzido pelas rendeiras são características marcantes da cultura nordestina em nosso país. É colossal o acervo de eventos culturais no Norte: o Círio de Nazaré, o Festival de Parintins, o Carimbó, o Congo, a Folia de Reis e a Festa do Divino são apenas alguns exemplos. A vasta cultura do Centro-Oeste brasileiro retrata manifestações como a Cavalhada e o Fogaréu. O Carnaval, o *Funk* carioca e a Festa do Peão de Boiadeiro são elementos culturais marcantes da região Sudeste. O Sul do país apresenta aspectos culturais dos imigrantes portugueses, espanhóis e, principalmente, alemães e italianos que trouxeram consigo a Festa da Uva, a Oktoberfest e o Fandango.

Toda essa diversidade cultural que forma os alicerces da nossa identidade nacional, deveria ser mais do que suficiente para dar origem a uma identidade visual autêntica e com inerente *design*. Porém, a globalização aliada ao desenvolvimento tecnológico é coadjuvante no encargo de romper com as fronteiras organizacionais, o que tem gerado fatores que interferem diretamente no declínio do enaltecimento da nossa rica diversidade cultural como elemento capaz de assinalar uma identidade nacional em diversos contextos, nos quais a moda está inserida. Somado a este fato, no Brasil, a representação política, historicamente, é pouco firme no sentido de desenvolver políticas públicas eficientes que valorizem, preservem e explorem nosso potencial cultural, além de estarem envolvidas questões capitalistas, impostas pelo neoliberalismo que estimulam o consumo desregrado que, de forma subliminar e preponderante, estimula a imitação do outro.

Diante da irremissível realidade de uma globalização acelerada e crescente e seus desdobramentos no tocante às questões de identidade, é possível suprir a demanda de uma moda que atenda às tendências internacionais e, ainda assim, que fortaleça os vínculos identitários nacionais, capazes de garantir coesão com a nossa diversidade cultural? Segundo o antropólogo Lévi-Strauss (1983):

Se... existe entre as sociedades humanas um certo optimum de diversidade para além do qual elas não poderiam existir, mas abaixo do qual elas não podem também descer sem perigo, deve reconhecer-se que esta diversidade resulta em grande parte do desejo de cada cultura de se opor àquelas que a rodeiam, de se distinguir delas, numa palavra, de ser ela mesma; elas não se ignoram, apropriam-se de coisas umas das outras sempre que há ocasião, mas, para que não pereçam, é preciso que, sob outras relações, persista entre elas uma certa impermeabilidade. (LÉVI-STRAUSS, 1983, p. 15 e 16).

Tal impermeabilidade tem-se mostrado cada vez mais tênue, à medida que a tecnologia da informação avança e nos abolimos do confinamento em nossa própria cultura. Neste conceito, é possível que a moda brasileira adote para si a inevitável apropriação de elementos gerados a partir da globalização e, ao mesmo tempo, consiga “ser ela mesma”, no intuito de contribuir para que não “pereça” a nossa tão rica e diversa identidade cultural?

Diálogos entre moda, globalização e respeito pela diversidade cultural são possíveis. No cenário da moda brasileira atual, alguns profissionais têm conseguido manter a originalidade de seu trabalho, respeitando e utilizando de forma consciente os limites tênues da “impermeabilidade” cultural defendida por Lévi-Strauss (1983). Neste contexto, encontra-se o trabalho do estilista brasileiro Ronaldo Fraga que se utiliza de múltiplas possibilidades da temática cultural nacional sem que, com isso, perca o viés da globalização, conquistando ainda reconhecimento internacional pela originalidade de suas criações. De 26 de março a 25 de agosto de 2014, a moda criada por Ronaldo Fraga fez parte do acervo da exposição *Designs of The Year*, no *Design*

Museum, em Londres². A mostra reúne todos os anos os trabalhos mais inovadores e originais apresentados nos últimos 12 meses por profissionais da moda, arquitetura, mobiliário, design gráfico e de produto de todo o mundo. Ronaldo Fraga estava entre os sete estilistas selecionados para a exposição, ao lado de criadores da marca francesa *Dior* e da italiana *Prada*, dentre outros. O vestido escolhido para a exposição (Fig. 02) fazia parte da coleção “Carne Seca”, que teve a caatinga como fonte de inspiração e foi desfilada na semana de moda de São Paulo, a *São Paulo Fashion Week* para o inverno brasileiro de 2014³. Através da repercussão desta mesma coleção, Ronaldo Fraga também representou o Brasil na *Lineapelle*, uma das maiores feiras de couro do mundo, que acontece em Bologna, na Itália.

“Para a coleção, trabalhei com sete curtumes, sendo um deles de Petrolina, em Pernambuco. Fizemos diferentes trabalhos, todos superelaborados, como a reprodução da pele de um peixe em extinção chamado Surubim, em pelica. Foi maravilhoso”, contou Fraga. Na expectativa e preparação para o evento, Fraga confessa que espera exibir a grandiosidade de seu País nos mais variados sentidos, mas principalmente *“mostrando o couro além do valor econômico, mas principalmente cultural”*, já que segundo ele o grande valor da moda hoje está no que é genuíno. Nesse momento pós-boom da globalização, as pessoas olham para o que carrega algo além.⁴

²Fonte: Revista Vogue. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2014/03/ronaldo-fraga-design-museum-londres.html>> Acessado em: jan. 2017.

³<http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2014-rtw/ronaldo-fraga/814842/>

⁴<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2014/03/ronaldo-fraga-design-museum-londres.html>



FIGURA 02: Vestido do estilista Ronaldo Fraga / Coleção “Carne Seca”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2014-rtw/ronaldo-fraga/814842/colecao/30>

A originalidade das criações de Ronaldo Fraga “implica uma certa surdez ao apelo dos valores” impostos por uma moda original e essencialmente europeia, cujos fundamentos podem ser encontrados ao ponderarmos nas visionárias reflexões do antropólogo:

É inegável que nos embalamos no sonho de que a igualdade e a fraternidade reinarão um dia entre os homens, sem que a sua diversidade seja comprometida. Mas se a humanidade não se resignar a tornar-se a consumidora estéril dos únicos valores que soube criar no passado, unicamente capaz de dar à luz obras bastardas, invenções grosseiras e pueris, [então] ela deverá reaprender que toda a verdadeira criação implica uma certa surdez ao apelo de outros valores, podendo ir até à sua recusa, senão mesmo até à sua negação. Porque não se pode, ao mesmo tempo, fundir-se no gozo do outro, identificar-se com ele, e manter-se indiferente. Plenamente alcançada, a comunicação integral com o outro condena, mais tarde ou mais cedo, a originalidade da sua criação e da minha. As grandes épocas criadoras foram aquelas em que a comunicação se tornara suficiente para que parceiros afastados se estimulassem, sem que, no entanto, fosse excessivamente frequente e rápida para que os obstáculos, tão indispensáveis entre os indivíduos como entre os grupos, se reduzissem, a ponto de trocas demasiado fáceis virem igualar e confundir a sua diversidade. (LÉVI-STRAUSS, 1983, p. 48).

Em conformidade com tais reflexões, a moda proposta por Ronaldo Fraga se apropria de forma moderada e eficiente das tendências internacionais, em elementos como cores, formas e materiais, dentre outros, mas ao mesmo tempo faz ecoar com maestria os signos da cultura brasileira em suas roupas, permitindo, assim, que a fusão de culturas, proposta pela globalização, tenha apenas o propósito de estimular suas criações.

Em seu livro *Ronaldo Fraga: Caderno de Roupas, Memórias e Croquis* (FRAGA, 2015) Fraga retrata de maneira lúdica, os temas que utilizou como inspirações de suas coleções, desde a primeira, apresentada oficialmente em 1996 a 2015. A obra assemelha-se a um caderno de colagens, em que moda, arte e cultura se entrelaçam. Ao apresentar, cada coleção, um texto do estilista expõe suas inspirações e referências extraídas da literatura, música, arte, meio ambiente, personagens e memórias do Brasil. Apresentamos, a seguir, algumas dessas coleções acompanhadas dos textos do autor.

EM NOME DO BISPO – Inverno 1997 (Fig. 03 e 04): Arthur Bispo do Rosário (1909-1989) bordava tudo o que via para prestar contas a Deus no dia do juízo final. Rebordou e transformou a arte brasileira. Nesta coleção, esquizofrenicamente, desfiou e rebordou, me travestindo do espírito reinventor e intuitivo de Arthur Bispo do Rosário. (FRAGA, 2015, p. 295).



FIGURAS 03 e 04: Looks da Coleção “Em Nome do Bispo”.
Fonte: <http://www.ogatodaalice.com/2011/05/genialidade-margem.html>

QUEM MATOU ZUZU ANGEL? – Verão 2001 / 2002 (Fig. 05, 06 e 07): Primeira estilista a falar em identidade de moda brasileira, Zuzu Angel foi também a primeira a usar a moda como bandeira política. No auge da ditadura, foi através da coleção desfilada na embaixada brasileira dos Estados Unidos que Zuzu denunciou ao mundo os bastidores de tortura e morte no regime militar. A denúncia através da moda lhe custou a vida. (Ibid., p. 263).



FIGURAS 05, 06 e 07: Looks da Coleção “Quem Matou Zuzu Angel?”.
Fonte: <http://imperioretro.blogspot.com.br/2016/04/zuzu-angel>

COSTELA DE ADÃO – Verão 2003 / 2004 (Fig. 8, 9 e 10): Dona Isabel, Noemisa, Ulisses são alguns dos artistas que com as mãos e o barro dão formas a bonecas e esculturas que traduzem a ancestralidade e a nobreza do Vale do Jequitinhonha. Uma das regiões mais pobres do Brasil é também a que possui a cerâmica mais vigorosa, emocionante e terna. Esta coleção é inspirada na arte de barro desse lugar. (Ibid., p. 263).



FIGURAS 8, 9 e 10: Looks da Coleção “Costela de Adão”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2004-rtw/ronaldo-fraga/>

TODO MUNDO E NINGUÉM – Inverno 2005 (Fig. 11, 12 e 13): O mais popular dos poetas brasileiros, Carlos Drummond de Andrade foi também um dos mais eruditos. (...) subverteu a leitura óbvia das prosaicas coisas do dia a dia. Irônico e sutil, o nascer, o amar, o viver e morrer ganharam outros significados na escrita drummondiana. (Ibid., p. 215).



FIGURAS 11, 12 e 13: Looks da Coleção “Todo Mundo e Ninguém”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2005-rtw/ronaldo-fraga/>

O RIO SÃO – Verão 2008 / 2009 (Fig. 14, 15 e 16): Nenhum outro rio do País desperta tanto afeto nos brasileiros quanto o rio São Francisco. Ele faz parte da minha mais remota memória de infância, quando perguntava ao meu pai qual seria o lugar mais lindo do Brasil e ele sempre respondia: qualquer lugar às margens do São Francisco. (...). Mergulhei literalmente nesse universo de caboclos d’água, mulheres-peixe, marinheiros, barcos-gaiolas e mitos barranqueiros. Por mais que pareça, nada no ou do Velho Chico é simples. Ali se descobre que realmente nele existe a terceira margem. Mesmo com tanta beleza e história, o São Francisco padece assombrado pelos carcarás do poder. (Ibid., p. 151).



FIGURAS 14, 15 e 16: Looks da coleção “O Rio São”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2009-rtw/ronaldo-fraga/1321/>

Os exemplos acima demonstram como Fraga explora temas essencialmente brasileiros contribuindo, assim, para o deferimento de uma moda com reconhecimento internacional, porém com traços marcantes de uma forte identidade nacional, que não foi desassociada das nossas tradições e contempla a diversidade cultural brasileira.

Segundo GEERTZ (1999):

Esta ideia – de que os enigmas postos pelo fato da diversidade cultural têm mais a ver com a nossa capacidade de penetrar às apalpadelas nas sensibilidades alienígenas, nos modos de pensar (rock punk e batas Poiret) que não possuímos, e nem provavelmente vamos possuir, do que com a nossa capacidade de aceitar ou deixar de preferir nossas próprias preferências – tem uma série de implicações de mau agouro para a abordagem de coisas culturais baseada em nós-somos-nós e eles-são-eles. (GEERTZ, 1999, p. 21).

Ignorar a necessidade de se aderir aos preceitos da globalização na moda que o mundo contemporâneo impõe, torna-se uma tarefa não somente impossível ante ao sistema da moda atual, como também alienada aos princípios de respeito à alteridade consagrado pela globalização. Porém, o cumprimento de tais preceitos não necessariamente precisa estar associado à perda de nossas memórias, cultura e tradição. É possível produzir uma moda que seja universalmente respeitada e, ainda assim, imprimir nela as características da nossa diversidade cultural e identidade nacional.

1.3 – Moda e Literatura – Diálogos Interdisciplinares

É preciso compreender que a representação artística, independentemente do tipo ou estilo, depende do modo que o sujeito a vê e a compreende a partir de sua formação sociocultural, pois segundo afirma Hauser (1972, p. 34): “o mesmo estilo artístico pode referir-se a formas sociais diferentes e, por outro lado, o mesmo sistema social pode estar relacionado com os mais variados estilos de arte”.

A percepção da criação artística pode levar em consideração aspectos diversos, como a possibilidade de inter-relações com outras obras e objetos artísticos que, segundo Arnhem (2005), demandam do espectador certa bagagem cultural para captar os processos de ressignificação e fazer as devidas conexões que lhe são exigidas. Mas este conhecimento se configura, muitas vezes, como múltiplo ou multiplicador, são vastas as conexões formadoras do conhecimento do expectador, pois

as culturas são relativas levam a meditar em tais singularidades, que seriam explicadas, não à luz de diferenças ontológicas, mas das maneiras peculiares com que cada contexto geral interfere no significado dos traços particulares, e reciprocamente, — determinando configurações diversas. Assim, a atitude correta seria investigar a atuação variável dos estímulos condicionantes, pois se a mentalidade do homem é basicamente a mesma e as diferenças ocorrem sobretudo nas suas manifestações, estas devem ser relacionadas às condições do meio social e cultural. (CANDIDO, 2006, p. 52)

Para Antônio Candido (2006) é preciso, primeiramente, avaliar a relação da obra artística e o seu ambiente, pois, para ele, só podemos entender a integridade da obra quando há a fundição de texto e contexto numa interpretação dialeticamente íntegra. O social é um elemento que desempenha um certo papel na constituição da estrutura da criação, não atua como causa nem como significado, mas tem uma grande importância para seu desenvolvimento.

A arte é social em dois sentidos: depende da ação de fatores do meio, que se exprimem na obra em graus diversos de sublimação; e produz sobre os indivíduos um efeito prático, modificando a sua conduta e concepção do mundo ou reforçando neles o sentimento de valores sociais. Tanto no campo da literatura quanto no campo da moda podemos encontrar as correlações de arte e o social. As influências exercidas pelos fatores socioculturais são consideráveis, pois atuam como veículos a fim de comunicar ideologias, pontos de vista, contradições e atingem os indivíduos em níveis

diferentes de recepção. Conectando pessoas, porém provocando determinadas distinções se considerarmos que a atuação dos fatores comportamentais do público que recebe a obra, sua conformidade automática com os padrões estabelecidos, as expectativas e influências sociais e de valores.

As criações artísticas, em geral, particularmente na literatura e na moda, apresentam estruturas de linguagem, enredos, imaginação, gêneros discursivos e possibilidades interpretativas que podem ser compartilhadas. Além disso, ambas podem ser consideradas narrativas que nos contam histórias através de palavras/imagens e imaginação que se tecem e se entrecem.

Produzem mundos sensíveis e inteligíveis, que derivam da elaboração de um sistema simbólico, que transmite certa visão de mundo por meio de instrumentos expressivos adequados. São criações que recebem e necessitam de estímulos e exprimem representações que transcendem a situação histórico-social pura e simples e promovem uma comunicação inter-humana sensível aos questionamentos e necessidades de representação de um grupo.

São mundos ficcionais e, a partir deles, podemos apreender distintas representações culturais e sociais. Tanto a literatura quanto a moda utilizam-se de requisitos semelhantes: a cor local, a exibição afetiva, o pitoresco descritivo e a eloquência – o falar dos grupos, de um pertencimento local. Os mundos ficcionais criados pelos campos artísticos se alimentam de fatores históricos e as funções sociais que a história implica na sociedade, assim como “a história recolhe sistematicamente, classificando e agrupando os fatos passados, em função das suas necessidades atuais” (Lucien Febvre, 1949, apud LE GOFF, 1990, p. 24), podemos compreender que o imaginário que fomentam estes mundos recolhem e agrupam os

fatos históricos em função das necessidades das narrativas, sejam elas textuais ou visuais.

Ambos os campos artísticos lidam com a “intemporalidade e a universalidade” (CÂNDIDO, 2006, p. 53), formam camadas de significados e constroem redes de significações ao longo do processo criativo. Há uma comunicabilidade basilar para que a criação tenha sentido diante do social – a relação entre o artista (escritor/criador) – o comunicador; a obra – o comunicado; e o público a que se dirige – o comunicante, este conjunto gera o efeito da obra.

Alguns questionamentos são necessários para a conjunção do efeito, o autor literário ou o criador de moda são orientados segundo sua necessidade interior, segundo os padrões de sua época e são guiados pelas suas escolhas de temas e formas, estas escolhas são sintetizadas e resultam na sua ação no meio em que foram realizadas.

A visão não é a única experiência sensorial estimulada através de uma representação artística. A compreensão da arte passa por outros sistemas perceptivos, agregando aos processos a imaginação criadora: “O pensamento psicológico recente nos encoraja então a considerar a visão uma atividade criadora da mente humana” (ARNHEIM, 2005, p. 39), o que leva a crer que “a percepção realiza ao nível sensório o que no domínio do raciocínio se conhece como entendimento” (ARNHEIM, 2005, p. 39).

E para isso deve-se levar em conta a relação do artista com seu meio:

O poeta não é uma resultante, nem mesmo um simples foco refletor; possui o seu próprio espelho, a sua mônada individual e única. Tem o seu núcleo e o seu órgão, através do qual tudo o que passa se transforma, porque ele combina e cria ao devolver à realidade. (CÂNDIDO, 2006, p. 27).

Para Barthes (2005), linguagem tem outra função: a de criar um imaginário através do qual os usuários da mensagem se representam. O imaginário se alimenta de reservas: repertório dos assuntos, que logo se transformaram em estereótipos, cifra cultural que possibilita falar de qualquer espécie de esquema sociológico e permite ao público leitor textual e visual reconhecer e identificar-se, sendo este esquema relacionado ou não, mas para ele se torna normal ou aceitável porque é reconhecível.

Mas como são construídas estas reservas imaginativas? De que maneira o autor literário e o criador de moda desenvolvem seu repertório e o que tem em comum entre si? Segundo Cândido (2006), os processos de criação literária possuem agentes que formam a sua estrutura peculiar e que nos leva a fazer alguns questionamentos quanto às escolhas definidas pelo autor: o fator social – este fornece apenas matéria (ambiente, costumes, traços grupais, ideias, etc.) e servem apenas de veículo para conduzir a corrente criadora? Ou se apenas possibilita a corrente criadora e dá valor estético? Quais seriam as referências de modas, lugares e usos nas dimensões sociais evidentes? Quais manifestações de atitudes de grupo ou de classe podemos encontrar? Quais as expressões de um conceito de vida? Condições sociais – quais assuntos repousam sobre as questões? Seriam os elementos externos que se tornam internos no processo, produzem sentido e indicam meios de alcançarem as significações pretendidas. Seguindo este pensamento podemos complementar com o aspecto apresentado por Antônio Candido, em que ele afirma que a literatura se liberta do cunho documental em prol do caráter fantasioso, que às vezes precisa modificar a ordem do mundo justamente para torná-la mais expressiva, conferindo ao leitor um sentimento de verdade.

Apesar dos fatores condutores, as obras artísticas possuem sua individualidade e a exemplo desta podemos citar as obras de Guimarães Rosa, em contos e textos como *Grande Sertão: Veredas*. O autor coletou, ao longo de sua trajetória de vida, elementos e a realidade do sertão (fatores sociais), realizou uma viagem através do interior de Minas Gerais, anotou expressões, casos, histórias, procurando apreender de forma mais profunda o universo local presente em sua vida desde a infância. Tendo como intenção recriar literariamente o sertão, dando voz a seus personagens (dimensões sociais evidentes), interesse pela natureza e pelo modo de viver e falar do sertanejo, narrando os momentos vivenciados no sertão, porém de maneira fantasiosa e não realista, fato observado na forma de linguagem desenvolvida pelo autor, ela é a um só tempo regional e universal, presente e atemporal, popular e erudita, baseando na fala real do homem do sertão (fatos sociais) e criando uma narrativa sertaneja inventada. Há também as questões míticas entre Deus e o diabo, que dão o caráter fantástico à obra e metaforicamente introduz sentidos e atitudes das manifestações locais e dos grupos tidos como referência criadora. O sertão é o espaço onde se desenrola toda a história dos jagunços, são histórias de lutas, disputas, vinganças, longas viagens, paixões e mortes vistas e vividas pelo ex-jagunço (Riobaldo - personagem principal),

o universo do Grande Sertão de Guimarães Rosa expressa um complexo de elementos fundamentais que vigem nas relações humanas e sociais do país e as perpassam historicamente. Embora seu objeto de representação seja um espaço/ambiente determinado, o do sertão, o autor (re)cria ou inventa uma realidade mais ampla, rica em significados sociais, políticos, culturais, que ele nomeia "sistema-jagunço". (LEONEL e SEGATTO, 2006, s.n.p)

Para Paul Veyne, a história é um conto, uma narração, mas "um conto de acontecimentos verdadeiros" (1971, p. 16, apud LE GOFF, 1990, p.39) e, a partir de sua afirmação, podemos supor que a criação artística transmite a narrativa de um

conto de acontecimentos verdadeiros de seu mundo fictício que para tal e para os espectadores, ela se torna real no momento em que este vivencia sua experiência sensorial.

Assim como a literatura, a moda deve ser entendida como produto de uma representação artística e não como a imitação pura e simples de uma dada realidade. É preciso compreender, de maneira mais detalhada, a maneira como a moda vai se modificando, se recriando, se refazendo, se adaptando ao contexto histórico, construindo uma memória, pois as criações de vestuário, desenvolvidas no campo da moda, não são apenas mercadorias, são bens simbólicos e culturais, como nos aponta Barthes (1957). Elas têm valor como um objeto histórico e sociológico por excelência, “é a cada momento da história, o equilíbrio entre formas normativas, cujo conjunto, apesar disto, está o tempo todo em devir” (Ibid., 259). O vestuário é sempre implicitamente concebido como o significante particular de um significado exterior (época, país, classe social) e, assim como no campo literário, são fatores constitutivos das dimensões sociais evidentes e elementos estruturais da criação.

É a apropriação de uma forma ou de um uso social através de regras de fabricação que cria a indumentária, ela vive em estreita simbiose com o seu meio histórico e pode notificar conceitos psicológicos ou sociopsicológicos de respeitabilidade, intelectualidade e etc.

O campo da moda tem valores, que refletem o poder criador da sociedade e pode ser entendido a partir de variadas perspectivas. As imagens e peças criadas por estilistas e designers de moda possuem, ao mesmo tempo, uma relação individual e coletiva, as formas desenvolvidas possuem valor de consumo e valor psíquico social, cada homem ou mulher que puder pagar e desejar a criação poderá obtê-la.

Da mesma maneira que os autores literários, os estilistas/*designers* de moda são criadores de mundos sensíveis destinados ao sistema da moda (BARTHES, 1999), são os catalizadores de referências sociais e culturais que traduzem as informações socioculturais para além do ato de vestir-se (cobertura da pele), fornecem matéria para as condições sociais. Essas referências transcendem o aspecto físico do produto, conferem expressões e conceitos de vida a determinados grupos sociais e são fatores determinantes destes.

O homem vestiu-se para exercer sua atividade significativa. O uso do vestuário é fundamentalmente um ato de significação, além dos motivos do pudor, adorno e proteção. É um ato de significação, logo um ato profundamente social, alojado no próprio cerne da dialética das sociedades. (BARTHES, R. ÉCHANGES Revista publicada por Les Soeurs Auxiliatrices Assomption 1966, “Regard chrétien sur le monde d’aujourd’hui” Inéditos. Vol. 3: Imagem e moda)

Segundo Diana Crane (2006), o vestuário desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. A escolha das opções e usos, a variedade de alternativas extraordinariamente ricas, refletem como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso. Funcionam como marcas de status social e mantêm ou subvertem as fronteiras simbólicas, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, demonstram sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status, ocupação, identidade regional, religião e classe social. As variações na escolha do vestuário constituem indicadores sutis de como são vivenciados os diferentes tipos de sociedade, assim como as diferentes posições dentro de uma mesma sociedade. Deixa de ser apenas ornamento ou adorno e/ou proteção: ela tem um caráter próprio, expressão de uma época, de uma classe ou grupo, de um segmento político, de uma região ou religião; ela mesma se configura em discurso dotado de sentido intrínseco, a roupa denota o “espírito de um tempo”, denota uma função social, identifica um

gênero. A moda identifica socialmente e comunica múltiplos valores, pois possui carga simbólica que torna possível, até certo ponto, a decifração de quem a usa como sujeito social atuante, na dimensão social ela pode ser compreendida como um “reflexo no espelho” (MENDONÇA, 2006, apud MARQUES; PEREIRA, 2014, p.74), pois ela expressa as sociedades e suas características no tempo e espaço e as pessoas que dela fazem parte.

A moda vista como significante, no espaço literário, não pode ser reduzida a um objeto decorativo do cenário idealizado pelo autor, pois possui um significado dentro da narrativa, produz sentido e induz o expectador a uma direção proposta pelo comunicante. A vida social de determinados objetos, enquanto artefatos culturais, é problematizada na medida em que contos, romances e outros gêneros literários exploram em detalhes os objetos de vestuário, com sua riqueza de detalhes, com sua carga afetiva e simbólica. Vale ressaltar que, assim como na moda, a literatura possibilita a criação de “mundos sensíveis”. Na literatura, a presença da moda se dá em ação e em associação com um tempo, lugar, situação, indivíduo, sociedade, coletividade. O descritivo do vestuário de uma personagem ficcional vem colaborar com o conjunto de ideias criadas pelo autor em volta desta e permite o desenvolvimento do caráter fantasioso do sistema simbólico desenvolvido pela narrativa, dá sentido à personagem, torna-a viva e atuante, pode ser vista como um “estímulo condicionante” (CÂNDIDO, 2006) que fornece matéria condutiva para a criação, alimentando conceitos e valores estéticos.

Os bandos bons de valentões repartiram seu fim; muito que foi jagunço, por aí pena, pede esmola. Mesmo que os vaqueiros duvidam de vir no comércio vestidos de roupa inteira de couro, acham que traje de gibão é feio e capiau. (ROSA, 1994, p.29)

Através da literatura, vislumbra-se penetrar no universo da sociedade no texto apresentada, como também refletir sobre diversas questões relacionadas a gênero, padrões de comportamento, códigos de conduta, maneiras de se vestir, entre outros aspectos, no trecho de *Grande Sertão: Veredas*, o autor demonstra a importância da vestimenta como signo social, tem função estética para o personagem (acha feio estar trajado de gibão de couro – roupa de jagunço – na cidade), mas o principal sentido seria a condição social associada, a influência exercida em seu meio.

Mas, também, em alguns casos, funcionam como fator social – fornecendo matéria para a narrativa,

ele era imediatamente estúrdio, vestido de brim azul e calçando botas amareladas. Era nervoso, magro, um pouco mais para baixo do que o tamanho mediano, e com braços que pareciam demais de compridos, de tanto que podiam gesticular. Fui indo, ele veio vindo, o grande revólver na cintura; um lenço no pescoço dele esvoaçava. E aquele cabelo bom, despenteado alto, topete arrepiadinho (Ibid., p.174).

Apresentando indícios codificadores de grupos específicos dentro da região – os soldados representados pela descrição da farda de brim azul e as botas amarelas, acrescido dos aspectos de personalidade, gestual, adornos e penteados. E os tropeiros: “Acordei só no aquele Malinácio me chamando para jantar. Cheguei na sala, e dei com outros três homens. Disseram de si que tropeiros eram, e estavam assim vestidos e parecidos” (Ibid., p.187), devidamente identificados pela forma particular de se vestirem.

A identificação dos grupos da sociedade mantinha referências dos costumes europeus - a “civilização”. Através das descrições de trajes, costumes e estilos de vida dos personagens é possível entrar em contato com padrões de moralidade, valores sociais e formas de sociabilidade da época, principalmente por sua característica de valorizar o indivíduo, o privado e os bens materiais:

(...) E se deu que chegaram lá dois homens, quando não se esperava, um deles se vendo que sendo patrão, e o outro algum vaqueiro de seu serviço. Aí logo se soube: era o dono daqueles lugares, do retiro do Valado, principalmente; (...) Era um homem de boa idade, vestido com brim azul encorpado escuro, e calçando pretas botas joelhudas. Quando levantou o olhar, outra vez, notei que tinha boa catadura. (ROSA, 1994, p. 586).

Mas até que ponto os elementos da moda são essenciais à obra? Quando são fatores determinantes ou apenas possibilitam a realização do valor estético? Estas questões nos fazem refletir sobre a forma de relacionamento que se pode observar entre a moda e a narrativa literária, como também sobre diversas questões relacionadas a gênero, padrões de comportamento, códigos de conduta, maneiras de se vestir, entre outros aspectos.

Em muitos casos, o mundo ficcional criado retrata uma sociedade e seus costumes, mesmo que sofrendo adaptações relativas à proposta da criação. Podemos observar que, através das descrições de trajés, costumes e estilos de vida de seus personagens, é possível entrar em contato com padrões de moralidade, valores do indivíduo, do privado, dos bens materiais, sociais e formas de sociabilidade de uma época.

Não apenas Guimarães Rosa, mas também outros autores nacionais como José de Alencar, João do Rio, Lima Barreto e Machado de Assis, entre outros, traçam e reforçam a correlação do fator social, literatura e moda, utilizam-se das descrições dos trajés para definir estados de personalidade, posições sociais, comportamentais, etc. É um recurso que transcende o valor estético e avança no caráter de formação da narrativa, conduzindo o ponto de vista do espectador, pois os elementos da moda e sua função perante a sociedade influenciam na elaboração da narrativa e colaboram para o envolvimento do público com a obra.

Gilda de Melo e Souza utiliza a literatura na busca de compreender a vestimenta (em seu estudo, especificamente, a do século XIX) e o que se pode extrair desta para conhecer a cultura, as diferenças entre os sexos, a luta entre as classes sociais, os questionamentos da época.

Verdadeiros peritos (os romancistas da época) em matéria de roupa feminina, comprazem-se em descrições detalhadas de mangas, decotes, roupões frouxos, numa verdadeira volúpia de posse à distância. Conhecem o nome das fazendas, a bela nomenclatura das cores, ajustando aos corpos, com habilidade de modistas, fofos, apanhados e rendas (SOUZA, 2001, p. 72).

[...] o testemunho dos romancistas, [com sua] sensibilidade aguda capta melhor que ninguém, nos meios elegantes, o acordo da matéria com a forma, da roupa com o movimento, enfim, a perfeita simbiose em que a mulher vive com a moda (SOUZA, 2001, p. 24).

Os autores literários identificaram e se apropriaram do papel que as roupas conferem às personagens que as vestem, perceberam as possibilidades de análise que nossa superfície mais palpável tornava visível de uma relação com o mundo exterior.

1.4- Moda e transversalidade rizomática. A multiplicidade de saberes como aliada do desenvolvimento de produtos de moda.

Conforme evidências levantadas desde o início deste capítulo, em suas bases, o estudo da indumentária, desde sua apropriação pelo homem pré-histórico, encontra-se aliado de forma muito natural e espontânea a outros saberes para fundamentar sua existência e valores. Tais conceitos conferem, aos estudos da moda, uma conexão a uma cadeia transversal de conhecimentos e disciplinas, que se assemelham a rizomas, sem a qual seria impossível não apenas a pesquisa, mas a sobrevivência do próprio fenômeno em si.

A definição de transversalidade rizomática é formulada a partir dos estudos do filósofo e educador Silvio Gallo. Em seus questionamentos às propostas interdisciplinares como solução para a excessiva compartimentalização do saber e sua ausência de interconexões, ele propõe o conceito da transversalidade como medida mais razoável para conduzir o processo de apropriação do conhecimento e seu consequente uso na vida cotidiana. Elaborando um paralelo entre o paradigma arborescente *versus* paradigma rizomático, Gallo expõe que:

a metáfora tradicional da estrutura do conhecimento é a arbórea: ele é tomado como uma grande árvore, cujas extensas raízes devem estar fincadas em solo firme (as premissas verdadeiras), com um tronco sólido que se ramifica em galhos e mais galhos, estendendo-se assim pelos mais diversos aspectos da realidade. (...) O paradigma arborescente implica numa hierarquização do saber, como forma de mediatizar e regular o fluxo de informações pelos caminhos internos da árvore do conhecimento. (GALLO, s.d., p. 5).

Citando a obra *Capitalisme et Schizophrènie: Mille Plateaux*, publicada na França, em 1980, na qual Gilles Deleuze e Félix Guattari apresentam a noção de rizoma, contrapondo um paradigma rizomático ao paradigma arborescente, que vê o livro como uma raiz: “a árvore é a imagem do mundo ou melhor, a raiz é a imagem da árvore-mundo” (DELEUZE/GUATTARI, 1980, p.11, *apud* GALLO, s.d., p. 8), Gallo argumenta que a conquista e irradiação do conhecimento, quando analisada sob uma perspectiva rizomática, é muito mais condizente com a realidade por contemplar sua multiplicidade:

A metáfora do rizoma subverte a ordem da metáfora arbórea, tomando como paradigma imagético aquele tipo de caule radiforme de alguns vegetais, formado por uma miríade de pequenas raízes emaranhadas em meio a pequenos bulbos armazenatórios, colocando em questão a relação intrínseca entre as várias áreas do saber, representadas cada uma delas pelas inúmeras linhas fibrosas de um rizoma, que se entrelaçam e se engalfinham formando um conjunto complexo no qual os elementos remetem necessariamente uns aos outros e mesmo para fora do próprio conjunto. (GALLO, s.d., p. 8)

Partindo deste pressuposto, conclui Gallo:

A transversalidade rizomática, por sua vez, aponta para o reconhecimento da pulverização, da multiplicização, para o respeito às diferenças, construindo possíveis trânsitos pela multiplicidade dos saberes, sem procurar integrá-los artificialmente, mas estabelecendo policompreensões infinitas. (GALLO, s.d., p. 11)

O estudo da indumentária e o desenvolvimento dos produtos de moda hoje são uma manifestação evidente de transversalidade rizomática, não somente pelos incessantes diálogos que mantém com outras áreas de conhecimento, como a literatura, por exemplo, para agregar valores a esses produtos, mas também quando se utiliza de ciências como a antropologia, sociologia e psicologia para gerar pesquisa sobre comportamento de consumo, antes mesmo de sua concepção. Tais estudos são confirmados a partir da observação de fenômenos, quando referenciais de uma determinada cultura acabam por influenciar o design e a moda vigente da época.

Nas décadas de 1950 e 60, grande parte dos americanos estava interessada na ciência e na tecnologia (...) O tema do domínio técnico da natureza e do design futurístico tornou-se um motivo que floresceu em muitos aspectos da cultura popular americana – desde o design de automóveis com caudas proeminentes até cozinhas high-tech. (SOLOMON, 2002, p. 402).

A confluência de tais estudos objetiva elaborar conexões através de questões culturais, sociais, econômicas e políticas, dentre outras que culminem em promover alterações na configuração da vestimenta. Partindo deste pressuposto, a metodologia projetual de uma coleção de moda deverá contemplar em seus produtos a representação de signos que estão vinculados aos valores culturais. Porém, estando a moda diretamente relacionada ao modo de viver e sentir coletivos, a cultura local ou nacional deveria ser igualmente exaltada como estímulo ao desejo de pertencimento, uma vez que, partindo do exemplo supracitado, enquanto grande parte dos americanos dos anos 1950 / 60 estavam interessados no avanço da ciência e da

tecnologia, nós, brasileiros, vivíamos outras realidades e expectativas, o que não legitimava a adesão a uma moda futurista.

Estando o universo da significação tão interligado à esquematização da moda, esta, portanto, deixa de se restringir exclusivamente ao vestuário, passando a se relacionar com todos os aspectos culturais de uma sociedade. Para Sant'anna (2007, p. 88), a moda “articula as relações entre os sujeitos sociais a partir da aparência e instaura o novo como categoria de hierarquização dos significados”. Ao servir-se de temas que exaltam a cultura brasileira em suas coleções, o estilista Ronaldo Fraga demonstra a mais plena conexão com o espírito do seu tempo, pois um retorno à valorização da identidade nacional era observado no Brasil dos anos 1990.

A partir da segunda metade da década de 80 e mais intensamente a partir dos anos 90, portanto, a crítica da cultura brasileira vê a constituição de uma perspectiva pluridimensional como tendência metodológica dominante. A definição do entrelugar, da “terceira margem do rio”, de uma zona intermediária entre o Mesmo e o Outro como o espaço tanto da análise como da formação da identidade brasileira (Santiago, 1978; Sevcenko, 1993; McGuirk, 1996) também tem um elo intrínseco com a gênese da própria cultura mainstream brasileira dos anos 90. Todo o movimento de busca e pesquisa em cima desses conceitos parte de uma tendência mundial que vem à tona com o multiculturalismo e pós-colonialismo para finalmente chegar a refletir na retomada da discussão sobre e nos usos da identidade nacional (Bhabha, 1998), não só no campo da teoria, como também no espaço pragmático da produção cultural. (PRYSTHON, 2001, p. 2).

O mercado da moda, atualmente, se utiliza de estudos aprofundados sobre comportamento, originados de pesquisas sociológicas, antropológicas e psicológicas, que codificam tais componentes em signos como cores, materiais, formas e elementos decorativos que serão empregados na elaboração da coleção. O capítulo seguinte evidenciará de que maneira se efetua o processo criativo de uma coleção de moda, tomando-se por base os princípios consolidados pelo mercado como também os métodos adotados por Fraga.

CAPÍTULO 2 – O PROCESSO CRIATIVO DE UMA COLEÇÃO DE MODA

“Os estilistas são como aves migratórias que aspiram o que flutua no ar, com todos os sentidos em alerta.” (VICENT-RICARD, 1989, p.48)

Conforme já visto, desde a pré-história até a atualidade, usamos a roupa para transmitir as mais variadas mensagens sobre quem somos, no que cremos ou nosso nível de status e poder. Desta forma, a linguagem da moda foi sendo desenvolvida através da história - uma comunicação não verbal utilizada, de forma consciente ou não, para revelar informações pessoais, quer sejam reais ou imaginárias.

No Brasil, a indústria do vestuário constitui um dos melhores setores para a economia do país. A Associação Brasileira da Indústria Têxtil e da Confecção (ABIT) divulgou no ano de 2016⁵ que o setor é o 2º maior empregador da indústria de transformação, que compreende as atividades que envolvem transformação física, química e biológica de materiais, substâncias e componentes para obter produtos novos, perdendo apenas para alimentos e bebidas juntos. Sendo a moda tal importante negócio, a indústria do vestuário organizou-se de forma sazonal na renovação de seus produtos, de modo a acompanhar a velocidade e o ritmo em que o mundo caminha, tanto na maneira de repensar seus conceitos, quanto na busca por novidades.

Embora muitas marcas ofereçam mensalmente ou até semanalmente novos produtos aos seus clientes, tomaremos por base o calendário sazonal que compreende dois lançamentos por ano, primavera/verão e outono/inverno, ainda que estes estejam atualmente sendo revistos, devido a alterações do setor. Nesta ocasião, normalmente contemplada com desfiles de moda, os *designers* exibem ao público e à imprensa especializada suas novas criações e são os primeiros a apresentar as

⁵ Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>

tendências de moda. As veredas pelas quais uma roupa percorre antes de caminhar nas passarelas são longas e para que sua agenda seja cumprida todos os setores envolvidos neste processo marcham de forma alinhada e em plena sintonia. Primeiro, os fabricantes de corantes e fibras desenvolvem e fabricam seus produtos para que em seguida a indústria têxtil possa trabalhar na criação e produção de tecidos que serão disponibilizados aos *designers* para que eles, finalmente elaborem suas novas coleções. O alinhamento desses setores é de fundamental importância, pois sem ele corre-se o risco de escassez de matéria prima adequada à estação e às tendências propostas, impactando diretamente no atendimento eficiente à demanda do mercado.

Todos esses setores entrecruzam o desenvolvimento de seus produtos com os vetores de pesquisa de tendências, geradas a partir dos estudos de comportamento. Segundo Caldas (2004), derivada do latim *tendentia*, a palavra tendência significa “tender para”, “inclinarse para”, e desfruta de prestígio e respeito nos lançamentos de coleções. A prática de identificar e seguir tendências, não é uma novidade do mundo contemporâneo. Treptow (2013) descreve que:

As tendências surgiram com o próprio advento da moda, a partir do Renascimento. Nessa época, a adoção de novos padrões visuais ainda não era uma constante, e a quebra de tradições era vista com reservas. Todavia, alguns grupos vanguardistas enxergavam, na adoção de novos valores, não uma ruptura com o passado, mas um processo de evolução. Dessa maneira, o surgimento de novos padrões no vestir era visto positivamente, como a valorização do “novo”. (TREPTOW, 2013, p. 27).

Nos dias atuais, para Palomino (2002), “em tese, as tendências são o denominador comum da moda. Elas aparecem lá atrás, na ponta inicial da cadeia têxtil, nas empresas que desenvolvem as fibras e as fiações”. (PALOMINO, 2002, p.36). Tais pesquisas de tendências são desenvolvidas por especialistas em escritórios intitulados birôs, que investigam o comportamento sociológico, econômico, político, ambiental e tecnológico, dentre outros da sociedade, com o intuito de codificá-

los em signos como cores, texturas, formas, tecidos, aviamentos, estampas e bordados que sejam capazes de magnetizar o consumidor quando transformados em produtos que se tornam objetos de desejo. Surgindo na França, na década de 1960, os birôs (do francês *bureaux*) ocupam uma função medular na elaboração das tendências, posto que são eles que ordenam e classificam as referências fundamentais para o desenvolvimento das coleções “e há quem garanta que essa profissionalização deu aos franceses a liderança na moda internacional” (PALOMINO, 2002, p. 37). A configuração mais usual hoje de acesso aos dados gerados pelos birôs é através de sites pagos, como o *WGSN (Worth Global Style Network)*, por exemplo, fundado em 1998 e líder mundial no serviço de pesquisa online, análise de tendências e notícias para as indústrias de moda e estilo.

A adesão do que seja adotado como tendência, pela grande maioria dos *designers* é o que movimenta a maior parte dos negócios de moda hoje, pois minimiza os riscos da não aceitação dos produtos pelo consumidor e o possível encalhe das peças. Porém, tal processo tem sido da mesma forma responsável pela ausência de originalidade e muitas vezes plágio dos produtos de moda. Palomino (2002, p.38) sustenta que “os criadores realmente importantes são aqueles que *determinam* as tendências – os que as iniciam, e não os que a seguem”. Treptow (2013) adverte:

Enquanto a venda de produtos que representam as tendências do momento podem gerar lucros tentadores, (...) estilistas e marcas de moda que se limitam a reproduzir tendências sem investir em um estilo próprio, tendem a cair no esquecimento do consumidor quando uma tendência passa. (TREPTOW, 2013 *Apud* GARCIA e MIRANDA, 2007, p.54).

Assumir os riscos desta contramão requer intrepidez, determinação e criatividade ao se permitir uma perspectiva de transgressão com o que já existe e violação de paradigmas no intuito de conceber inovação e personalidade ao seu trabalho. Partindo desta premissa de diferenciação, o engenhoso trabalho do *designer*

Ronaldo Fraga é deveras peculiar. Mantenedor de uma moda empreendedora, com linguagem própria e em grande parte diversa do que é apontado como tendência, Fraga idealiza suas coleções, sublimando não apenas a imagem da roupa, como também a contextualiza com outras perspectivas. Para Fraga⁶:

A forma de ler as tendências mudou. Não tem interesse mais você discutir comprimento da estação, cor da estação, nós vivemos o consumo da diversidade, nós queremos o genuíno, é um consumo enlouquecido em cima disso daí e que o Brasil entra. Eu acho que estamos num momento excelente. Eu acho que é a nossa chance de encontrar um jeito nosso de pensar, de criar, de produzir e comercializar moda. (FRAGA, 2011).

Consideramos que, a proposta de Fraga em suas criações é de uma configuração inovadora de reflexão por meio da moda, gerando como produto final não apenas a roupa, mas a representação cognitiva do que ela pode caracterizar, explorando através dela o pensamento, a linguagem, a percepção, a memória e o discurso, tornando o seu trabalho ousado e transformador.

Exploraremos, a seguir, as diversas etapas do processo criativo de uma coleção de moda, tomando-se por base a metodologia genérica adotada pelos *designers* de moda que irão nos permitir compreender de que forma Fraga efetua a transfiguração da obra literária *Grande Sertão: Veredas*, do escritor Guimarães Rosa para a sua coleção de verão 2006 / 2007 intitulada *A Cobra: Ri*.

A estrutura lógica dessas etapas nem sempre obedecerão a ordem aqui apresentada, pois cada *designer* ou marca poderá decidir seus critérios, dependendo da natureza e estilo de seu trabalho. A partir da escolha de um tema para o projeto da coleção serão decididos o uso da cartela de cores, a definição da matéria prima a ser utilizada como tecidos e aviamentos, os tratamentos de superfície pelos quais as peças da coleção sofrerão interferências e o desenho da coleção propriamente dita,

⁶ http://tvcultura.com.br/videos/13262_ronaldo-fraga-31-01-2011.html

elementos esses que estarão, em geral, elencados às previsões propostas pelas pesquisas de tendências do mercado. Os exemplos citados são referências das coleções criadas pelo *designer* Ronaldo Fraga ao longo de sua carreira.

2.1 A escolha do tema da coleção

A escolha criteriosa de um tema é imprescindível para se dar início ao processo criativo de uma coleção de moda. Sobre tal escolha, Fraga (2010) nos diz:

Escolho tudo aquilo que me dá comichão, o que me dá vontade de pesquisar sobre o assunto. Em cada desfile, é como se eu estivesse contando uma história. “Ah, vamos falar de Nara Leão?” Aí eu mergulho e leio tudo sobre Nara Leão. Fico meses pesquisando, conversando com as pessoas, visitando os lugares ligados àquele tema. (FRAGA, 2010)⁷.

O tema é a história que servirá de inspiração e se apropriará de argumentos que serão utilizados no desenho da coleção justificando cores, texturas, formas, estampas e bordados. Treptow (2013) acrescenta:

Uma marca de moda é mais ou menos como uma Escola de Samba: a cada coleção traz um novo samba enredo, uma nova história a contar, mas mantém as características que são atributo da marca, ou seja, o seu estilo. Assim como a Mangueira traz o verde e rosa e a Portela sempre traz um carro alegórico referente a sua Águia, também as coleções devem sempre trazer aquele estilo pelo qual a marca é conhecida, seja ele divertido, sóbrio, ousado, casual, sexy ou romântico. (TREPTOW, 2013, p. 83).

A utilização de um tema será fundamental para o desenvolvimento de produtos originais, uma vez que as pesquisas de tendências, que são geradas a partir dos estudos sociológicos e antropológicos, já sinalizam as temáticas de interesse comum para um público alvo determinado, na temporada para a qual a coleção está

⁷ FRAGA, R. Rio de Arte. Lia Hama. Trip 2010. v.194. 17 nov. 2010. <http://revistatrip.uol.com.br/trip/rio-de-arte>

sendo criada. Um tema bem escolhido não só agrega valores de referências culturais à coleção como também auxilia a torna-la única em meio às demais coleções apresentadas, uma vez que todas as marcas e *designers* acabam por consultar as mesmas direções mercadológicas apontadas pelas pesquisas de tendências.

Os temas utilizados como inspiração em uma coleção de moda podem encontrar origem nas mais variadas fontes como cultura geral, regionalismo, artes, geografia, arquitetura, história, tecnologia, religião e política, dentre outros, fazendo com que um *designer* de moda investigue e acumule, ao longo de sua carreira, proficiência das mais diversas áreas do conhecimento humano.

Ao se aprofundar na pesquisa do tema escolhido para a coleção o resultado poderá ser uma criação substancialmente conceitual. A afinidade com o tema eleito propiciará um fluxo mais eficiente com a coleta de dados tão necessária para o êxito do trabalho, bem como o convívio com o mesmo ao longo do tempo do planejamento e desenvolvimento da coleção.

A pesquisa do tema da coleção não é linear, podendo encontrar origem em fontes primárias ou secundárias, sem que se obedeçam sua ordem nominal. Classificando-se como “pesquisa primária aquela em que o pesquisador mantém contato direto com o objeto pesquisado e pesquisa secundária quando o pesquisador coleta informações já filtradas e interpretadas por outros.” (TREPTOW, 2013, p. 83). Ronaldo Fraga explica⁸ de forma lúdica, os conceitos formados a partir das suas pesquisas, originadas de fontes primárias e secundárias, em que explorava a temática do Rio São Francisco, que deu origem à coleção intitulada “O Rio São” para o verão 2008 /2009:

Mergulhei literalmente neste universo de lendas e conflitos numa paisagem humana colorida e bordada por marinheiros, caboclos d’água e mulheres-peixe. De lá, trouxe laranjas desavergonhadas,

⁸ <http://www.ronaldofraga.com.br>

brancos sujos, verde-água transparente. Bebi azuis, cheirei a opulência dos opacos e nobres beges. Lambi a base amarela dos sedimentos caídos dos verões e os marrons das cheias das cabeceiras. O lado morto do rio vem colorido de preto. Vieram bordados e aplicações de alma artesã. A estamparia inspirada na sobreposição das madeiras coloridas dos barcos e das casas. Os sacos de juta, embalagens das preciosas especiarias. Da lenda do caboclo d'água vem a beleza sem olhos (ou olhos de canudinhos para beber o rio). (FRAGA, 2008).

Seguem abaixo alguns modelos apresentados na coleção “O Rio São”, de Ronaldo Fraga⁹, onde observamos nitidamente nas roupas os resultados do aprofundamento no objeto de pesquisa, realizado pelo *designer*, em que todas as peças da coleção encontram referências no tema proposto, manifestando-se ora num vestido que lembra escamas de peixe (Fig. 17), ora num vestido com bordados em tons de azul que representam as águas do mar no encontro com o rio e casas bordadas às margens dele. (Fig. 18).



FIGURAS 17 – Vestido da coleção “O Rio São”

Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2009-rtw/ronaldo-fraga/1321/colecao/thumbs/>

⁹ FRAGA, Ronaldo. São Francisco. Disponível em: < <http://www.ronaldofraga.com.br/port/> > Acesso em: Março/2017.



FIGURA 18– Vestido da coleção “O Rio São”

Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2009-rtw/ronaldo-fraga/1321/colecao/thumbs/>

A partir das informações coletadas durante a pesquisa, um método amplamente utilizado nesta etapa do processo criativo é a montagem de um painel de inspirações ou *mood board*. Trata-se de um quadro composto de colagens que dispõe de fotografias, recortes de imagens, amostra de materiais, texturas, cores e outras tantas referências coletadas durante a pesquisa que terão como finalidade representar um conceito da coleção, relacionando-o ao tema pesquisado. Com base no *mood board* surgirão as definições das cores, tecidos, bordados, estampas e formas, dentre outros elementos da coleção.

Os resultados oriundos de uma pesquisa bem elaborada do tema servirão de base não apenas para o desenvolvimento das roupas da coleção, mas da mesma forma, auxiliarão no reforço do conceito lúdico e na composição de elementos que autenticam e consolidam a coleção como a cenografia do desfile, a composição da trilha sonora, a maquiagem dos modelos, as vitrines das lojas, bem como nos

catálogos e editoriais que divulgam a coleção. O cenário da passarela do desfile da coleção “O Rio São”, do designer Ronaldo Fraga, apresentado na *São Paulo Fashion Week* em julho de 2008 exibia bacias de sal grosso, por entre as quais, modelos alinhados como exércitos de prontidão alertavam quanto a salinização do rio São Francisco (Fig. 19).



FIGURA 19 – Passarela do desfile da coleção “O Rio São”.
Fonte: <http://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/464/artigo96700-1.htm>

2.2 Cartela de Cores

A escolha de uma cartela de cores é uma das primeiras definições no processo criativo após a pesquisa do tema e é de fundamental importância para o planejamento de uma coleção de moda. As tendências de cores são, deveras, profundamente estudadas pela indústria têxtil e pelos principais fabricantes de corantes do mundo e pesquisas nomeiam a cor como elemento de interesse primário na reação do consumidor, diante de um produto no ato da compra. Ratificando tal conceito, Farina (1986, p. 173) sugere a cor como o primeiro elemento que desperta o olhar sendo fator de decisão nas vendas e, por esta razão, “torna-se fácil compreender que ela deve ser objeto de estudos do mesmo nível que os realizados para determinar a forma do objeto”. Segundo Jones (2005, p. 112), “essa reação é

seguida pelo interesse quanto ao desenho do modelo, depois pela sensação tátil da roupa e, só então, pela avaliação do preço”.

A apropriação de tal influência e domínio exercidos pelas cores é notada desde a antiguidade. Em concordância com Farina (1986, p. 111), “a cor sempre fez parte da vida do homem: sempre houve o azul do céu, o verde das árvores, o vermelho do pôr do sol.” Manipuladas já pelas primeiras civilizações, as cores das roupas eram utilizadas como recursos de distinção da hierarquia e diferenciação de classes. A exemplo deste fato, as classes superiores foram por muito tempo privilegiadas com o uso de cores vivas, em função de seu alto custo, sendo apenas utilizadas nas vestes reais. “É o caso da cor púrpura, na Roma antiga, que somente os imperadores podiam usar por ser símbolo de poder e prestígio.” (BRAGA, 2005, p. 17). Para Farina (*Ibidem*, p. 22) o uso das cores na antiguidade “faziam parte, mais das necessidades psicológicas do que das estéticas, e as que mais surpreendiam aos olhos humanos seriam para enriquecer a presença de príncipes e reis, sacerdotes e imperadores, através dos deslumbrantes vestuários e ornamentos.”

Tamanha relevância da cor na construção de uma coleção de moda hoje, se deve ao fato de ela atuar como elemento que representa emoções, sensações, experiências e status transmitidos numa linguagem sensorial, não verbal. O artista plástico russo e professor da Bauhaus Wassily Kandinsky em seus estudos sobre cores, convenceu-se dos efeitos emocionais que estas exerciam sobre as sensações humanas. Para ele,

A cor é [...] um meio para se exercer influência direta sobre a alma. A cor é a tecla. O olho é o martelo. A alma é o piano de inúmeras cordas. Quanto ao artista, é a mão que, com a ajuda desta ou daquela tecla, obtém da alma a vibração certa. (Kandinsky, 1990, p.98).

Portanto, a escolha das cores no processo criativo de uma coleção não deverá ser compreendida tão somente como um componente decorativo da roupa, mas,

principalmente, como um elemento dotado da atribuição de comunicação, capaz de gerar efeitos emocionais sobre aqueles que as usam e/ou observam. Para tal, sua seleção terá sob encargo a consideração de um conjunto de fatores como nível social, raça, idade, hábitos regionais, tendências propostas para a estação e, conceitualmente, o tema da coleção.

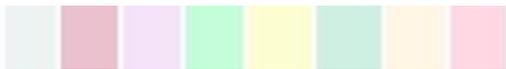
Embora fatores, como a globalização e o conseqüente multiculturalismo, tenham gerado modificações e alterado preferências no emprego do uso da cor, algumas peculiaridades referentes à sua utilização não deverão ser descartadas. Ainda que o vermelho possa transmitir boa sorte e prosperidade para a cultura chinesa, nas sociedades ocidentais não raro está associada à guerra, ao amor ou à paixão. Enquanto o luto pode ser representado pelo preto na América do Norte, o mesmo sentimento pode ser externado pelo amarelo no Egito, pelo roxo na Tailândia ou pelo azul no Irã¹⁰. Fatores que por si determinam que as emoções despertadas pelas cores estão também relacionadas, em muitos casos, com questões culturais, questões estas que não deverão ser desconsideradas pelo *designer*, no ato da escolha das cores de uma coleção ao se considerar em que contexto o público alvo está inserido em relação ao tema proposto e às tendências de mercado.

Da mesma forma, as estações e o clima deverão ser considerados no momento da escolha das cores. Cores quentes ou escuras são em geral mais utilizadas no outono e no inverno, pela sua capacidade de reter o calor no corpo. Em contrapartida, o branco, cores claras e os tons pastéis, por refletirem o calor, são naturalmente os mais usados na primavera e no verão.

¹⁰ Fonte: Site Follow The Colours. Disponível em: <https://followthecolours.com.br/gotas-de-cor/o-significado-das-cores-ao-redor-do-mundo/>. Acesso em Março/2017.

No tocante à quantidade de cores de uma coleção, Jones (2005, p. 119) defende que “uma paleta de moda geralmente tem entre quatro a dez cores”. Mantendo esta proporção, Treptow (2013, p. 109) sugere que o tamanho de uma cartela de cores de uma coleção poderá variar dependendo do número de segmentos que uma marca pretende atender. Em geral, “uma coleção que atenda apenas um segmento (ex.: casual infantil) possui em torno de seis a 12 cores. Cartelas com oito a nove cores são, geralmente, o suficiente para compor uma coleção”, que deverão se reportar ao tema escolhido para a coleção, conforme os exemplos citados abaixo:

Tema romântico: cores pastel, gama de rosados



Tema gótico: cores escuras



Tema “energético”: cores fortes e intensas



Encontramos um notório exemplo do uso da cor como contextualização de reforço à temática utilizada, na coleção do *designer* Ronaldo Fraga para o verão 2001 / 2002 intitulada “Quem matou Zuzu Angel?”. A coleção conta a história da estilista brasileira, que após ter seu filho assassinado por agentes do regime militar, inicia uma incansável batalha contra a ditadura, terminando ela mesma morta em 1976 vítima de um acidente de carro provocado pelos militares. A cor vermelha, representando o sangue derramado surge em meio a quase todas as roupas (Fig. 20 e 21), desde detalhes sutis como pespontos e estampas, até evidenciar-se como sólida em diversas peças da coleção. O azul representa o céu dos anjos de Zuzu Angel, elemento decorativo amplamente utilizado no trabalho da estilista, remetendo

similarmente às ondas do mar, onde os agentes da ditadura teriam atirado o corpo de seu filho. (Fig. 22, 23 e 24).



FIGURAS 20 e 21 – O vermelho presente na coleção “Quem matou Zuzu Angel”.
Fontes: <http://www.fashionbubbles.com/biblioteca/ronaldo-fraga-narrativas-em-forma-de-moda-grandes-criadores-da-moda-brasileira/>
<http://www.ronaldofraga.com.br/port/>



FIGURAS 22, 23 e 24 – O azul presente na coleção “Quem matou Zuzu Angel”.
Fonte: <https://imperioretro.blogspot.com.br/2016/04/zuzu-angel-quando-moda-e-politica-se.html>

Como metodologia utilizada para se determinar as apostas de cores para uma estação, duas vezes por ano, os principais fabricantes de corantes do mundo se reúnem para conferências na Europa e nos Estados Unidos objetivando definir, com 24 meses de antecedência à estação para a qual a paleta se destina, a previsão de

tendências de cores não apenas para a indústria da moda, mas também para a decoração, cosméticos e setor automobilístico. (TREPTOW, 2013, p.111). “Os especialistas em prognóstico de cor não ditam as cores, mas analisam e interpretam os acontecimentos socioculturais e as preferências dos diversos setores do mercado para criar as “famílias” de cores” (JONES, 2005, p. 118), que serão apresentadas às empresas como apostas para a estação a ser trabalhada.

O sistema PANTONE de codificação de cores é um dos mais utilizados mundialmente identificando as cores por um nome e por um código alfanumérico, organizando assim o setor têxtil e possibilitando que o produto final, diante de toda a matéria prima manipulada para sua obtenção, seja exatamente o pretendido. Segue abaixo um exemplo de tal classificação com a descrição de fatores que determinaram a escolha da cartela de cores (Fig. 25) para a temporada de primavera/verão 2017:

Teremos tons a partir do calor, que remetem dias ensolarados – como podemos ver no PANTONE 13-0755 Primrose Yellow, tons que nos trazem a sensação revigorante de respirar o ar fresco da montanha como o PANTONE 18-0107 Kale, o desejo de fugir e nadar em águas cristalinas com o PANTONE 14-4620 Island Paradise. Os designers farão combinações lúdicas que espalharão a esperança e a transformação que tanto ansiamos por cada primavera.¹¹

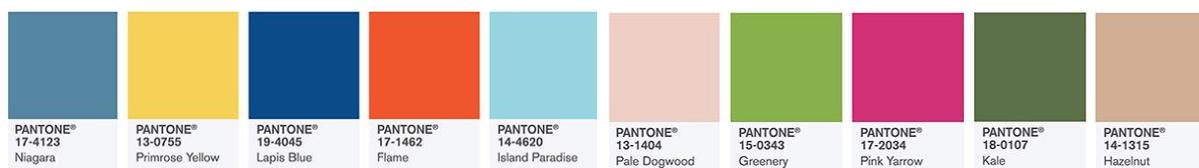


FIGURA 25 – Dez tendências de cores para a temporada de primavera/verão 2017.
Fonte: <http://followthecolours.com.br/style-freak/pantone-tendencia-cores-moda-primavera-verao-2017/>

¹¹ Disponível em: <<http://followthecolours.com.br/style-freak/pantone-tendencia-cores-moda-primavera-verao-2017/>> Acesso em: fev.2017.

A habilidade do designer na escolha das cores de uma coleção deve igualmente contemplar as cores propostas pelas pesquisas de tendências sugeridas para a estação.

2.3 Definição da matéria prima

Os tecidos não apenas expressam o sonho de um designer, mas também estimulam suas ideias. Eles podem ser uma fonte de inspiração. Muitos de meus vestidos nasceram a partir (da inspiração) do tecido. (Christian Dior)¹²

Retratada de forma tangível, uma roupa nada mais é do que a combinação de matérias-primas diversas, que quando utilizadas de forma habilidosa e criativa, são capazes de gerar um produto inovador. Tais matérias-primas compreendem basicamente tecidos e materiais que, embora não apresentem tramas na sua composição, são utilizados no vestuário (ex.: couro) e aviamentos. Portanto, o conhecimento de tecidos e demais materiais que compõem a roupa é de fundamental importância para o *designer*, durante o processo criativo, posto que tal uso impactará diretamente no resultado final das peças, proporcionando conforto e funcionalidade às peças, adequando-as às silhuetas, tendências, estações climáticas e tema pesquisado, conforme explica Treptow:

O designer de moda precisa conhecer as tecnologias disponíveis para o desenvolvimento de produtos que possam ser absorvidos por um público determinado. Sua preocupação deve centrar-se não apenas na comercialização do produto, mas na funcionalidade e nos benefícios que possa proporcionar ao usuário, ainda que, sobretudo no design de moda, esses benefícios sejam atribuídos intangíveis. (TREPTOW, 2013, p.42).

¹² STONE, 2002, p. 93, apud TREPTOW, 2013, p.112.

Alguns designers escolhem os materiais antes mesmo do tema, já outros, pesquisam exaustivamente o tema antes de selecionar os materiais. Ronaldo Fraga descreve sua experiência neste processo:

Eles pedem para acontecer e para pertencer. Quando você se envolve em uma pesquisa de corpo e alma, você vai olhar para as coisas ao seu redor, para os tecidos e eles vão falar 'eu sou drummondiano', ou então 'eu sou bossanovista'. Eu adoro ouvir a voz dos materiais. (FRAGA, 2011¹³).

Embora não exista uma regra acerca de em qual momento do processo criativo deve ocorrer a definição dos tecidos de uma coleção, a indústria da moda organizou-se de forma a apresentar aos *designers* as novidades do setor têxtil, cerca de seis meses antes da temporada de desfiles, o que totaliza cerca de um ano antes da chegada das estações para as quais as coleções serão desenvolvidas. Neste momento, a grande maioria dos *designers* ainda não se encontra com suas coleções desenhadas e seguem, portanto, o mesmo método empregado pelo estilista francês Christian Dior (1905-1957) narrado acima, ou seja, desenham a coleção a partir da escolha dos tecidos.

Um dos eventos de maior visibilidade do setor é a *Première Vision*, uma feira mundial que acontece na cidade de Paris desde 1973, onde os *designers* encontram de primeira mão, todas as novidades em lançamentos de produtos têxteis do mercado¹⁴.

O setor têxtil tem evidenciado contínuas transformações tecnológicas desde a revolução industrial, constituindo o monitoramento de tais ofertas um desafio consideravelmente complexo. A intervenção primária no conjunto de processos da

¹³ <http://editorial-estudantil.blogspot.com.br/2011/05/moda-uma-arte.html>

¹⁴ <http://www.premierevision.com/en/>

produção de materiais têxteis é desempenhada através da pesquisa e produção de fibras. Fibras têxteis são substratos naturais ou químicos constituídos por filamentos dos quais os fios que entrelaçam os tecidos são compostos. As fibras naturais podem ter origem vegetal como o algodão e o linho e animal como a seda e a lã. As fibras químicas são classificadas como fibras sintéticas e fibras artificiais, sendo as sintéticas derivadas de subprodutos do petróleo como o poliéster e o acrílico e as artificiais surgem a partir da alteração química de matéria-prima natural vegetal, animal ou mineral. (PEZZOLO, 2007, p. 118).

O domínio de tal competência é de fundamental importância durante a escolha dos tecidos de uma coleção, pois são as fibras as principais responsáveis por características de extrema relevância dos tecidos, “como a capacidade de reter calor, a afinidade ou não com a água ou a tendência a amarrotar” (TREPTOW, 2013, p. 112).

Investimentos em novas tecnologias têm favorecido notáveis melhorias na qualidade e funções das fibras químicas, transformando seus atributos cada vez mais próximos das fibras naturais. Ademais, a produção de fibras naturais depende de condições climáticas, influenciando as safras e afetando os preços, fatores que provocaram significativa elevação do uso de fibras químicas pela indústria da moda. A combinação de fibras naturais e químicas tem gerado uma imensa diversidade de tecidos com o intuito de reduzir custos ou ainda melhorar características originais dos tecidos, como por exemplo o linho, dotado de alto custo e grande predisposição a amarrotar, quando combinado com o poliéster tem seu preço consideravelmente reduzido e tal característica atenuada. (TREPTOW, 2013).

O processo seguinte à pesquisa de fibras é a fiação, método que transforma as fibras em fios através de torções e são esses fios que, entrelaçados entre si formam

finalmente os tecidos na tecelagem. Por sua vez, a tecelagem se utiliza de processos produtivos distintos, identificando sua segmentação em tecidos planos e malhas. Tecidos planos são obtidos através do entrelaçamento de um conjunto de dois fios (trama e urdume) por intermédio de um tear de ângulo reto, sendo utilizados neste processo, diversos tipos de ligamentos (Fig. 26): tela ou tafetá (popeline, linho, organza, etc.), sarja (brim, denim, gabardine, etc.) e cetim (cetim, charmeuse, crepe de seda, etc.). O conhecimento de tais constituições deverá influenciar na escolha dos tecidos de uma coleção de moda pois “o tipo de ligamento utilizado em um tecido plano é o que definirá seu caimento.” (TREPTOW, 2013, p. 113).

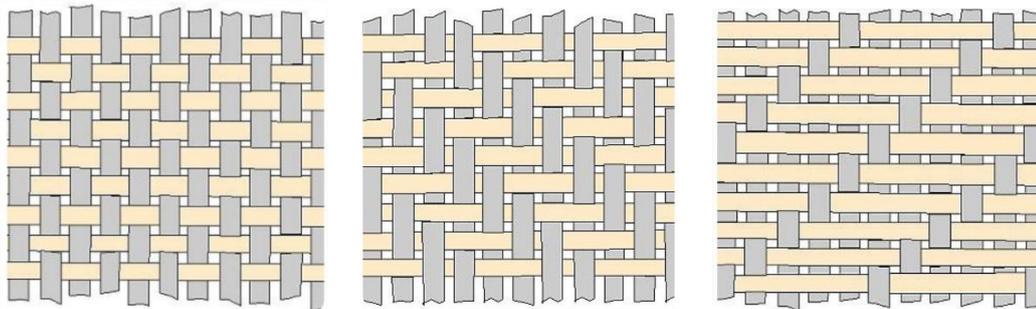


FIGURA 26 – Ligamentos de tecidos planos: tela ou tafetá, sarja e cetim respectivamente.
 Fonte: <http://blog.maximustecidos.com.br/estruturas-dos-tecidos-tudo-que-a-costureira-precisa-saber/>

Diferente do tecido plano, a malha é produzida através do entrelaçamento dos fios sempre no mesmo sentido: ou todos na trama ou todos no urdume, o que lhe confere maior elasticidade e flexibilidade. Tal processo é realizado com agulhas, assemelhando-se em muito com o tradicional tricô (Fig. 27). São exemplos de malhas comumente utilizadas: meia-malha, moletom, piquet e ribana.

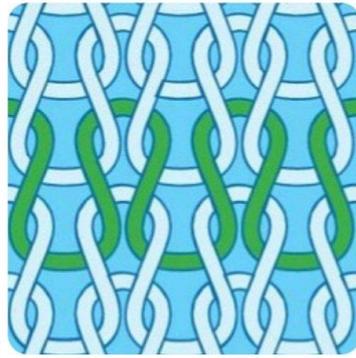


FIGURA 27 – Entrelaçamento de malha.

Fonte: <http://blog.maximustecidos.com.br/estruturas-dos-tecidos-tudo-que-a-costureira-precisa-saber/>

Quaisquer outros materiais empregados na confecção de uma roupa, além do tecido são denominados aviamentos, podendo ser estes identificados conforme sua função e sua visibilidade nas roupas. A função de um aviamento poderá ser componente, quando seu uso for indispensável para a estruturação da roupa como linhas, zíperes e botões ou decorativa, quando seu uso está presente apenas como ornamento como paetês, canutilhos e franjas. A visibilidade de um aviamento poderá ser aparente, quando exposto na peça confeccionada como linhas de pesponto, patches e miçangas ou não aparente, quando seu uso se limitar ao interior da peça como entretelas e elásticos. (TREPTOW, 2013).

A escolha acertada dos aviamentos da coleção, assim como dos tecidos, poderá determinar a qualidade final do produto, bem como auxiliará no seu adorno, adequando-o às tendências de mercado, bem como ao tema proposto. Devendo com isso o profissional de moda estar atento às inovações tecnológicas e ao mesmo tempo investir em novas possibilidades não exploradas.

“Aprender como construir uma narrativa com tecidos é uma verdadeira arte e habilidade fundamental dentro da especificidade do design de moda”. (FAERM, 2012, p. 68). Em sua coleção para a temporada primavera/verão 2015 / 2016 intitulada “Fúria da Sereia” o estilista Ronaldo Fraga se inspirou no projeto *Sereias da Penha*, do litoral

de João Pessoa, capital do estado da Paraíba, que oportuniza a profissionalização de artesãs da comunidade da Praia da Penha, aprimorando suas habilidades manuais, enriquecendo a qualidade dos produtos e promovendo o artesanato da cidade na perspectiva nacional¹⁵. A busca por materiais inovadores e inusitados para a coleção conduziu o *designer* a criar peças tecidas em crochê de linha de pesca e bordados elaborados a partir de escamas de peixe (Fig. 28): “As escamas dos peixes eram descartadas. Quando vi, percebi que parecida madrepérola, e resolvi usar. Aí começou um trabalho de capacitação das mulheres para que aproveitassem as escamas”, explica Fraga¹⁶.



FIGURA 28 – Crochê de linha de pesca e bordados com escamas de peixe.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2016-rtw/ronaldo-fraga/1496689/>

Desta forma, concomitantemente, Fraga cria peças inéditas a partir da cultura local e exalta a seriedade da preservação ambiental a partir da reutilização e ressignificação de matérias-primas que eram descartados como lixo e sem importância econômica.

¹⁵ <http://oglobo.globo.com/ela/moda/ronaldo-fraga-inaugura-mostra-furia-das-sereias-18102832>

¹⁶ <http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/12-topicos-que-voce-precisa-saber-sobre-o-desfile-de-ronaldo-fraga-034/>

Fundamentando do mesmo modo a sustentabilidade evocada pelo tema, Fraga também utiliza de forma pioneira nesta coleção, um tecido composto por um fio de poliamida, aprimorado em sua formulação, que se decompõe totalmente em 3 anos após descarte em aterro sanitário, enquanto a poliamida comum demora décadas para se decompor¹⁷. Tiras de tecidos são utilizadas na confecção de crochê com aspecto rústico e resultado surpreendente. O vestido apresentado ao final do desfile em tom de terra avermelhado, com efeito sanfonado, foi confeccionado a partir da combinação de um fio de poliamida utilizado na fabricação de pneus e, segundo o estilista, “essa série final simboliza o cabelo da sereia”¹⁸, revela Fraga. (Fig. 29, 30 e 31).



FIGURAS 29, 30 e 31 – Utilização de novas fibras químicas.

Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2016-rtw/ronaldo-fraga/1496689/>

¹⁷ <http://santaconstancia.com.br/noticias/co2-control-2/>

¹⁸ <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2016-rtw/ronaldo-fraga/1496689/>

2.4 Tratamentos de superfície

Entende-se por tratamentos de superfície um composto de técnicas, em que processos químicos ou mecânicos são utilizados, com o objetivo de aprimorar ou mesmo alterar as características originais dos tecidos e principalmente das peças com eles confeccionadas, agregando valor estético às mesmas. Para Rüttschilling (2008, p. 23) design de superfície é uma atividade técnica e criativa cujo objetivo é a criação de texturas visuais e/ou tácteis, projetadas especificamente para a constituição e/ou tratamento de superfícies, apresentando soluções estéticas, simbólicas e funcionais adequadas às diferentes necessidades, materiais e processos de fabricação. Tais soluções estéticas podem incluir técnicas de estamparia, bordados, aplicações, tingimentos, lavagens e outras manipulações dos tecidos que deverão preconizar as tendências do mercado e o tema da coleção.

Durante o processo criativo, fase em que o *designer* esboça o projeto de sua coleção, é de fundamental importância considerar o conforto e a funcionalidade das peças a serem produzidas, antes mesmos da estética, tornando-se indispensável conhecer as especificidades das fibras e tecidos, conceituadas anteriormente. Para incorporar de forma eficiente um beneficiamento, as propriedades de algumas superfícies deverão se harmonizar com os pigmentos, corantes, produtos químicos e técnicas mecânicas utilizadas nas soluções estéticas adotadas.

A partir destas considerações, o *designer* passa a agrupar e selecionar imagens resultadas de sua imersão no universo do tema escolhido que possam ser transformadas em elementos decorativos da coleção. A moda dispõe da relevante função de representação e diálogo das subjetividades dos indivíduos e suas culturas e tais imagens simbolizam discursos não verbais que descrevem seus valores, conceitos e crenças. De acordo com Crane (2006):

Como forma de comunicação não-verbal e visual, o vestuário é um meio poderoso de fazer declarações sociais subversivas, pois essas declarações não são necessariamente construídas ou recebidas em um nível consciente ou racional. As mudanças no significado de determinadas roupas e nas formas pelas quais elas comunicam significados são indicações de alterações substanciais no modo como os grupos e agrupamentos sociais veem suas relações uns com os outros. (CRANE, 2006. p. 455 - 456).

Como mecanismo empregado na materialização desta comunicação não-verbal, a estamparia, método altamente explorado em tratamentos de superfícies têxteis, consiste na impressão de imagens sobre os tecidos, podendo ocorrer de forma corrida, ou seja, sobre toda extensão do tecido ou apenas de forma localizada. Os métodos convencionalmente utilizados podem incluir técnicas artesanais ou industriais, conforme quadro abaixo (Fig. 32):

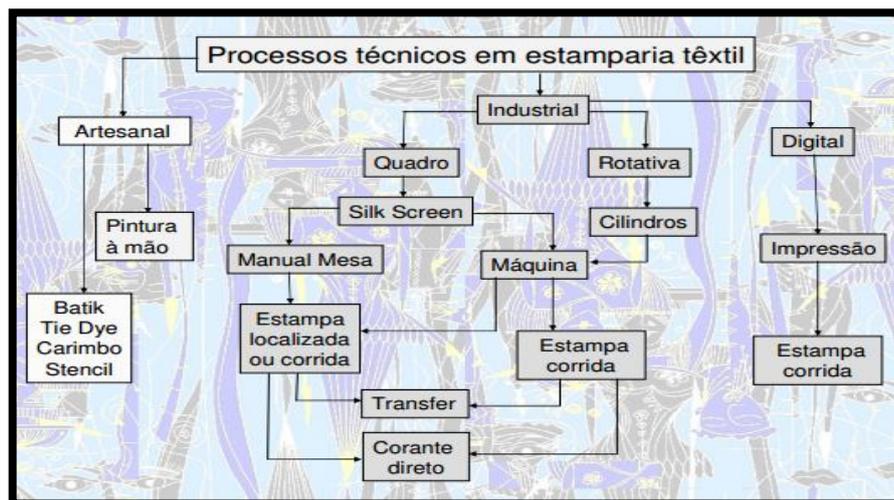


FIGURA 32 – Sequência de processos técnicos em estamparia têxtil.
Fonte: Dissertação de Mestrado da pesquisadora Miriam Levinbook, p.38.

Outros métodos utilizados como tratamentos de superfícies têxteis são obtidos por meio de ornamentações tridimensionais que reproduzem imagens e efeitos decorativos através de bordados, aplicações e outras manipulações dos tecidos como pregueados, drapeados e plissados.

Encontrando origem no fazer popular e como mercadoria distinta, o bordado no Brasil pode ser considerado um bem cultural. Parecer este, corroborado por Fonseca (2005), em sua descrição de bem cultural:

Ao se considerar um bem como bem cultural, (...) enfatiza-se o seu valor simbólico, enquanto referência a significações da ordem da cultura. (...). No caso dos bens patrimoniais selecionados por uma instituição estatal, considera-se que esse valor simbólico refere-se fundamentalmente a uma identidade coletiva, cuja definição tem em vista unidades políticas (a nação, o estado, o município). (FONSECA, 2005, p. 42).

Embora a manufatura do bordado inclua também métodos industrializados, o bordado feito no Brasil, como produto artesanal, imprime no artefato todo o contexto social e repertório cultural de seus produtores, conferindo ao produto valores que transcendem o seu desempenho material. Sendo assim, a aliança da moda com o artesanato no Brasil se estabelece progressivamente, fortalecendo a originalidade dos nossos produtos, em um movimento de integração e autenticação da nossa identidade nacional. Movimento este, que tem sido responsável por tornar o bordado artesanal em um dos tratamentos de superfícies têxteis mais admiráveis da moda brasileira.

Em sua coleção para a temporada de primavera/verão 2010 / 2011, o *designer* Ronaldo Fraga se inspira nas viagens etnográficas que o escritor Mário de Andrade realizou entre 1927 e 1929 aos estados do Norte e Nordeste Brasileiro. Mais tarde, fotos e registros dessas viagens foram reunidos em um livro intitulado “O Turista Aprendiz”. Inspirado em Mário de Andrade, Fraga se utiliza dos registros de suas próprias viagens pelo Brasil, convertendo-os em conceitos para criar sua coleção homônima intitulada “O Turista Aprendiz”. Em uma lúdica exaltação à cultura nacional através dos bordados, Fraga (2010) descreve os tratamentos de superfície da coleção:

(...). Aqui a cultura pernambucana vem costurada, estampada e bordada em linho, seda, bases de algodão e jacquards imitando renda. Meus olhos entram em festa por um Brasil feito à mão. Um País bordado de avessos reveladores... Ponto e linha desenham estórias de sobrevivência, amor e dor, refletindo a alma de um povo gentil, festivo, generoso e lindo. Me embolo de 'pontos-cheio', 'crivos', 'matames', 'pontos sombra', 'renda renascença'... Literalmente por um fio, pontos de um ofício ameaçado de extinção. Aqui serei eternamente Aprendiz.¹⁹

Incorporado de um vigor aprendiz, Fraga fez um recorte de suas viagens pelo Brasil e trabalhou com artesãs de Cariri, na Paraíba, de Passira, no agreste pernambucano e de Itabira, em Minas Gerais²⁰, centralizando periferias distantes das grandes metrópoles, resultando em uma primorosa homenagem à cultura brasileira pelo viés do trabalho artesanal que conferiam primor, delicadeza e sofisticação à coleção, agregando valores materiais e imateriais às peças. (Fig. 33 e 34)



FIGURA 33 – Ponto-cheio inacabado sugerindo a indispensável presença da bordadeira.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2011-rtw/ronaldo-fraga/1207/>

¹⁹ <http://ronaldofraga.com/blog/?p=161>

²⁰ <https://hildegardangel.wordpress.com/2010/10/04/o-mundo-e-ronaldo-fraga-se-rendem-as-rendas-brasileiras/>

Ao se apropriar dos bordados como tratamentos de superfície da coleção, Fraga intenciona recriar de forma têxtil e poética a percepção intelectual de Mário de Andrade ao mapear a tipicidade da cultura popular brasileira.



FIGURA 34 – Renda renascença reinterpretada em formas e cores.
 Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2011-rtw/ronaldo-fraga/1207/>

Tags em forma de mãos (Fig 35), desenvolvidos especialmente para esta coleção, identificavam nas lojas a artesã que bordou a roupa, com os seguintes dizeres: “O Brasil terno, criativo, emocionante, amoroso, carinhoso, é feito à mão! É nesse lugar que costuramos nossa estória”. (MARTINS, 2011, p. 90). Fraga complementa:

Se você for a minha loja e comprar uma roupa, vai encontrar uma etiqueta com todas as informações: bordado na cidade tal, por tal grupo e o e-mail dele, caso queira entrar em contato. Descobri que a melhor forma de ajudar essas pessoas é expor, oferecer a minha vitrine e a minha passarela. (FRAGA, 2010)²¹

²¹ FRAGA, R. Rio de Arte. Lia Hama. Trip 2010. v.194. 17 nov. 2010. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/trip/rio-de-arte>> Acesso em: Mar 2017.



FIGURA 35 – Tag da Coleção “O Turista Aprendiz” (frente e verso).
 Fonte: <http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/67.pdf>

2.5 Desenhos da coleção

Antes de pensar na roupa, tenho que pensar no contexto da história que eu quero contar. Com isso definido, naturalmente a roupa aparece pedindo para ter determinada cor, determinado tecido, volume e comprimento. (FRAGA, 2010, *apud* Lia Hama. Trip 2010. v.194. 17 nov. 2010. Disponível em: <[http://revistatrip .uol.com.br/trip/rio-de-arte](http://revistatrip.uol.com.br/trip/rio-de-arte)>)

Após a intensa pesquisa do tema escolhido para a coleção, a definição das cores, tecidos, aviamentos e tratamentos de superfície, serão definidos os parâmetros da coleção e então, o alinhamento de tais elementos dando-se forma à mesma, através dos desenhos.

A aptidão de ilustrar sua proposição de ideias e conceitos é indispensável no exercício do *design* de moda. Sua eficiência neste processo será fundamental para a interpretação e materialização do produto nas etapas que se seguem na cadeia produtiva. Embora alguns profissionais ainda empreguem o uso de croquis²² para interpretar suas criações, o formato padrão adotado na indústria de moda para o desenvolvimento de protótipos é o desenho técnico²³ das peças, fundamental no

²² Representação artística de uma composição de roupas, representados sobre a figura humana e coordenados com cores, formas, caimentos e efeito visual.

²³ Representação planificada e bidimensional de apenas uma peça de roupa, com detalhamentos de sua composição, objetivando exata reprodução em escala industrial.

processo de confecção do produto. As vantagens de se manter a representação em forma de croquis é a possibilidade de interpretar o caimento das roupas sobre o corpo, analisar as possíveis combinações das peças criadas e manter um registro artístico da coleção.

Devido ao alto grau de efemeridade dos seus produtos, disposto pelos lançamentos sazonais, a indústria da moda é fundamentada por uma contínua aspiração por novidades. São tais novidades as responsáveis pela precipitação de seu desgaste, que seria lento se estivesse apenas sujeito ao uso. Parece ser este o olhar de Lipovetsky (1989) ao afirmar:

As variações incessantes da moda e o código da elegância convidam ao estudo de si mesmo, à adaptação a si das novidades, às preocupações com o próprio traje. (...) Primeiro grande dispositivo a produzir social e regularmente a personalidade aparente, a moda estetizou e individualizou a vaidade humana, conseguiu fazer do superficial um instrumento de salvação, uma finalidade da existência. (LIPOVETSKY, 1989, p. 39).

A obsolescência gerada por tais fatores demanda do *designer* de moda constante reformulação do seu repertório de criações a cada desenvolvimento projetual. De acordo com CALDAS (2004, p. 96), existem códigos de análise e interpretação de sinais emitidos pelo mercado, pelas tendências de moda e de comportamento, que são fundamentais no momento em que se inicia o processo de planejamento e desenvolvimento do produto de moda. Formas, cores, texturas, volumes e movimentos são alguns elementos que, quando bem manipulados podem comunicar valores culturais, possibilitando identificações sociais e consequente aceitação do produto.

Os desenhos iniciais em geral, agregam apenas o valor informal de reunir, concentrar e traduzir os dados apurados na pesquisa do tema da coleção, bem como das imagens geradas a partir desta. Conforme nos adverte Sorger (2009):

É demorado acertar o passo e, depois de suar por algum tempo sobre a página, ideias melhores surgirão. Explore cada possibilidade que vem à mente e nada descarte nessa etapa. Você pode descobrir o potencial de uma ideia mais tarde, quando rever seus desenhos. (SORGER, 2009, p. 28).

Embora a grande maioria dos *designers* recorram a reconhecidas técnicas criativas para a geração de ideias, como brainstorming, mapa mental e analogia, dentre outras, cabe aqui ressaltar que o design de moda emprega principalmente técnicas nas quais “criar é uma questão de misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante para gerar combinações e produtos diferentes.” (JONES, 2005, p. 99).

Para Treptow (2013) os elementos do design de moda são a linha, a cor, a textura, a padronagem, a silhueta e a forma. (TREPTOW, 2013, p. 124, *apud* Keiser e Garner, 2012. P. 607). Compete ao designer criar combinações atraentes na utilização desses elementos, utilizando para isso os princípios do design, que são: repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio e proporção. (JONES, 2005, p. 103 a 109). Conhecer esses princípios e dominar suas funcionalidades será útil não unicamente para empregá-los nas criações, assim como propor rupturas com paradigmas estéticos de tendências, resultando em criações originais e surpreendentes.

Outro atributo que deve ser considerado nesta etapa do processo criativo é a harmonia estética da coleção. Uma coleção de moda é um conjunto de peças que apresentam concordância visual entre si. Tal coesão será alcançada quando elementos relacionados ao tema da coleção, como cores, materiais e tratamentos de superfície são dispostos sistematicamente de diferentes formas nas peças da coleção, imprimindo unidade visual aos seus variados produtos. Tais elementos de estilo podem ser originados do emprego adequado dos princípios do *design* descritos

anteriormente, bem como através das tendências propostas para a temporada. Porém, preconiza Treptow (2013) “o designer não precisa limitar-se ao que as pesquisas apontam. Pode, e deve investir em elementos de estilo que identifiquem a coleção como original e única.” (TREPTOW, 2013, p. 135).

Exímio ilustrador, o *designer* Ronaldo Fraga distancia-se das tendências indicadas pela indústria da moda em suas criações, retratando um conceituado estilo único e original. “Eu nunca me importei com tendência, porque você lança agora, na próxima já está passada” (FRAGA, 2015)²⁴, explica Fraga. Seu traço inconfundível “escreve” suas coleções em detalhes.

O caderno de desenho é para mim o ponto de partida para toda a coleção. Ele funciona como um diário, visto que por meses é o meu companheiro mais íntimo. Até bem pouco tempo atrás eu não tinha dado importância a este registro de pesquisa e processo de criação. De uns tempos para cá, passei a ser cobrado pelo meio acadêmico de moda e design a expor esses registros gráficos que em muito revelam o meu pensamento crítico e criativo. Neles exercito a desconstrução do croqui a cada coleção. (FRAGA, 2015)²⁵

Os croquis de Fraga (Fig. 36, 37 e 38) estampam as folhas dos cadernos que registram seu processo criativo, concebendo desta forma o repertório das suas criações.

²⁴ FRAGA, R. *Moda*. Jovem Pan, 15/07/2015. Disponível em: <<http://jovempanfm.uol.com.br/morning-show/nunca-me-importei-com-tendencia-revela-ronaldo-fraga-apos-desfile-no-spfw.html>> Acesso em: Mar. 2017.

²⁵ FRAGA, R. *Morning Show*. Nas entrelinhas, 21/10/2015. Disponível em: <<http://www.nasentrelinhas.com.br/noticias/moda/708/ronaldo-fraga-caderno-de-roupas-memorias-e-croquis/>> Acesso em: Mar. 2017.



FIGURA 36 – Croquis da coleção “O Rio São”, verão 2008 / 2009.

Fonte: <http://umpoucodepomagico.com.br/index.php/2016/03/15/moda-brasileira-ronaldo-fraga/>



FIGURA 37 – Croquis da coleção “O Turista Aprendiz”, verão 2010/11

Fonte: <http://ronaldofraga.com/blog/?m=201006>



FIGURA 38 – Croquis da coleção “O Caderno Secreto de Cândido Portinari”, verão 2014/15.
Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/07/1661635-estilista-ronaldo-fraga-relanca-livro-em-versao-dilatada.shtml>

Os desenhos de moda de Fraga, com seus traços e configurações peculiares, contribuem para narrar de forma impar suas lúdicas histórias, eleitas como temas de suas coleções. Consolidando desta forma um trabalho narrativo, que harmoniza as cores abduzidas de suas pesquisas, interpretando ao mesmo tempo o caimento e texturas dos tecidos bem como uma representação primorosa dos tratamentos de superfície, adotados como elementos decorativos de suas criações. São sutilezas de um esmero que, com um olhar minucioso, revelam a distinção entre a simples reprodução das tendências apontadas pela indústria da moda e o surgimento de um trabalho autoral.

CAPÍTULO 3 – AS TRAMAS ROSIANAS DA COLEÇÃO “A COBRA: RI – UMA ESTÓRIA PARA GUIMARÃES ROSA”

“Só tem uma coisa que me move, que se eu não fosse estilista eu continuaria a perseguir: meu amor pela cultura brasileira, por isso minha cartilha sempre foi essa, fazer a moda como um vetor cultural.” -Ronaldo Fraga²⁶

Entremeando os fios no tear desta pesquisa, analisaremos então as tramas da coleção para o verão 2006 / 2007 do estilista Ronaldo Fraga. Este capítulo investigará suas criações, numa visão panorâmica, no propósito de entender sua relação com a obra de Guimarães Rosa, a fim de alcançarmos o intento mais preponderante de nossas investigações neste trabalho.

Atendendo ao convite da Secretária de Cultura do Estado de Minas Gerais, Heleonora Santarosa, para participar do evento “Rosa no Redemoinho”, em comemoração ao cinquentenário (1956 – 2006) da obra “*Grande Sertão: Veredas*”, o estilista apresenta um desfile que daria origem à sua coleção intitulada “A Cobra: Ri - Uma Estória para Guimarães Rosa”, idealizando assim, uma narrativa de moda adornada pelo universo sertanejo.

Esta coleção de Fraga, mais uma vez ratifica o posicionamento do seu trabalho com a reconquista da identidade cultural brasileira. Detalharemos a seguir cada componente da coleção: o tema, a trilha sonora, a cenografia do desfile, maquiagens e cabelos das modelos, roupas e acessórios como elementos que costuram este texto/tecido.

²⁶ Entrevista à Revista Veja. 31 de março de 2014. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entrevista/a-moda-esta-louca-para-se-libertar-da-roupa-diz-ronaldo-fraga/>>

As agulhas que costuram as coleções de Ronaldo Fraga sempre perfuram tecidos/textos, que de forma lúdica, dão voz às suas criações. A escolha do tema para a coleção “A Cobra: Ri - Uma Estória Para Guimarães Rosa” é fruto das memórias de infância de Ronaldo Fraga e pelo seu apreço pela cultura mineira.

No ‘emaranhado’ das histórias de Guimarães Rosa, questões centrais como Bem e o Mal, Deus e o Diabo, a existência da alma, a coragem, o medo, o amor indecifrável... Nos põe frente à natureza dos bichos e a natureza humana. Cresci ouvindo histórias do vale do Urucuia e região, onde cobras sorriam, tamanduás abraçavam, e cães adotaram filhotes de lobo. Hoje não sei exatamente se tudo me foi contado pelo meu pai ou lido da obra de Guimarães Rosa. Não importa, como ele próprio disse, o sertão é um só, e por não ter portas e janelas, ele está em todo lugar. Desenvolvi coleção e desfile como um dos pontos do evento “Rosa de Redemoinho”, em Belo Horizonte, comemorando 50 anos da obra “Grande Sertão Veredas”. Sempre fui enlouquecido pelo universo roseano, mas bastou esse abraço de tamanduá, para que ele entrasse na minha casa, sem cerimônia alguma, plantando buritis na sala, trazendo tropas de jagunços, espalhando cobras, onças e capivaras pelo jardim. Único, aninhou com desenvolvimento impar o erudita nos braços do popular. Foi por esta vereda que entramos, no desfile de traçar diálogo entre moda e a obra de Guimarães Rosa. (FRAGA, 2015, p. 193).

Esta nostalgia, impressa nas memórias de Fraga e agregada ao texto da obra de Guimarães Rosa, são entrelaçados de forma lúdica ao texto/tecido que dá origem à coleção, onde as travessias de um sertão que ecoa o bem e o mal, o amor e a dor são traduzidas em formas de trilha sonora, cenário, modelos, cores, texturas, bordados e estampas que analisaremos a seguir.

3.1 A produção do desfile “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”

Ao adentrar na sala do desfile da São Paulo Fashion Week os convidados vislumbraram um magnífico tapete colorido, que formava a passarela, criado pelo

artista plástico Rodrigo Câmara²⁷ em 16 horas de trabalho, composto por serragens coloridas em alusão às comemorações da Semana Santa nas ruas de Ouro Preto - MG e em tantas outras cidades brasileiras.

Uma cobra gigante que, serpenteando, traspassava toda a passarela reforçava um símbolos mais relevantes do romance, que deu nome à coleção, representando os perigos do sertão e da vida, formando um caminho por onde as modelos de forma primorosamente alinhada, desfilavam. Efeito este que parecia fazer “com que elas fossem levadas por uma travessia estreita e duvidosa, emergindo num gesto de profunda incerteza na pisada sobre a cobra de um Grande Sertão”. (SOARES, 2011, p. 106). Um telão, usado como pano de fundo no cenário, anunciava o calor escaldante do sertão, ao mesmo tempo em que causava destaque, iluminando a coleção. Tudo em cena foi impecavelmente costurado com o propósito de transportar os convidados para dentro da obra de Guimarães Rosa (Fig. 39).



FIGURA 39 – Passarela do desfile “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”.
Fonte: <http://estetica-necessidade.blogspot.com.br/2010/11/analise-do-desfile-de-ronaldo-fraga-sob.html>

²⁷ <http://chic.uol.com.br/moda/noticia/ronaldo-fraga-verao-2007>

“Viver é negócio perigoso!”. Com esta frase, que é reproduzida em diferentes situações do livro *Grande Sertão: Veredas*, Fraga anuncia sua coleção, ao som de chocalho, acordeom, violão e instrumentos de percussão que se misturam ao violino ecoando “O trenzinho do caipira”, de Heitor Villa-Lobos e à gaita que entoa “Disparada”, canção escrita por Geraldo Vandré e Théo de Barros e interpretada por Jair Rodrigues. Intercalada a outras falas como “O senhor não duvide, tem gente neste aborrecido mundo, que matam só para ver alguém fazer careta” e “Deus é paciência, o contrário é o diabo”, a trilha sonora segue, num monólogo refletido por uma voz masculina e com sotaque do interior de Minas Gerais, que parece intencional ser a voz de Riobaldo, protagonista e narrador do Romance de Guimarães Rosa.

Ao se aproximar do meio do desfile, a trilha sonora assume uma tensão ao som de tambores, quando frases de repúdio a Hermógenes, o grande vilão da trama, são pronunciadas. Acalmando-se, a partir daí e até o último modelo da coleção ser apresentado, com frases que narram o amor de Riobaldo por Diadorim²⁸. Percebe-se que estas três alterações de falas e ritmos são sincronizados com a cartela de cores apresentada na coleção. Ao final do desfile, Ronaldo Fraga se apresenta ao som de Chico Buarque de Hollanda, interpretando “Assentamento”, música que fala de um sertanejo que passa a vida inteira em convívio com a terra, ao lado dos chapadões, e pede para ser enterrado ali quando morrer. Neste momento, Fraga distribui exemplares do livro “Grande Sertão: Veredas para os convidados:

Quando a música se associa a outra linguagem, ocorre uma interação significativa. (...) A interação entre linguagens estabelece novos limites significativos para ambas, ou seja, surge uma nova poética resultante dessa combinação, a qual possui convenções próprias, diferentes das que regem uma ou outra individualmente (CARRASCO, 2003, p.21).

²⁸ Diadorim: Personagem-chave da obra, que é disposta como homem no decorrer de quase toda a história, sendo apenas após sua morte, exposta como uma mulher.

Tal relação interdisciplinar da trilha sonora com o romance de Guimarães Rosa e a moda de Ronaldo Fraga deu origem a “uma nova poética de convenções próprias” e conseguiu traduzir de modo satisfatório as tensões e conflitos narrados na obra literária, bem como o encanto e a sutileza da poesia do sertão e sua singela beleza interpretadas nas roupas da passarela.

Na pele das modelos, com efeito quase nude e poucos recursos de maquiagem, o destaque ficou por conta das maçãs do rosto definidas, aparentando um efeito queimado pelo sol sertanejo. O penteado seguiu, da mesma forma, as inspirações pesquisadas por Fraga (Fig.40):

O cabelo foi inspirado em um pássaro da serra mineira decorado por pequenas buchas vegetais coloridas, na intenção de simular cabeças de pássaros alinhadas em um ritmo sequencial, finalizado em um ninho de base desfiada. Todavia, a fim de caracterizar os looks masculinos, Fraga pousou passarinhos de madeira sobre os ombros das modelos, já que “nos ombros de Riobaldo todos os passarinhos pousam”. (SOARES, 2011, p.107).

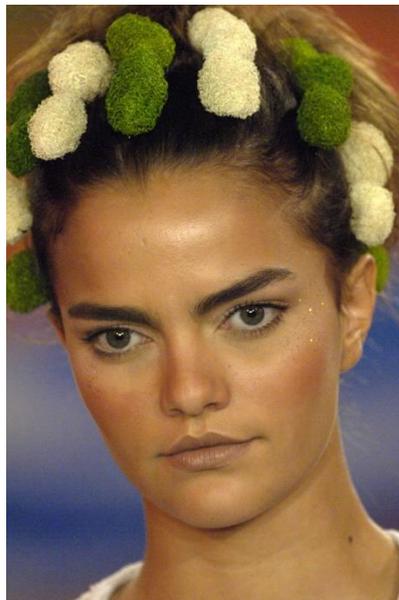


FIGURA 40 – Maquiagem e cabelo das modelos do desfile “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”.

Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/detalhes/1/>

Desta forma, destacamos mais um ponto relevante na produção do desfile: a androginia apresentada em grande parte dos modelos apresentados. Sobre isto Fraga declara:

Quando eu fui provar o masculino, vi que os meninos (modelos) eram todos clarinhos, de olhos azuis. Pensei comigo, mas nenhum deles tem a cara de Riobaldo. Como eu vou colocar esses meninos na passarela? Eles não estão me convencendo... No final da tarde, decidi que não queria aqueles meninos no desfile. A equipe perguntou: você vai cortar os masculinos? Não, os looks masculinos serão desfilados pelas meninas. Aqui, eu vou estar falando de uma Diadorim às avessas. (FRAGA, 2009, apud SOARES, 2011, p. 110) ²⁹

Tendo em vista o fato de a personagem Diadorim, da obra de Guimarães Rosa, ter passado a maior parte da trama travestida de homem, Fraga se apropria deste conceito para investir neste “Diadorim às avessas” e apresenta as peças masculinas da coleção em modelos do sexo feminino. Ainda que, em determinados modelos a roupa se assemelhe a uma moda agênera, passarinhos de madeira são posicionados sobre os ombros para que sejam identificados os *looks* masculinos, sendo também observado nestes momentos, que os cabelos não apresentam uma base desfiada, como nos *looks* femininos, mas completamente presos e adornados com buchas coloridas. (Fig. 41).

²⁹ Trecho citado pelo designer de moda Ronaldo Fraga em debate proferido na companhia da professora e pesquisadora Rosane Preciosa, evento “Ziguezague”, momento intitulado de “Desfiles Incríveis”, junho de 2009, São Paulo - SP. (Apud SOARES, 2011, p. 110).



FIGURA 41 – Androginia: looks masculinos apresentados em modelos femininos.
 Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/>

3.2 Escrevendo, desenhando e costurando a coleção “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”.

Conforme já esboçado no capítulo 2 desta pesquisa, uma narrativa de moda é tecida pela harmonização do tema com elementos visuais como cores, tecidos, e tratamentos de superfície.

Para concretizar o espetáculo de cores e vida, a cartela de cores da coleção, ludicamente foi organizada em três fases, elencadas no espaço sertanejo e que se espelham nas nuances do tempo, percebidas ao longo do dia no sertão³⁰. O desfile se inicia com os tons denominados “desbotados pelo sol”, onde percebemos a preponderância de cores pálidas em tons de argila, amarelo, giz, salmão, rosa e verde água. (Fig. 42).

³⁰ <http://bonitomeparece.blogspot.com.br/2010/11/critica-estetica-do-desfile-de-ronaldo.html>



FIGURA 42 – Croquis de Ronaldo Fraga / Fase 01: Tons “desbotados pelo sol”.
Fonte: SOARES, 2011, p. 116.

A luz branca e pálida da alvorada é refletida pelos tons de giz, rosa, verde e amarelo desbotados que abrem o desfile. O efeito *dégradé* manipulado como uma consonância dos opostos em vários *looks* da coleção, nos remetem ao alvorecer e ao anoitecer, bem como ao masculino e ao feminino (Fig.43). Para Durand (2012), “a iconografia alquímica parece tirar uma lição filosófica da figura bissexuada: os elementos contrários pela cor ou pelo sexo são ‘encadeados’, ‘ligados por uma cadeia’, um ao outro”. Imagens que podemos também relacionar, pelo sol e a lua: “[...] sol para o macho, lua para a mulher” (DURAND, 2012, p 292, apud AGUIAR, 2014, p. 346).



FIGURA 43 – Cores da coleção / Fase 01: Tons “desbotados pelo sol”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/colecao/17/>

Em seguida, na segunda fase da coleção, são exibidos os tons “iluminados pelo dia”, que apresentam as cores laranja, vermelho e terra. (Fig. 44).



FIGURA 44 – Croquis de Ronaldo Fraga / Fase 2: Tons “iluminados pelo dia”.
Fonte: SOARES, 2011, p. 118.

Sendo o amarelo uma cor abrasadora e que que amplifica, à luz do sol de meio-dia surgem os tons alaranjados e avermelhados, acompanhados da terra queimada por ele. Kandinsky (1990), afirma que o amarelo é substancialmente quente e luminoso, sendo propício a irradiar “calor espiritual”. Nesta fase da coleção, surgem também estampas que projetam uma abundancia de cores, como amarelos, marrons, verdes e laranjas. Escamas de cobras projetam tons de marrons e verdes que realçam os tons alaranjados (Fig. 45).



FIGURA 45 – Cores da coleção / Fase 2: Tons “iluminados pelo dia”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/colecao/17/>

O texto/tecido de Fraga finaliza com os tons intitulados de “molhados pelo sereno da noite” com o azul-marinho, turquesa e charuto. (Fig. 46).



FIGURA 46 – Croquis de Ronaldo Fraga / Fase 3: Tons “molhados pelo sereno da noite”.
Fonte: SOARES, 2011, p. 120.

A terceira e última fase do desfile concebe as cores molhadas pelo sereno da noite e carregado de mistério, surgem os azuis profundos, peculiar do céu noturno noite e do segredo de Diadorim. Para Kandinsky (1990), tons de azul profundo estimula desejo de pureza e aproxima o homem do infinito. De forma proposital, quando a coleção assume esses tons, a trilha sonora declama frases que expressam o amor de Riobaldo por Diadorim, como se o manto negro da noite cerrasse de vez a estória (Fig. 47).



FIGURA 47 – Cores da coleção / Fase 3: Tons “molhados pelo sereno da noite”.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/colecao/17/>

A coleção foi confeccionada a partir de tecidos leves, como crepe, malhas, renda, musselines, cambraia e laise, porém, em contraponto, tecidos pesados como a sarja também foram utilizados. Suas composições foram quase 100% de fibras naturais, dentre as quais o algodão se destaca. O elastano também estava presente em muitas peças, pois traduz conforto, que é a palavra de ordem das roupas de Fraga, construindo uma silhueta leve e confortável, com um contorno afastado do corpo, que é mais uma característica do trabalho do estilista.

Como exemplo, um vestido azul marinho, surge na última fase do desfile, confeccionado de tricoline, cuja etiqueta de composição revela 70 % de algodão, 25% de poliamida e 5% de elastano. O conforto do algodão é mantido que, associado à poliamida, reduz a capacidade de amarrutar do tecido, acrescentado do elastano que confere mobilidade nos movimentos (Fig. 48 e 49).



FIGURAS 48 e 49 – Vestido de tricoline e sua etiqueta de compisição.
Fontes: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/colecao/28/> e SOARES, 2011, p. 129, respectivamente.

Os tratamentos de superfície da coleção são um forte aliado de Fraga na construção de sua narrativa. Tingimentos artesanais com efeitos de dégradé,

estampas e bordados inspirados em cabeças de boi, em tamanduás, tatus, onças pintadas e na figura do diabo são todos elementos arrebatados da obra literária de Guimarães Rosa para as criações do estilista (Fig. 50, 51 e 52).



FIGURAS 50, 51 e 52 – Bordados de Fraga, extraídos da obra literária.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084>

Frases do romance são bordadas e *post-its* de tecido com trechos de “Grande Sertão: Veredas” são aplicados nas roupas, em um hibridismo literal da moda com a literatura (Fig. 53, 54):



FIGURAS 53 e 54 – Ronaldo Fraga “escrevendo moda” em sua coleção.
Fonte: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/>

O símbolo sempre presente deste texto/tecido: a cobra, adorna as peças que pertencem às duas primeiras fases da coleção. De hábitos noturnos, a cobra é um dos animais que representa maior perigo para o homem, pois além da sua extraordinária visão, são capazes de perceber calor, acometendo suas presas silenciosamente. E como “viver é negócio perigoso”, estampas e bordados de cobra surgem emaranhadas, em espiral, em forma de círculos, onduladas ao longo de grande parte da coleção e como dobraduras em tecidos em referência a suas escamas (Fig. 55, 56 e 57).



FIGURAS 55, 56 e 57 – “A cobra ri”, pinta e borda na coleção de Fraga.
 Fontes: <http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084> e SOARES, 2011, p. 135, respectivamente.

O azul profundo que encerra o desfile relaciona-se ao céu noturno, da lua e suas diversas fases, de estrelas e do olhar vigilante e atento da coruja, enquanto estampas de silhuetas de buriti encontram seu descanso ao cair da noite (Fig. 58, 59 e 60).



FIGURAS 58, 59 e 60 – Corujas, luas e estrelas habitam no céu noturno do sertão.
Fontes: <http://fw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084> e SOARES, 2011, p. 127, respectivamente.

Todos esses elementos, elencados na coleção de Fraga, escrevem uma coleção que narra os mais diversos conflitos do homem: a dor, o sofrimento, a luta interior entre o bem e o mal e o amor reprimido, mas ao mesmo tempo consegue ser leve, doce e lúdica.

PESPONTOS FINAIS

A presente pesquisa foi motivada pelo profundo fascínio pelo universo da moda, no principal propósito de entrelaçar sua correlação com outras áreas de conhecimento e aqui, mais especificamente, urdindo seus fios com a literatura brasileira.

Nas tramas deste texto-tecido pudemos perceber a sensibilidade do estilista Ronaldo Fraga em imprimir histórias e identidades em suas coleções. Percebemos que seu trabalho reacendeu a expectativa, sempre questionada no cenário brasileiro, sobre a possibilidade de se produzir uma moda que fosse internacionalmente respeitada e ainda assim imprimir nela as características da nossa diversidade cultural e identidade nacional. À frente da realidade da globalização, nos deparamos com o desafio de preservar e fomentar as expressões da nossa diversidade cultural diante do hibridismo provocado pelo fenômeno.

A literatura muito frequentemente, disserta sobre o conceito da moda e da indumentária com o objetivo de tecer interpretações como reforço para narrativas de identidades culturais e sociais aos seus personagens. José de Alencar, João do Rio, Lima Barreto, Machado de Assis e Guimarães Rosa, o grande suporte do nosso objeto de pesquisa, entre outros, traçam e reforçam a correlação do fator social - literatura e moda - utilizando-se das descrições dos trajes para definir estados de personalidade, posições sociais, gênero, padrões de comportamento, códigos de conduta e maneiras de se vestir, situando-os no contexto de tempo e espaço propostos pelo texto. Em total congruência com a possibilidade de diálogos interdisciplinares da moda com outras áreas de conhecimento, Fraga explora em suas coleções temas essencialmente nacionais, o que inclui a literatura brasileira, o pano de fundo do nosso

objeto de estudo, contribuindo assim para o deferimento de uma moda com reconhecimento internacional, porém com traços marcantes de uma forte identidade nacional, que não foi desassociada das nossas tradições e contempla a diversidade cultural brasileira.

Tais conceitos conferem, aos estudos da moda, uma conexão a uma cadeia transversal de conhecimentos e disciplinas, que se assemelham a rizomas, sem a qual seria impossível não apenas a pesquisa, mas a sobrevivência do próprio fenômeno em si.

Exploramos ao longo da pesquisa as diversas etapas do processo criativo de uma coleção de moda, tomando-se por base a metodologia genérica adotada pelos *designers* de moda e pudemos conhecer por que a escolha criteriosa de um tema é imprescindível para se dar início ao processo criativo de uma coleção de moda. Tal tema é a gênese para a definição da cartela de cores, uma das primeiras definições no processo criativo de uma coleção.

Verificamos que o conhecimento e escolha dos tecidos e demais materiais que compõem a roupa é de fundamental importância para o *designer*, durante o processo criativo, uma vez que tal uso impactará diretamente no resultado final da coleção. Entendemos que soluções estéticas, denominadas de tratamentos de superfície, que incluem técnicas de estamparia, bordados, aplicações, tingimentos, lavagens e outras manipulações dos tecidos agregam valor ao produto final de moda e preconizam, no trabalho de Fraga, a exaltação da cultura nacional quando se utiliza fartamente do bordado, um bem cultural brasileiro, como elementos decorativos de suas coleções, conferindo ao produto valores que transcendem o seu desempenho material. Entendemos de que forma todos esses elementos, essenciais para o desenvolvimento de uma coleção, dão origem aos desenhos das peças, como forma

de comunicação não-verbal, repletos de significações e mensagens relacionadas ao tema explorado em conformidade com a interpretação do designer.

Finalmente, este trabalho entrelaçou seus fios, analisando então as tramas da coleção para o verão 2006 / 2007 do estilista Ronaldo Fraga, investigando suas criações no propósito de entender sua relação com a obra de Guimarães Rosa, a fim de ascendermos ao principal objetivo da nossa pesquisa. Ao trabalhar com a coleção “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa” tornou-se necessário contextualizar o autor do trabalho e sua atuação no universo da moda brasileira e internacional. Neste trabalho, mais uma vez Ronaldo Fraga tece suas criações com histórias que exploram a identidade cultural brasileira. A partir dessa análise, seu trabalho foi contemplado aqui como um objeto passível de investigação, dadas as ressonâncias que suas coleções geram na sociedade contemporânea.

Da investigação efetuada da metodologia criativa adotada por Ronaldo Fraga, é tecida a compreensão da relevância do seu recurso de idealização imagética como configuração de posicionamento autoral. O estilista utiliza-se, em suas criações, da temática cultural brasileira, permitindo que suas coleções ultrapassem as barreiras das idiosincrasias estereotipadas, partilhadas coletivamente pela indústria da moda, tecendo criações em tramas múltiplas e sólidas. A literatura brasileira é sempre o tear sobre o qual o estilista fia sua moda, como fonte de referência e experimentação, seja de forma direta ou subjetiva. Desta forma, ao investigar as coleções de Fraga nos deparamos com trabalhos que encontraram inspirações objetivas nos poemas de Carlos Drummond de Andrade, nos registros de Mário de Andrade e no romance de Guimarães Rosa.

A análise da coleção “A Cobra: Ri – Uma Estória Para Guimarães Rosa”, do estilista Ronaldo Fraga, inspirada na obra *Grande Sertão: Veredas*, do escritor João

Guimarães Rosa contida neste trabalho, investigou a possibilidade de utilização da literatura como interface de uma coleção de moda, concluindo que são possíveis infindáveis diálogos com as mais diversas áreas do conhecimento humano, incluindo a literatura, caracterizando uma superfície farta de exteriorização das subjetividades do homem contemporâneo. Enquanto objeto de investigação e estudo, tal coleção se reflete como um instrumento de criação qualificado para anexar significação ao produto de moda e promover um referencial de profundidade e relevância na moda brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Grazyella Cristina Oliveira. **Expressões do imaginário na moda brasileira: Um estudo dos processos de criação do estilista Ronaldo Fraga**. 2014. Tese de doutorado. Programa de pós-graduação stricto sensu, Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/4673>. Acesso em Mar de 2018.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. Tradução de Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, 1999.

_____. **Inéditos vol. 3 – imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **História e sociologia do vestuário** – Annales, Librarie Armand Colin, jul.-set. 1957.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**, vol I. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi. 2005.

_____. **História da Moda: Uma Narrativa**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2011.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendência**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Rio, 2004.

CANDIDO, Antônio. **Literatura e sociedade**. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2006, 9ª ed. Disponível em: <<http://www2.unifap.br/marcospaulo/files/2013/05/candido011.pdf>>. Acesso em: Nov de 2016.

CARRASCO, Ney. **Syngkronos: A formação da poética musical do cinema**. São Paulo: Via Lettera/Fapesp, 2003.

COSGRAVE, Bronwyn. **História da indumentária e da moda: da antiguidade aos dias atuais**. São Paulo: Editora GG Brasil, 2000.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social. Classe, gênero e identidade das roupas.** São Paulo: Editora SENAC, 2006.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário.** 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997 – 2012.

FAERM, Steven. **Curso de design de moda: princípios, práticas e técnicas.** São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2012.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** São Paulo: Editora Edgard Blucher Ltda, 1986.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil.** 2. Ed. Rev. Rio de Janeiro: Editora UFRJ; MinC – Iphan, 2005.

FRAGA, Ronaldo. **Ronaldo Fraga: Caderno de roupas, memórias e croquis.** Rio de Janeiro: Cobogó, 2015.

GALLO, Sílvio. **Deleuze & a Educação.** Belo Horizonte: Autêntica, 2008

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 1989.

_____. **Os usos da diversidade.** Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 5, n. 10, p. 13-34, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v5n10/0104-7183-ha-5-10-0013.pdf>>. Acesso em: 8 jan. 2017.

HAUSER, Arnold. **História social da literatura e da arte.** Trad. Walter H. Geenen. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1972.

HOUAISS, Antônio e VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

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

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte.** Tradução Álvaro Cabral . São Paulo: Martins Fontes, 1990.

KEISER, S. J.; GARNER, M. B. **Beyond design: the synergy of apparel product development**. New York: Fairchild; London: Bloomsbury, 2012.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Tradução Bernardo Leitão [et al.]. São Paulo: Editora da UNICAMP, 1990.

LEONEL, M. C. & SEGATTO, J. A. **Política e violência no sertão rosiano**. 2006. Disponível em: <http://www.acessa.com/gramsci/?id=411&page>. Acesso em: Nov de 2016.

LEVINBOOK, M. **Design de superfície: Técnicas e processos em estamparia têxtil para produção industrial**. 2008. Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação stricto sensu, Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/13.pdf>. Acesso em Mar de 2017.

LÉVI-STRAUSS, C. **O olhar distanciado**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1983.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

MARQUES, Adair; PEREIRA, Flávio. **Arte, Moda, Literatura e Cinema - Saberes Compartilhados**. In.: CHAUD, E e SANT'ANNA, T. F. (Orgs.). Anais do VII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual Goiânia-GO: UFG, FAV, 2014, pp. 70/79 (ISSN 2316-6479), disponível em: https://seminarioculturavisual.fav.ufg.br/up/778/o/2014eixo1_6_arte__moda__literatura_e_cinema.pdf. Acesso em: Dez de 2016.

MARTINS, Thaiza Caldeira. **Design gráfico na moda: produto e comunicação. Uma análise sobre a coleção “Tudo é risco de giz” de Ronaldo Fraga**. 2011. Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação stricto sensu, Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/67.pdf>. Acesso em Mar de 2017.

MATOS, Gregório. “*O todo sem a parte não é todo*”. In: **Senhora Dona Bahia – Poesia Barroca**. Porto Alegre: Mercado Alberto, 1998.

MORIN, E. **O Método II: a vida da vida**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

PALOMINO, Erica. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos – História, Tramas e Usos**. São Paulo: Senac, 2007.

PRYSTHON, Ângela. **O negócio da tradição - Cultura de Massas no Brasil dos anos 90**. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R8-Prysthon-HP.pdf>>. Acesso em: Fev de 2017.

ROSA, João Guimarães. **Grande Sertão: Veredas**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed. da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria da moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SOARES, Ana Paula Vilela. **Narrativas de Moda: entre as rendas de um turista aprendiz e os avessos de Riobaldo**. 2011. Dissertação de mestrado. Programa de pós-graduação stricto sensu da Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais. Goiás, 2011. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/2792>. Acesso em Mar de 2017.

SOLOMON, Michel R. **O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SORGER, Richard. UDALE, Jenny. **Fundamentos do Design de Moda**. Porto Alegre. Bookman, 2009.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: A moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade.** Tradução de Sandra Guardini Vasconcelos. São Paulo: Boitempo, 2007.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2014/03/ronaldo-fraga-design-museum-londres.html>

<http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2014-rtw/ronaldo-fraga/814842/>

<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>

<https://veja.abril.com.br/entretenimento/a-moda-esta-louca-para-se-libertar-da-roupa-diz-ronaldo-fraga/>

<http://www.sandrascloset.com/category/pre-fall-2016/>

<http://inventandomoda-namoda.blogspot.com.br/2008/05/>

<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia /2014 /03/ ronaldo-fraga-design-museum-londres.html>

<http://ronaldofragavidaehistoria.blogspot.com.br>

<http:// desenroladas.com.br/moda/a-fabula-sertaneja-de-ronaldo-fraga/>

<http://www.ronaldofraga.com.br/port/>

<http://noticias.uol.com.br/ultnot/reuters/2006/07/ 16/ult26u21943.jhtm>

<http://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2007-rtw/ronaldo-fraga/1084/>

<https://dialogofashion.wordpress.com/2010/01/26/ronaldo-fraga-e-as-roupas-que-falam/>

<https://www.youtube.com/watch?v=VBSQlidWih0>. Entrevista realizada por: Luiz Guilherme de Beaurepaire (2013).