



**3 EDITORIAL**

**4 TENDÊNCIAS**

**NUTRIGENÔMICA: REVOLUÇÃO GENÔMICA NA NUTRIÇÃO**  
Aline de Conti,  
Fernando Salvador Moreno  
Thomas Prates Ong

**BRASIL**

**6 AS BELAS E PERIGOSAS CONSTRUÇÕES DA NATUREZA**



Ronaldo Diniz  
Falésias atraem empreendimentos

**9 DIVULGAÇÃO DE ENSAIOS CLÍNICOS PERMITE MAIOR TRANSPARÊNCIA**

**10 PESQUISA DA EMBRAPA/LAC-BIOSAFETY AVALIA TRANSGÊNICOS NO BRASIL**

**12 OLIMPÍADAS CIENTÍFICAS ESTIMULAM ESTUDANTES E VALORIZAM A ATUAÇÃO DE PROFESSORES**

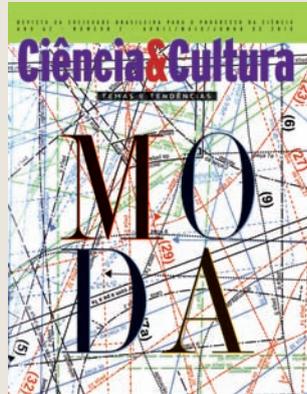
**MUNDO**

**14 AMÉRICA LATINA E O IMPACTO DE SUAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS**

**17 VIDA, MORTE E IMORTALIDADE: DESVENDANDO A HISTÓRIA DAS CÉLULAS HELA**

**NÚCLEO TEMÁTICO: MODA**

ARTIGOS



**20 APRESENTAÇÃO**  
**Arte, história da arte, moda**  
Luciano Migliaccio

**22 ENTREVISTA Lars Svendsen**  
**Moda: ausência de crítica séria e descomprometida**  
Astrid Façanha

**24 ENTREVISTA Massimo Canevacci**  
**Por um mapa antropológico da moda**  
Tarcísio D'Almeida

**26**  
**Moda sob a ótica da disciplina e do controle: algumas considerações**  
Rosane Preciosa, Suzana Avelar

**28**  
**Notas sobre moda, juventude e paradigmas teóricos**  
Maria do Carmo Teixeira Rainho

**30**  
**O design para calçados masculinos e a modernidade**  
Luis Fernando Campanella Rocha

**33**  
**Era uma vez a moda... algumas histórias para se lembrar**  
Mara Rúbia Sant'Anna

**36**  
**Arte, moda, ciência e tecnologia: permeabilidade e experimentação**  
Soraya Coppola

**38**  
**Revisão bibliográfica sobre moda em língua portuguesa**  
Dorotéia Baduy Pires

NOTÍCIAS ..... 45  
PESQUISAS ..... 48

**A & E**

**52** **CELEBRIDADE PARA TODOS: UM ANTÍDOTO CONTRA A SOLIDÃO?**  
Paula Sibília

**CULTURA**

**56** **PATRIMÔNIO**  
Preservação da história para além da atração turística

**58** **PÚBLICO/PRIVADO**  
*Mecenato garante programação de qualidade*

**61** **POP ART**  
Andy Warhol: um ícone do século XX

**63** **ARTE CONTEMPORÂNEA**  
*Thomaz Perina: um artista que pintou para trabalhadores*



Acervo Instituto Thomaz Perina  
Thomaz Perina aos 28 anos

**65** **LITERATURA**  
Quando a ficção inspira a ciência

**66** **PROSA**  
AYDE VEIGA LOPES

**68** **POESIA**  
MARCELO HILSDORF  
MAROTTA

E X P E D I E N T E

**Ciência&Cultura**  
<http://cienciaecultura.bvs.br>

**CONSELHO EDITORIAL**

Ana Maria Fernandes, André Tosi Furtado, Carlos Vogt, Celso Pinto de Melo, Dora Fix Ventura, Francisco Cesar de Sá Barreto, Gilberto Cardoso Alves Velho, Hernan Chaimovich Guralnik, Ima Célia Guimarães Vieira, Isaac Roitman, João Lucas Marques Barbosa, Luiz Eugênio de Mello, Marcelo Marcos Morales, Phillippe Navaux, Regina Pekelman Markus

**EDITOR CHEFE**  
Marcelo Knobel

**EDITORA EXECUTIVA**  
Wanda Jorge

**EDITORA ASSISTENTE**  
Germana Barata

**EQUIPE DE REPORTAGEM**  
Alessandra Pancetti, Alessandro Piolli,  
Cristina Caldas, Danilo Albergaria,  
Enio Rodrigo Barbosa, Leonor Assad,  
Patrícia Mariuzzo, Rodrigo Cunha

**CAPA**  
João Baptista da Costa Aguiar

**DIAGRAMAÇÃO**  
Carla Castilho | Estúdio  
Márcia Gervastock (assistente de arte)  
Luis Paulo Silva (tratamento de imagens)

**REVISÃO**  
Daisy Silva de Lara

**CONSULTORES**  
**Literatura**  
Alcir Pécora, Carlos Vogt, Paulo Franchetti

**DIRETORIA DA SBPC**

**PRESIDENTE**  
Marco Antônio Raupp

**VICE-PRESIDENTES**  
Helena Bonciani Nader  
Otávio G. Cardoso Alves Velho

**SECRETÁRIO-GERAL**  
Aldo Malvasi

**SECRETÁRIOS**  
Dante Augusto Couto Barone  
José Antonio Aleixo da Silva  
Rute Maria Gonçalves Andrade

**TESOUREIROS**  
José Raimundo Braga Coelho  
Lisbeth Kaiserlian Cordani

**CONTATOS**  
**Redação**  
[cienciaecultura@sbpcnet.org.br](mailto:cienciaecultura@sbpcnet.org.br)

Revista *Ciência e Cultura*  
ISSN 0009-6725

**H**á muito pouco tempo que a moda, como expressão de arte e objeto de estudo, passou a ser um campo encarado com seriedade nos meios acadêmicos do país. Nas ruas, deixou de ser privilégio de uma fatia privilegiada da sociedade para ganhar as vitrines dos grandes magazines, que reproduzem o que é gerado nos ateliês da alta costura pela mãos criativas dos grandes estilistas. A moda reflete os valores de uma geração, é capaz de criticar, ousar, transformar a sociedade e ser moldada por ela. Esse fenômeno cultural, capaz que traduzir o perfil de uma época histórica e espelhar tantas facetas da sociedade, é tratado com o devido olhar aprofundado e crítico nesta edição temática da *Ciência & Cultura*, sob coordenação do historiador da arte Luciano Migliaccio. Sob o olhar da filosofia, história, antropologia, psicologia e design, este Núcleo Temático busca traçar um molde complexo da moda que é muito mais do que apenas uma *commodity*.

Na trilha do consumo e modismo, temos, ainda, uma reflexão sobre o fascínio que as novas tecnologias da comunicação exercem, gerando um fenômeno contemporâneo que é a exposição da privacidade e a celebração do cotidiano. Paula Sibília escreve na seção “Artigos & Ensaios” sobre o delicado equilíbrio que existe entre a democrática possibilidade das pessoas comuns se tornarem “figuras fascinantes”, por meio da internet, com o rompimento das barreiras éticas de exploração de vida pública e privada num só movimento.

O mesmo diálogo entre o consumismo de ícones sociais, retratado pelo principal nome da pop art Andy Warhol, está em destaque na reportagem da seção “Cultura”, aproveitando grande exposição sobre a obra desse artista multimídia na Pinacoteca do Estado de São Paulo, até final de maio.

A preocupação latente com o nosso meio ambiente se mostra no foco voltado aos riscos ao patrimônio nacional, que são tratados sob duas perspectivas em reportagens da revista. Uma delas discute a preservação histórica a partir do desastre em São Luiz do Paraitinga (SP) no início deste ano, e a outra busca atrair o debate para a necessidade de extremos cuidados que uma construção da natureza, tão fascinante e frágil como as falésias, exige.

Esta edição tem ainda uma entrevista com Eugene Garfield, criador do ISI, instituição pioneira na indexação, produção e gestão de informações científicas, que inspirou o surgimento de índices que estabelecem critérios de produtividade individual e institucional de pesquisadores do mundo inteiro. “Tendências” traz artigo de Aline de Conti, Fernando Salvador Moreno e Thomas Prates Ong sobre a nutrigenômica, área de fronteira, ainda incipiente no país, que promete acalorados debates no campo da ética, saúde e democracia de acesso.

Boa leitura!

MARCELO KNOBEL  
*abril de 2010*

# NUTRIGENÔMICA: REVOLUÇÃO GENÔMICA NA NUTRIÇÃO

*Aline de Conti, Fernando Salvador Moreno  
Thomas Prates Ong*

**A**limentar-se adequadamente é uma das principais formas de se ter boa qualidade de vida. Em uma sociedade cada vez mais preocupada com a saúde, a nutrição tem sido assunto recorrente na mídia. Dietas para emagrecer ou prevenir doenças, como as do coração, diabetes e câncer, são temas frequentes. Isso reflete o interesse das pessoas em saber que alimentos consumir e quais evitar.

À semelhança do que se observou em áreas como medicina e farmácia, também se verificou o impacto da conclusão do Projeto Genoma Humano na nutrição. A partir do sequenciamento do DNA humano, descobriu-se que nosso genoma contém aproximadamente 25 mil genes. Atualmente, o foco é entender o que fazem esses genes e como são afetados por fatores ambientais, como tabagismo, poluição, atividade física, estresse, medicamentos e a própria dieta. Pelo fato de estarmos expostos à alimentação ao longo de toda nossa vida, desde a fase intra-uterina, há particular interesse em como se dá a interação entre nutrientes e compostos bioativos de alimentos (CBA) com o genoma e qual o impacto na saúde.

A nutrigenômica introduziu uma perspectiva inovadora na maneira de se propor recomendações nutricionais,

que passam a ser individualizadas, de acordo com as necessidades específicas de cada pessoa, influenciadas pelas características genéticas. A partir de dados do sequenciamento do DNA humano, constatou-se que, apesar das profundas diferenças existentes entre os indivíduos quanto a seus fenótipos, como cor da pele, tipo de cabelo, peso e altura, seus genomas apresentam similaridade de cerca de 99,9%. A pequena variação interindividual de 0,1% se dá, principalmente, por meio de alterações discretas na sequência do DNA conhecidas como polimorfismos de nucleotídeo único (SNP, pronunciam-se “snips”), que existem aos milhões no genoma humano. Muitas vezes, os SNPs podem levar a mudanças na estrutura, função, quantidade ou localização das proteínas codificadas, alterando inúmeros processos fisiológicos. Além de interferirem em características físicas, os SNPs também podem influenciar o risco para doenças crônicas não-transmissíveis (DCNT), necessidades de nutrientes e resposta aos alimentos.

Um importante objetivo da nutrigenômica é, assim, o de estabelecer nutrição personalizada com base no genótipo para promover a saúde e reduzir o risco de DCNT. O uso de dietas restritas em fenilalanina por indivíduos fenilcetonúricos ilustra o princípio básico de

aplicação do conceito nutrigenômico de individualização alimentar. Indivíduos com essa doença monogênica apresentam mutação (tipo de variação genética rara) que compromete o funcionamento de um gene responsável pela metabolização da fenilalanina. O consequente aumento das concentrações sanguíneas desse aminoácido frente a uma alimentação normal tem repercussões graves, que incluem deficiência mental. O teste do pezinho, obrigatório no Brasil, possibilita identificar os recém-nascidos que apresentam essa mutação e, assim, indicar a dieta específica necessária.

A aplicação da abordagem nutrigenômica no contexto das DCNT é, entretanto, mais complexa visto que sua origem é poligênica. Do ponto de vista genético, para se estimar o risco para essas diferentes doenças será necessário conhecer o impacto da combinação de milhões de polimorfismos distribuídos no genoma. Além disso, também deverão ser previstas interações dessas variações genéticas com fatores ambientais, sobretudo a alimentação.

A capacidade de nutrientes e CBA modular a expressão gênica deverá ser considerada na escolha de alimentos específicos com a finalidade de se evitar a ocorrência de DCNT. Diferentemente de fármacos, que foram desenhados

para atuar em vias específicas, os componentes dos alimentos apresentam múltiplos alvos moleculares. Apesar de sua menor potência quando comparados a moléculas sintéticas, nutrientes e CBA podem atuar de forma sinérgica por se encontrarem em diferentes combinações nos alimentos.

O sulforafano, presente no brócolis, foi capaz de induzir a expressão de genes importantes para o mecanismo de defesa celular contra compostos químicos estranhos ao organismo, sendo considerado um CBA com potencial efeito anti-carcinogênico.

Pesquisadores que atuam na área de nutrigenômica estimam que nas próximas décadas poderemos encontrar o seguinte cenário: uma mulher de 20 anos preocupada com sua saúde procura orientação com equipe multidisciplinar, que, por sua vez, solicita o sequenciamento de seu genoma. Os dados são analisados com auxílio de um software específico e apontam alta probabilidade da paciente desenvolver diabetes por volta de seus 45 anos. Orientações são fornecidas quanto a mudanças de hábitos de vida, inclusive os alimentares. Uma dieta personalizada com base no DNA é prescrita para se reduzir o risco de desenvolvimento da doença. Essa mulher adquire no setor de alimentos personalizados do supermercado produtos específicos para seu genótipo. A efetividade da adoção dessas medidas é avaliada periodicamente por meio da análise de seu perfil global de expressão gênica e de metabólitos...

Apesar de parecer uma realidade distante, atualmente já existem empresas que realizam testes genéticos e os vendem

diretamente ao consumidor via internet. Esses testes informam sobre o risco de desenvolver determinadas doenças, como por exemplo, doenças do coração, câncer, diabetes, Alzheimer, osteoporose, entre outras. Hoje em dia já é possível mapear 42 genes por US\$400 e com os avanços crescentes da tecnologia envolvida com esse diagnóstico estima-se que esse preço irá diminuir tornando-se cada vez mais acessível à população. Da mesma maneira, a nutrigênica já está sendo comercializada por algumas companhias que vendem esses testes genéticos e ainda realizam aconselhamento nutricional e comercializam produtos como, por exemplo, suplementos vitamínicos.

Atualmente, diversas pesquisas em nutrigenômica estão sendo realizadas em diferentes países, envolvendo redes de pesquisadores. Um exemplo importante é a Organização de Nutrigenômica da União Europeia (Nugo), que engloba 22 organizações de 10 países europeus. Em 2007, foi criada a Rede Brasileira de Nutrigenômica que se propõe a estimular o desenvolvimento dessa disciplina científica em nosso país. O foco primário da rede consiste na promoção e coordenação de projetos integrados, realizados em nossa população, considerada como a mais miscigenada do mundo. Assim, os coordenadores da rede acreditam que além de incentivar a pesquisa com alimentos direcionados à variabilidade genética da população brasileira faz-se necessário a criação um banco de dados sobre estudos em nutrigenômica, originados de pesquisas realizadas com brasileiros. Pesquisadores interessados em atuar nessa área podem

se cadastrar no site da rede ([www.nutrigenicabrasil.org](http://www.nutrigenicabrasil.org)).

Como informações contidas no genoma serão fundamentais para se estimar risco de DCNT e estabelecer dietas personalizadas, surgem, do ponto de vista genômico, implicações sociais e éticas. Como garantir a confidencialidade da informação genética? Como proteger o cidadão de eventuais ações discriminatórias? Indivíduos que apresentem maior risco para desenvolver determinado tipo de doença poderiam ser preteridos em processos de contratação ou aquisição de seguros? Aspectos relacionados ao custo e acessibilidade a futuros serviços nutrigenômicos também devem ser levados em consideração. Serão limitados apenas ao setor privado ou o sistema público de saúde terá condições de oferecê-los para a população em geral? Além disso, paralelamente ao desenvolvimento de investigações científicas em nutrigenômica, devem-se formar profissionais qualificados, aptos a atuar na interface entre nutrição e genômica no contexto de pesquisa, ensino e clínica.

*Aline de Conti é farmacêutica industrial e pós-doutoranda no Laboratório de Dieta, Nutrição e Câncer da Faculdade de Ciências Farmacêuticas (FCF) da Universidade de São Paulo (USP). Email: [deconti@usp.br](mailto:deconti@usp.br)*

*Fernando Salvador Moreno é médico, doutor em clínica medicina e professor titular do Laboratório de Dieta, Nutrição e Câncer, da FCF/USP. Email: [rmoreno@usp.br](mailto:rmoreno@usp.br)*

*Thomas Prates Ong é farmacêutico-bioquímico, professor doutor do Laboratório de Dieta, Nutrição e Câncer, da FCF/USP, e integra a comissão organizadora da Rede Brasileira de Nutrigenômica. Email: [tong@usp.br](mailto:tong@usp.br)*

## FALÉSIAS

## As belas e perigosas construções da natureza

O oceano Atlântico banha o litoral brasileiro que se estende por mais de 8 mil quilômetros, predominado por costas baixas. Mas, por vezes, a terra firme se impõe ao mar por meio de escarpas com inclinação acentuada. Surgem, aí, as falésias, esculpidas principalmente pela ação erosiva das ondas do mar.

Por sua beleza e pela possibilidade de vista panorâmica, essas formações naturais atraem a instalação de grandes complexos hoteleiros, condomínios e turismo predatório que acabam por comprometer sua existência e as transformam em áreas de risco de desmoronamento.

As falésias no Brasil ocorrem principalmente nas regiões Nordeste e Sudeste, onde se alternam com praias, dunas, mangues, recifes, baías e restingas, e conferem singularidade à paisagem litorânea. José Maria Landim Dominguez, professor titular em geologia costeira e sedimentar da Universidade Federal da Bahia (UFBA), explica que na zona costeira entre Rio de Janeiro e Pará ocorre uma unidade geológica conhecida como Formação Barreiras. “Nos trechos onde existe um déficit no balanço de sedimentos, a Formação Barreiras alcança a linha de costa



Ronaldo Diniz

Edificações no topo de falésia de composição areno-argilosa na praia de Pipa (RN)

formando falésias”. Essa unidade geológica é constituída de rochas pouco consolidadas, o que as torna muito susceptíveis à erosão pela ação das ondas do mar e das águas da chuva.

O potencial turístico da região litorânea, e em especial do Nordeste brasileiro, tem sido apontado em diversos estudos que destacam seus atributos naturais, culturais e a abundância de mão-de-obra com custos baixos. As áreas onde ocorrem as falésias possuem um atrativo especial para o turista: é o mar visto de cima. Ronaldo Fernandes Diniz, professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), considera que “juntamente com as

praias arenosas e dunas locais, as falésias do Nordeste constituem paisagens de rara beleza e, portanto, de grande valor para as atividades turísticas e o desenvolvimento regional”. Nos últimos anos, o número de empreendimentos turísticos no Nordeste aumentou muito e há um grande crescimento de complexos hoteleiros nas bordas das falésias. Luiz Gonzaga Godói Trigo, professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (USP), aponta que de norte a sul do Brasil as áreas litorâneas têm sido ocupadas intensa e irregularmente e não apenas por empreendimentos hoteleiros. “Hotéis, condomínios privados de difícil fiscalização e grandes centros co-

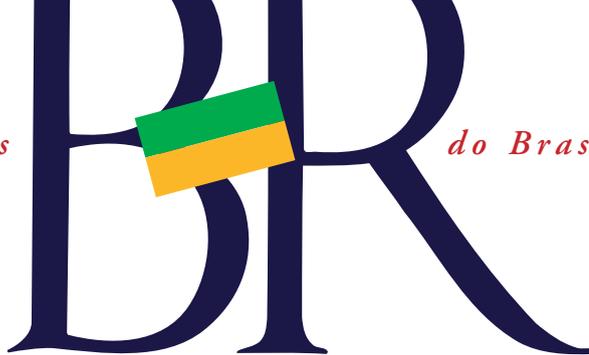
merciais ocupam bordas de falésias e manguezais, sabidamente áreas de risco”. Entre Recife e o Cabo de Santo Agostinho, em Pernambuco, por exemplo, existem muitas falésias com manguezais entre elas. Nessa região estão sendo construídos vários hotéis e condomínios, além da Refinaria Abreu Lima, da Petrobras, e do Complexo Industrial Portuário de Suape. Segundo Luiz Trigo, “tudo isso visa principalmente um desenvolvimento rápido da região, mas sem levar em conta a conservação ambiental”. A legislação existe mas é pouco cumprida. Autor de mais de vinte livros sobre turismo, Trigo denuncia: “no litoral do Nordeste o problema maior não são os hotéis. Muitos estrangeiros estão comprando casas de condomínios privados, inclusive em áreas de preservação, e promovem o turismo sexual. Nesses locais, a fiscalização é muito mais difícil”. Segundo ele, nos hotéis de grandes corporações, principalmente nos que recebem turistas estrangeiros, a conservação ambiental é uma estratégia de marketing, pois alguns deles não aceitam frequentar hotéis que causam impacto no ambiente. Nas falésias, o processo erosivo atua em duas frentes: na base, pela ação das ondas e correntes marinhas; e no topo, pela ação das águas da chuva. As ondas escavam a base das falésias e provocam desmoronamentos. Isto, combinado com

a ação das águas pluviais, faz com que as falésias recuem em direção ao continente. O geólogo Landim explica que esse recuo depende dos materiais geológicos. Falésias esculpidas em rochas cristalinas mais resistentes recuam muito lentamente, de modo quase imperceptível. “A cidade de Salvador, na Bahia, por exemplo, está sobre falésias de rochas cristalinas, com a cidade alta no topo e a cidade baixa na base. Existem vários prédios na borda da escarpa, mas como as rochas são resistentes, o risco é pequeno”, diz Landim. Por outro lado, falésias esculpidas em rochas sedimentares ou em sedimentos pouco consolidados recuam rapidamente. “Isto é o que acontece em grande parte do Nordeste brasileiro”, acrescenta. Falésias são naturalmente áreas de risco, pois estão constantemente submetidas ao processo erosivo que favorece desmoronamentos, tanto no topo, como na base da falésia. “Existem casos de banhistas que morreram porque estavam descansando na base de uma falésia, ou caminhando muito próximo à sua borda”, afirma Landim, “e qualquer construção ou estrutura humana, seja na base, seja no topo das falésias estará ameaçada pelo recuo erosivo da linha de costa”. Um exemplo dessa dinâmica é o Cabo Branco, na Paraíba, uma falésia de 40 metros de altura formada por rocha calcária, que já foi considera-

do o ponto mais oriental da América. Perdeu o título para a Ponta do Seixas, situada 3 km ao sul. Isto porque a erosão marinha promoveu o desgaste do Cabo Branco. Os sedimentos erodidos foram depositados na Ponta do Seixas, fazendo com que esta avançasse uns 200 m no mar. As falésias são consideradas Áreas de Preservação Permanente (APP) pela Resolução nº 303/02 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), que proíbe qualquer tipo de ocupação numa faixa de cem metros, contados da sua borda. Entretanto, apesar de protegidas pela legislação, existem muitas ocupações irregulares em bordas de falésias, que causam fortes impactos ambientais. Ronaldo Diniz cita como principais a aceleração do processo erosivo natural, o comprometimento do valor estético da paisagem, o acúmulo de lixo e entulhos e a contaminação do lençol freático. “Esses impactos aumentam a incidência de desmoronamentos e de escorregamentos, principalmente em períodos com maiores precipitações pluviométricas”, complementa Ronaldo Diniz.

#### **TURISMO E NATUREZA EM HARMONIA**

Especialistas consideram que o turismo é uma atividade que deve ser sustentável em termos econômicos, sociais e ambientais. Para evitar impactos ambientais são necessários planejamentos e zoneamentos que



Ronaldo Diniz



**Falésia expõe camadas de sedimentos na Barreira do Inferno (RN)**

considerem a capacidade de carga dos ecossistemas envolvidos. A capacidade de carga é o máximo de uso possível de um ecossistema sem causar efeitos negativos sobre os recursos biológicos, sem reduzir a satisfação dos visitantes e nem produzir efeito adverso sobre a sociedade receptora, a economia ou a cultura local.

Para Luiz Trigo, um dos exemplos no Brasil de que é possível conciliar conservação ambiental e turismo em área litorânea é a Riviera de São Lourenço, no litoral norte de São Paulo. Projetada considerando a capacidade de carga, conta com normas rígidas para o uso e ocupação do solo. O mesmo não acontece no Jardim São Lourenço, bairro ao lado onde, por falta de licenças ou atraso na sua obtenção, os condomínios residenciais estão atualmente com a construção atrasada ou embargada.

Outro exemplo de preservação e turismo sustentável apontado por Luiz Trigo são os parques nacionais dos Estados Unidos e do Canadá: “As comunidades, que estavam nas áreas antes da criação dos parques, permaneceram no local e preservaram rigorosamente suas terras, pois possuem consciência ambiental; o retorno é a valorização do patrimônio”. No Brasil, esforços têm sido feitos e o Plano Nacional de Turismo (PNT 2007/2010) foi elaborado com a colaboração de diferentes segmentos relacionados com turismo. O objetivo principal é ser um indutor da inclusão social, por meio da criação de novos postos de trabalho, ocupação e renda, e pela absorção de novos turistas no mercado interno. Mas não bastam planos. “Hoje temos política, mas falta fiscalização, agilidade do Judiciário e responsabilidade social do consumidor de turismo”, enfatiza Luiz Trigo.

Falésias podem ser encontradas em várias regiões do mundo e, em muitas, há turismo intenso: Algarves, em Portugal; ilha de Capri, na Itália; Étretat, na França; na falésia de Moher, na Irlanda, e em muitas outras. Em Moher, por exemplo, existe um centro de visitas com uma galeria subterrânea onde fotografias, filmes e textos apresentam a falésia ao público visitante. A área da falésia é considerada, desde 1988, Área de Refúgio de Fauna e,

a partir de 1989, passou a ser também um Setor de Proteção Especial para Pássaros.

A atividade turística em área de falésia é viável, desde que se respeite a legislação vigente. “Em áreas próximas às bordas das falésias devem ser evitados edificações, tráfego de veículos, alterações no fluxo natural de água pluvial, deposição de lixo e entulhos e exploração turística acima da capacidade de suporte local”, afirma Ronaldo Diniz. Landim acrescenta que é necessário disciplinar o uso do solo, nas áreas próximas à borda das falésias. É preciso estabelecer faixas de recuo baseadas em projeções de taxas históricas de erosão da linha de costa para uma determinada localidade; proibir intervenções humanas, como jardins e fossas, que provocam aumento da entrada de água no solo e, conseqüentemente, aumento do risco de desmoronamento; e impedir que se construam obras de estabilização na forma de muros na base das falésias, que afetam a dinâmica de transporte e deposição de sedimentos, exacerbando os processos erosivos nas áreas vizinhas. O professor acrescenta que “o recuo erosivo das falésias é um processo natural, portanto qualquer ocupação humana deve fornecer amplo espaço para que esse fenômeno siga o seu curso”.

*Leonor Assad*



## **ENSAIOS CLÍNICOS**

### Divulgação compulsória de resultados permite maior transparência

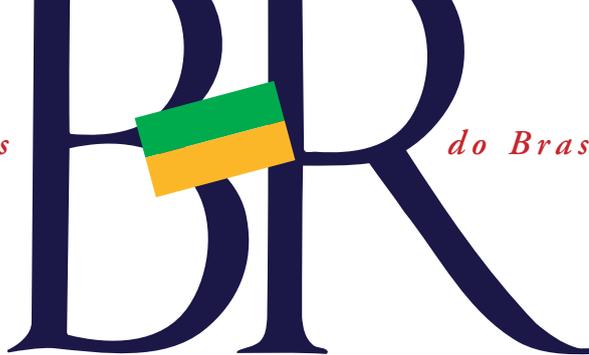
As pesquisas sobre medicamentos, envolvendo seres humanos, geram questionamentos éticos e técnicos, há décadas. Entre os médicos, a discussão sobre a necessidade de divulgação e maior transparência sobre os procedimentos e resultados dos ensaios clínicos tem mais de 35 anos. Mas, somente em 2007 foi criada a International Clinical Trials Registry Platform (ICTP), portal da Organização Mundial de Saúde (OMS), que traz o registro dos protocolos e resultados de ensaios clínicos e é formado por bases de informações de vários países. O Registro Brasileiro de Ensaios Clínicos (Rebrac), para integrar o Brasil à ICTP, deverá ser lançado em junho deste ano. Um caso deu notoriedade pública à discussão sobre a necessidade do registro público de ensaios clínicos, conforme relata Josué Laguardia, pesquisador da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). “Em 2004, o procurador geral de Nova York moveu uma ação pública contra a empresa farmacêutica GlaxoSmithKline, por ocultação de evidências negativas envolvendo seu antidepressivo paroxetina,

comercializado como Paxil (EUA) e Seroxat (Grã-Bretanha)”, conta. Segundo o pesquisador, a existência de um memorando interno da companhia, datado de 1998 – que admitia a ineficácia da droga em crianças, mas alertava para a necessidade de gerenciar a disseminação dessa informação para minimizar os impactos negativos – intensificou o debate sobre a necessidade de implantação de uma base com registro de ensaios clínicos desde o seu início. A divulgação compulsória desses ensaios pode evitar a repetição de pesquisas com resultados malsucedidos, permite maior controle social da experimentação em humanos e uma efetiva contribuição dos ensaios clínicos para o conhecimento médico. Essa maior transparência também beneficiaria as publicações científicas que, atualmente, apenas divulgam resultados estatisticamente significativos e, principalmente, que não firam os interesses dos financiadores. Por outro lado, apesar de não ser uma ideia consensual, representantes da indústria argumentam que a exigência do registro revelaria detalhes da droga entre as empresas concorrentes e, com isso, inibiria o investimento em inovação.

Mesmo sendo um defensor do registro público, Claudio Nishizawa,

especialista em regulação e vigilância sanitária da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), alerta que os resultados parciais podem mostrar benefício do tratamento experimental para alguns pacientes, acarretando uma corrida para tal procedimento. “As pessoas devem ser informadas quanto à possibilidade de não receber o tratamento experimental”, destaca. Outro risco da corrida por um tratamento experimental “é que pacientes muito ansiosos são, de modo geral, mais vulneráveis socialmente e, se incluídos na pesquisa, podem subestimar os riscos e não relatar problemas de saúde (eventos adversos) para continuar participando da pesquisa”, adverte Nishizawa. Ele afirma ser precipitado concluir, com base em um ensaio clínico, que um tratamento é seguro e eficaz. “Na ciência, os resultados de vários estudos sobre o mesmo tratamento contribuem para estabelecer a relação benefício-risco. Dessa forma, cada ensaio clínico contribui com um tipo de informação que pesa na balança. Quanto mais ensaios clínicos são realizados, especialmente aqueles que avaliam segurança, ganha-se em robustez nas decisões em saúde pública”, considera o especialista da Anvisa.

*Alessandro Piolli*



## PERCEPÇÃO PÚBLICA

## Pesquisa da Embrapa/ LAC-Biosafety avalia transgênicos no Brasil

A liberação dos produtos transgênicos no Brasil, em 1995, aqueceu o debate público e causou muita polêmica entre as posições favoráveis e contrárias à decisão. Nos últimos anos, porém, parece que o radar da mídia voltou-se para outras direções. Para avaliar quais questões ainda permanecem na preocupação social a respeito do impacto dos transgênicos ou organismos geneticamente modificados (OGM) para os seres humanos e para o meio ambiente, foi criado, recentemente, um questionário a ser respondido por usuários no site da Embrapa. Trata-se de ação conjunta com o LAC-Biosafety, projeto de cooperação internacional entre Brasil, Colômbia, Costa Rica e Peru, criado para fortalecer a biossegurança e para tomada de decisão em cumprimento ao Protocolo de Cartagena em Biossegurança (PCB). Ratificado pelo Brasil em 2004, o protocolo é um acordo internacional firmado no âmbito da Convenção sobre Diversidade Biológica que regulamenta a transferência, manipulação e uso dos transgênicos, de forma a assegurar a conservação e biodiversidade dos países da Convenção.

A pesquisadora da Embrapa, Deise Capalbo, que coordena o projeto LAC-Biosafety no Brasil, explica que o objetivo específico do questionário *online* é verificar a percepção pública frente ao Protocolo de Cartagena. O enfoque é identificar expectativas de informação por parte do público, para então poder fornecê-las no formato e profundidade desejados. Deise acrescenta que será disponibilizada, em breve, uma página eletrônica onde constarão informações técnicas, científicas e jornalísticas. Junto à ação na internet, o projeto inclui uma parte de entrevistas com representantes de grupos da sociedade civil organizada e de responsáveis pela regulação em biossegurança no Brasil. Esse trabalho está a cargo de Olívia Arantes, pesquisadora da Embrapa, e de seu grupo.

**QUESTÃO AMBIENTAL** Além do questionário *online* e de entrevistas, Deise informa que o projeto tem outros objetivos – entre eles, responder aos questionamentos envolvendo o uso seguro dos OGM. No início, as preocupações no meio científico estiveram mais focadas na saúde pública e segurança alimentar; hoje, nota a pesquisadora, a atenção se volta espe-



Muda de batata transgênica resistente ao vírus causador do mosaico

cialmente para a questão ambiental. Parte do estudo vai criar estratégias para lidar com o fluxo gênico para preservação da variabilidade biológica, informa Olívia Arantes, que é também coordenadora de comunicação do projeto. O fluxo gênico é a transferência de genes de uma população a outra. Ele ocorre pela dispersão do pólen das plantas transgênicas pelo ar, fecundando outras variedades similares locais, ou variedades crioulas (como são chamadas as variedades locais rústicas cultivadas pelos agricultores, por gerações). Do ponto de vista biológico, isso poderia resultar em uma alteração indesejada na variabilidade genética da população local, por perda de características daquela população e homogeneização com a variedade transgênica. Para Olívia, todas as pesquisas feitas na área podem, inclusive, favorecer

Embrapa

a preservação ambiental das variedades locais do fluxo gênico de espécies comerciais, independentemente de serem ou não transgênicas. “Acho que se tem muito mais cuidado e se estudou muito mais estratégias de preservar, de cuidar do fluxo gênico com os transgênicos, do que com os cultivares comerciais não transgênicos. Se já houvesse esse conhecimento antes, talvez o crioulo não estivesse tão misturado hoje”, afirma a pesquisadora, usando como o exemplo a cultura de milho.

**ACEITOS OU NÃO?** A presença, no mercado brasileiro, de produtos que contenham OGM, não parece ser um fator relevante para a maioria dos consumidores. A rotulagem, obrigatória em todo produto destinado ao consumo humano que possa conter OGM em quantidade acima de 1%, nem sempre é obedecida. “As pessoas nem têm conhecimento que a soja entra em mais de 80% de todo alimento manufaturado, em biscoito, em massas”, lembra Leila Macedo Oda, presidente da Associação Nacional de Biossegurança (ANBio), ressaltando que quase toda a produção de soja no Brasil hoje é transgênica. Para a pesquisadora, a aceitação de produtos contendo OGM pela população é uma questão que passa pela equação risco-benefício, e não como resultado do entendimento e aceitação da tecnologia. Segundo Leila, ainda hoje existe um

grande desconhecimento público da tecnologia dos transgênicos. Os consumidores em geral tendem a se interessar por produtos que identifiquem como vantajosos, e isso poderia, potencialmente, acontecer com os produtos OGM. Seria o caso, por exemplo, de um tomate ainda mais rico em licopeno, com maior ação anticancerígena, exemplifica.

Segundo Bernardo Soares, pesquisador do Núcleo de Biossegurança da Fundação Oswaldo Cruz (NuBio / DSSA / ENSP), existe uma grande demanda de entendimento público sobre biotecnologia no Brasil. “Pesquisas de opinião feitas em diferentes regiões do país vêm mostrando que a maioria das pessoas concorda com o avanço tecnológico, mas reconhece riscos nessa tecnologia e pede maior divulgação de fatos sobre o tema, antes de aceitá-los completamente”, diz. Para o pesquisador, dois aspectos importantes estão envolvidos nessa questão. Primeiramente, um maior grau de instrução estaria ligado a uma melhor avaliação dos prós e contras associados aos produtos transgênicos. E, segundo, existe uma tendência maior do público em aceitar o uso da modificação genética para preparo de vacinas ou medicamentos, do que em alimentos ou na agricultura – o que, para ele, estaria relacionado aos bons resultados obtidos pela indústria médica e farmacêutica nessa área.

Outro grupo diretamente afetado pela questão das OGM é o da

agricultura. Na esfera brasileira do LAC-Biosafety, esse setor será incluído em estudos de outro grande tópico do projeto, o de socioeconomia. “O enfoque será mais na parte técnica, com resultados mais experimentais, num trabalho de campo, com mais conversa e interação”, diz Deise Capalbo. Em alguns contatos preliminares com os agricultores, a pesquisadora percebeu grande preocupação no aumento da produtividade e redução do trabalho para produzir. “Vamos usar aquilo que já está no campo para recolher informações técnico-científicas assim como usar a parte de percepção, do que eles identificam como ganho ou perda, e o que ainda se mantém como dúvida”, explica.

No grupo dos agricultores, entrarão apenas os que trabalham com milho, algodão, batata e mandioca, escolhidas por terem como centro de origem os países membros do projeto, ou vizinhos a estes. Em relação à mandioca, Deise ressalta que, embora não exista mandioca transgênica no Brasil, já se cogita usá-la em outras partes do mundo, como na África. Por isso, a importância dos estudos para essa cultura: como a mandioca tem o Brasil como centro de origem, é importante mapear as áreas de ocorrência de variabilidade genética e garantir a preservação da biodiversidade nessas regiões.

*Alessandra Pancetti*

## **AVENTURA INTELECTUAL**

### Olimpíadas científicas estimulam estudantes e valorizam a atuação de professores na pesquisa

Foram 15 medalhas de ouro, 25 de prata e 35 de bronze, mas elas não foram entregues para esportistas convencionais. Os premiados suaram a camisa para chegar à fase final da 1ª Olimpíada Nacional em História do Brasil, iniciativa inédita do Museu Exploratório de Ciências da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) que teve mais de 16 mil inscritos, de 24 estados. O público alvo são os estudantes do ensino fundamental do oitavo e nono anos e os alunos do ensino médio (antigo segundo grau). É a segunda competição brasileira na área de ciências humanas, que se soma a outras iniciativas com o objetivo de estimular professores e alunos no estudo de disciplinas como a matemática ou a física e descobrindo jovens talentos. Tradicionalmente, as olimpíadas científicas têm contemplado as ciências exatas e naturais. No Brasil, já são conhecidas a Olimpíada Brasileira de Matemática, a de Química, a de Biologia, a de Robótica, entre outras. A 1ª Olimpíada Nacional em História do Brasil traz para o âmbito das ciências humanas esse tipo de atividade que estimula o

conhecimento e o estudo, propondo aos participantes um desafio construtivo. Antes dela o Ministério da Educação, em parceria com a Fundação Itaú Social, organizou a Olimpíada de Língua Portuguesa, em 2008, com nova edição programada para este ano. Na opinião de Cristina Meneguello, professora de história no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Unicamp e coordenadora da Olimpíada de História, as ciências humanas têm que conquistar e ampliar seu espaço no campo da divulgação científica. “É preciso criar uma nova tradição de competições como essa na área de ciências humanas, pois certamente existe interesse e motivação”, afirma.

As olimpíadas são uma oportunidade de mapear o ensino das disciplinas no país, podendo, inclusive, gerar material que pode ser utilizado em pesquisas acadêmicas, tanto nas áreas específicas, em educação ou mesmo por entidades governamentais. A primeira edição do evento de história, por exemplo, permitiu a geração de um banco de dados com grande valor científico. “Nessa primeira edição, não apenas

traçamos um perfil socioeconômico dos participantes, como acompanhamos o desempenho das equipes durante as cinco fases e as 60 questões e tarefas. Temos também arquivadas as provas escritas da última fase e, com todo esse material, podemos mapear os pontos fortes e fracos dos conhecimentos em história do Brasil, inclusive por região do país”, explica a coordenadora do evento. No final de 2009, o Museu Exploratório de Ciências da Unicamp lançou um edital disponibilizando esse material para pesquisadores interessados e já está organizando a segunda edição da Olimpíada de História. A projeção é de que o evento seja anual. Já a proposta da Olimpíada de Língua Portuguesa *Escrevendo o Futuro* objetiva aprimorar a escrita e a produção de textos dos alunos. Por isso, além do concurso bienal, ocorre formação continuada de professores por meio de uma parceria do Ministério da Educação com a Fundação Itaú Social. Este ano, a coleção de materiais didáticos da olimpíada foi enviada para todas as escolas públicas do Brasil. Ela é composta por cadernos de orientação do professor, coletânea de textos e CD Rom multimídia para quatro gêneros textuais diferentes: poema, memórias, artigo de opinião e crônica.



Divulgação

Olimpíada de História incentivou o uso de documentos controversos

**TRADIÇÃO EXATA** Disputadas desde 1894 na Europa, as olimpíadas científicas evoluíram para grandes competições de nível internacional (a I Olimpíada Internacional de Matemática aconteceu em 1959, na Romênia). No Brasil, a Sociedade Brasileira de Matemática é responsável pela organização da Olimpíada Brasileira de Matemática, com o objetivo de estimular o estudo dessa disciplina, para a qual muita gente torce o nariz, além de capacitar professores, influenciar a melhoria do ensino e descobrir novos talentos. A próxima edição terá início em 12 de junho. Do mesmo modo, a Sociedade Brasileira de Física organiza,

desde 1999, uma competição nacional para estudantes do ensino médio e alunos do último ano do fundamental e que, neste ano, iniciará o primeiro ciclo de competições em 14 de agosto. Inovando no formato multidisciplinar, a Fundação Oswaldo Cruz, em parceria com a Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva (Abrasco), organiza a Olimpíada de Saúde e Meio Ambiente, na 5ª edição, e pretende “contribuir para a formação de cidadãos conscientes, capazes de refletir sobre as condições ambientais e de saúde no Brasil, além de aproximar essas questões do cotidiano escolar”. O evento dispensa provas ou testes,

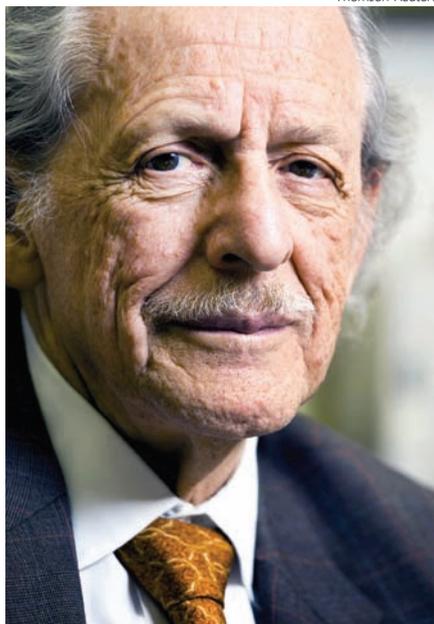
ao invés disso os alunos têm que montar projetos com temas como reciclagem, doenças endêmicas, energia e destruição das florestas tropicais. A fase competitiva iniciará em 20 de setembro.

Muitas dessas iniciativas são seletivas para eventos semelhantes internacionais e têm dado ao país a oportunidade de brilhar com seus estudantes, muitos de escolas públicas, ao lado de representantes de países desenvolvidos. Bons resultados podem estimular alunos e professores a contribuírem para melhorar o desempenho escolar do país. A média nacional do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) dos estudantes do ensino médio, público que participa de olimpíadas científicas, foi 3,5 (dados de 2007 do Ministério da Educação). O resultado é considerado insatisfatório, considerando a escala de 0 a 10 do indicador. O Brasil também tem baixos índices na educação básica, segundo o relatório “Monitoramento de Educação para Todos 2010”, divulgado em janeiro pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação). Enquanto na América Latina e Caribe, a taxa de repetência média para todas as séries do ensino fundamental é de 4,4%, no Brasil, o índice é de 18,7%.

Patrícia Mariuzzo

# MUN

Thomson Reuters



## ENTREVISTA

### América Latina e o impacto de suas publicações científicas

Em 1964, ele fundou o International Science Institute (ISI, hoje Thomson Reuters), uma instituição pioneira na indexação, produção e gestão de informações científicas, que deu subsídios para a criação de boa parte dos índices que medem e estabelecem padrões de produtividade que surgiram com o desenvolvimento da cientometria. Eugene Garfield, 84 anos, divide seu tempo proferindo palestras sobre o fator de impacto (usado para

medir a importância de periódicos científicos indexados) – “um tópico que está constantemente em discussão, ao ponto de exaustão” – dando consultorias e desenvolvendo ferramentas para melhorar a organização e avaliação de qualidade de áreas, como o software HistCite (que auxilia na administração dos dados de busca do ISI) e dois novos índices para medir o impacto dos trabalhos científicos individualmente.

Formado em química, com contribuições ímpares na área de ciência da informação, Garfield tem uma trajetória que faz jus a corrente demanda por números que ajudou a desenvolver: contribuiu com impressionantes 1.532 artigos (incluindo editoriais e comentários), que podem ser localizados no banco de dados Web of Science, em áreas e periódicos múltiplos, que geraram mais de 6 mil citações (fator-h igual a 35). Nesta entrevista, realizada por telefone, o provocativo Garfield fala sobre a necessidade de um país emergente como o Brasil fortalecer o impacto de suas publicações somando esforços, ao invés de insistir nas multiplicações de periódicos. “O Brasil, a China e outros países elevaram o percentual de produção científica, mas não vejo evidência de publicarem os artigos de alto impacto”.

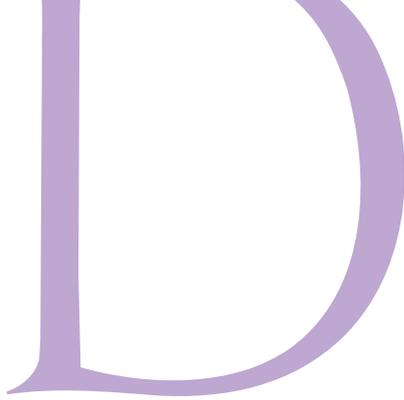
### ***Existe um limite para o crescimento da produção científica?***

Não vejo qualquer evidência de declínio nas publicações e todos os países, como a China, Índia e o Brasil, estão crescendo sua produção. Não vejo os investimentos de outros países necessariamente em queda, talvez, em função das múltiplas pesquisas realizadas em colaboração.

### ***Como o senhor vê a publicação de artigos online que não são indexados ou avaliados por pares?***

Acho que a resposta a isso é que, da mesma forma que ocorre com os livros e com todas essas coisas que são publicadas em formato tradicional de um periódico, o Web of Science e outros bancos de dados terão que descobrir formas de os considerarem. O mesmo terá que acontecer, provavelmente, com materiais de acesso livre. Toda vez que surgirem novas formas de publicações as bases de dados terão que se adaptar a elas ou não serão bem aceitas.

***O Brasil possui o SciELO, biblioteca virtual de acesso gratuito a periódicos de 15 países, que tem contribuído para aumentar a visibilidade de sua produção. No entanto, os pesquisadores tendem a preferir publicações internacionais.***



## *Notícias do Mundo*

Primeiramente temos que começar pelo problema mais importante: Por que os editores querem publicar em português? Que tal ampliar as publicações em inglês? Você tem interesse que seu material seja citado apenas em periódicos brasileiros ou citado no mundo? Se há interesse que o material atinja relevância internacional é preciso publicar em inglês, assim como em português. Por que a América Latina publica tantos periódicos? Por que não publicar menos, mas periódicos maiores? Ao invés de cem periódicos poderiam ser dez, com impactos melhores.

**Como os índices PRI e ASI (veja box), propostos pelo senhor, poderão contribuir para medir a produção científica individual?** O problema é que, quando se compara autores, infelizmente, você compara maçãs e laranjas. Limitando as comparações, primeiramente, baseando-se no período e no periódico, é mais fácil de se trabalhar. Quando se trata de periódicos como *Science* e *Nature* [multidisciplinares] está se lidando com todos os tipos de ciência misturados. Não se pode fazer as melhores comparações com os resultados de [seus] diferentes artigos. As distribuições de citações na

*Nature* seriam muito maiores do que em outros periódicos. Assim, se você usa o periódico e o ano para ranquear o periódico você terá uma representação muito melhor, mesmo em áreas pequenas. As citações, de modo geral, são inclinadas em favor dos grandes periódicos multidisciplinares e isso é o que o ranking atual faz. O fator-h é apenas mais uma variável para se medir citações totais. Os resultados não são apenas evidenciados primeiro, mas soam como um modo muito inteligente e fácil de ser calculado e é muito popular, mas ele não é uniformemente válido. Bem, se olharmos para o ranque percentual [PRI] de um autor teremos uma impressão diferente da que teríamos se tivéssemos olhado apenas para as frequências de citações do artigo, porque está sendo dito [que o artigo foi citado] uma centena de vezes e no periódico, às vezes, é um artigo com cem citações na *Nature* [por exemplo], que equivaleria a um percentual 50 ou outra posição. Por que estamos fazendo essa avaliação? As pessoas fazem alguns tipos de avaliações baseadas no impacto. O que é impacto? Você tem que ter uma medida muito mais válida do impacto. É algo muito difícil de ser feito e, novamente, é muito difícil

de ser feito por meio da subjetiva avaliação por pares. Muitas decisões são tomadas com base em opiniões pessoais. A outra coisa é que o PRI leva um pouco mais de tempo para calcular, e muitas pessoas não querem fazê-lo.

### ***Depois de 50 anos de Science Citation Index como ficará a liderança da produção científica nos próximos anos?***

Claro que haverá mudanças nessa distribuição. Os chineses aumentam o número de universidades diariamente. É um crescimento fenomenal na quantidade de investimento que eles têm destinado à educação e pesquisa, o que levará, inevitavelmente, a um aumento na quantidade de publicações. A relação entre investimento e publicação é bem conhecida. Mas, até agora, não há evidências que tenham aumentado sua participação nos artigos mais citados. Inovação não é uma exclusividade norte-americana, mas [os norte-americanos] continuam, me parece, sendo mais inovadores. A situação econômica pode mudar isso, mas vai levar muito tempo. Acho que o Brasil, a China e outros países elevaram o percentual de produção científica, mas não vejo evidência de publicarem artigos de alto impacto.

# MUN

**O Brasil investe cerca de 1,13% de seu PIB em ciência, na 13ª posição do ranking de produção científica mundial, embora sejamos a 8ª economia mundial.**

O Brasil terá que chegar a 3% se quiser aumentar a produção científica. Se há disposição para fazer isso não sei, mas conforme o país se torna mais próspero deve-se pensar nisso. O quanto se investe em pesquisa é uma questão de se acreditar no impacto dessa pesquisa.

**Qual é a principal questão que deve ser melhorada na cientometria?**

Existem muitas opiniões sobre os prós e contras de vários fatores cientométricos, como o fator-h e suas muitas variáveis. Enquanto

isso, o JCR [Journal of Citation Reports, base de dados que calcula o fator de impacto dos periódicos nele indexados] continua sendo, me parece, a melhor opção.

**Como o senhor vê a aproximação de periódicos com a mídia?**

John Maddox, editor da *Nature* [1966-1973 e 1980-1995], fez alguns estudos sobre a relação com o público e o fator de impacto. Se você pega artigos muito citados, muitos deles foram publicados na mídia. Então, claramente, tem-se a impressão que todos os cientistas estão lendo os jornais, assim como todo mundo, e a publicidade que certos estudos ganham na imprensa aumenta a visibilidade entre cientistas. Aparentemente, isso

leva, às vezes, ao aumento das citações. Então, pode-se dizer aos cientistas que eles devem se esforçar ao máximo para comunicar [suas pesquisas] ao público.

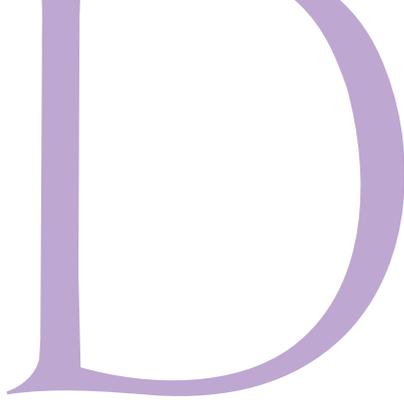
Por alguma razão, um artigo que recebe muita atenção na imprensa acrescenta seu impacto científico, apenas por se tornar conhecido. Mas não somente por isso e sim por fazer com que outras pessoas desenvolvam pesquisas. Se você é o único a trabalhar em certo tópico, algo que poderia fazer para chamar atenção para sua ciência, além de impressionar outros cientistas, é convencê-los a trabalhar na sua área.

*Germana Barata*

## NOVOS ÍNDICES DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA

Dois novos índices possibilitam comparar o impacto de um artigo científico frente aos demais publicados no mesmo periódico e ano, além da produção de autores de áreas diferentes. Eles foram propostos por Eugene Garfield e Alexander Pudovkin durante a 5ª Conferência de Webmetria, Informetria e Cientometria (Collnet), que ocorreu na China, em setembro de 2009. Trata-se dos índices PRI e ASI, que tentam complementar o fator-h (um autor com fator-h igual a X, tem X artigos com, pelo menos, X citações), utilizado para medir o impacto de produções individuais e que tem sido criticado por não ser capaz de diferenciar, por exemplo, autores com número de artigos e citações muito diferentes. O PRI, ou o

Índice de Ranque Percentual (ou Percentile Rank Index), indica o ranque de citação individual de um artigo entre os artigos publicados no mesmo ano e fonte (periódico ou monografia ou livro multi-autoral), um índice independente da idade, especialidade e tamanho do periódico ou fonte. Outro índice, o ASI, algo como Índice de Superioridade do Autor (ou Author's Superiority Index) fornece o status geral de citações de um autor e é determinado pelo número de artigos publicados com PRI igual ou superior a um valor específico (95 ou 75). Ele permite comparações entre diferentes especialidades e períodos. Para jovens cientistas, os autores apontam que um ASI igual a 75 será mais informativo, enquanto para cientistas experientes o número de artigos com PRI igual ou superior a 99 seria mais apropriado.

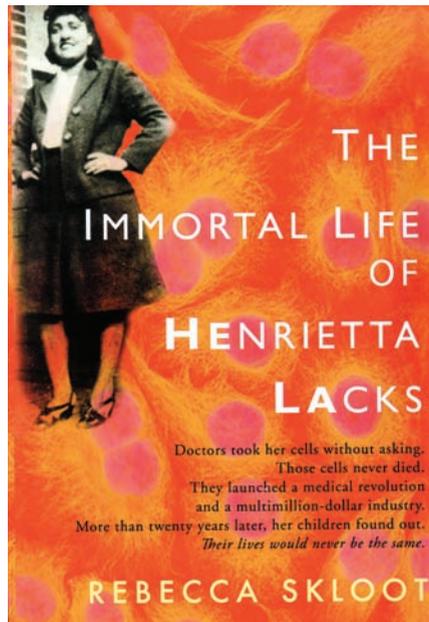


RESENHA

## Vida, morte e imortalidade: desvendando a história das células HeLa

HeLa é a sigla de uma linhagem celular bem conhecida de pesquisadores das ciências biológicas e médicas. No entanto, poucos sabem a origem da sigla e, tampouco, a história de Henrietta Lacks, uma mulher negra que viveu entre os anos de 1920 e 1950, nos Estados Unidos, da qual foram extraídas células cancerosas que originaram a primeira linhagem imortal de células humanas. O impacto de tal façanha na ciência médica moderna foi profundo e vasto, muito embora a família de Lacks tivesse vivido um enorme silêncio (e falta de informação) sobre sua importante contribuição.

Rebecca Skloot conta tal trajetória em seu livro, *The immortal life of Henrietta Lacks*, publicado este ano pela Editora Crown. A jornalista deixou a plateia da livraria de Harvard – um dos centros de referência mundial em pesquisa médica – quase sem fôlego ao ler o tocante primeiro capítulo do livro, que trata do exame que levou ao diagnóstico do tumor em Henrietta – ocorrido na ala para pacientes “de cor”. Se hoje a história escrita por Rebecca choca por considerar pacientes



meros doadores de material biológico, é preciso cuidado, recomenda a autora, para não se transpor as leis atuais para os anos 1950. “Na época, era considerado justo usar pacientes como sujeitos de pesquisa, mesmo sem serem informados, como forma de retribuição ao tratamento gratuito que recebiam”, disse. A legislação avançou e hoje os comitês de ética em pesquisa são rigorosos em relação ao consentimento informado, embora haja espaço para melhorias. Foram dez anos de pesquisas, entrevistas, viagens e contatos com os familiares de Lacks – um belo exemplo do cada vez menos presente jornalismo investigativo –, até que Rebecca Skloot conseguisse condensar tudo em uma obra sobre ciência e seus

bastidores, e que levanta questões sérias sobre a relação médico-pesquisador-paciente, os impactos da precária comunicação dos cientistas com a sociedade, consentimento informado, propriedade intelectual e patentes de células, entre outras. Entremeada ao criterioso conteúdo científico está a história da perda de uma mãe. E por isso, emociona.

Henrietta teve dois pedaços do colo do seu útero removidos antes do início da radioterapia para tratar um câncer no prestigioso hospital Johns Hopkins. Colocadas em condições especiais para cultivo em laboratório, suas células de tecido canceroso, ao contrário das isoladas do pedaço saudável, se multiplicaram em uma velocidade nunca antes vista pelos cientistas, e por isso chamaram atenção de nomes como Howard Jones, Richard Wesley TeLinde e George Gey, e que seriam responsáveis por uma verdadeira revolução científica. Jones foi o primeiro médico a atender Henrietta após ter sido diagnosticada com câncer; TeLinde, autor de um livro texto referência em cirurgia ginecológica, na época lutava contra o excesso de histerectomias em função de diagnósticos errôneos de câncer cervical. Gey era o chefe do laboratório de cultura de tecidos no mesmo hospital e trabalhava há três décadas tentando fazer crescer células malignas fora do corpo, em placas e tubos, em busca da causa e cura do câncer.



Mary Kubicek, técnica do laboratório de Gey, recebeu as amostras retiradas de Henrietta e as manipulou sem muita esperança, como mais uma entre tantas. Cortou o tecido em pequenos quadrados, colocou-os em tubos de cultura e escreveu HeLa usando uma caneta preta. A surpresa veio após poucos dias: a olho nu foi possível enxergar uma nuvem branca no fundo do tubo, indicativo de que as células haviam se multiplicado em “intensidade mitológica”.

George Gey, entusiasmado com o resultado, começou a distribuir células HeLa para cientistas interessados, o que possibilitou o uso dessa linhagem nos mais variados estudos, como para entender as infecções por alguns vírus (como HIV e sarampo), descrever os 48 cromossomos humanos, testar produtos cosméticos e farmacêuticos, além de terem sido e serem fundamentais no estabelecimento e padronização de técnicas seminais de cultura de células.

Antes da indústria com fins lucrativos, a jornalista norte-americana conta que cientistas construíram uma fábrica em Tuskegee para produzir HeLa em larga escala, uma vez que experimentos mostraram que com tais células seria possível testar a efetividade e seguridade da vacina contra poliomielite que acabara de ter sido desenvolvida (1952) por Jonas Salk. Usar a linhagem HeLa para os testes de neutralização do vírus era uma alternativa muito mais barata do que células de macaco, protocolo

disponível à época. Cerca de seis trilhões de células eram produzidas semanalmente pela fábrica localizada no estado do Alabama e enviadas para diferentes centros espalhados pelo mundo. O esquema montado foi um sucesso e mostrou que a vacina da pólio era efetiva. Com o aumento da demanda, surgiu o primeiro centro de produção e distribuição de células com fins lucrativos. Devagar nascia a multibilionária indústria de venda de material biológico.

Lado a lado com os benefícios que as pesquisas com células HeLa trouxeram para a própria ciência e suas aplicações na área de saúde, Rebecca descreve a faceta obscura e triste do tratamento dado aos negros. O contraste entre o sucesso da fábrica HeLa e os infames experimentos de Tuskegee com negros portadores de sífilis, que aconteceram no mesmo local e na mesma época, impressiona. Assim como a descrição das histerectomias em mulheres negras pobres no estado do Mississippi, como forma de controle de natalidade e para a prática da técnica. Segundo Rebecca, conforme os negros foram migrando do sul para o norte dos EUA, as histórias de que hospitais sequestravam negros para pesquisa só aumentaram.

Mas a força do livro vem mesmo do resgate detalhado que a jornalista faz da trajetória de Henrietta, desde o seu nascimento em 1920, sua infância em Clover, no estado da Virgínia, e sua morte em 1951. Criada por seu avô, Henrietta casou-se com seu pri-

mo e teve cinco filhos que, após sua morte, passaram por duros momentos de maus-tratos, escravidão nas lavouras de tabaco e abuso sexual. Esses mesmos filhos, e agora netos, cresceram em um profundo silêncio sobre Henrietta e suas revolucionárias células. A família só soube, por acaso, mais de 20 anos depois da morte de Henrietta, que suas células estavam vivas. A notícia, recebida com choque, levou os parentes a pensarem que a própria Henrietta estivesse viva. Mesmo depois de procurados, anos mais tarde, para doarem sangue para a realização de testes genéticos, não lhes informaram sobre as aplicações das HeLas, sua importância para a medicina, ou sobre as partes que lucraram com as células. A maior contradição apresentada pelo livro é o fato dos Lacks não ter condições para pagar um plano de saúde.

Rebecca não foi a primeira jornalista a abordar a família interessada em saber mais sobre Henrietta, mas teve o mérito de se preocupar em informar e explicar detalhadamente todas as dúvidas da família sobre a linhagem HeLa. A história de Henrietta Lacks nos leva a uma reflexão sobre a necessidade de aproximarmos meras amostras de células, tecidos, soros, DNAs, RNAs, às mais diversas vidas humanas que as produziram, comunicando claramente os objetivos da pesquisa, por meio de linguagem adequada ao doador da amostra.

*Cristina Caldas*

# MAPA

**COORDENADOR LUCIANO MIGLIACCIO**

**ASTRID FAÇANHA TARCÍSIO D'ALMEIDA ROSANE PRECIOSA SUZANA AVELAR  
MARIA DO CARMO TEIXEIRA RAINHO LUIS FERNANDO CAMPANELLA ROCHA  
MARA RÚBIA SANT'ANNA SORAYA COPPOLA DOROTÉIA BADUY PIRES**

## APRESENTAÇÃO

## ARTE, HISTÓRIA DA ARTE, MODA

Luciano Migliaccio

**A** moda é um tema que pode ser abordado sob vários pontos de vista. A proposta de um dossiê com o tema **Moda** na *Ciência e Cultura* se dá por compreender que este fenômeno sociocultural, no qual estamos imersos, suscita reflexões e pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento desde o século XIX (1), momento quando esta se consolida como a conhecemos: uma cadeia industrial capitalista que abrange todas as transformações periódicas efetuadas nos diferentes setores da vida social, que tem nas mudanças regradas dos estilos de vestuário e ornamentação seu caso exemplar. Uma de suas faces está claramente ligada à estética, uma estética do cotidiano que dá acesso, nas palavras de Alexandre Eulálio, a “uma apaixonante história das formas”. A opinião de Baudelaire, já na primeira metade do século XIX, de que o caráter efêmero da beleza na cultura e na sociedade moderna se expressa na moda tanto quanto nos produtos das artes tradicionalmente definidas como tais, permanece ainda totalmente válida e só é confirmada pelos desdobramentos da nossa história cultural mais recente.

Ao longo do século XX, no entanto, e particularmente a partir da década de 60, com as transformações da indústria cultural provocadas pela tecnologia dos *mass-media* nas sociedades industrializadas, arte e moda desenvolveram novas características comuns que colocam às vezes em questão os limites entre as duas. Ambas tendem cada vez mais a se transformarem em sistemas comunicativos autônomos, se legitimando através de formas expositivas cada vez mais relevantes na vida social e cultural das sociedades atuais, e através da afirmação de um discurso crítico que invade os meios de comunicação de massa formando o gosto e as preferências do mercado. Pode ser dito que, na sociedade contemporânea, arte e moda formam um sistema semelhante e interconexo baseado

no triângulo produção, comunicação do produto e mercado, que afeta toda a fruição estética atual, colocando em questão as categorias tradicionais da arte. Nesse sentido, é significativa a afirmação cada vez mais evidente na comunicação da moda autoral, dos grandes estilistas. A construção da individualidade única, genial, derivada do universo da arte, é muito útil para a propaganda do produto. Contudo ela oculta as características reais, construídas e planejadas da produção do objeto com valor estético. A moda de autor busca, então, se distanciar cada vez mais do mundo real da produção e buscar suas referências de valor no mundo da criação artística, introduzindo no seu discurso elementos derivados da tradição formal e da crítica das artes visuais.

A crítica profética de Flávio de Carvalho sobre moda publicada na década de 1950 nas colunas do *Diário de São Paulo* antecipou algumas dessas temáticas. Polemizando com a padronização imposta pela indústria da época, as maneiras de vestir do passado eram examinadas pelo artista brasileiro, que reivindicava a importância dos elementos lúdicos, de natureza comunicativa e teatral, em particular, das chamadas civilizações primitivas, e convidava a sociedade atual a se apropriar, por esse viés, também dos recursos criativos oferecidos pelos novos meios mecânicos.

Luis Carlos Dantas, na apresentação da exposição “Dialética da Moda”, realizada no Arquivo Alexandre Eulálio da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), a partir dos escritos e dos desenhos do artista ali conservados, observou que, para Flávio, “de forma paradoxal, o movimento da moda é ascendente, vem de baixo. Só posteriormente as classes altas tornam-se o foco de disseminação. “Ela nasce no sofrimento e na dor, e seus inventores são o homem em farrapos ou ainda a loucura vagando pela rua, são representantes da revolta e da anti-hierarquia”. Sob esse aspecto, o paradoxo de Flávio de Carvalho, ao parodiar as iniciativas de Pie-

tro Maria Bardi e do grupo reunido ao redor do Masp, para criar uma indústria da moda no Brasil, abria um caminho que seria percorrido por algumas correntes da sociologia e da antropologia urbana contemporânea. No entanto, as relações entre a criação da moda e o sistema das artes não se limitam aos aspectos criativos do produto e à busca de um lugar para os criadores de moda no mundo das artes já consagradas. A comunicação comercial do produto é outro setor em que a dialética entre os dois campos tem importantes consequências.

Muitos grandes artistas contemporâneos têm destacado na sua obra a importância dessa questão que afeta a própria noção de autoria. A moda e suas formas de comunicação visual foram frequentemente o primeiro caminho que levou à reflexão sobre a imagem e as novas configurações do campo da arte na sociedade industrial. Muitos dos maiores artistas da geração “pop” trabalharam como designer na indústria da moda, ou vieram de escolas de design gráfico ou comunicação visual voltadas ao mercado publicitário e da moda. Para muitos, o papel da comunicação visual na sociedade atual, através da imagem e da espetacularização do produto, foi também o próprio tema da obra: famosas serigrafias reproduzindo latas de sopa de tomate Campbell, de garrafas de Coca-Cola, de rótulos de detergente; instalações formadas por caixas de remédios e produtos farmacêuticos. Ao incluir o universo da comunicação comercial na atmosfera rarefeita da arte, essas obras nos sugerem que a nossa relação estética mais próxima e imediata com a imagem não acontece tanto nos museus, quanto nas prateleiras dos supermercados. Mas se pode dizer também o contrário. Cada vez mais nos relacionamos com um produto industrial de maneira semelhante a uma obra de arte.

A entrevista do filósofo Lars Svendsen coloca uma série de perguntas muito significativas e controversas sobre tais questões. É possível uma crítica da moda autônoma, separada do marketing do produto? É possível a criação de categorias de análise rigorosas comparáveis às da crítica das linguagens artísticas ou cinematográficas. A estas perguntas tentou responder, já há algumas décadas, Roland Barthes no seu texto *O sistema da moda*, chegando a conclusões bem diferentes que conservam ainda atualidade: o discurso sobre a moda pode ser estudado como um sistema de signos produtores de significado em relação a um universo de objetos. Sua função é a formação de um gosto do consumidor. É, então, um discurso modelo do sistema do espetáculo moderno descrito por Debord e, como tal, se apresenta como paradigma que afeta o próprio discurso da crítica de arte, enquanto parte do mesmo sistema de comunicação.

Uma outra abordagem de grande interesse é aquela antropológica proposta por Massimo Canevacci. Fugindo do campo limitado da *haute couture*, da sua representação imagética e ideológica, remontando aos contributos de Gillo Dorfles, que colocou sem preconceito o tema das novas interações entre arte e moda, ou

de Francesca Alfano Miglietti que foca o significado das poéticas do corpo na arte, o discurso do italiano visa as raízes da criatividade da moda atual dentro do universo das subculturas urbanas, questionando e talvez subvertendo, as tradicionais relações verticais entre centro e periferia estabelecidas nas sociedades contemporâneas. Os textos de Rosane Preciosa e Suzana Avelar e o artigo de Maria do Carmo Teixeira Rainho enriquecem essa abordagem de um ponto de vista sociológico sob o aspecto da relação entre a moda e o controle social. Se, na primeira contribuição a perspectiva pode ser mais próxima também dos estudos históricos já clássicos de Norbert Elias, destacando a complexa relação entre valores culturais e objetos no processo de construção de identidades sociais, a segunda, utilizando autores pioneiros no estudo das subculturas urbanas dos adolescentes, como David Hebdig, aponta para a relevância desses fenômenos na construção não apenas das relações de poder, como também das identidades individuais e de grupos no universo da metrópole pós-industrial.

Não menos importantes para a compreensão das possibilidades abertas pelos estudos sobre moda, inclusive como documento histórico, são os textos de Maria Rúbia Sant’Anna, Luiz Campanella e Soraya Coppola. Sant’Anna aponta para a importância dos textos historiográficos como documentação de pesquisa, e para a necessidade de ver a linguagem dos manuais de história da moda e dos costumes como uma construção histórica, ela própria documento de particulares relações culturais entre vários campos do saber e da ideologia. O tema adquire uma atualidade candente ao pensarmos no grande aumento de número de cursos de moda e de cultura visual no nível de ensino

profissional e de graduação que se está verificando nos últimos anos no Brasil. A este novo interesse não corresponde ainda uma reflexão adequada sobre os instrumentos e as modalidades de ensino, que não seja dirigida apenas por interesses contingentes do mercado. Mais voltados para uma investigação histórica e por uma interpretação de viés semiológico, num sentido bem particular, os escritos de Campanella e de Soraya Coppola partem do exame de produtos para mostrar a permeabilidade entre significados culturais e de aspectos tecnológicos de produção na criação do objeto de moda.

O dossiê aqui apresentado reúne, portanto, uma pluralidade de temas, de abordagens, de métodos de análise e de propostas cujo denominador comum é partir do fenômeno da moda como documento da história cultural e social. Mais que a tentativa de fazermos um balanço de algumas questões, que permanecem abertas, há aqui o desejo de estimular o leitor a conhecer, de forma mais próxima, os estudos que foram desenvolvidos nas últimas décadas, com grande impulso também em instituições acadêmicas e centros de pesquisa brasileiros, nessa área tão importante para a compreensão da cultura contemporânea. Por isso, foi anexado ao dossiê uma bibliografia básica que pode servir

**CADA VEZ  
MAIS NOS  
RELACIONAMOS  
COM UM PRODUTO  
INDUSTRIAL  
DE MANEIRA  
SEMELHANTE À  
OBRA DE ARTE**

como primeiro instrumento de introdução ao conhecimento desse campo para os interessados não especialistas, e também uma lista de grupos de pesquisa existentes dentro de várias universidades e centros no país. Esperamos assim poder contribuir para estimular a comunicação e os intercâmbios entre os estudiosos, tendo em vista uma maior cooperação e integração, e proposta de atividades conjuntas, projetos e eventos cuja realização seria indispensável para consolidar esse segmento ainda incipiente dentro do panorama acadêmico brasileiro.

*Luciano Migliaccio é professor de história da arte da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da Universidade de São Paulo (USP), professor visitante da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e coordenador do grupo e pesquisa Arte, Design e Moda*

#### NOTA

1. Célebres autores dedicaram-se a pensar sobre moda: Oscar Wilde, Charles Baudelaire, Honoré de Balzac, Thornstein Veblen, John C. Flügel, Georg Simmel, Gabriel de Tarde, Edward Sapir, Ruth Benedict, Roland Barthes, C. Willet Cunningham, Richard Martin, James Laver, Pierre Bourdieu, Mike Featherstone, entre outros. E, no Brasil, podemos destacar os escritos e pesquisas iniciais de Gilberto Freyre, Alexandre Eulálio e Gilda de Mello e Souza.

#### ENTREVISTA Lars Svendsen

## MODA: AUSÊNCIA DE CRÍTICA SÉRIA E DESCOMPROMETIDA

Astrid Façanha

PARA O ESCRITOR E PROFESSOR DE FILOSOFIA NA NORUEGA, DESDE QUANDO O CONCEITO DE ALTA COSTURA FOI ACEITO, EM 1860, A MODA ASPIRA OCUPAR SEU LUGAR NO MUNDO DA ARTE.

Lars Svendsen, professor associado do Departamento de Filosofia, da Universidade de Bergen, na Noruega, e autor do livro *Fashion: a philosophy* (editora Reaktion) esteve no final do ano passado, em São Paulo, para uma palestra sobre a crítica jornalística, no evento Pense Moda. Segundo o filósofo, desde quando a *haute couture* foi introduzida por volta de 1860, a moda aspira fazer parte do universo da arte, do qual foi excluída no século XVIII, quando passou a ser considerada mero ofício ou artefato.

Ainda assim, alguns dos primeiros designers de moda como Charles Frederick Worth (1825-1895) e Paul Poiret (1879-1944) se consideravam artistas e gostavam de pensar que criavam não sobre encomenda, mas a partir da própria subjetividade. Worth passou a “assinar” suas obras, ao colocar etiqueta com seu próprio nome nas suas roupas. Poiret tinha uma visão romântica da moda, criava peças autorais, se inspirava em correntes artísticas da sua época além de ser colecionador de arte e frequentador de ateliê de artistas.

Para Svendsen, uma das razões da moda não ter a credibilidade como arte é a falta de uma crítica séria e consistente que avalie a sua produção, o que faz com que a mesma acabe sendo vista como mera *commodity*. Em sua opinião, a cobertura de moda feita pelos grandes jornais é, em geral, superficial. Por outro lado, a proximidade dos jornalistas especializados com o mundo da moda acaba por gerar um tipo de reportagem comprometida, que mais exalta do que avalia. Ele reforça a importância da produção de moda ser submetida a julgamento analítico e crítico como forma de legitimar o campo.

A boa crítica, pontua o filósofo, deve ser independente e trazer com clareza a descrição, interpretação e contextualização da obra. Por outro lado, ele admite se tratar de um gênero subjetivo que, inevitavelmente, traz à tona o repertório do próprio crítico. Svendsen vê com bons olhos a crítica negativa, ainda que seja rara e acabe por gerar ressentimentos. “Chegou a hora de a moda amadurecer e aceitar a crítica ruim”.

Svendsen acredita que o jornalismo de moda tem um papel fundamental na avaliação da produção de bens de consumo e usa um termo do sociólogo francês, Pierre Bourdieu, para reforçar que a imprensa é responsável por “criar criadores”. Porém, esclarece que a crítica é um gênero de cobertura jornalística, que não tem nada a ver com a promoção de marcas e grifes que é feito pelas assessorias de imprensa, cuja linguagem acaba sendo reproduzida na mídia.

Além disso, reforça que os jornalistas de moda não deveriam ser vistos como escravos dos estilistas e marcas. Infelizmente, segundo ele, o que se nota, é uma enorme dependência na indústria, da parte dos profissionais da imprensa, cujo papel deveria ser desafiar o sistema. “O papel do jornalista e crítico é produzir com qualidade, na área em que atuam, para que suas próprias condições profissionais sejam fortalecidas”.

**ASTRID FAÇANHA** *Você escreveu outros livros de filosofia – como The philosophy of evil, de 2001 e A philosophy of boredom, em 2004. Como chegou no Fashion a philosophy?*

**LARS SVENDSEN** Tem um capítulo no livro, *A philosophy of boredom*, que aborda o assunto, a partir daí, cheguei à conclusão que deveria escrever uma filosofia da moda.

*Por que a moda passou a despertar tanto interesse?*

A moda é uma importante manifestação da cultura contemporânea. Eu me preocupo em entender quem somos, por que nosso comportamento é assim e, por aí vai. Portanto, devido à influência cultural da moda em nossas vidas, se tornou óbvio, para mim, que se trata de um assunto que merece uma investigação profunda e séria.

*Você foi recriminado por seus colegas intelectuais quando decidiu investigar a moda no campo da filosofia?*

Meus colegas acadêmicos acharam que eu tinha ficado louco, pois consideram que a moda, definitivamente, não é assunto para um filósofo sério. Ao mesmo tempo, muitas pessoas da moda acharam que eu apresentei o assunto de maneira chata e difícil de entender. Alguns estilistas, porém, mandaram e-mail dizendo que tinham gostado muito do livro.

*E a reação da mídia ao livro?*

A maioria dos jornalistas de moda ficou chocada com a minha crítica ao jornalismo de moda. O meu comentário favorito foi de uma profissional, reclamando de eu não ter dado ênfase ao lado divertido e brincalhão da moda.

*Qual a importância do pensamento reflexivo na moda, de que forma afeta a criatividade?*

Vou citar Sócrates nas palavras de Platão, sobre isso: “A vida sem reflexão não vale a pena ser vivida”. Portanto, diria que, uma roupa feita sem reflexão não vale a pena ser vestida. Acredito que esta é uma resposta divertida para uma pergunta séria!

*Para a crítica de moda a reflexão é inevitável...*

Críticos de moda deveriam ser capazes de explicar, para seus leitores, porque uma coleção foi um sucesso ou um fracasso e ajudá-los a adquirir uma percepção mais ampla da sua própria relação com a moda. Na realidade significa ensinar o leitor a arte da crítica, de ter a capacidade de emitir um julgamento que seja sustentado por uma razão. Significa conduzir o leitor para abaixo da superfície, para entender a relevância desses artefatos para suas vidas. Afinal,

os críticos também podem exigir algo dos seus leitores, que eles se tornem reflexivos!

*Como deve ser a crítica de moda?*

A crítica de moda deve ser rigorosa, colocada com clareza e informada historicamente. Não deve minimizar ou simplificar como grande parte da crítica de moda atual faz, nem ser desnecessariamente obscura, como é grande parte da crítica contemporânea de arte. A crítica deveria buscar vitalidade e audácia, distinguir o original do derivativo e pontuar o desenvolvimento do designer, mostrar momentos de mudanças e ciclos e tentar identificar esses momentos, além de se perguntar sobre tais escolhas estéticas em particular. Além disso, ressaltar técnicas, materiais e, por fim, emitir um julgamento. Porém um julgamento com propriedade, não uma mera opinião sem fundamento. Críticos nunca conseguem ser completamente objetivos, porém deveriam justificar suas opiniões.

*O que faz a crítica de moda subverter a crítica tradicional?*

Claramente, críticos de moda têm pouca força, alguns já foram banidos de desfiles por terem escrito críticas negativas, isso não acontece em outras áreas. Tanto na literatura quanto nas artes plásticas a crítica negativa é aceita, mesmo que o artista não fique muito contente com os resultados. Às vezes, as críticas mais interessantes são as negativas, até as obras-primas têm seus defeitos e muitas vezes são esses defeitos que as tornam interessantes. Porém, quando lemos sobre moda nos jornais e revistas somos levados a acreditar que só existem obras-primas impecáveis no reino da moda.

*Você cita inúmeros filósofos no seu livro, de Platão à Immanuel Kant e Adam Smith. Por outro lado, explora pensamentos de sociólogos modernos como Georg Simmel, Walter Benjamin e Pierre Bourdieu. Em sua opinião, de que forma as diferentes correntes de pensamento interferem na interpretação que é feita da moda. Poderíamos dizer que a filosofia tem um viés mais moralista e a sociologia mais comportamental?*

A filosofia quer saber o que é certo, quem está certo o que é a verdade, este é um ponto de vista filosófico. Nós, filósofos, levamos a investigação para esse lado. Por outro lado, Simmel, era um sociólogo que se considerava um filósofo, inclusive escreveu a obra chamada *A filosofia da moda*. Independente das possíveis abordagens, o fato é que a moda tem conquistado um papel cada vez mais significativo na cultura contemporânea, portanto é importante preparar-se para entender o fenômeno. Veremos cada vez mais artigos e longos ensaios sobre moda e crítica de moda, portanto é natural que se caminhe para uma filosofia de moda. Como diria a filósofa Hanna Arendt: “Pensar é uma atividade positiva que ao mesmo tempo nos distrai e subestima nossos hábitos e regras”. Segundo Arendt, “todo pensamento exige que se pare e, pense”. Portanto o mais importante é dar um passo atrás para ganhar alguma perspectiva.

*Você desconstrói as teorias clássicas de moda, articuladas por pensadores como Anne Hollander, Roland Barthes e Gilles Lipovetsky, para citar alguns. Qual desses teóricos faz mais sentido para você?*

Adoro o Gilles Lipovetsky, especialmente o seu livro *O império do efêmero*. Porém, discordo da maioria dos pontos de vista colocada por ele, mas é um dos melhores livros para se discordar que conheço! Infelizmente Barthes é impossível de ler. O seu livro – *Sistema da moda* – demanda um esforço enorme para entender e, no final, não acrescenta muito. O Simmel é muito bom. Acredite-se ou não, o escritor escocês Thomas Carlyle escreveu um livro há 200 anos – *Sartor Resartus* – que é totalmente pós-moderno e contém ótimos *insights* sobre a moda, apesar de se tratar de um romance esquisitíssimo!

*E quanto a você, o que pensa da moda?*

A moda é um assunto complexo. Não consigo resumir em uma única resposta. Se pudesse responder com duas frases, não teria escrito um livro inteiro sobre o assunto!

*Astrid Façanha é jornalista especializada em moda, mestre em ciência da informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Leciona nos cursos de graduação e pós-graduação em moda da Faculdade Santa Marcelina e do Centro Universitário Senac/SP. Email: astridfacanha@terra.com.br*

**ENTREVISTA** Massimo Canevacci

## POR UM MAPA ANTROPOLÓGICO DA MODA

Tarcísio D’Almeida

O ANTROPÓLOGO ITALIANO MASSIMO CANEVACCI QUE, ALÉM DA MODA, TEM SE DEDICADO AOS ESTUDOS DOS COMPORTAMENTOS CULTURAIS CONTEMPORÂNEOS, DEFENDE UMA AMPLIAÇÃO DOS DEBATES EM TORNO DA MODA.

Entender a moda pelo enfoque antropológico. Esse é um dos roteiros de reflexão que permeia a atual trajetória intelectual do antropólogo italiano Massimo Canevacci, autor de *Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis* (DP&A, 2005). Titular da cadeira de antropologia cultural na Faculdade de Sociologia da Universidade La Sapienza de Roma e professor visitante nas universidades de Frankfurt e de Nova York, Canevacci é autor de inúmeros livros que abordam estudos sobre antropologia das artes visuais, do cinema e das culturas urbanas.

Em sua primeira visita ao Brasil (1), Canevacci discutiu quais são as articulações existentes na moda, que atuam desde sua produção imaterial, seu consumo, as redes de contradições da mesma, além de enfocar ideologia e modismos. Para o antropólogo, o estudo sobre o tema, a partir de vários enfoques e correntes de pensamento, só melhora a sua compreensão.

A seguir, entrevista exclusiva realizada com Canevacci, onde sua perspectiva antropológica da moda pode ser amplamente debatida durante o seminário na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) (2).

**Tarcísio D’Almeida** *Sua trajetória intelectual tem sido voltada à antropologia do cinema, dos estudos de cultura visual nas metrópoles. Como surgiu esse interesse pela moda?*

**Massimo Canevacci** Nesses últimos anos fiquei interessado pelos estilos da cultura juvenil e a moda está inclusa nesse interesse também, sobretudo pela forma figurativa e a expressão de linguagens do corpo que contribuem nas concepções de comunicação visual desse fim de século.

*Você acha que, no caso da moda das tribos urbanas dos anos 1990, há uma profusão de imagens dialéticas nessa cultura tipicamente urbana em busca da liberdade de estilos?*

Acho isso extremamente importante. É esse sistema de comunicação específico dos jovens, que surgiu com o hip hop [movimento musical dos negros dos subúrbios norte-americanos], que fez mudar os estilos de se vestir. Funcionou como um movimento contrário, saindo das periferias para os grandes centros. Com isso, temos uma comprovação de que a moda não é só produzida do centro para as periferias. A criação estética de estilos pode ser proveniente das camadas menos privilegiadas também.

*Em quais direções apontam as abordagens de moda da fase posterior às contribuições sociológicas de René König e Georg Simmel e da semiologia de Roland Barthes?*

A questão fundamental da relevância das contribuições desses autores, pelo menos para minha abordagem, é a de que a distinção do dualismo entre o orgânico e o inorgânico (o material e o cultural) perdeu espaço. Gosto das tendências surgidas com a mescla entre moda e arte na contemporaneidade, pois experimentar fusões entre dois estilos (expressões) é uma marca de comunicação visual pós-dualista. O trabalho dos estilistas e artistas fica mais enriquecido com essa fusão de visões e estéticas criativas no mundo da moda; o emprego de tecnologias, como a *cyber*, cria toda uma rede de trocas constantes entre os dois campos. Os limites da moda são invisíveis.

*Além de forte polo de criação, como a Itália reflete moda atualmente?*

Sem sombra de dúvida, Milão é um dos centros financeiros mais importantes no mundo da moda. É a capital pós-industrial da moda na Itália. Existem os vários conglomerados de empresas, como Prada, entre outras, que respondem por boa parte da produção econômica nacional. Em contrapartida, a produção acadêmica italiana sobre moda também tem seu destaque, sobretudo a partir dos anos 1960/70.

*Qual seu diálogo com as obras de Gillo Dorfles (com seus dois livros sobre moda) e outros autores como Francesca Alfano Miglietti (ou FAM) e seu estudo sobre as mutilações no corpo contemporâneo?*

Realmente, Gillo Dorfles é um autor fundamental na Itália. Ele aborda as formas estéticas e da mídia italiana. Sou bastante interessado também na relação entre as formas comunicativas, da arte e da moda. Com isso tento fazer um estudo da produção e interrelação construída na mescla desses campos a partir de uma visão dos conflitos semióticos. Meu enfoque está mais centrado na constituição da vida nas metrópoles na comunicação (ambas marcadas pela pós-modernidade) do que no trabalho tradicional. Tento acompanhar o trabalho da FAM, pois ela consegue convergir exatamente essa visão caótica das problemáticas da contemporaneidade, sobretudo na sua revista *Virus*, sobre os vários processos de mudanças/mutilações no corpo e na moda.

*O sociólogo brasileiro Gilberto Freyre, no livro Modos de homem & modas de mulher (1987), apontou as ideologias, as modas, os modismos, os costumes e comportamentos do Brasil desde o século XIX. E, hoje, como você vê essas (inter)relações?*

Normalmente muitos antropólogos não se interessam pela moda, acham-na um tema frívolo e efêmero demais para a academia. Mas é um objeto de estudo relevante sim, como qualquer outro, pois tem a ver com comportamento e atitudes psicossociais dos indivíduos. Precisa dos vários enfoques científicos e se Gilberto Freyre já fez sua contribuição intelectual porque nós não damos continuidade? A minha única advertência é de que a antropologia e a sociologia têm de tomar certo cuidado com a produção imaterial na pós-modernidade.

*A produção de moda está mais voltada à identificação de estilos, estéticas, ou meramente ao consumo de bens?*

Os estilos de vida são muito interessantes e pluralizados no mesmo indivíduo, que pode vestir-se e se travestir várias vezes durante um mesmo dia. É essa capacidade e liberdade que traz o significado da amplitude da contemporaneidade. Isso significa que a identidade não é mais parada, fechada, mas sim aberta para a experimentação das “identidades”; ela é mais fluída, líquida.

*Tarcísio D’Almeida é pesquisador e professor do Curso Design de Moda da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais (EBA-UFG). Pertence ao conselho editorial da revista acadêmica de moda Dobra[s] e é pesquisador-associado do Groupe d’Étude sur la Mode, da Université de Paris V, Sorbonne. Escreve sobre moda para os jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. Email: tarcisio.dalmeida@gmail.com*

## NOTAS

1. Entrevista inédita, realizada durante o seminário ministrado pelo antropólogo, em 19 e 20 de novembro de 1999 – “Cultura da moda: panorama antropológico da moda como produto” – no Centro de Estudos da Moda, da Escola de Comunicações e Artes da USP
2. Além do pensador italiano, o Centro de Estudos da Moda da ECA-USP já havia acolhido, em abril de 1999, o filósofo francês Jean-Louis Santoro, no seminário avançado sobre “Moda e literatura”. No ano seguinte, foi a vez da professora Lesley Miller, coordenadora da pós-graduação em história de têxteis e do vestuário, da Universidade de Southampton (Inglaterra), que debateu a “Perspectiva histórica e mercadológica da alta costura”. O filósofo e ensaísta francês Gilles Lipovetsky, da Universidade de Grenoble (França), abordou “A moda e a mulher nas sociedades pós-modernas”, e a pesquisadora Ana Martínez Barreiro, da Universidade de La Coruña (Espanha), ministrou um seminário avançado sobre “Uma nova cultura da moda”. Com essa agenda, conseguiu-se estabelecer uma sinergia com vários intelectuais do exterior para enriquecer o debate sobre moda no, hoje inexistente, Centro de Estudos da Moda da ECA-USP, projeto sob a batuta do professor Victor Aquino, na época, diretor da ECA-USP e do Centro de Estudos da Moda. De certa forma, tais eventos contribuíram, junto à reitoria, para o projeto que resultou na criação do Curso Tecnologia Têxtil e da Indumentária (recentemente modificado para Têxtil e Moda), da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da USP. No início, havia a intenção da ECA sediar o curso de moda mas, com o projeto de expansão universitária, esse, assim como outros novos cursos, acabaram incluídos na nova unidade da universidade, localizada na Zona Leste da capital paulista.

## MODA SOB A ÓTICA DA DISCIPLINA E DO CONTROLE: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Rosane Preciosa  
Suzana Avelar

**E**m 1990, Gilles Deleuze escreveu um texto intitulado *Post-Scriptum sobre as sociedades de controle*, fundamental, a nosso ver, para se entender como se opera a passagem de uma sociedade moderna, predominantemente gerida pelas formas disciplinares, e cuja palavra-chave é modelização, para uma outra, a que denominou de controle. Esta, por sua vez, ao invés de simplesmente proceder a modelizações, modula, ou seja, dissemina modelos, e os faz variar, espalhando-os por toda parte.

Imprescindível dizer que, sob essa outra lógica, a de controle, esses modelos não serão mais vivenciados por aqueles que os incorporaram como uma imposição, mas, ao contrário, como uma sugestão. Exerce-se aí um tipo de poder bem mais sutil e, talvez, por isso mesmo, bem mais eficaz, convincente, merecendo, então, de nossa parte uma enorme atenção.

Ao longo de seu texto, Deleuze vai diagnosticando essa passagem e nos introduzindo nesse outro modo de funcionamento, que caracterizaria a sociedade contemporânea. Com ele, podemos pensar o que fomos, o que somos e no que estamos nos tornando. A partir daí, então, ocorreu-nos a ideia de nos apropriarmos dessa valiosa ferramenta teórica, deslocá-la para a indústria da moda, buscando compreender suas engrenagens. Mas, para tanto, é necessário que sua formação inicial seja revisitada.

Voltemos assim à consolidação de tal indústria, em sua autonomização, que data de meados do século XIX, num cenário burguês-industrial, quando a perda da importância da história progressiva começa a ser fato consumado, inaugurada por aquilo que conhecemos como a ideologia moderna. Nessa nova dinâmica, como apontam Gilda de Melo e Souza (1987), Thorstein Veblen (1969) e Eric J. Hobsbawm (1977), a roupa passa a exercer um poder jamais ocorrido, ganha um novo estatuto: “a roupa faz o homem” (1).

Em sua relevância moderna, tão bem descrita por Charles Baudelaire, a roupa, ou o corpo vestido, é de suma importância nas relações político-sociais, pois apresenta o homem em sua leitura mais imediata e circunstancial. A alta costura, a nova ordem da indústria burocrática (2) liberal e legitimada por essa sociedade burguesa-industrial, passa a funcionar como uma gerenciadora das relações humanas, atuando de forma tão importante quanto o que representava, outrora, a hereditariedade: a moda, essa indústria que se coloca nos meandros sociais, passa então a sancionar normas e estabelecer padrões, encarrega-se da apresentação individual, numa verdadeira demonstração de exercício de um biopoder (ainda que simplificando o conceito, entendemos por biopoder o controle que se exerce sobre

“a vida”, sobre as populações, sobre as subjetividades). A “instituição moda” passa a funcionar como elemento regulador de condutas e hierarquias dentro desse ambiente.

Até aproximadamente a década de 1960, a alta costura propõe formas de modelar o corpo comprovando sua intervenção nas dinâmicas sociais e no sucesso burguês. A partir daí, essa se vê abalada por aquilo que chamamos da consolidação do *prêt-à-porter*. Mas, na verdade, qual o significado dessa nova bipolaridade?

A falência da alta costura se dá em nome do sucesso do *prêt-à-porter*. Isso é fato. Para Baudot (3), a alta costura e a confecção deixam de formar um elo contínuo, e se vêem distanciadas. Assim, o monopólio da moda de cem anos (termo utilizado por Gilles Lipovetsky em seu livro *O império do efêmero* para designar a centralização da alta costura durante um século que se inicia aproximadamente em 1860, com Charles F. Worth, e termina com a consolidação do *prêt-à-porter* em 1960) se enfraquece a partir dos novos criadores e de uma sociedade que não depende totalmente (ou apenas) de uma referência hierarquizante. Os jovens então passam a inovar o sistema da moda, sendo vistos simultaneamente como consumidores e criadores.

“Para satisfazer à demanda de novidades, ela [a confecção] deve dotar-se de células criativas que vão assegurar a notoriedade daquelas que serão chamados daqui por diante de estilistas.” (4)

Os primeiros escritórios de estilo passam a ser criados, tendo como principais nomes Françoise Vincent-Ricard e Madame Arnodin, que abre o seu escritório de estilo em 1961 contribuindo assim para a organização de um sistema que vai da fabricação à distribuição, consolidando uma “cadeia de produção coerente” (5). As butiques se difundem tendo como marco a de Elie Jacobson, no início da década de 1960, mais conhecida como Dorothee Bis.

Nesse sentido, Lipovetsky (2) afirma que “a configuração hierarquizada e unitária precedente rompeu-se”. Vemos então a gradativa transição da sociedade disciplinar para o que Deleuze identificou como sociedade de controle, cujo contorno fica mais nítido a partir de meados da década de 1980, se pensarmos sobretudo na manifestação das “tribos urbanas”, que irrompem nessa ocasião, e em que prevalece uma proposição múltipla de “estilos”. O que era, então, concebido como uma determinação feita de forma fechada nos ateliês de alta costura, onde o criador se colocava como o olho determinador das hierarquias, tomando como referência a alta sociedade, passa a escapar desse lugar, desse centro de controle, como vimos, a partir da consolidação do *prêt-à-porter*. Importante frisar que jovens consumidores e criadores ao mesmo tempo, criam linhas de fuga em relação a essa dinâmica anterior, minando o poderio monopolizado pela alta costura, e, de alguma forma, também passam a expressar uma nova composição do capitalismo, agora mais flexível, que investirá cada vez mais na potência de criação dos indivíduos para se expandir. Com a nova organização da indústria da moda, localizada em meados da década de 1960, isto é, com novos polos criadores e com a concatenação da cadeia têxtil e da criação, seguimos em direção à dispersão da criação.

Com o advento das tecnologias digitais, um novo paradigma se coloca: o rompimento do espaço e do tempo se superpõe à lógica geográfica dos continentes, imediatizando as criações, que passam a ser lançadas em tempo real. Parece que, a partir desse momento, a criação deixa de seguir uma ordem de presente-pasado-futuro para quase se tornar apenas presente. Quase, porque a herança da disciplina parece insistir em vigorar, pois a cultura de querer saber o que será o “novo”, agora sondado por escritórios de estilo, para melhor prescrevê-lo, continua a existir. Estes passam a executar as suas pesquisas em tempo real, e os dados coletados nas ruas hoje, amanhã já são vendidos como tendência. O dado da cópia também é curioso, pois se pode dizer que essa indústria se aprimora em relação ao seu maquinário (que também funciona em tempo real) e passa a reproduzir o que os desfiles internacionais lançam e são vistos pela internet (novamente, o tempo real da novidade disseminada).

Talvez caiba dizer que a moda ao se vir conectada à web, o que lhe permitiu expandir sua informação de forma imediata e fulminante, pode escamotear melhor seu jogo duplo: a sua face disciplinadora, “verticalizada”, que ainda persiste, e uma outra, mais complexa, que faz desaparecer no seu próprio funcionamento, caracteristicamente “horizontalizado”, logo descentralizado, seu iminente controle.

Sabemos que a indústria da moda agora não mais atua apenas de forma panóptica, restritiva, mas, “liberta” os corpos de um controle rígido e fisicamente posicionado (“os olhos da instituição”) e espera, realmente deseja e acalenta a ideia de liberdade fluida, de um corpo líquido que se transforma de maneira mais frequente, e não só se renova a cada estação.

A pele satelítica, assim como a enuncia Derrick Kerckhove em seu livro *A pele da cultura* (1995) — uma pele conectada na rede, uma rede de fluxos onde tudo é informação digital — é de fato, o objeto de desejo da indústria e do próprio usuário, a fim de vivenciar cada momento possível de gozo narcísico, ainda que reconheçamos que não podemos atribuir às tecnologias digitais apenas um uso narcísta, o que seria uma avaliação reducionista de nossa parte.

Dentro dessa nova concepção de fluidez mutante do corpo, a indústria da moda continua funcionando como um “estranho”, paradoxal mesmo, dicionário de costumes, para usar as palavras de Baudelaire, e ao mesmo tempo atualizando-o, só que em um tempo presente, imediato, real, desordenado e/ ou (des)hierarquizado. Desordenado quando rompe com a lógica da ordem conhecida, ainda que a hierarquia, de uma certa forma, permaneça ainda a mesma.

Assim, os escritórios de estilo, que puseram em crise a disciplina dos ateliês dos grandes costureiros em meados de 1960, hoje estão munidos de aparatos digitais que apreendem as transformações percebidas a cada instante. O controle estabelece-se nas redes de fluxo, onde o corpo é, ao mesmo tempo, objeto de captura e também capturado.

No entanto, as tecnologias digitais favorecem a um pleno deslizamento de sentido (leia-se como conexões inúmeras possíveis), ou seja, proporcionam maneiras diversas de percepção desse corpo que a indústria da moda sabe, e muito bem, elaborar e se apropriar. A moda atual, por um lado, nos oferece uma leitura

majoritária, hegemônica, e, por outro lado, está povoada de “vozes minoritárias” que se conectam e se desconectam formando esse todo indiscernível: “as duas coisas podem coexistir porque não são vividas no mesmo plano” (6). São potencialidades que estão aí, mesmo emaranhadas.

“O capitalismo não se expande — multiplicando os canais, penetrando nos níveis mais moleculares, dilatando-se complacente para admitir o que quer neutralizar, inventando, reutilizando — sem oferecer perigo para si mesmo” (7).

Podemos pensar a partir daí que, a despeito dos controles todos, haverá sempre no ar uma vitalidade criativa, um vetor de invenção, que pode desmanchar territórios que confinem sujeitos a modos padronizados de pensar, de viver, de vestir. Acreditamos mesmo que o próprio ambiente das novas tecnologias agenciado à vida e sua exuberante variação de formas, cria dispositivos de alargamento da sensibilidade, que podem engendrar transformações e realizar novos paradigmas ético-estéticos.

Hoje, contamos, aqui e ali, com designers de moda que se posicionam de forma a romper com a ideia de novidade sazonal, preferindo afirmar territórios de criação singulares, que escapam das pesquisas dos escritórios de estilos. Para estes, os projetos de criação constituem-se como práticas de intervenção na existência: novos arranjos funcionais e estéticos que acabam por desencadear mutações na subjetividade.

Nesse contexto, podemos citar o belga Walter van Beirendonck, um dos precursores do que se tornará recorrente a partir da década de 1990 e ainda permanece. Esse criador, além de participar do grupo conhecido como “Os seis de Antuérpia”, também realiza coleções fora do grande circuito internacional da indústria da moda (as *Fashion Weeks*) com uma repercussão internacional. Suas coleções são divulgadas via web, tanto em seu site quanto no YouTube. O mais curioso aqui é que mesmo estando fora dessa instituição, suas criações influenciam criadores e tendências por todo o globo. E mais: ele lida com paradigmas fundamentais em nossa atualidade colocando em questão o corpo biológico, as discussões sobre gênero, lançando mão de referências das mais diversas possíveis.

Nessa mesma concepção, seguem-se Courtney Smith e Sean Topham, idealizadores da publicação *Extreme Fashion*, de 2005. Mais do que uma catalogação de criações, trata-se de um manifesto contra a rigidez da indústria da moda e seus escritórios de estilo. Tal manifesto coloca em questão a cultura da indústria da moda em sua sazonalidade, seu calendário fixo, seus desfiles de difícil acesso (tanto para o observador quanto para o criador) e sua exigência de uma quase comercialização.

Já Yohji Yamamoto, um criador que passou a integrar a indústria da moda na década de 1980, de alguma maneira também contribuiu para subverter tal sistema, ao reproduzir uma criação sua no site do Show Studio. Ele coloca à disposição essa criação não apenas no desenho técnico, mas também no passo-a-passo da modelagem com todas as etapas do processo. Passa a ser possível, então, que

qualquer pessoa baixe tais arquivos, reproduza a peça no tecido desejado e envie uma foto de sua leitura daquele molde. O resultado são diversas peças, cada uma podendo pertencer a uma coleção completamente diferente.

Ainda que sobre a moda recaiam formas sutis de controle, hoje, e cada vez mais, é possível pensar no designer de moda como um agente ressignificador da cultura, na medida em que ele passa a funcionar como um catalisador de outros universos de referência. Tentar entender a moda apenas sob a ótica da disciplina é não estar suficientemente atento a algumas práticas surpreendentes que, em seu exercício, a moda vem nos apresentando. E disso resultam experimentos tanto no plano social quanto subjetivo, que consolidam outros modos do fazer-pensar moda no contemporâneo.

*Rosane Preciosa é doutora em psicologia clínica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC/SP), professora adjunta do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Email: rosane\_preciosa@yahoo.com.br*  
*Suzana Avelar é doutora em comunicação e semiótica pela PUC/SP, professora da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP). Email: suavelar@uol.com.br*

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Hobsbawn, E. J. *A era do capital*. Rio de Janeiro: Editora paz e Terra, 1977, p.241.
2. Lipovetsky, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, p.107.
3. Baudot, F. *A moda do século*. São Paulo: Cosac&Naify, 2002, p.172.
4. Idem, p.212.
5. Ibidem.
6. Deleuze, G. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 1992, p.214.
7. Caiafa, J. *Nosso século XXI - Notas sobre arte, técnicas e poderes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000, p. 61.

## NOTAS SOBRE MODA, JUVENTUDE E PARADIGMAS TEÓRICOS

Maria do Carmo Teixeira Rainho

**A** produção, a difusão e o consumo da moda sofreram transformações radicais a partir da década de 1960. Entre outros aspectos deve ser destacado, primeiramente, o surgimento do *prêt-à-porter*, que racionalizou a produção de roupas, normatizou a modelagem dos manequins e possibilitou às camadas médias – dos Estados Unidos e, em seguida, da França além de países como o Brasil –, vestirem roupas inovadoras e de baixo custo, utilizando prioritariamente fibras sintéticas. Essas novas roupas vão ao encontro daqueles que não podiam pagar os preços da alta costura, mas desejavam vestimentas adequadas ao seu estilo de vida, que fossem também criativas e bem cortadas. Tem início aí uma rejeição à roupa sob medida, confeccionada por alfaiates e costureiras. A alta costura, por sua vez, entra em decadência e já não é mais “o farol que ilumina o mundo” (1). Para essa nova configuração no processo de criação e disseminação da moda foi fundamental o aumento do poder de compra de boa parte dos consumidores dos países europeus no contexto do pós-guerra; a expansão dos meios de comunicação de massa; o incremento do comércio de roupas prontas, com a criação e a expansão das butiques; e, sobretudo, a emergência da juventude como força criativa e da juventude mesma como valor. Exemplos da sociedade de consumo, da alta produção, da obsolescência programada, do descartável, a roupa e a moda da década de 1960 são o domínio da juventude que, em Londres, Paris, Nova Iorque ou Rio de Janeiro, faz da sua aparência uma forma de resistência ao autoritarismo. Mas, se podemos falar de uma verdadeira revolução nas vestimentas empreendida pelos jovens — segundo alguns historiadores da indumentária a última a que assistimos nesse âmbito — essa revolução não se fez sentir de imediato nos estudos dedicados ao consumo e, mais especificamente, nos teóricos da moda. A partir do final do século XIX quando a moda se torna um tema das ciências sociais, sobretudo da sociologia, o paradigma da imitação-distinção como motor de suas mudanças virou uma espécie de âncora à qual se agarraram inúmeros pensadores tributários da obra de Gabriel Tarde, Herbert Spencer, Georg Simmel e Thorstein Veblen (2). Gilles Lipovetsky, no já clássico livro *O império do efêmero*, publicado em 1987, observa que, durante boa parte do século XX, a teoria da moda sofreu de uma espécie de acomodação dos intelectuais que adotaram sobre o assunto um credo comum — a explicação simplista de que a lógica inconstante da moda deve ser entendida a partir dos fenômenos de estratificação social e das estratégias mundanas de distinção honorífica (3). Entre os autores que se dedicaram a pensar o consumo e seus mecanismos de diferenciação ou de afirmação da distância nos grupos sociais dominantes, que influenciaram, sobremaneira, as reflexões sobre o consumo da moda, estão Mary Douglas e Baron Isherwood (4) e

Pierre Bourdieu com trabalhos produzidos nos anos de 1970 (5). Os dois primeiros, economistas, propõem, em *O mundo dos bens*, uma teoria sobre o consumidor que chama a atenção para a forma pela qual as mercadorias são usadas para estabelecer as fronteiras das relações sociais: “os bens são neutros, seu uso é social; podem ser usados como cercas ou pontes”. Quanto à Bourdieu, em obras como *A distinção* e *O poder simbólico* dedicou-se, através da sociologia do gosto — que se revela nas opiniões emitidas espontaneamente, nas apreciações estéticas ou no consumo de objetos culturais — a fundamentar a ideia de que as representações do mundo social, ou seja, a representação que o indivíduo ou o grupo tem de si mesmo e a representação que tem dos outros, se traduzem através dos estilos de vida. Nesse sentido, conforme o autor, a dinâmica da distinção social não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se estende na produção de novos gostos socialmente diferenciadores e no abandono progressivo das práticas culturais quando estas são apropriadas pelas camadas inferiores.

A questão do gosto — bom ou mau — e o estilo pessoal são mecanismos claramente poderosos de diferenciação, inclusão e exclusão social com a moda e a indumentária funcionando como cenário de batalhas em movimento em que as posições sociais estão em jogo. No entanto, estilo de vida, identidade e coesão dos grupos não se constrói, sobretudo a partir dos anos 1960, tendo em vista exclusivamente hierarquias ou posições sociais. O consumo de moda se revela, então, mais como indicador de um estilo de vida — que pode ser o tempo todo construído e desconstruído — do que como uma prática determinada por um grupo de status que admiro, emulo ou ao qual busco me vincular.

Assim, no nosso entendimento, o modelo explicativo qualificado de *trickle-down* (6), amplamente empregado durante décadas, deve ser, assim, matizado: este modelo “de cima para baixo”, no qual são as grandes *maisons* e seus costureiros que vão definir as formas da indumentária e suas mudanças — as quais se difundem das camadas mais altas da sociedade até as mais baixas, de Paris para o resto do mundo — convive, desde os anos de 1960, com o processo qualificado de *trickle-up*. Nele, a moda surge de baixo para cima, ou seja, a partir da rua, das camadas mais baixas, de grupos etários que, até então, não influíam nos gostos dominantes e não necessariamente em Paris, mas em Londres, Tóquio, Barcelona ou até mesmo no Rio de Janeiro.

Conforme Fred Davis, a teoria *trickle-down* é insuficiente quando se trata de explicar o “pluralismo do policentrismo da moda, que cada vez mais caracteriza a vestimenta contemporânea” (7), sinalizando que para os partidários daquele modelo os consumidores de moda seriam essencialmente passivos (8). Assinala, ainda, que na teoria *trickle-down* é como se a moda só se preocupasse em simbolizar a classe social, enquanto ela, em realidade, diz respeito a vários outros tipos de identidades: sexual, de gênero, de faixa etária, étnica, religiosa, entre outros. Uma chave importante para se pensar sobre o consumo na contemporaneidade encontra-se em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, de Colin Campbell. Segundo o autor, o ro-

mantismo serviu para proporcionar o apoio ético para um padrão inquieto e contínuo de consumo que caracteriza o comportamento do homem moderno. Para Campbell, o espírito do romantismo estaria presente na década de 1960 operando no sentido de suplantar as forças do tradicionalismo e proporcionar um impulso renovado à dinâmica do consumismo. Haveria, assim, uma estreita correspondência entre as explosões do boemismo e os períodos de arrancada criativa do consumidor como ocorrido nos anos de 1960. Ali se poderia perceber “uma “revolução moral”

“em que um novo espírito de prazer surgia para desafiar o que era identificado com um restritivo puritanismo, um espírito mais patente entre os jovens instruídos que procuraram prazer e auto-expressão por meio do álcool, das drogas, do sexo e das artes, enquanto um intenso idealismo moral andava de mãos dadas com um irrestrito comercialismo” (9).

Uma outra vertente interessante para pensar a roupa do ponto de vista da constituição de um grupo é a dos autores vinculados aos estudos culturais, entre eles, Dick Hebdige que se apoia em Gramsci,

Althusser e, sobretudo, na semiótica para analisar as subculturas britânicas: teds, skinheads, punks, hippies, dreads, entre outros. Dois conceitos de Gramsci são fundamentais para a sua abordagem: conjuntura e especificidade. Operando com eles, Hebdige assinala que as subculturas são determinadas pela idade e classe social e se expressam por intermédio da criação de estilos. Esses estilos são produzidos conforme conjunturas históricas e culturais específicas e não podem ser lidos simplesmente como uma resistência frente às tensões sociais. Mais do que isso, as subculturas reúnem

ou hibridizam estilos para construir identidades que vão conferir a elas uma relativa autonomia e, ao mesmo tempo, fazer frente às diferenças de classe, geração, oportunidades de trabalho, etc (10).

A partir das proposições de Campbell e Hebdige devemos pensar no consumidor como sujeito que faz uso da moda para construir ativamente identidades de classe e gênero. A noção de consumo ativo nos ajuda a perceber, assim, como as roupas podem ser usadas para opor resistência a essas identidades dominantes de classe e gênero, bem como às posições de poder e status que as acompanham. Dialogando com esses e outros autores (11), devemos refletir também sobre o uso generalizado da categoria juventude. Articular e conectar classe social e cultura jovem é fundamental, embora muitos pensadores tendam a tratar da juventude como uma nova classe, formada por uma indiferenciada comunidade de consumidores adolescentes, em função da quantidade de estilos que emergiram a partir dos jovens. Os anos de 1960 são um divisor de águas nesse sentido obrigando-nos a repensar uma espécie de mito de uma cultura jovem sem classe social definida.

Delimitar categorias como juventude, geração, cultura jovem, subcultura e a própria moda é, por isso, fundamental. No caso da moda, especificamente, constitui uma maneira de fugir de descri-

**(...) DEVEMOS  
REFLETIR  
TAMBÉM SOBRE  
O USO  
GENERALIZADO  
DA CATEGORIA  
JUVENTUDE**

ções reducionistas que explicam os seus significados em termos puramente econômicos, como nas abordagens marxistas, ou em termos de gênero, no caso do feminismo, entre outras.

Acreditamos que a roupa e a moda são produzidas em face de circunstâncias sociais e históricas, e constituem um observatório privilegiado do ambiente político, econômico e cultural de uma época. Mais do que isso, acreditamos que seus significados são produzidos conforme as diferentes circunstâncias sociais e históricas. Dada à complexidade da moda como objeto, cabe, assim, ultrapassar paradigmas consolidados, romper com as abordagens historicistas ou descritivas e recolocar a roupa e a moda no centro de uma discussão histórica, filosófica, estética e sociológica, que as afaste das perspectivas esvaziadoras a que elas muitas vezes acabam relegadas.

*Maria do Carmo Teixeira Rainho é pesquisadora do Arquivo Nacional e professora de história da indumentária da Faculdade Senai-Cetiqt. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em História Social na Universidade Federal Fluminense (UFF). Autora, entre outros, do livro A cidade e a moda, Ed. UnB, 2002. Email: mcrainho@ig.com.br*

#### NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Monneyron, F. *La frivolité essentielle*, Paris, PUF. 2001, p. 40.
2. Conferir de Spencer, H. "Les manières et la mode", em: \_\_\_ *Essais de morale, de science et d'esthétique*. Idem. *Principes de sociologie*, Vol. 3; Tarde, G. *Les lois de l'imitation*; Veblen, T. *A teoria da classe ociosa*; Simmel, G. "La mode", em: \_\_\_ *La tragédie de la culture et autres essais*.
3. Lipovetsky, G. *O império do efêmero*, São Paulo, Cia. das Letras. 1987.
4. Douglas, M., Isherwood, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*, Rio de Janeiro, Editora UFRJ. 2006.
5. Ver, entre outros, *A distinção: crítica social do julgamento*, Porto Alegre, Zouk, 2008 e *O poder simbólico*, Lisboa: Difel. 1989.
6. Expressão tomada de empréstimo da economia, empregada nos estudos referentes à moda, no sentido de uma difusão de "cima para baixo", ou seja, a moda é determinada pelas camadas mais altas e, tão logo adotada pelas inferiores, gera um novo e infundável ciclo de imitação-distinção.
7. Davis, F. *Fashion, culture and identity*. Chicago e Londres, The University of Chicago Press. 1992, p. 112.
8. Idem, p. 187.
9. Campbell, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, Rio de Janeiro, Rocco. 2001, p. 289.
10. Hebdige, D. *Subculture: the meaning of style*, Londres e Nova Iorque, Routledge. 2007.
11. Ver, entre outros, Levi, Giovanni e Schmitt, Jean-Claude. *História dos jovens*, São Paulo: Cia. das Letras, 1996 e ainda de Pierre Bourdieu, "A juventude é apenas uma palavra" In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Editora Marco Zero. 1983.

## O DESIGN PARA CALÇADOS MASCULINOS E A MODERNIDADE

Luis Fernando Campanella Rocha

**E**scoger um calçado para homens, tem significado diferente do que para mulheres? Quais as razões para que a oferta e diversidade de calçados masculinos, no mercado brasileiro e internacional, sejam bem menores que a de calçados femininos? Consi-

derações de gênero como a preocupação dos homens com peças do vestuário ser vista como comprometimento da sua masculinidade pode ser uma primeira abordagem?

As vitrines das lojas especializadas estão lotadas de sapatos, em sua maioria nas cores preto e marrom (1). Os modelos variam entre poucas versões, todas parecidas. Qual o real motivo dessa limitação? *Designers*, industriais, varejistas e consumidores não são sensíveis a tais diferenças?

Paradoxalmente, a compra de um belo par de calçados, há muito tempo, é realizada com extremo cuidado pela maioria dos homens, embora os motivos que chamem a atenção tenham diferenças importantes entre os gêneros. Para os homens, a qualidade do sapato não é sempre norteada pelo conforto que possa ocasionar, como se justifica na maioria das vezes, mas sim, pelo valor que essa peça do vestuário signifique para a sociedade em geral. Dessa maneira, na Europa dos séculos XIX e XX, se estendendo até hoje, (principalmente Inglaterra (2) e França), um belo calçado masculino indica o grau de civilidade, a segurança econômica e o gosto impecável de quem o calça.

A crença de que esses calçados masculinos de origem europeia refletem a supremacia moral dos homens bem sucedidos tem sido sustentada por mais de dois séculos. Por outro lado, a grande participação dos calçados esportivos com a introdução no mercado masculino do tênis (3), valorizou durante todo o século XX, o ideal norte-americano de competitividade, força e juventude. São essas duas referências, o clássico calçado europeu e o esportivo calçado norte-americano, que vêm dividindo e estruturando os valores do mercado de calçados masculinos até agora, início do século XXI. Nesse sentido, é importante examinarmos como esses dois "tipos" se constituíram historicamente. A preocupação que o dandismo (4) trouxe ao guarda-roupa masculino tem sua origem no vestuário da aristocracia inglesa do final do século XVIII, período que marca a decadência da aristocracia francesa e a consequente preocupação em não utilizar o modo de vestir francês como referência. O exagero de rendas e brocados, os abundantes laços e o pesado pó-de-arroz usados pelos aristocratas personagens da pré-Revolução Francesa são banidos.

O dandismo criou a imagem do novo homem urbano. Agora, o bom corte, o cuidado com o acabamento das peças, a perfeita queda dos tecidos eram vistos como valor, em substituição aos adornos e exageros dos trajes barroco e rococó. O brilho e aspecto natural dos materiais passam a ser notados, enquanto os calçados masculinos são mais apreciados quando limpos e engraxados. Serem bem fa-



Figura 1, 2, 3, 4, 5 (da esquerda para a direita)

bricados e se apresentarem com formas mais simples, puras e menos mutáveis do que os calçados femininos também os qualificam. Tudo para melhor compor o vestuário masculino. O ideal do período é manter uma postura atemporal, de uma elegância que os modernos irão denominar de anônima, discreta, mas visível.

Os calçados masculinos se resumem, desde esse período até hoje, em cinco tipos essenciais: o modelo *Oxford* (fig 1), um sapato de amarrar original da Inglaterra por volta de 1640; o *Derby* (fig 2), também de amarrar, mas que difere do *Oxford* por apresentar na pala uma costura a mão que melhora o calce e que aparece no meio do século XIX; o *Monk* (fig 3), derivado dos sapatos dos monges do século XV, tem uma fivela no peito do pé como fechamento; o *Loafer* (fig 4), um sapato mais desestruturado que tem sua origem na Noruega e o *Mocassin* (5) (fig 5), originário dos índios norte-americanos e canadenses, foi introduzido ao vocabulário dos calçados masculinos durante o século XX, na década de 60.

Como sabemos, o início do século XX é o período de sedimentação dos processos advindos da Revolução Industrial, e características de padronização e simplificação serão bastante valorizadas juntando-se aos ideais das vanguardas modernas.

Na Exposição Internacional de Paris em 1925, Le Corbusier escrevendo o manifesto *L'Art decoratif d'aujourd'hui*, contesta o valor social dos itens com excesso de adornos e defende urgência na mudança dos padrões morais e estéticos dos produtos que eram exibidos nos salões da Exposição (6), onde o arquiteto apresentou o seu Pavilhão do Espírito Novo. Estávamos diante de uma polêmica que se assemelhava à levantada pelo período Dandi. Le Corbusier chama a atenção para a importância de percebermos e considerarmos as novas condições de produção oferecidas pela indústria. As mudanças devem incorporar as novas formas de produção e o grau de finalização dos produtos que se tornam mais perfeitos a cada dia, exigindo concepção prévia, pureza de execução, eficiência funcional, enfim, a totalidade dos valores que estruturaram a nova época. Em seu manifesto, Le Corbusier aponta a importância da nova classe social que se forma com a industrialização, o proletariado moderno, e defende que ele possa se beneficiar das transformações positivas proporcionadas pela produção em massa.

O exemplo dos calçados masculinos que tanto entusiasmaram Corbusier é considerado por Breward como não totalmente original. Adolf Loos (7) já tinha feito relações interessantes a respeito

dos sapatos e do vestuário masculino nos seus escritos da época. Loos acredita que as vestes masculinas, principalmente os calçados, alcançaram uma condição de padronização e funcionalidade convenientes às mudanças econômicas e sociais que estavam ocorrendo enquanto, ao contrário, as vestes femininas se repetiam de maneira cíclica. Essas conclusões são levantadas por Loos após sua visita a exibição do Jubileu Vienense, no mesmo ano que a Exposição Internacional de Paris, 1925. Segundo Breward (8), as observações do arquiteto sobre os calçados exibidos durante a exposição vienense podem ser sintetizadas em três considerações.

Em primeiro lugar, os calçados masculinos, ao contrário dos inúmeros modelos femininos, se restringiam a uma quantidade limitada de tipos, onde facilmente se reconhece o respeito pela fabricação padronizada. Loos entende que esse cuidado em limitar os tipos tem o claro objetivo de encontrar soluções que atendam ao que ele chamou de necessidade natural de conformidade ou seja, de adequação aos processos de fabricação em ritmo industrial. Em segundo lugar, devido ao fenômeno de valorização funcional, os calçados contemporâneos a um mundo mais rápido e veloz deveriam priorizar o conforto ao invés da aparência. Em terceiro, o calçado do período que se iniciava deveria se adaptar às novas condições de saúde e higiene, resultado da rápida urbanização; subentendia-se uma nova maneira, agora moderna, de viver nas cidades.

Interessante é a maneira como Breward faz a leitura do texto de Loos (9), entendendo que ele considera os calçados masculinos como oportunos para explicitar a nova faceta do homem moderno. Loos elabora uma crítica consciente dos mecanismos de manipulação sociológica quando da escolha das formas para calçar os pés. Essas preferências são regularmente formatadas para exaltar um determinado grupo social e o consequente reconhecimento do seu poder sobre os outros. Loos identifica neste objeto, o calçado masculino do período, uma capacidade de síntese difícil de encontrar. Síntese entre a forma predominante dos calçados, as exigências modernas de padronização, a aceitação para uso universal, a aprovação estética dos grupos sociais dominantes e o diálogo com a condição racional e biológica dos pés.

Ser ágil no mundo moderno é condição essencial. Nossos pés crescem porque praticamos muito mais atividades físicas: percorremos maiores distâncias a pé, andamos de bicicleta, escalamos

montanhas etc. Tais atividades geram tamanhos de pés maiores, e o ideal de elegância baseada em tamanhos pequenos vai desaparecendo lentamente, especialmente para os homens. Os efeitos de valorização pela cultura feminina baseada na sexualidade, distinguem as mulheres no conjunto social e as difere na nova classe proletária moderna que se forma. Não é interessante, nesse período, valorizar as diferenças e, sim, ressaltar as afinidades.

Loos, no início do século XX, foi o responsável por colocar o calçado com importância fetichista ou produto de moda, introduziu-o como produto de valor econômico, indicador antropológico, sinal semiótico e objeto artístico. O comércio calçadista recebeu essas críticas e se posicionou. Alguns sapateiros, antes mesmo de Loos, já defendiam a importância do calçado como objeto do design e seu consequente compromisso como produto de uso racional e resistente aos efeitos de moda (10).

Impossível concorrer com um produto como o calçado, fabricado somando o melhor do artesanato com o melhor da tecnologia industrial. Esse é o motivo dele permanecer, do início do século XX até hoje, unindo esses dois universos e sem grandes mudanças. Nathan Brown (11), americano de Oregon, nos Estados Unidos, depois de trabalhar por anos em negócios de calçados esportivos tradicionais como a Adidas e a Nike tem uma ambição transformadora para o século XXI nos calçados masculinos, comparada às ambições de Le Corbusier para o início do século XX. Brown sempre se reunia com amigos do segmento e juntos celebravam a paixão pelos sapatos clássicos ingleses e italianos. Depois de fazer parte das equipes desses dois grandes conglomerados, voltou-se ao empreendedorismo e estruturou seu próprio negócio perseguindo a reunião do melhor destes dois mundos: o conforto dos calçados esportivos e a aparência elegante dos sapatos tradicionais ingleses e italianos. Como realizar essa tarefa?

Estruturou em Londres, exatamente em Savile Row (12), a *Lodger Shoes*, empresa que tem como missão oferecer um sapato masculino com calce perfeito, aliado à melhor matéria-prima (subentende-se o melhor couro) e somado ao máximo de cuidado durante a produção. Em entrevista a revista *Wallpaper*, Nathan explica que a diferença entre um bom sapato e um excepcional é o tempo gasto na produção com os seus detalhes. Essa tarefa não significa utilizar produção 100% à mão. A tecnologia industrial é extremamente necessária. Por exemplo: algumas partes dos mocassins, como as gaspias podem ser muito bem executadas a mão (13), enquanto em outras a máquina é que oferece as melhores opções de qualidade, como na costura dos solados às palmilhas, nas condições de flexibilidade oriundas das novas matérias que utilizam processos químicos complexos, na resistência ao desgaste pela colagem, no amortecimento de impactos e muitas outras operações.

Esse apanhado de experiências pretendeu oferecer uma boa oportunidade de reflexão: é o design aplicado ao calçado que, hoje, no Brasil (14) e no exterior, deve refletir a continuidade dessa dicotomia. Por um lado, o consumidor masculino se mantém fiel à tradição e ainda escolhe os mesmos modelos em aparência desde o início do século XX. Por outro, diferentemente da escolha

daquele período, hoje ela reflete os valores sociais da nossa época, cada vez mais complexa. Afinado com a cultura contemporânea, o consumidor do século XXI explora ao máximo tudo o que possa ser oportunidade de diferenciação; quer medidas exatas (mas exatas mesmo!), quer conforto, o máximo que possa ser oferecido, quer acabamento, durabilidade, preço justo, bom atendimento, manutenção, originalidade, novos materiais, flexibilidade, leveza, facilidade de reposição, enfim... tudo e mais o que puder ser incorporado ao produto. Desafio e tanto para o design de calçados masculinos do nosso tempo.

*Luis Fernando Campanella Rocha é arquiteto, designer de produto, mestre pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puccamp), professor pesquisador do Grupo de Pesquisa em Artes, Design e Moda do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Email: lfcampanella@uol.com.br*

#### NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Preto e marrom nas suas variações, mais claro, mais escuro, mais avermelhado, mais brilhante etc.
2. Os ingleses assumem, durante o final do século XVIII, a responsabilidade em criar para produtores e consumidores de calçados a referência para a indumentária masculina do período. A difusão desses calçados se faz pelos artistas da época em todo o globo.
3. Tênis, denominação de calçado com solados de borracha natural desde 1800 até hoje e que muito se beneficiou da industrialização em seu desenvolvimento, são considerados os produtos que mais incorporam o uso e desenvolvimento tecnológico no início do século XXI.
4. Dandismo: derivado do termo inglês "dandy", trata-se de um fenômeno cujos contornos sociopolíticos começam a se delinear na virada do século XVIII para o XIX. É o período da regência inglesa (1800-1830), onde a afetação no traje masculino se torna sinônimo de uma postura ideológica pró-aristocrática e da concomitante rejeição dos códigos de conduta e dos valores burgueses. Enquanto estes enfatizam a igualdade, a responsabilidade e a perseverança, o dandy opõe-lhes um sentimento de superioridade elitista, cultivando a irresponsabilidade no decurso de um dia a dia votado ao ócio. Favorece também um intercâmbio de influências com a França, o país mais permeável, nessa época, à voga da "anglomania" e do dandismo. A partir de então, e a fim de sobreviver, o dandismo necessita ganhar novos contornos. E cabe a um dandy francês, na década de 1860, esse papel de revitalização, orientada no sentido da aproximação à arte e da conquista de uma dimensão eminentemente intelectual. Charles Baudelaire é a figura responsável por essa nova configuração do dandismo que, daí em diante, se apoia e se reforça na doutrina da arte pela arte e no esteticismo.
5. A maior diferença entre o *loafer* e o *mocassin* está no tipo de fabricação e acabamento: o *mocassin* é construído em uma única peça de baixo para cima, e a sua pala é costurada a mão com pontos largos; já o *loafer* é fabricado de cima para baixo e tem uma tira com um losango vazado no peito do pé.

6. Le Corbusier, *A arte decorativa*, São Paulo: Martins Fontes, 1996.
7. Arquiteto austríaco, (1870-1933) pioneiro da arquitetura moderna. Sua maior contribuição foi ter confiado nas formas fundamentais utilizadas pelo homem nas suas construções desde os primórdios como solução para a arquitetura. Foi o precursor da nova objetividade e procurou sempre soluções arquitetônicas simples para seus projetos e métodos de construção.
8. Breward, Christopher; em *Fashioning masculinity*, Footnotes, pg 125.
9. Loos, Adolf; *Spoken into the void: Collection Essays, 1897-1910*, introdução de Aldo Rossi, Cambridge: MIT Press, 1982.
10. Moda como uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, ideia, capricho, e das influências do meio. *Novo Dicionário Aurélio*.
11. *Wallpaper Magazine*, janeiro 2009. <http://www.wallpaper.com/fashion/nathan-brown-qa/3008>
12. Savile Row é uma rua comercial situada em Mayfair, centro da capital inglesa, Londres, famosa pela presença dos melhores e mais conhecidos alfaiates por séculos.
13. Um costurador de palas numa indústria de calçados masculinos é remunerado de maneira diferenciada, com salário dos mais altos na produção, os bons profissionais são muito disputados nos polos calçadistas.
14. Importante lembrarmos que o Brasil é o terceiro maior fabricante de calçados do mundo.

#### BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. Benstock, Shari; Ferriss, Suzanne. *Footnotes - On shoes*. New Brunswick, EUA: Rutgers University Press, 2001.
2. Carassus, Emilien. *Le mythe du dandy*. U2. Paris: Armand Colin, 1971.
3. Eli Adams, James. *Dandies and desert saints: styles of victorian masculinity*. New York: Cornell University Press, 1995.
4. Lv, Luo; Huiguang, Zhang; *Sneakers*. Singapura: Liaoning Science & Technology Press, 2007.
5. Malcolm. Bradbury and David Palmer. *Decadence and the 1890's*. New York: Holmes and Meier, 1979.
6. Moers, Ellen. *The dandy: Brummell to Beerbohm*. New York: Viking Press, 1960.
7. Raynaud, Ernest. *Baudelaire et la religion du dandysme*. Paris: Editions du Sandre, 1918.

## ERA UMA VEZ A MODA... ALGUMAS HISTÓRIAS PARA SE LEMBRAR

Mara Rúbia Sant'Anna

**Q**uem estuda moda e nunca leu James Laver e seu mais famoso livro para nós brasileiros: *A roupa e a moda?*(1) Qual professor de história da moda, dos mais diferentes níveis de ensino, nunca se apropriou das imagens e descrições que o curador do Victoria and Albert Museum deixou em seus livros e que nos ilustram um passado, descrito como homogêneo e consensual? Certamente, para ambas as questões, a resposta é todos ou quase todos.

Nada contra os trabalhos de James Laver, de François Boucher, Carl Kohler ou, ainda, o livro de ilustrações de Albert Racinet sobre os costumes dos povos. Cada um contribui a sua maneira para que as aulas e os estudos no campo da história da moda possam ocorrer. Contudo, como qualquer produto humano, ele precisa ser contextualizado por sua autoria, em seu tempo e ao público e objetivos que visava alcançar. Além disso, como a postura científica exige, não se pode tomar como a verdade o que se construiu como conhecimento. É a partir dessas análises e críticas, visando contribuir para um avanço qualitativo no ensino da história da moda, que este texto, pelos limites impostos para a publicação (2), se propõe a suscitar alguns questionamentos aos professores e pesquisadores da moda em nosso país e contextualizar algumas das produções mais usadas nos cursos de moda desenvolvidos presentemente.

James Laver nasceu no final do século XIX, na cidade de Liverpool em 1899. Educado no Liverpool Institute e no New College Oxford (3), foi um homem do seu tempo e da sociedade inglesa que o cercava. Publicou seu primeiro livro (4) aos 23 anos de idade, demonstrando seu brilhantismo e a cultura erudita que o envolveu em sua educação de filho da elite inglesa. Nessa mesma fase da sua juventude tornou-se curador do Departamento de Gravura, Desenho e Pintura do museu londrino, permanecendo ali até 1959. Veio a falecer em 1975, tendo mais de sete livros publicados, entre outros trabalhos. O seu cargo no Victoria and Albert Museum facilitou enormemente suas possibilidades de pesquisa iconográfica e são exemplares desse acervo que podemos observar fartamente no seu livro traduzido para o português.

Albert Racinet (5) um grande ilustrador do seu tempo, nasceu em Paris em 20 de julho de 1825 e faleceu em Montfort-l'Amaury em 29 de outubro de 1893 (6). Esse desenhista renomado produziu entre 1875 e 1888, 500 pranchas, 300 coloridas, algumas em ouro e prata, e 200 em preto e branco, mas com a técnica francesa chamada *camaïeu*. No frontispício da obra vinha descrito que esta trazia os “tipos principais do vestir e do traje, contemplando aqueles do interior das moradias de todos os tempos e de todos os povos, com numerosos detalhes sobre o imobiliário, as armas, os objetos cotidianos, os meios de transporte etc” (7).

Essa obra contém notas explicativas acompanhando a maior parte das pranchas e uma introdução geral, além de um índice e glossário. Seu lançamento ocorreu pela Editora Firmin-Didot, de Paris, em 1888. Não apresenta qualquer questão relacionada à metodologia empregada para obter as informações sobre os povos antigos que são ilustrados.

Carl Kohler (8) viveu no século XIX, em um período de fortes transformações na Europa, exatamente entre 1825 e 1876. Seu livro, produzido em 1870, foi publicado somente em 1928. Tem sido reproduzido até hoje, nas mais diferentes línguas e se constitui numa obra de base para a pesquisa, especialmente, da modelagem empregada na confecção de peças antigas. Ele, como seus outros colegas, teve acesso a acervos preciosos, podendo tocar e investigar diretamente as peças que relatava. Algumas de suas fontes foram imagens e relatos das peças, porém boa parte se constituiu do próprio exemplar.

François Leon Louis Boucher nasceu em Paris em 1885 e faleceu em 1966, na cidade próxima da capital francesa Neuilly-sur-Seine(9). Entre suas profissões é citado como arquivista e paleógrafo e historiador da arte e diretor de jornal. Entre todos os seus trabalhos destaca-se o de conservador e curador do Museu Carnavalet, de Paris e diretor do Centro de Documentação do Costume.

Coordenou e capacitou dezenas de profissionais da moda no âmbito da pesquisa histórica, entre eles Yvonne Deslandres que possui obras publicadas em sua língua materna sobre a história da moda. Dentre esses livros que citamos, o seu *Histoire du costume: en occident de l'antiquité a nos jours* (10), publicado em 1965 pela editora Flammarion de Paris, é o único que possui uma introdução na qual é explicado o método de trabalho, a dificuldade do uso das fontes e os recortes temporais e espaciais selecionados, dando ao leitor plenas condições de fazer uma leitura contextualizada empregando o rigor científico em sua produção.

Com essas breves biografias tínhamos a intenção de insinuar como os escritos, que temos em mãos para o estudo da história da moda, possuem sua própria história. As obras de Kohler e de Racinet, produzidas no século XIX, serviram de inspiração aos seus sucessores e estavam dentro do espírito da época em que foram produzidas. Tinham um forte teor de antiquário e buscavam constituir um arcabouço indiscutível de informação sobre um passado e uma civilidade que a Europa via desaparecer rapidamente, sob o impulso da forte industrialização e modernização de suas instituições. Conjointamente, nesse cenário europeu, havia a constituição de um discurso nacionalista, ocupado em produzir um passado às nações que se constituíam, homogeneizando suas tradições e aspectos culturais sob a égide de uma nacionalidade compacta (11).

Renato Ortiz nos fala com propriedade sobre o desenvolvimento de um tipo de pesquisa histórica que começou com os antiquários no século XVIII europeu e que se desenvolveu ao longo do século XIX na proposta romântica de centenas de intelectuais que, buscando resguardar tradições que julgavam ameaçadas de existência e que continham em si a “raiz” das sociedades em que viviam, criaram uma memória social e histórica autorizada e a ser preservada em museus e livros didáticos.

Gesta-se desta forma uma memória que funciona como um estoque de lembranças. No entanto, nem tudo o que ela abarca é realmente passado; várias de suas manifestações são recentes, mas surgem para as pessoas como algo há muito existentes. Neste sentido, pode-se falar da invenção das tradições (...). O fato de celebrá-las faz com que se esqueça sua idade, sua origem atual, camuflada pelo tempo imaginado. A “tradição criada” confere a ilusão de perenidade, reabilitando o nexo entre o presente e o pretérito reconstruído (12). Portanto, o que alguns dos autores citados fizeram foi se imbuir de um espírito de antiquários românticos e produzir, a partir das pesquisas que realizavam sobre os acervos que trabalhavam, uma visão homogênea e pacífica da produção e usos das roupas, como se estas sintetizassem toda a sua época e sociedade.

Barthes, em seu texto de 1959 “Linguagem e vestuário” (13) também alerta que o trabalho de sintetização de muitos autores sobre as formas e meios das sociedades se vestirem têm uma historicidade precisa e que deve ser analisada antes de acatar os produtos desses trabalhos como verdade.

Nas palavras de Barthes:

“A história dos trajes só começou realmente com o romantismo, e entre os teatrólogos; como os atores quisessem representar seus papéis em trajes de época, pintores e desenhistas iniciaram uma pesquisa sistemática sobre a verdade histórica das aparências (vestuário, decoração, mobília e acessório), em suma, daquilo que se chamava justamente costume. Portanto, o que se começou a reconstituir foram essencialmente personagens, e a realidade buscada era de ordem puramente teatral; reconstituíam-se francamente mitos (reis, rainhas, senhores feudais); a primeira consequência dessa atitude foi que o vestuário era apreendido senão num estado antológico: era o atributo de uma raça precisa, selecionada em vista do drama romântico; era como se o povo nunca tivesse se vestido; a segunda consequência – talvez mais importante do ponto de vista do método – é que o pintor colocava toda a sua atenção sobre o pitoresco e não sobre o ordinário, sobre os acessórios e não sobre a sistemática. Talvez, paradoxalmente, as facilidades do desenho tenham prejudicado muito a história dos trajes: a representação gráfica, espontânea, afastava todo esforço especulativo, pois se atualizava imediatamente uma generalidade mal estabelecida. É por isso, a meu ver, que as ilustrações mais corretas metodologicamente são os desenhos claramente esquematizados, aqueles que pretendem entrever um estado ordinário, quase abstrato, do sistema vestimentar de uma época, como por exemplo o de N. Truman em *Historic Costuming*”. (14)

Tal como Ortiz, Barthes aponta o romantismo como o momento histórico em que as histórias dos trajes se multiplicaram e, bem contextualizadas, essas histórias serviam a um fim cênico que explica suas preocupações com os detalhes, o exagero e a estereotipagem de uma personagem e de uma época. Um exemplo claro entre os autores trabalhados é o de Albert Racinet.

Segundo Barthes, a partir de 1850 as pesquisas arqueológicas substituíram os trabalhos de cunho romântico e cada traje buscou ser descrito detalhadamente, enquadrando-os numa cronologia que

seguia os reinados dos povos europeus. O trabalho de James Laver e Carl Kohler tem esse perfil. Tal como no período anterior as pesquisas careciam de rigor metodológico e se reduziam a descrição, a mais pormenorizada possível, dos trajes encontrados em pinturas, desenhos e relatos. Nessa postura que podemos chamar de historicista, nas palavras de Barthes, “a peça não passa de acontecimento; o problema é datá-lo (...) recensearam-se fatos, não valores” (15). Para o fim do século XIX, uma postura de maior sistematização, buscou relacionar o vestuário com a sociedade que o produziu, criando um argumento que se ouve frequentemente, qual seja, “a moda reflete a sociedade na qual foi produzida”. Para essa postura teórica, Barthes indica a tentativa de “postular uma transcendência dos trajes” (16), como se houvesse uma impregnação do tempo nas coisas e elas se assemelhassem por uma simples coincidência temporal. Gilda de Mello e Souza em seu livro *O espírito das roupas* (17) defende essa teoria, descuidando da questão que a forma em si não produz o significado, mas o uso, a função a qual esta forma se aplica que se ocupa de dar sentido e nexa aquele significante. Ou como James Laver faz, afirmando categoricamente no início de seu capítulo 9 “De 1900 a 1939”: “A moda, como sempre, era um reflexo da época” (18).

O engano ou simplificação historiográfica se deu a *posteriori*, quando pessoas imbuídas da vontade de ensinar ou aprender sobre a história dos trajes tomaram esses desenhos e descrições como fiéis às roupas e trajes de um tempo passado em sua generalidade. E aos profissionais e historiadores da moda da atualidade convém o mesmo engano, o mesmo descuido e as reproduções das mesmas amenidades? E mais, cabe-nos discutir a história da moda estudando prioritariamente a história dos trajes, são essas histórias as mesmas? Somos capazes de distinguir com clareza em nossas aulas que a história dos trajes não é a mesma que a da moda?

Enfim, cabe aos educadores e pesquisadores constituir uma reflexão crítica sobre o passado nos estudantes e profissionais da moda, fazendo dessa experiência intelectual também uma oportunidade de sensibilização diante das sociedades, além de fazer pensar o passado como uma imagem, que se constitui sempre a partir do presente, a fim de servir aos nossos propósitos, também contemporâneos, como Walter Benjamin (19) nos faz compreender.

*Mara Rúbia Sant’Anna é doutora em história, professora titular da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) e membro permanente do mestrado em história da mesma instituição. Coordenadora do Laboratório e Grupo de Pesquisa “Moda e sociedade”.*

#### NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Laver, J. *A roupa e a moda: uma história concisa*. Tradução Gloria Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
2. Num outro trabalho a ser publicado futuramente, esse estudo é ampliado com a discussão da importância do uso de fontes visuais e orais para a construção do conhecimento no campo da história da moda.
3. <http://www.archiveshub.ac.uk/news/0307lave.html>. Acesso em 25/02/2008.
4. *His Last Sebastian* (1922). In: <http://encyclopedia.jrank.org/Cambridge/entries/059/James-Laver.html>. Acesso em 25/02/2008.
5. Racinet, A. *Histoire du costume*. Paris: Bookking international, 1995.
6. In: <http://catalogue.bnf.fr/servlet/autorite;jsessionid=0000QrF7iHLLxBo4nxEcV1nr7ja:-1?ID=12311305&idNoeud=1.1&host=catalogue>. Acesso em 25/02/2008.
7. Idem. “Le costume historique : cinq cents planches, trois cents en couleurs, or et argent, deux cent en camaieu; types principaux du vêtement et de la parure, rapprochés de ceux de l’intérieur de l’habitation dans tous les temps et chez tous les peuples, avec de nombreux détails sur le mobilier, les armes, les objets usuels, les moyens de transport, etc. Recueil publié sous la direction de M. A. Racinet,... avec des notices explicatives, une introduction générale, des tables et un glossaire”
8. Kohler, C. *História do vestuário*. [Editado e atualizado por Emma Von Sichart]. Tradução de Jefferson Luis Camargo. São Paulo: Martins Fontes. 1993.
9. In: <http://catalogue.bnf.fr/servlet/autorite;jsessionid=0000qXZhdKV CdsqWMzVGP-P2xUX:-1?ID=12208951&idNoeud=1.5.2.1.1&host=catalogue>. Acesso em 03/03/2008.
10. Boucher, F. *History of costume in the west*. [with an additional chapter by Yvonne Deslandres]. London: Thames and Hudson. 1987.
11. Remond, René. *O século XIX: 1815-1914*. Tradução de Frederico Pessoa de Barros. 7ª. ed. São Paulo: Cultrix. 1997.
12. Ortiz, Renato. *Românticos e folcloristas*. Rio de Janeiro: Olho d’água, 1990. p. 27.
13. Edição em português em Barthes, R. *Inéditos*, Vol.3 - Imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes. 2005. pp. 282-299.
14. O trecho foi traduzido da edição francesa - Barthes, R. *Le bleu est à la mode cette année*. Paris: Éditions de l’Institut Français de la Mode. 2001. p, 49e 50.
15. Barthes, R. *Op. Cit.*, p. 51.
16. Idem, p. 52.
17. Souza, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras. 1987.
18. Laver, J. *Op. Cit.*, p. 213
19. Benjamin, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense. 1994.

## ARTE, MODA, CIÊNCIA E TECNOLOGIA: PERMEABILIDADE E EXPERIMENTAÇÃO

Soraya Coppola

**A** urbanização do “corpo” moderno originou-se do processo conflituoso entre a objetivação do sujeito versus a estilização da individualidade no século XIX, formando-o a partir do desenvolvimento da cidade, que era o meio, a forma, o espaço e a representação da cultura, das artes e das relações múltiplas destas com o universo socioeconômico e político de sua época. Na cidade moderna, o sujeito pode ser visto através do fenômeno da moda (costumes, vestuários, os códigos de vestir, sua circulação e consumo), “objeto de compreensão das representações que traduzem as posições e os interesses dos atos sociais e que descrevem a sociedade tal como pensam que é ou como gostariam que fosse” (1).

A cidade e os aspectos sociais, políticos, econômicos e artísticos vêm se apresentando como pano de fundo (não menos importante) de diversas discussões quanto à formação do sujeito moderno. Devemos vê-la não somente como um invólucro ou a concentração de produtos, mas como uma produção social, econômica e artística por si só. No século XX, os movimentos artísticos de vanguarda, a moda e a arte se aproximaram, quando, segundo Florence Muller (2), o artista se apropria da ideia do vestir e a moda se apropria da arte. Mas as afinidades entre arte e moda podem corresponder a atitudes bem diferenciadas, como repensar a vida através da roupa, criar sinergias entre moda e arte para dar alma à indústria ou empregar o vestuário como suporte de expressão artística, para criar novas propostas.

A questão é que o vestuário, como estrutura, fora do contexto cotidiano e de sua função social identitária, é uma expressão bem definida, nada casual ou sem intenções.

Como a arte, pode expressar ideologias e críticas. Isto pode ser confirmado ao observarmos o desenvolvimento da modernidade e da pós-modernidade, onde novas atitudes transformaram completamente o status da arte e da moda.

As ações dos artistas desde o último metade do século XIX, numa tentativa de romper com a hierarquia entre as artes liberais e mecânicas, desenvolveram um perfil particular da arte, denominado design, partindo da arquitetura e envolvendo todas as produções associadas à ela. O mundo passou a ser percebido através de sua tridimensionalidade e, nesse sentido, as técnicas tradicionais, bi ou tridimensionais, foram sendo pensadas de modo inusitado, ganhando formas, volumes e funções antes não experimentados.

As roupas, bem como os tecidos, foram uma das tipologias de suporte escolhidas, expostos ou vestidos (3), que levavam uma mensagem nada inocente, definiam uma posição nada usual, apresentavam uma nova forma de expressão. Nas manifestações dadaístas, por exemplo, havia uma abordagem com reflexão teórica e técnica, em uma manifestação contra a dominação da

alta-costura parisiense, fútil e elitista, defendendo uma roupa que exprimissem um ideal de vida.

Em 1903, a “Wiener Werkstatte” (4) une pintura, arquitetura, escultura e artes aplicadas, criando, como Josef Hoffmann, roupas e bijuterias de acordo com seus projetos arquitetônicos ou Gustav Klint, que desenha os tecidos e vestidos, relacionando modelagem e estampas têxteis ou, mais diretamente ligado à moda, Raoul Dufy (associado com Paul Poiret) que desenvolve padrões têxteis inusitados.

Giacomo Balla, na primeira metade do século XX traduz em tecidos as linhas futuristas da velocidade, associando forma-humor, ritmo-cor, produzindo gravatas confeccionadas com materiais diversos, tais como plástico, papelão ou madeira, ornamentadas com lâmpadas elétricas associadas aos movimentos eletrizantes da conversação, acreditando que o vestuário deveria reposicionar o indivíduo no espaço urbano favorecendo a comunicação. Balla não poderia imaginar que sua ideia seria efetivamente desenvolvida e tomada como tendência no final do século XX, através da permeabilidade entre arte, moda, ciência e tecnologia, inseridas no desenvolvimento dos tecidos.

Mas essa realidade somente é possível dentro de uma noção de arte total, como o foi pensado no final do século XIX, no sentido em que, na criação artística contemporânea, favoreça a reaproximação entre arte e a vida, entre a criação e a modernidade científica, entre concepção e fruição. Associar moda e arte, e pensar a ciência e a tecnologia envolvidas nesse processo de criação, apesar dessas áreas possuírem estruturas diversas, apesar de se desenvolverem separadamente, é perceber que seus caminhos no mundo contemporâneo se fazem de modo paralelo, podendo permear-se entre si, produzindo objetos inusitados, proporcionando experimentações novas.

Os têxteis sempre foram uma tipologia de produto que permitiu a confluência dessas áreas. Se pensarmos a origem da tecnologia (5) veremos que ela acompanha a história dos tecidos desde a Antiguidade, quando ferramentas foram criadas numa tentativa de extensão das mãos humanas, visando a criação de produtos que condiziam com a realidade artística, social e econômica da época.

O uso das fibras têxteis naturais, orgânicas, vegetais (algodão, linho, canapa) e animais (seda e lã), hoje processo comum e acessível a todos, levou, na verdade, milhares e milhares de anos (6) para serem desenvolvidas. Para tal uso foi necessária a concorrência do desenvolvimento de meios para essa produção: instrumentos e técnicas. Da Antiguidade à Idade Média, a fiação sofrerá algumas evoluções, passando do fuso manual, ao torno manual (roca) e ao torno de pedal. No Renascimento, o pedal será aperfeiçoado e uma abertura em forma de “U” (voador) completará o fuso. Posteriormente, até o século XVIII as forças motrizes farão a diferença na produção, com a utilização dos animais e da água.

Os teares sofrerão menores transformações até o século XVIII, sendo a produção dos tecidos de algodão a responsável pela maior parte do desenvolvimento mecânico durante o século XVIII (7). O século XIX trará, efetivamente, a mecanização total à produção dos tecidos, através de processos contínuos, conseguidos com o esforço conjunto das áreas da mecânica, da química e do design.

Vemos então que, ao estudarmos a história dos tecidos temos a pos-

sibilidade de verificar dois eixos principais: a história da tecnologia e a história da arte, dos ornamentos, do design.

No universo contemporâneo, o homem assume o espaço da cidade domina o próprio corpo no espaço circundante através do desenvolvimento de estruturas de vestuário que permitem uma nova relação, conjugando volume e construção, arte e moda, design e moda, moda e tecnologia.

A textura será a nova meta. Após a Era da Química, iniciada no final do século XIX e efetivada na primeira metade do século XX, responsável pela inserção de novas fibras, artificiais e sintéticas (8), o universo têxtil sofreu grande transformação. As pesquisas são desenvolvidas em áreas de grande tecnologia (inicialmente industrial e aeroespacial, posteriormente militares e esportivas), fazendo surgir, na segunda metade do século XX, a Era da Ciência e do Conhecimento, na qual os avanços tecnológicos, a arte e os tecidos efetivaram estreito diálogo, associados aos novos conceitos incorporados à fisiologia do vestir e ao aspecto do vestuário.

As pesquisas na nova Era da Tecnologia do século XXI acontecem nas áreas de biotecnologia, comunicação, ergometria, robótica, genética, nanotecnologia, entre outros, visando conceitos como funcionalidade, comunicação, personalidade, praticidade, saúde e proteção. Associada à moda, se apropria daquilo que no vestuário é fundamental: o movimento.

A moda se torna o elemento unificador para compreender a transformação da cultura contemporânea, como fragmento do mundo pós-moderno, através da fluidez da identidade, ou seja, da formação de um sujeito sem identidade fixa, com personalidade instável, que usa a ciência como acessório. Se a partir dos anos 1990 a moda usa a linguagem da arte, evidenciando o cruzamento das áreas, horizontalizando as artes gráficas, a arte, a moda e o consumo, contemporaneamente, a tecnologia associada à moda se apresenta, como estilo (como contaminação, confluência, como mistura e sobreposição) ou como micro estilos, ou seja, tendências que se anulam ou se contradizem contemporaneamente aos estilos.

Um exemplo significativo da fruição entre arte, moda e tecnologia é a utilização de LEDs(9) na construção de estruturas e significados, tendências e identidades móveis, enfim, contemporaneidade, numa proposta de movimento, de velocidade, da fragmentação da vida pós-moderna. Na arte essa tecnologia também vem sendo utilizada, associada ao design e à moda, como nas obras de Makoto Tojiki, que conjuga forma, corpo e luz, acreditando que “as mensagens convertidas em produtos mudam o modo das pessoas olharem as coisas [...] que traga um sorriso no rosto das pessoas quando elas encontram minha mensagem” (10).

A tecnologia e os tecidos podem estar associados, por exemplo, à nanotecnologia (11) (resistentes às manchas), à saúde, bem-estar e conforto (tecidos elásticos, que absorvem e repelem o suor ou anti-bactericidas), à comunicação (tecido Skin).

Enfim, a experimentação da tecnologia através da arte e da moda tem sido o grande eixo conversor dessas áreas, trazendo para as ruas e galerias uma proposta de diálogo, interdisciplinaridade e desenvolvimento, onde o conforto e praticidade da vida contemporânea se tornam prioridades.

*Soraya Aparecida Alvares Coppola é especialista em conservação e restauração de bens culturais móveis (pintura, escultura, papel, cerâmica, pedra, tecido, tapete e arazzi); especialista em educação, pesquisa e ensino da arte; restauradora têxtil e professora da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e Centro Universitário Una (Unatec). Email: sorayacoppola@yahoo.com.br*

#### NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. Roche, Daniel. *La culture des apparences: une histoire du vêtement : (XVIIe-XVIIIe siècle)*. Paris: Fayard. 1990.
2. Muller, Florence. *Arte e moda*. São Paulo: Cosac & Naify. 2000.
3. Temos diversos exemplos, tais como a exposição de “Kunstlerkleid” (roupa do artista), em Krefeld e as ações dos dadaístas, que usavam trajes extravagantes em ações anticonformistas.
4. De 1903 a 1932, associou artistas de áreas diversas, que produziram arte tendo como objetivo comum colocar todas as facetas da vida humana em um único objeto de arte.
5. Tecnologia, originário do grego, é um termo que envolve o conhecimento técnico e científico e as ferramentas, processos e materiais criados e/ou utilizados a partir de tal conhecimento. Dependendo do contexto, a tecnologia pode ser: as ferramentas e as máquinas que ajudam a resolver problemas; as técnicas, conhecimentos, métodos, materiais, ferramentas, e processos usados para resolver problemas ou ao menos facilitar a solução dos mesmos; um método ou processo de construção e trabalho (tal como a tecnologia de manufatura a tecnologia de infraestrutura ou a tecnologia espacial); a aplicação de recursos para a resolução de problemas; o termo tecnologia também pode ser usado para descrever o nível de conhecimento científico, matemático e técnico de uma determinada cultura; na economia, a tecnologia é o estado atual de nosso conhecimento de como combinar recursos para produzir produtos desejados (e nosso conhecimento do que pode ser produzido). A tecnologia é, de uma forma geral, o encontro entre ciência e engenharia. Sendo um termo que inclui desde as ferramentas e processos simples até as ferramentas e processos mais complexos já criados pelo ser humano.
6. Antropólogos acreditam que, por milhares de anos, o homem viveu sem a preocupação com o vestuário, pois seu corpo era coberto com uma densa camada de pêlo (500.000 a 30.000 a.C), sendo que a partir do Paleolítico Superior (30.000 a.C) o homem passou a utilizar folhagem, peles (curtidas) e pelos de animais para produzir estruturas que utilizava para revestir o corpo e se proteger. Por um longo período não conheciam fição ou tecelagem, usando, para a junção das peças, cordões de fibras vegetais, tiras de pele, tendões de animais, crinas, rabos de cavalos, nervos e garras de animais. Os instrumentos de costura eram confeccionados com espinhos, ossos e pedras perfuradas. Por volta de 5.000 a.C., no Neolítico, já podemos encontrar alguns produtos têxteis produzidos a partir do entrelaçamento de fibras. O que pode ter começado por um instinto casual, logo se tornou uma forma organizada e complexa.
7. Resumidamente, com a criação da lançadeira rolante (1700), a voadora (1733), a estiragem por meio de cilindros (c.a.1760), a máquina de fiar algodão com 8 fusos (1764, James Hargreaves), chamada

“mulejune” ou “janet” (em 1800 passou para 120 fusos); o filatório hidráulico (1769, Arkwright), cujo advento conduziu à obtenção de um fio mais regular e, conseqüentemente, de maior resistência para uso, inclusive, na urdidura; a patente de cardas, passadores, maçarocueiras e filatórios (1775, Arkwright); o primeiro filatório “selfacting” (1779, Crompton); o tear mecânico experimental (cart-wright), 1785; o tear mecânico prático a vapor, 1789; o descarçador de serra, 1794; o registro do tear jacquard (1806); o filatório de anéis ou rings (1828, John Thorp); o registro do filatório intermitente “selfacting” (1830, Richard Roberts); o registro do primeiro filatório contínuo de anel (1880); o registro do tear “northrop” (1894).

8. Artificiais, desenvolvidas a partir de compostos orgânicos associados a compostos químicos. Sintéticas, produzidas completamente com compostos químicos.
9. LED sigla para Light-Emitting Diode. Introduzidos nos anos 1960, são uma fonte semicondutora de energia. O CuteCircuit, um escritório de design de Londres, desenvolveu o Galaxy Dress, onde são inseridos mais de 24.000 LEDs que funcionam à bateria por mais ou menos 1 hora. ([www.cutecircuit.com](http://www.cutecircuit.com))
10. <http://www.makototajiki.com>
11. O objetivo da nanotecnologia é transformar as características físico-químicas dos materiais e elementos tradicionalmente conhecidos. A nanotecnologia refere-se a uma tecnologia que manipula a matéria na escala de átomos e moléculas. A nanotecnologia possibilita a fabricação de produtos com características diferenciadas ao manipular a estrutura molecular, alterando a geometria ou “arquitetura” da composição das moléculas dos materiais. A partir dessa modificação geométrica, os elementos adquirem características físico-químicas diferentes das “tradicionais”, ou seja, diferentes daquelas conhecidas no tamanho em que aparecem na natureza. “Nanotecnologia: conhecer para enfrentar os desafios”. Nota Técnica, nº 76, out/2008. Dieese. In: [www.dieese.org.br](http://www.dieese.org.br)

## REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE MODA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Dorotéia Baduy Pires

**H**á mais de duas décadas, acompanhamos a instituição e a evolução do ensino do design de moda no Brasil. Podemos afirmar, portanto, que é inédita a aproximação entre moda e design tanto nas relações sociais quanto acadêmicas e de produção industrial.

Nas décadas de 1980 e 1990, os cursos na área eram denominados estilismo, criação ou apenas moda; em 2002, somavam vinte cursos em funcionamento no país. Hoje há em torno de 150, o que evidencia um extraordinário crescimento na oferta.

Inicialmente, os cursos criados eram de bacharelado; hoje a proporção é dividida de modo equilibrado com a modalidade tecnólogo, em torno de 50% cada, o que demonstra o crescente interesse por cursos mais focados e de menor duração.

Durante o IV Fórum das Escolas de Moda e o 5º Colóquio de Moda, realizados em setembro de 2009 na Faculdade Boa Viagem, em Recife (PE), compilamos 131 instituições que ofertam cursos superiores de formação do profissional para atuar na área da moda nas modalidades: bacharelado, tecnólogo e sequenciais. Não consideramos especialização e MBA. Nessas 131 instituições, atualmente, o Brasil oferta 150 cursos superiores com ênfase em moda, de modo que 96 são denominados design de moda e 21 simplesmente têm o nome de moda. Os outros 33 são focados em: produção, têxtil, gestão, negócios, modelagem, marketing, desenho, estilismo e, ainda, um único curso de figurino.

Em 2007, havia 40 cursos denominados design de moda; no início de 2010, o número duplicou. Isso significa que nos últimos anos muitos cursos passaram por reformulações e tiveram nova denominação para atender às orientações do Ministério da Educação (MEC), o qual tem restringido a variedade de denominações dos cursos superiores.

Se considerarmos que os cursos denominados moda e estilismo possivelmente tratam do desenvolvimento do produto e por determinação do MEC, de modo gradativo, passarão a denominar-se design de moda, este número aumenta para 120, mais de 80% dos cursos ofertados na área da moda. Tal resultado levou-nos a focar a área de design de moda no presente artigo.

Apesar da grande quantidade de cursos que formam profissionais designers de moda, e embora haja um número significativo de publicações cujo foco é a moda, são poucas as publicações que tratam do design como aspecto constitutivo do assunto.

Embora a pesquisa seja vital na prática do design — o que implica material disponível que dissemine resultados de pesquisas científicas ou não —, é ainda muito incipiente o número de publicações em design de moda no Brasil. Em 2004, tive a oportunidade de publicar, na revista *Fashion Theory*, um “Banco de referências de moda na língua portuguesa”. A elaboração desta bibliografia de moda

e áreas afins teve início nos primeiros anos da década de 1980, quando retornava de um curso de design de moda na Itália, numa época em que eram raríssimas as publicações na língua portuguesa que tratassem de assuntos pertinentes à moda. Esse banco é uma retrospectiva das obras publicadas nos últimos noventa anos, em língua portuguesa, entre as quais há algumas edições publicadas em Portugal e traduções de obras de autores estrangeiros. No entanto, grande parte das 760 publicações elencadas é composta de autores nacionais. No material compilado em ordem alfabética, foram consideradas publicações em formato de livros, artigos periódicos, anais, catálogos, vídeos, teses e dissertações. Também foram consideradas algumas obras que tratam do tema apesar de não estar indicado no título (1).

Na última década, houve representativo crescimento na produção científica e acadêmica relativamente ao assunto. Ao colocar esse material (2) disponível aos pesquisadores e estudiosos da moda, contribuiu para o avanço da pesquisa de design de moda no Brasil como fonte de informação para formar o acervo das bibliotecas de moda do país e com a estruturação da rede, fundamental para a formação do sistema.

Apresentamos um total de 206 títulos de uma bibliografia específica, organizadas em: obras raras e antigas, coleções, periódicos, obras de referência (glossários, dicionários e enciclopédias) e, ainda, a relação de congressos que publicam anais que podem interessar à formação do acervo.

Os títulos apresentados foram selecionados observando o título da obra; portanto, não foram necessariamente submetidos à avaliação de conteúdo, de maneira que estão registrados com o objetivo de disseminar a informação. Foram desconsiderados títulos de obras de auto ajuda, anais, vídeos e catálogos. Quanto a teses, dissertações e revistas, estão recomendadas as instituições e congressos que promovem pesquisas e trabalhos na área, para assim facilitar a busca pelos anais e assinaturas.

O quarto artigo das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design (3) aponta as competências e habilidades desse profissional. Logo adiante, o quinto artigo detalha os conteúdos e atividades que um curso superior de design deve apresentar para atender aos três eixos interligados de formação:

**conteúdos básicos:** história e teorias do design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado, conteúdos específicos e conteúdos teórico-práticos;

**conteúdos específicos:** moda e vestuário;

**conteúdos teórico-práticos:** estágios e outras atividades complementares.

Neste artigo, há sugestões de títulos para compor a bibliografia dos conteúdos básicos e específicos que virão a compor a bibliografia, básica e complementar. São consideradas as obras publicadas desde 1995, com exceção de algumas consideradas clássicas e indispensá-

veis em um acervo. No entanto, são indicados alguns títulos raros e antigos que podem ser adquiridos em lojas especializadas. A depender da organização curricular, o que é complementar pode se tornar básico e vice-versa.

Para os cursos superiores de tecnologia no processo de avaliação — autorização e reconhecimento — o MEC recomenda que no acervo da biblioteca conste um mínimo de três títulos por disciplina da bibliografia básica no processo de autorização e a mesma quantidade no reconhecimento. Em relação aos bacharelados, a proporção sobe para três na autorização e cinco para o reconhecimento. As quantidades podem variar de seis a quinze alunos por volume, influenciando o resultado da avaliação.

No livro organizado pela Memória Visual, *46 livros de moda que você não pode deixar de ler*, é possível conhecer o conteúdo de algumas obras, por meio da interpretação dos autores convidados (4).

Além de livros, a biblioteca deve ainda ser acrescida de periódicos e anais. No Brasil, há três periódicos científicos especializados em moda: *Revista d'Obra[s]*; *Iara: revista de moda, cultura e arte* [digital]; e, *ModaPalavra* [impressa e digital]. As revistas *ABC Design*, *Arc Design* e *Estudos em Design* com frequência trazem artigos sobre design de

moda. E, ainda, *Fashion Theory: a revista da moda, corpo e cultura*, que apesar de não ser mais publicada no Brasil é possível ainda encontrá-la à venda.

Durante a pesquisa, constatamos que alguns cursos de *stricto sensu* têm publicado dissertações e teses com foco no campo da moda e design de moda em ordem decrescente, considerando o volume de publicações, são elas:

**Doutorado:** Universidade de São Paulo, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade de Brasília, Universidade Federal do Rio de

Janeiro, Universidade Estadual de Campinas.

**Mestrado:** Universidade de São Paulo, Centro Universitário Senac (5), Universidade Federal de Santa Catarina, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Em geral, tais publicações podem ser obtidas na versão digital nos sites das instituições ou ainda na versão impressa por meio do serviço de Comut (6). Atualmente existem mais de dez instituições que ofertam programas de mestrado ou doutorado em design, o que deve incrementar o número de pesquisadores e, conseqüentemente, publicações em design de moda.

Além do Colóquio de Moda, evento acadêmico que trata especificamente da moda como campo do saber, outros congressos publicam anais que trazem trabalhos de interesse do design de moda, entre eles: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Congresso Brasileiro de Iniciação em Ergonomia, Congresso Internacional de Estéticas Tecnológicas, Congresso Internacional da Associação Brasileira de Semiótica, Congresso Nacional de Técnicos Têxteis, Congresso Latino-Americano de Química Têxtil e Congresso Nacional de Ciências da Comunicação.

**HOUVE  
REPRESENTATIVO  
CRESCIMENTO NA  
PRODUÇÃO  
CIENTÍFICA E  
ACADÊMICA  
RELATIVAMENTE  
AO ASSUNTO**

É preciso que a área avance muito ainda para compor acervos de excelência e para que façamos definitivamente a transição de uma cultura de concepção de produtos que, ao desconhecer o potencial do design, utiliza-o como estilo, frivolidade estética ou aplica-o em um estágio já avançado do projeto, como num acabamento ou detalhe. É importante que a academia e outros setores invistam em pesquisa e publicações que disseminem o design de moda como processo, como um método de trabalho integrado nos estágios iniciais do processo, combinando a engenharia de produção, o marketing e outros setores da empresa ou, ainda, o design incorporado na formulação da estratégia comercial da empresa, que participa ativamente no fomento à inovação e no desenvolvimento de serviços e produtos (4). “É necessário haver muito apoio, estímulo e ações que concorram para superar a subcultura de design de moda” (7).

Iniciamos com a recomendação de títulos antigos que, elencados em ordem crescente, abrangem o período de 1880 a 1989. Na sequência, estão obras de referência (enciclopédias, dicionários e glossários).

### OBRAS RARAS E ANTIGAS

- Camões, L. *Gravura em tecido*. São Paulo: Jules Martin. 1880.
- Affonso, J. *Três séculos de modas*. Belém: Tavares Cardoso. 1923.
- Heydeureich, D. *Casa Allemã – 1883-1933*. São Paulo: Oficinas da Soc. Imprensa Paulista. 1923.
- Carnicelli Júnior. *Methodo de corte completo*. Rio de Janeiro: Companhia Brasil. 1937.
- Chaves, A. *A moda*. São Paulo: Revista dos Tribunais. 1942.
- Coutinho, E. *O vestuário e a moda*. Ministério da Educação e Saúde. 1944.
- Mello e Souza, G. *A moda no século XIX*. São Paulo: Revista do Museu Paulista. 1952.
- Rodrigues, J. W. *Fardas do Reino Unido e do império*. Petrópolis: Ministério da Educação e Saúde, Museu Imperial. 1953.
- Freitas, M. V. *Tecnologia, artes e ofícios femininos*. São Paulo: Mestre Jou. 1954.
- Leal, I. *400 anos de moda feminina do IV centenário*. São Paulo. 1954.
- Edmundo, L. *O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis*. Segundo volume. Rio de Janeiro: Conquista. 1956.
- Contini, M. *A moda - 5000 anos de elegância*. Lisboa: Verbo. 1965.
- Flüegel, J. C. *A psicologia das roupas*. São Paulo: Mestre Jou. 1966.
- Renault, D. *O Rio antigo - nos anúncios de jornais, 1808-1850*. Rio de Janeiro: J. Olympio. 1969.
- Mota, M. *Modas e modos*. Recife: Raiz. 1977.
- Stein, S. *Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus. 1979.
- Ribeiro, L. G. *Introdução à tecnologia têxtil*. Vol. 1; Vol. 2. Rio de Janeiro: Senai/CETIQT. 1984.
- Veblen, T. “O vestuário como expressão da cultura pecuniária”. In: *A Alemanha imperial e a revolução industrial: teoria da classe ociosa*. São Paulo: Abril Cultural. 1985. (Coleção Os Pensadores).

Freyre, G. *Modos de homem e modas de mulher*. Rio de Janeiro: Record. 1986.

Gontijo, S. *80 anos de moda no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1986.

Dorfles, G. *A moda da moda*. São Paulo: Edições 70. 1988.

Eco, U. et al. *Psicologia do vestir*. Lisboa: Assírio Alvim. 1989.

### OBRAS DE REFERÊNCIA

- Aflalo, D. *Dicionário de termos de moda*. São Paulo: Publifolha. 2007.
- Biaggi, E. K.; Stavale, E. B. *English in fashion*. São Paulo: Disal. 2006.
- Catellani, R. M. *Moda ilustrada de A a Z*. São Paulo: Manole. 2003.
- Farias, E. M. P. *Glossário de termos da moda*. Fortaleza: Edições da UFC / Edições Sebrae. 2003.
- Farias, E. M. P.; Bezerra, T. M. F. *Glossário trilingue de termos do vestuário*. Fortaleza: Edições da UFC. 2008.
- Glossário têxtil e de confecção – inglês-português*. Rio de Janeiro: Senai/CETIQT. 1986.
- Marchini, J. *Terminologia do vestuário – espanhol/português; inglês/português; francês/português*. São Paulo: Senai. 1996.
- O’Hara, G. *Enciclopédia da moda – de 1840 à década de 80*. São Paulo: Companhia das Letras. 1992.
- Racinet, A. *Enciclopédia histórica do traje*. Lisboa: Replicação. 1995.
- Sabino, M. *Dicionário da moda*. São Paulo: Elsevier. 2006.
- Senai. Centro Nacional de Tecnologia em Vestuário. *Terminologia do vestuário – português; espanhol-português; francês/português; inglês/português*. São Paulo: Senai. 1996.
- Spengler, A. *Decifrando a moda: glossário*. São Paulo: STS. 1993.

Na sequência, estão elencados títulos que tratam da moda como tema e citam o design no título. No entanto, é importante destacar que esse conjunto de obras não descarta a necessidade de compor a biblioteca de design de moda com títulos que tratam da área do design em geral.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA COM TÍTULOS EM DESIGN

- Araújo, M. *Engenharia e design do produto*. Lisboa: Universidade Aberta. 1995.
- Berbaso, H. *Projeto, marketing e design de moda*. Porto Alegre: [s.n.]. 1997.
- Bondaruk, R. L. *Design contra o crime: prevenção situacional do delito através do design de produtos*. Curitiba: Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Senai/PR e Núcleo de Design Cietep. 2009.
- Castilho, K.; Martins, M. M. *Discursos da moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi. 2005. (Coleção Moda & Comunicação).

- Costa e Silva, A. *Branding & design – identidade no varejo*. Rio de Janeiro: Rio Books. 2002.
- Designers e artesãos: extratos da moda brasileira – 30 anos Marles*. São Paulo: Senac Moda. 2002.
- Eco, U. “Factores estéticos no vestuário masculino”. In: *Design em aberto – uma antologia*. Porto: Centro Português de Design, p.123-130. 1993. (Coleção Design, Tecnologia e Gestão).
- Forty, Ad. *Objetos de desejo – design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac & Naify. 2007.
- Gola, E. *A joia - história e design*. São Paulo: Senac São Paulo. 2008.
- Gomes Filho, J. *O design do objeto – bases conceituais*. São Paulo: Escrituras. 2006.
- Jones, S. J. *Fashion design - manual do estilista*. São Paulo: Cosac & Naify. 2005.
- Leal, J. J. *Um olhar sobre o design brasileiro*. São Paulo: Objeto Brasil; Instituto Uniemp; Imprensa Oficial do Estado. 2002.
- Pires, D. B. (Org.). *Design de moda - olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores. 2008.
- Seivewright, S. *Fundamentos de design de moda – pesquisa e design*. Porto Alegre: Bookman. 2009.
- Sorger, R.; Udale, J. *Fundamentos de design de moda*. Porto Alegre: Bookman. 2008.
- Tambini, M. “Roupas e acessórios”. In: *O design do século*. São Paulo: Ática. 1997.
- Udale, J. *Fundamentos de design de moda – tecidos e moda*. Porto Alegre: Bookman. 2009.
- Urbano, N. (Org.). *Design contemporâneo*. São Paulo: Nojosa. 2005.
- Antes do elenco de títulos que podem compor uma bibliografia básica e complementar específica, sugerimos também quatro coleções de duas editoras brasileiras: Cosac & Naify: *Coleção Universo da Moda e Moda Brasileira*, e Anhembi Morumbi: *Coleção Moda & Comunicação e Coleção Saberes da Moda*.
- BIBLIOGRAFIA BÁSICA ESPECÍFICA**
- Abranches, G. P. *Manual da gerência de confecção*. Vol. 2. Rio de Janeiro: Senai. 1996.
- Araújo, M.; Fangueiro, R.; Hong, H. *Têxteis técnicos – materiais do novo milênio, aplicações, tecnologias e métodos de ensaio*. Vol.2. Braga: Williams. 2001.
- Baldini, M. *A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história*. Lisboa: Edições 70. 2006.
- Barnard, M. *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco. 2003.
- Barthes, R. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix. 1999.
- Barthes, R. *Inéditos*. São Paulo: Martins Fontes. 2005. Vol.3: Imagem e Moda. (Coleção Roland Barthes).
- Blanchard, T. *Eco-chic – como mudar o mundo com estilo*. Alfragide [Portugal]: Estrela Polar. 2008.
- Bollon, P. *A moral da máscara – merveilles, zazous, dândis, punks*. Rio de Janeiro: Rocco. 1993.
- Baudrillard, J. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos. 1995.
- Caldas, D. *Homens*. São Paulo: Senac. 1997.
- Caldas, D. *Universo da moda: cursos on-line*. São Paulo: Anhembi Morumbi. 1999.
- Caldas, D. *Observatório de sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Senac. 2004.
- Camargos, H. *Controles para a indústria têxtil*. São Paulo: Ícone. 1997.
- Castarede, J. *O luxo: os segredos dos produtos mais desejados do mundo*. São Paulo: Barcarolla. 2005.
- Castiglioni, S. C. *Modelagem – ferramenta competitiva para a indústria da moda*. Sebrae/RS. 2008.
- Castiglioni, S. C. *Gestão do processo produtivo – têxtil e confecção*. Sebrae/RS. 2008.
- Castilho, K.; Villaça, N. (Org.). *O novo luxo*. São Paulo: Anhembi Morumbi. 2006.
- Castilho, K. *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Esfera. 2002.
- Cavalheiro, R. M. *Modelagem plana feminina*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2003-2007.
- Chataignier, G. *O fio a fio*. São Paulo: Estação das Letras. 2006.
- Cidreira, R. P. *Os sentidos da moda – vestuário, comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2005.
- Cobra, M. *Marketing & moda*. São Paulo: Senac; Cobra & Marketing, 2007.
- Costa, S.; Berman, D.; Abib, R. L. *150 anos da indústria têxtil brasileira*. Rio de Janeiro: Cetiqt. 2000.
- Crane, D. *A Moda e seu papel social – classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac. 2006.
- De Carli, A. M. S. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul: Educ. 2002.
- Dorfles, G. *Modas & modos*. São Paulo: Edições 70. 1996. (Coleção Arte e Comunicação, Vol.60).
- Duarte, S.; Saggese, S. *Modelagem industrial brasileira*. Rio de Janeiro: Letras Expressões Brasileiras. 1998.
- Duarte, S.; Saggese, S. *Saias – modelagem industrial brasileira*. Rio de Janeiro: Guarda Roupas. 2009.
- Embacher, A. F. *Moda e identidade*. São Paulo: Saraiva. 1999.
- Eener, G. *Vítimas da moda?* São Paulo: Senac/SP. 2005.
- Ferreira, E. L. *Corantes naturais da flora brasileira – guia prático de tingimento com plantas*. Curitiba: Optagraf. 1998.
- Ferreira, F. P. *A indústria brasileira do vestuário – histórias, reflexões e projeções*. São Paulo: Brasil Têxtil, [s.d.].
- Fulco, P. *Modelagem plana feminina – noções básicas*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2003.
- Fulco, P.; Cavalheiro, R. M.; Silva, R. L. A. *Moldes femininos – noções básicas*. Rio de Janeiro: SENAC Nacional. 2003.

- Goldenberg, M. *Nu e vestido – 10 antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record. 2002.
- Goldenberg, M. *O corpo como capital – estudos sobre gênero sexualidade e moda na cultura*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2007.
- Gomes Filho, J. *Ergonomia do objeto – sistema técnico de leitura ergonômica*. São Paulo: Escrituras. 2003.
- Gonçalves, R. N. *Marketing têxtil*. São Paulo: Senai/Cetiqt. 2000.
- Goularti Filho, A.; Jenoveva Neto, R. *A indústria do vestuário: economia, estética e tecnologia*. Florianópolis: Letras Contemporâneas. 1997.
- Grave, M. F. *A modelagem sob a ótica da ergonomia*. São Paulo: Zennex Publishing. 2004.
- Grumbach, D. *Histórias da moda*. São Paulo: Cosac & Naify. 2009.
- Guerra, J. W.; Simões, R. S. (Org.). *Equipamentos, usos e costumes da casa brasileira – objetos*. São Paulo: Edusp; Museu da Casa Brasileira. 2001. (Fichário Ernani Silva Bruno, Vol.4).
- Heinrich, D. P. *Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial*. Novo Hamburgo: Feevale. 2005.
- Hollander, A. *O sexo e as roupas – a evolução do traje moderno*. Rio de Janeiro: Rocco. 1996.
- Joffily, R. *O Brasil tem estilo?* Rio de Janeiro: Senac Nacional. 1999.
- Köhler, C. *História do vestuário*. São Paulo: Martins Fontes. 1993.
- Krawczyk, S.; Delafosse, C. *A moda*. São Paulo: Melhoramentos. 1996.
- La Haye, A.; Mendes, V. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes. 2002.
- Laver, J. *A roupa e a moda*. São Paulo: Companhia das Letras. 1990.
- Lee, M. *Eco chic - o guia de moda ética para a consumidora consciente*. São Paulo: Larousse do Brasil. 2009.
- LehnerT, G. *História da moda do século XX*. Koln: Konemann. 2001.
- Leite, A. S.; Velloso, M. D. *Desenho técnico de roupa feminina*. Rio de Janeiro: Senac. 2004.
- Lipovetsky, G. *O império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras. 1989.
- Lipovetsky, G.; Roux, E. *O luxo eterno - da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras. 2005.
- Lurie, A. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco. 1997.
- Macieira, C.; Ribeiro, J. P. (Orgs). *Na rua: pós-grafite, moda e vestígios*. Belo Horizonte: FEA-Fumec. 2008.
- Maffesoli, M. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes. 1996.
- Miranda, A. P. *Consumo de moda – a relação pessoa-objeto*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2008.
- Mirkin, T. F. *O código do vestir – os significados ocultos da roupa feminina*. Rio de Janeiro: Rocco. 2001.
- Monneyron, F. *A moda e seus desafios – 50 questões fundamentais*. São Paulo: Senac São Paulo. 2007.
- Morace, F. *Consumo autoral – As gerações como empresas criativas*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2009.
- Morrison, B. *Fashion illustrator: manual do ilustrador de moda*. São Paulo: Cosac & Naify. 2007.
- Moutinho, M. R. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2000.
- Nakao, J. *A costura do invisível*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2005.
- Neves, J. *Manual de estamparia têxtil*. Guimarães: Escola de Engenharia da Universidade do Minho. 2000.
- Neves, M. *Desenho têxtil – tecidos*. Guimarães: TecMinho. 2000.
- Neves, M. *Desenho têxtil – malhas*. Guimarães: TecMinho. 2000.
- Oliveira, A. C.; Castilho, K. (Org.). *Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2008.
- Osório, L. *Modelagem – organizações e técnicas de interpretação*. Caxias do Sul: Educ. 2007.
- Pessoa M. *Modelagem plana masculina*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2003-2007. (Métodos de Modelagem).
- Pezzolo, D. B. *Tecidos – histórias, tramas, tipos e usos*. São Paulo: Senac São Paulo. 2007.
- Queiroz, R. S. (Org.). *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza*. São Paulo: Senac. 1999.
- Rech, S. R. *Moda: por um fio de qualidade*. Florianópolis: Udesc. 2002.
- Rollim, C. *Noções básicas para modelagem industrial – introdução à tecnologia têxtil e de modelagem*. Rio de Janeiro: Edição do Autor. 2009.
- Rollim, C.; Radicetti, E. *Modelagem industrial feminina – construção das bases, técnicas e interpretações de modelagem*. Rio de Janeiro: Edição do Autor. 2009.
- Romanato, D. *Desenhando moda em coreldraw*. Rio de Janeiro: Brasport. 2008.
- Roquero, A. “Moda e tecnologia”. In: *Pau-brasil*. São Paulo: Axix Mundi, p.185-213. 2002.
- Rosa S. *Alfaiataria plana masculina*. Brasília: Senac/DF. 2008.
- Sabrá, Flávio (Org.). *Modelagem – tecnologia em produção de vestuário*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores. 2009.
- Sant’Anna, M. R. *Teoria de moda – sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2007.
- Sarquis, A. B. *Marketing para pequenas empresas – a indústria de confecção*. São Paulo: Senac/SP. 2003.
- Seeling, C. *Moda: o século dos estilistas, 1900-1999*. Koln: Kone-mann. 2000.
- Semprini, A. *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras. 2006.
- Simmel, G. *Filosofia da moda*. Lisboa: Texto & Grafia. 2008.
- Souza, G. M. *O espírito das roupas – a moda no século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras. 1987.
- Sorcinelli, P. (Org.). *Estudar a moda – corpos, vestuários e estratégias*. São Paulo: Senac/SP. 2008.

- Tungate, M. *Marcas de moda – marcar estilo desde Armani a Zara*. Barcelona: Gustavo Gilli. 2008.
- Vincent-Ricard, F. *As espirais da moda*. São Paulo: Paz e Terra. 1989.
- Voss, D. *Desenho de moda e anatomia / Fashion sketches and anatomy*. Rio de Janeiro: National Library of Brasil. 2009.
- BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR ESPECÍFICA**
- Agis, D.; Gouveia, J.; Vaz, P. *Vestindo o futuro – macro tendências para as indústrias têxtil, vestuário e moda até 2020*. Portugal: Apim. 2001.
- Aguiar Neto, P. P. *Fibras têxteis*. Vol.1-2. Rio de Janeiro: Senai/Cetiqt. 1996.
- Análise da eficiência econômica e da competitividade da cadeia têxtil brasileira/ IEL, CNA e Sebrae*. Brasília: Instituto Euvaldo Lodi. 2000.
- Araujo, L. *Tatuagem, piercing e outras mensagens do corpo*. São Paulo: Cosac & Naify. 2005.
- Araujo, M. *Tecnologia do vestuário*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 1996.
- Avelar, S. *Moda globalização e outras tecnologias*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2009.
- Bandeira, J. *Jean-Baptiste Debret – caderno de viagem*. Rio de Janeiro: Sextante. 2006.
- Barreto, A. A. M. *Qualidade e produtividade na indústria de confecção – uma questão de sobrevivência*. Londrina: Midiograf. 1997.
- Bonadio, M. C. *Moda e sociabilidade – mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Senac/SP. 2007.
- Borges, A. “Quando moda rimava com cultura: a raiz da originalidade”. In *Designer não é personal trainer e outros escritos*. São Paulo: Rosari. 2002.
- Borges, P.; Carrascova, J.; Giovanni, B. *Brasil na moda – backstage*. São Paulo: Caras. 2003. (Coleções Caras)
- Bueno, M. L.; Castro, A. L. (Org.). *Corpo, território da cultura*. São Paulo: Annablume. 2005.
- Calanca, D. *História social da moda*. São Paulo: Senac/SP. 2008.
- Caldas, D. *Observatório de sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Senac/RJ. 2004.
- Caldas, D. *Universo da moda – cursos online*. São Paulo: Anhembi Morumbi. 1999.
- Canevacci, M. *Antropologia da comunicação visual*. Rio de Janeiro: DP&A 2001.
- Carneiro, M. *No camarim das oito*. Rio de Janeiro: Senac/RJ. 2003.
- Castilho, K.; Andrade, R. (Org.). *Nexos – Estudos em Comunicação e Educação - Comunicação, educação e moda*. São Paulo: Anhembi/Morumbi, Vol.6, n. 9, especial. 2002.
- Castilho, K.; Garcia, C. (Org.). *Moda Brasil - fragmentos de um vestir tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi. 2001.
- Castro, A. L. *Culto ao corpo e sociedade – mídia, estilos de vida e cultura de consumo*. São Paulo: Annablume. 2007.
- Catoira, L. *Jeans, a roupa que transcende a moda*. São Paulo: Idéias & Letras. 2006.
- Charles-Roux, E. *A era Chanel*. São Paulo: Cosac & Naif. 2007.
- China- Oportunidades e ameaças*. Rio de Janeiro: Senai/Cetiqt - Instituto de Prospecção Tecnológica e Mercadológica. 2004.
- Corrêa, T. G. *Moda, arte, corpo – relações entre futuro e modernidade*. São Paulo: CEM/Livros. 2000.
- Corrêa, T. G. *Moda pop music – transcendências do consumo*. São Paulo: CEM Livros. 2000.
- De Masi D. (Coord.). *O futuro da moda de Santa Catarina – previsões para o período 2008-2012*. Tubarão, SC: Unisul. 2008.
- Demetresco, S. *Vitrinas entre-vistas – merchandising visual*. São Paulo: Senac-SP. 2004.
- Disitzer, M.; Vieira, S. *A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2006.
- Fagundes, A. A. *Indumentária gaúcha*. Porto Alegre: Martins. 1996.
- Fraga, R. *Moda, roupa e tempo – 21 poemas e crônicas de Carlos Drummond de Andrade*. Belo Horizonte: Edição do autor. 2006.
- Godoy, S. S. *Círculo das contas – joias de crioulas baianas*. Salvador: Fundação Museu Carlos Costa Pinto. 2006.
- Índia - Oportunidades e ameaças – Cadeia têxtil*. Rio de Janeiro: ABIT, Senai/Cetiqt. 2004.
- Leal, O. F. (Org.). *Corpo e significado – ensaio de antropologia social*. Porto Alegre: UFRGS. 2001.
- Leite, A.; Guerra, L. *Figurino – uma experiência na televisão*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 2002.
- Lemos, N. *A ditadura da moda*. São Paulo: Conrad. 2009.
- Mair, A.; Mair, J. *Fashion Now*. Koln: Taschen do Brasil. 2003.
- Maleronka, W. *Fazer roupa virou moda – um figurino de ocupação da mulher - São Paulo 1920-1950*. São Paulo: Senac/SP. 2007.
- Marra, C. *Nas sombras de um sonho – história e ideias da fotografia de moda*. São Paulo: Senac SP. 2008.
- Museu do traje e do têxtil – Fundação Instituto Feminino da Bahia. 1923-2003*. Salvador, Fundação Instituto Feminino da Bahia. 2003.
- Oliveira, A. C. *Vitrinas – acidentes estéticos na cotidianidade*. São Paulo: Educ. 1997.
- Oliveira, S. R. *Moda também é texto*. São Paulo: Rosari. 2005. (Coleção Textos Design).
- Pacce, L. *Ecobags – moda e meio ambiente*. São Paulo: Senac/SP. 2009.
- Palomino, E. *A moda*. São Paulo: Publifolha. 2002. (Folha Explica).
- Perlingeiro, C. (Org.). *46 livros de moda que você não pode deixar de ler*. Rio de Janeiro: Memória Visual. 2007.
- Poirier, J. *História dos costumes – as técnicas do corpo*. Vol. 2. Lisboa: Estampa. 1998.
- Poirier, J. *História dos costumes – o homem e o objeto*. Vol.3. Lisboa: Estampa. 1998.

- Pollini, D. *Breve história da moda – o mundo fashion através da história*. São Paulo: Claridade. 2007.
- Prestes, E. *Casa & Cia – arquitetura + moda*. Porto Alegre: RBS Publicações. 2007.
- Priore, M. D. *Corpo a corpo com a mulher – pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Senac. 2001.
- Rainho, M. C. T. *A cidade e a moda – novas pretensões, novas distinções, Rio de Janeiro, século XIX*. Vol.1. Brasília: Universidade de Brasília. 2002.
- Rodrigues, I.; Acioli, P. *30 estilistas – à moda do Rio*. Rio de Janeiro: Senac/RJ. 2002.
- Rodrigues, E. C. *Controle de qualidade em química têxtil – métodos práticos*. Rio de Janeiro: Senai/ Cetiqt. 1997.
- Rowan, R. *O grande livro da cannabis – guia completo de seu uso industrial, medicinal e ambiental*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1999.
- Sapatos: crônicas de uma sedução 1900-2008*. São Paulo: Edição comemorativa 40 anos Francal. 2008.
- Schmid, E.; Feghall, M. *O ciclo da moda*. São Paulo: Senac/SP. 2008.
- Simões, R. S. (Org.). *Equipamentos, usos e costumes da casa brasileira - Costumes*. São Paulo: Edusp; Museu da Casa Brasileira. 2001. (Fichário Ernani Silva Bruno, Vol.3).
- Schmid, E. *Marketing de varejo de moda: uma ênfase em médias empresas*. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2004.
- Shari, B.; Ferriss, S. (Org.). *Por dentro da moda*. Rio de Janeiro: Rocco, Artemídia. 2001.
- Soares, C. (Org.). *Corpo e história*. Campinas: Autores Associados. 2001.
- Teele, V. *Fetichismo – moda, sexo & poder*. Rio de Janeiro: Rocco. 1997.
- Veiga, P. *Moda em jornal*. Rio de Janeiro: Senac/RJ. 2004.
- Veillon, D. *Moda & guerra*. Rio de Janeiro: J. Zahar. 2004.
- Villaça, N. *A edição do corpo – tecnologia, artes e moda*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2007.
- Ximenes, M. A. *Na reinvenção do corpo feminino do século XIX*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2009.
- Wolfenson, B.; Borges, P. *Moda no Brasil por brasileiros*. São Paulo: Cosac & Naif. 2002.

*Dorotéia Baduy Pires é designer, docente e chefe do Departamento de Design da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Avaliadora do MEC, desde 2000. Coordenadora do Projeto Milano, Itália e França, desde 2000. Organizadora da obra Design de moda: olhares diversos, Estação das Letras e Cores, 2008. Coordenadora do Fórum das Escolas de Moda do Colóquio de Moda. Email: doroteia@sercomtel.com.br*

NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. O banco de dados é periodicamente atualizado e está disponível em [www.designbrasil.org.br](http://www.designbrasil.org.br).
2. Inicialmente, com a compilação de 400 títulos em *Fashion Theory: a Revista da Moda, Corpo e Cultura*. São Paulo: Anhembi Morumbi, Edição Brasileira, Vol.3, n. 1, mar/2004.
3. Ministério da Educação, Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior, Resolução n. 5, de 8 de março de 2004.
4. Pires, D. B. ; Souza, P. M. ; Montemezo, M. C. S. ; Martins, S. B. . 46 *livros de moda que você não pode deixar de ler*. Memória Visual, Vol. 1, 167 p. 2007.
5. Tais dissertações foram produzidas no mestrado em moda cultura e arte, primeiro curso *stricto sensu* que contempla a palavra moda em sua denominação.
6. O Programa de Comutação Bibliográfica permite obtenção de cópias de documentos técnico-científicos disponíveis nos acervos das principais bibliotecas brasileiras e em serviços de informação internacionais. Entre documentos acessíveis, estão periódicos, teses, anais de congressos, relatórios técnicos e partes de documentos. <http://www.ibict.br/secao.php?cat=comut>
7. Pires, Dorotéia Baduy (Org.) *Design de moda - olhares diversos*. Estação das Letras e Cores. 2008.

## CINEMA

## Final da Belle Époque marca novo rumo no mundo da moda

Cinema e moda andam juntos desde que as estrelas de Hollywood nasceram. Ambos são reflexo – ou vitrine – de sua época e trazem à tona elementos estéticos que influenciam e são influenciados pela sociedade. Dois filmes recentes trazem novas perspectivas sobre a revolução na história da moda, centrando os olhares sobre a Belle Époque, período que vai do final do século XIX até o início da Primeira Guerra Mundial. Gabrielle Bonheur “Coco” Chanel, ícone da moda feminina, em filme dirigido por Anne Fontaine (*Coco avant Chanel*, França, 2009) e *Chéri*, estrelado por Michelle Pfeiffer e dirigido por Stephen Frears (2009). A biografia de uma dos maiores estilistas de todos os tempos evidencia a simbiose entre a arte das imagens e a arte dos corpos em movimento. O filme mostra tanto a figura pública de Coco Chanel, dona de uma das mais influentes *maisons* francesas de todos os tempos, quanto a vida pessoal da mulher que se tornaria sinônimo de moda feminina moderna. Chanel libertou o corpo feminino das saias rodadas e roupas bufantes – iniciado por Paul Poiret, que decretou o fim do espartilho – e ainda libertou a alma feminina ao lhe proporcionar, através de suas criações, o movimento e a seriedade que antes era direito somente dos homens. “Chanel não via o corpo

apenas como base para adereço, mas como movimento. E suas roupas favorecem o movimento da mulher”, explica Jô Souza, pesquisadora e professora de moda da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). “Nesse ponto Chanel foi libertadora: ela deu à mulher não só movimentos do corpo, mas também social, propôs uma igualdade entre homens e mulheres através do vestuário.”

No filme, o olhar crítico de Chanel é acompanhado pela câmera. Suas referências estavam lá, desfilando no dia a dia – os listrados azuis do uniforme dos marinheiros, os *tailleurs* ainda em forma de ternos exclusivos dos homens – prontos para serem remodelados e ganharem as ruas por meio das mulheres libertas de uma posição de submissão. Sua história é a história do final de uma época. Antes de Chanel as mulheres ainda estavam presas a uma concepção típica do final da Belle Époque, onde o corpo feminino era tratado como uma peça decorativa. E é exatamente o final desse período que é o foco de outra obra cinematográfica lançada no início deste ano no Brasil: *Chéri*. “As mulheres nessa época estavam ornamentadas, quase se confundiam com a arquitetura, os móveis, o jardim. É tudo pesado, há uma ornamentação excessiva, quase



Marlene Dietrich em *No highway in the sky* (1951), filme de Henry Koster.

rococó, nas estamparias”, observa Jô. Além disso, pontua a pesquisadora, as roupas femininas eram compostas de camadas, sobreposições infindáveis de peças, quase uma metáfora da estrutura social do final do século XIX. “Era um estilo pomposo e típico de uma sociedade elitizada. Se vestir no estilo Belle Époque também significava ter criados para ajudar, a amarrar o corselette – peça que afinava a cintura e a silhueta feminina – o que ficou mais difícil após a Primeira

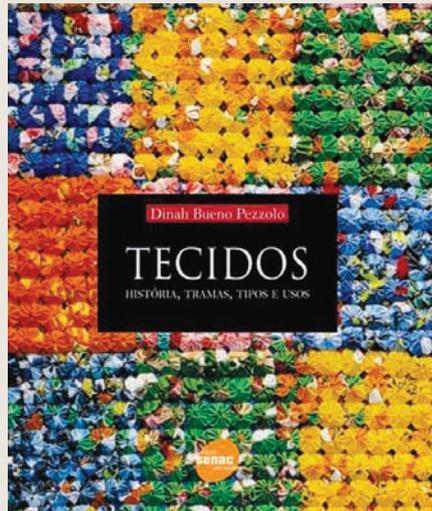
Grande Guerra”, explica Dhora Costa, professora do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

Já Chanel vive o final da primeira Grande Guerra. Suas criações são econômicas, como a época que viveu. Os tecidos mais “pobres” são revalorizados, os cortes são simples e práticos. “É uma espécie de mistura entre chique e pobre, onde o material pode ser simples, mas a forma o valoriza. Chanel enfatizava isso: ela não fazia moda, fazia estilo”, enfatiza Jô.

Para vislumbrar a época contemporânea à Chanel, Jô faz paralelo com um clássico do cinema, dirigido por François Truffaut, *Jules et Jim* (França, 1962). “O filme de Truffaut se passa em dois tempos, antes e pós Primeira Guerra. E é nítida essa mudança da sociedade e das roupas nesse curto período de tempo. Chanel é parte dessa mudança também, e a traduz em formas.”

O visual que se vê após o ápice de Chanel (já sinônimo da *maison* e de um estilo) foi registrado no cinema também, especialmente nos clássicos do período de “star system” hollywoodiano. Marlene Dietrich, por exemplo, abusava da androgenia proporcionada pelas roupas da era “pós” Chanel. “Dietrich foi o ícone do *la garçon*, um estilo de se vestir um tanto masculinizado. Ela também popularizou algo que Chanel introduziu e que não existia até então: o uso de calças compridas pelas mulheres no dia a dia”, observa Dhora. O legado de Chanel, aliás, foi tão absorvido pelo cotidiano que, não coincidentemente, ainda é sinônimo de elegância clássica e moderna.

*Enio Rodrigo Barbosa*



## RESENHA

### A história e a trama dos tecidos

O campo da tecnologia têxtil vem se ampliando e abrangendo áreas diversas que, no século XIX, jamais seriam chamadas a trabalharem juntas para a produção de tecidos. Mas, para que isto se tornasse possível no mundo moderno, foi necessário que diversos acontecimentos inesperados formassem a teia dessa história. Sem diretamente abordar a questão sob a ótica da “tecnologia têxtil”, devemos reconhecer que esta se insere num universo ainda maior: o dos produtos têxteis. A publicação do livro *Tecidos: história, tramas, tipos e usos*, de Dinah Bueno Pezzolo, lançado há dois anos, ajuda a apresentar a um público variado, e não somente especializado e técnico, importantes questões ligadas à produção dos tecidos e de produtos têxteis diversos. Através

de seus capítulos podemos acompanhar o desenvolvimento dessa história dos tecidos e do uso de fibras naturais e químicas, inseridos no processo de formação de um sistema chamado moda. O livro está dividido em 15 capítulos, acompanhando desde origem e evolução dos tecidos, com suas variedades de algodão, lã, linho, seda e fibras artificiais. Dedicar-se, ainda, ao desenvolvimento da tecelagem e beneficiamento têxtil, como tinturaria e estamparia, além de contar com glossário e bibliografia sobre o tema.

Nas suas origens, a autora nos mostra como o processo variou de um continente ao outro, de uma cultura à outra e envolveu áreas como ciências, mecânica e arte. Da possibilidade de cultivo das fibras à formação das indústrias têxteis, os tecidos marcam presença e se colocam como meio intermediador da aproximação, comércio e troca entre diversos povos. Através do estudo realizado sobre as fibras de algodão, linho, lã e seda seguimos a história de seu cultivo, produção e industrialização desde a Antiguidade, incluindo a análise de particularidades culturais de produção geograficamente diversa, climas, mercado, produtos específicos (como as chitas), estamparia e comércio, com informações detalhadas, ainda, sobre o processo brasileiro. Os tecidos são analisados em dois momentos históricos e de produção diversos: antigos e tradicionais, modernos e

inovadores. Neste sentido, parte do livro, como vimos, trata do processo de produção tradicional dos tecidos, mas uma outra parte nos apresenta o universo moderno: dos tecidos diferenciados seja pelo desenvolvimento de fibras artificiais e sintéticas, seja pelo modo de entrelaçamento dos fios, seja pelas técnicas têxteis específicas ou por beneficiamentos diferenciados. Assim, a autora nos apresenta “outros tecidos: feltro, malha, renda, veludo e denim”, descrevendo suas histórias, diferenciações e modos de produção.

Em um dos capítulos, Dinah se dedica ao tema dos tecidos africanos, que criaram um padrão particular de estamparia e tintura, onde cultura e influências regionais podem ser reconhecidas em qualquer parte do mundo. Descreve as influências estrangeiras recebidas pelos povos africanos, os materiais utilizados, a tecelagem, a tintura, os processos manuais de estamparia e os tecidos industrializados.

Na apresentação de processos modernos de produção têxtil, a autora desenvolve o tema dos “novos tecidos”, ou seja, tecidos inteligentes que são produzidos para satisfazer exigência que vão além das convencionalmente tratadas até então, apresentando características que devem acompanhar a evolução das necessidades de uma nova sociedade. Na decoração e na

arte, os tecidos são vinculados à história artística do mobiliário, onde se destacam, entre outros, produtos têxteis como tapetes e gobelins, manufaturas diversificadas e produzidas por culturas orientais e ocidentais. A autora apresenta, ainda, a trajetória das indústrias têxteis brasileiras e a criação de importantes polos de produção e distribuição no país. Ao final, Dinah Pezzolo organizou um glossário com os principais termos técnicos da área, informação de grande valia para a correta determinação de procedimentos e técnicas que muitas vezes são chamadas por nomes diversos. A bibliografia é de grande utilidade, visto que, além de apresentar nomes de exemplares de conhecimento técnico, coloca à disposição do leitor sites e uma listagem dos museus franceses onde podem ser desenvolvidas diversas pesquisas sobre os tecidos.

*Soraya Coppola*

*Soraya Coppola é doutoranda em história da arte na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e professora da Escola de Belas Artes/UFMG e do curso de design gráfico e design de interiores da Unatec/BH.*

#### SERVIÇO

*Tecidos: história, tramas, tipos e usos*

**Autora:** Dinah Bueno Pezzolo

**Editora:** Senac

**Número de páginas:** 324

#### EVENTOS

## Complexidade e transdisciplinaridade

Dia 30 de abril é o prazo final para pesquisadores de moda submeterem trabalhos para o Colóquio de Moda 2010. O evento é um dos mais importantes na área no Brasil, e se propõe a fazer um intercâmbio entre profissionais, estudantes e pesquisadores vindos do design, artes plásticas, arquitetura, história, antropologia, e outras áreas, são esperados, para debater, de modo transdisciplinar um tema com a complexidade que lhe é natural. O colóquio será realizado de 12 a 16 de setembro na Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo. Mais informações no site [www.coloquiodemoda.com.br](http://www.coloquiodemoda.com.br).

**PONTO ENÓ** Com um viés mais técnico e voltado para aqueles que estão vivendo o dia a dia dos negócios da moda, o evento Senac Moda Informação será realizado no dia 25 de maio, no Memorial da América Latina, em São Paulo. O evento, realizado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo (Senac/SP) foca, pontualmente, os temas e produtos para o verão 2011. “O objetivo é transmitir ao público o resultado de pesquisas realizadas pelos consultores do Senac nas cidades consideradas capitais mundiais da moda, como Nova York, Milão, Paris, Barcelona e Londres”, afirmam os organizadores. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 2185-9800 ou pelo email: [lapafaustolo@sp.senac.br](mailto:lapafaustolo@sp.senac.br)

Este levantamento usou palavras-chaves ligadas ao universo da moda. Grupos de pesquisa mais abrangentes que não tenham a moda como foco de estudo não estão presentes.

**NOME DO GRUPO**

ARTE, DESIGN, MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

JOSE JORGE BOUERI FILHO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Antropometria aplicada ao vestuário;  
Arte e design de moda e têxtil.

**INSTITUIÇÃO**

USP

**ENDEREÇO**

Rua Francisco Leitão, 479. apt 42  
Pinheiros CEP: 05414-025  
São Paulo – SP – Tel: (11) 8279-9728

**NOME DO GRUPO**

ARTE, DESIGN, MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

LUCIANO MIGLIACCIO

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

Arte, design e moda

**INSTITUIÇÃO**

Unicamp

**ENDEREÇO**

Rua Claudio Abramo s/n sala 31 B  
Barão Geraldo CEP: 13081-970  
Campinas – SP – Tel: (19) 2121-1792

**NOME DO GRUPO**

ARTE, CORPO E INDUMENTÁRIA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

ERNESTO GIOVANNI BOCCARA;  
ANAMÉLIA BUENO BUORO

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

Estudo da moda como sistema de imagens; Processos criativos na arte e moda; Projeto figurino: Ballet Triádico de Oskar Schlemmer na Bauhaus (1919–19330).

**INSTITUIÇÃO**

Centro Universitário Senac/SP

**ENDEREÇO**

Av. Engenheiro Eusébio Stevaux, 823  
CEP: 04696-000 São Paulo – SP  
Tel: (11) 5682-7519  
Home page: <http://www.sp.senac.br>

**NOME DO GRUPO**

ARTE E DESIGN

**LÍDER (ES) DO GRUPO**

REINILDA DE FÁTIMA MINUZZI

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

Arte, design e tecnologia: processos criativos e projetuais; Arte e tecnologia; Design para superfície cerâmica, têxtil e papel

**INSTITUIÇÃO**

UFMS

**ENDEREÇO**

Campus universitário – Avenida Roraima, prédio 40, Sala 1331 Camobi Santa Maria – RS – CEP: 97105-900  
Tel: (55) 3220-9484

**NOME DO GRUPO**

DESIGN: CRIAÇÃO E NOVAS MÍDIAS

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MÔNICA MOURA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Design: hipermídia e novas tecnologias

**INSTITUIÇÃO**

UAM

**ENDEREÇO**

Av. Roque Petroni Jr., 630 – Centro de Pesquisa em Design Morumbi  
CEP: 04707-000 – São Paulo  
Tel: (11) 5095-5634 – Home page: [www.anhembibr/mestradodesign](http://www.anhembibr/mestradodesign)

**NOME DO GRUPO**

ARTES DECORATIVAS, DESIGN E ARQUITETURA NO UNIVERSO DAS ARTES VISUAIS

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA HERMINIA OLIVERA HERNANDEZ; EUGÊNIO DE ÁVILA LINS

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

A formação do artista/designer na Bahia; História das artes decorativas – design de interiores do Nordeste brasileiro; e do design e da moda na Paraíba

**INSTITUIÇÃO**

UFBA

**ENDEREÇO**

Rua Araujo Pinho, 212 – Canela  
CEP: 40110-150 Salvador – BA  
Tel: (71) 3283-7923

**NOME DO GRUPO**

DESIGN, SUSTENTABILIDADE E  
TECNOLOGIA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

ANA MERY SEHBE DE CARLI

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Imaginário, cultura e memória; Moda  
sustentabilidade e tecnologia;  
Tecnociência, inovação e design.

**INSTITUIÇÃO**

UCS

**ENDEREÇO**

RS 122, Km 69, s/n. Forqueta  
CEP: 95010-550 – Caxias do Sul – RS  
Tel: (54) 3289-9000

**NOME DO GRUPO**

DESIGN, MODA E TECNOLOGIA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

EDUARDO JOSÉ PITELLI

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Costurabilidade: estudo sobre a  
resistência de pontos das máquinas de  
costura, ponto fixo x ponto corrente;  
Moda e informação.

**INSTITUIÇÃO**

UTFPR

**ENDEREÇO**

Rua Marcílio Dias 635  
CEP: 86812-460 – Apucarana – PR  
Tel: (43) 3425-6460

**NOME DO GRUPO**

LABORATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO  
EM DESIGN

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

ANA CLAUDIA MAYNARDES

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Design de acessórios para moda;  
Design de móveis

**INSTITUIÇÃO**

UNB

**ENDEREÇO**

Campus Darcy Ribeiro – Multiusos 1  
Asa Norte – CEP: 70910-900  
Brasília – DF  
Tel: (61) 3307-2573

**NOME DO GRUPO**

DESIGN DE MODA & TECNOLOGIA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

SANDRA REGINA RECH;  
ICLÉIA SILVEIRA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Gestão do design de moda

**INSTITUIÇÃO**

(Udesc)

**ENDEREÇO**

Av. Madre Benvenuta, 1907  
Centro de Artes – sala 24 Itacorubi  
CEP: 88035-001 – Florianópolis – SC  
Tel: (48) 3321-8343

**NOME DO GRUPO**

DESIGN: INTER-RELAÇÕES  
NA CONTEMPORANEIDADE

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

JOFRE SILVA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Design, arte e moda: interrelações

**INSTITUIÇÃO**

UAM

**ENDEREÇO**

Av. Roque Petroni Jr., 630 – Centro  
de Pesquisa em Design Morumbi  
CEP: 04707-000 – São Paulo  
Tel: (11) 5094-1819 – Home Page:  
<http://www.anbembri.br/mestradodesign>

**NOME DO GRUPO**

EDUCANDO COM ESTILO

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

HEIDEROSE HERPICH PICCOLI; PAULO  
RODRIGO DIDONI DEMITTO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS HUMANAS; EDUCAÇÃO

**LINHAS DE PESQUISA**

Formação de educadores; Identidade  
e história da moda catarinense;  
Moda e desenvolvimento de produtos;  
Processos de transformação têxtil –  
corantes naturais.

**INSTITUIÇÃO**

IFSC

**ENDEREÇO**

Av. Getúlio Vargas, 830  
Centro – CEP: 89251-000  
Jaraguá do Sul – SC  
Tel: (47) 3275-0911

**NOME DO GRUPO**

ESTUDOS EM DESIGN  
DE GEMAS E JÓIAS

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA BERNADETE SANTOS TEIXEIRA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Concepção e desenvolvimento  
de produto; Design de lapidação;  
Design e inovação em ligas de ouro;  
Tecnologia de prototipagem

**INSTITUIÇÃO**

UEMG

**ENDEREÇO**

Av. Antônio Carlos, nºs 7535, 7545 e  
7575 Pampulha Belo Horizonte – MG  
CEP: 31270-010

Home page: [www.uemg.br](http://www.uemg.br)

**NOME DO GRUPO**

ESTUDOS INTERDISCIPLINARES  
EM MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

CELSO TETSURO SUONO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Ciências exatas e humanas  
aplicadas à moda

**INSTITUIÇÃO**

UTFPR

**ENDEREÇO**

Universidade Tecnológica Federal  
do Paraná – Rua Marçílio Dias 635  
Jardim Paraíso – CEP: 86812-460  
Apucarana – PR – Tel: (43) 3425-6460

**NOME DO GRUPO**

GRUPO DE PESQUISA SOBRE MODA  
E PEDAGOGIA DA MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA DO CÉU DIEL DE OLIVEIRA

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES; ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

Pedagogia da moda; ensino de moda;  
moda e comportamento

**INSTITUIÇÃO**

UFMG

**ENDEREÇO**

Av. Antonio Carlos, 6627– Escola  
de Belas Artes e Desenho Pampulha  
CEP: 31270-901 – Belo Horizonte –  
MG – Tel: (31) 3409-5276

**NOME DO GRUPO**

HISTÓRIA, TEORIA E CRÍTICA  
DA ARTE E DA IMAGEM

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA ELIZIA BORGES;  
ROSANA HORIO MONTEIRO

**ÁREA PREDOMINANTE**

LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES

**LINHAS DE PESQUISA**

História, teoria e crítica  
da arte e da imagem

**INSTITUIÇÃO**

UFG

**ENDEREÇO**

Faculdade de Artes Visuais Campus  
II–Setor Samambaia CEP: 74001-970  
Goiânia – GO – Tel: (62) 3521-1440

Home Page:

[www.fav.ufg.br/culturavisual](http://www.fav.ufg.br/culturavisual)

**NOME DO GRUPO**

MUSEU VIRTUAL DA MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

KATHIA CASTILHO CUNHA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
MUSEOLOGIA

**LINHAS DE PESQUISA**

Museologia virtual aplicada  
aos estudos da moda; Tratamento  
museológico do acervo da Biblioteca  
'Dener Pamplona de Abreu'

**INSTITUIÇÃO**

UAM

**ENDEREÇO**

Rua Casa do Ator, 294 – 7º andar –  
Unidade 5 Vila Olímpia  
CEP: 04546-001 São Paulo – SP  
Tel: (11) 3847-3052  
Fax: (11) 3847-3106

**NOME DO GRUPO**

ETHOS – COMUNICAÇÃO,  
COMPORTAMENTO E ESTRATÉGIAS  
CORPORAIS

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

NIZIA MARIA SOUZA VILLACA;  
KATHIA CASTILHO CUNHA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
COMUNICAÇÃO

**LINHAS DE PESQUISA**

A estética da moda e o imaginário  
das tribos; A produção do corpo nas  
mídias: texto e imagem; Comunicação  
e o corpo como suporte da arte e  
novas tecnologias; Discurso corporal e  
suas estratégias: gênero, etnia e faixa  
etária

**INSTITUIÇÃO**

UFRJ

**ENDEREÇO**

Av. Pasteur, 250 – Fundos  
CEP: 22295-900 Rio de Janeiro – RJ  
Tel: (21) 2295-9499

**NOME DO GRUPO**

MODA, COMUNICAÇÃO E CULTURA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

SOLANGE WAJNMAN

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
COMUNICAÇÃO

**LINHAS DE PESQUISA**

Moda como campo de saber;  
Moda, comunicação e cultura

**INSTITUIÇÃO**

Unip

**ENDEREÇO**

Rua Dr. Bacelar, 1212 – 4º andar  
Jardim Mirandópolis  
CEP: 04026-002 São Paulo – SP  
Tel: (11) 5586-4120

**NOME DO GRUPO**

SOCIEDADE, IMAGEM E MODA

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

EMANUELLE KELLY RIBEIRO DA SILVA

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
DESENHO INDUSTRIAL

**LINHAS DE PESQUISA**

Teoria social da moda e história

**INSTITUIÇÃO**

UFPI

**ENDEREÇO**

Av. Petrônio Portella s/n – Ininga  
Teresina – PI CEP: 64049-550  
Tel: (86) 3215-5572

**NOME DO GRUPO**

PLURAL – MODA E VESTUÁRIO

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA ALICE VASCONCELOS ROCHA;  
EDILENE SOUZA PINTO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
ECONOMIA DOMÉSTICA

**LINHAS DE PESQUISA**

Arranjos produtivos locais;  
Design de moda e estilo; Produção  
artesanal e industrial do vestuário;  
Tendências de moda e mercado;  
Vestuário, ergonomia e consumo

**INSTITUIÇÃO**

UFRPE

**ENDEREÇO**

Rua Dom Manoel de Medeiros s/n  
Dois Irmãos– CEP: 52171-900  
Recife – PE  
Tel: (81) 33206541

**NOME DO GRUPO**

MODA E SOCIEDADE

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARA RÚBIA SANT'ANNA;  
JOSÉ ALFREDO BEIRÃO FILHO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS HUMANAS; HISTÓRIA

**LINHAS DE PESQUISA**

Ensino, tecnologia e sociedade  
em moda e design;  
História da moda e da visualidade

**INSTITUIÇÃO**

UDESC

**ENDEREÇO**

Universidade do Estado de Santa  
Catarina – Rua Madre Benvenuta,  
Centro de Artes Itacorubi  
CEP: 88035-110 Florianópolis – SC  
Tel: (48) 3321-8342  
Fax: (48) 3321-8300  
Home page: [www.udesc.br](http://www.udesc.br)

**NOME DO GRUPO**

VESTUÁRIO NO CONTEXTO  
SOCIOECONÔMICO E CULTURAL

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

TEREZA ANGELICA BARTOLOMEU;  
MÁRCIA BARROSO FONTES

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS;  
ECONOMIA DOMÉSTICA

**LINHAS DE PESQUISA**

Artesanato têxtil; Cultura material  
têxtil: objetividade e simbolismo;  
Higienização e conservação de  
materiais têxteis; Moda e  
consumo na contemporaneidade;  
Vestuário e sociabilidade

**INSTITUIÇÃO**

UFV

**ENDEREÇO**

Departamento de Economia  
Doméstica Centro Viçosa – MG  
CEP: 36571-000  
Tel: (31) 3899-2425

**NOME DO GRUPO**

MODA, CORPO, ARTE E SOCIEDADE

**LÍDER(ES) DO GRUPO**

MARIA LUCIA BUENO RAMOS; LUIZ  
OCTÁVIO DE LIMA CAMARGO

**ÁREA PREDOMINANTE**

CIÊNCIAS HUMANAS; HISTÓRIA

**LINHAS DE PESQUISA**

Consumo e sociedade; História e  
cultura; Moda e arte

**INSTITUIÇÃO**

Senac/SP

**ENDEREÇO**

Av. Engenheiro Eusébio Stevaux, 823  
Jurubatuba – CEP: 0469-000  
São Paulo – SP  
Tel: (11) 5682-7524  
Fax: (11) 5682-7519

# Artigos



# Ensaaios

---

---

## CELEBRIDADE PARA TODOS: UM ANTÍDOTO CONTRA A SOLIDÃO?

*Paula Sibilía*

O que significa ter uma experiência? Em 1933, o filósofo Walter Benjamin escreveu um lúcido e contundente ensaio, no qual constatava algo terrível: após as vertigens que tomaram conta das paisagens urbanas e rurais no século XIX, na correnteza da modernização do mundo, nossa capacidade de vivenciar experiências teria se empobrecido. A voracidade industrialista teria atropelado as condições que permitiram aos narradores pré-modernos colocar em circulação os relatos da tradição coletiva. Portanto, traduzir o real em narrativas teria se tornado inviável num universo arrasado pelo frenesi das novidades, com uma aluvião de dados que em sua rapidez incessante não se deixam digerir pela memória nem se recriar pela lembrança. Toda essa agitação teria gerado uma perda das possibilidades de refletir sobre o mundo, bem como um inevitável distanciamento com relação às próprias vivências e uma impossibilidade de transformá-las em experiência.

E agora, o que acontece? Na primeira década do século XXI, nossa vida cotidiana se encontra ainda mais atizada pela lógica veloz da informação, aquele turbilhão denunciado pelo filósofo alemão como o responsável pela morte do narrador e, junto com ele, a agonia da experiência. Quase oitenta anos depois dessa trágica constatação, porém, a palavra “experiência” aparece por toda parte. O termo foi apropriado pelo mercado, pela publicidade e pelo marketing, que expelem convites sedutores para que o prezado consumidor sucumba à tentação de comprar tal experiência única ou aquela outra ainda mais extraordinária. Na internet, por exemplo, a empresa Methodlraz oferece a possibilidade de

contratar um paparazzi para uso pessoal. Além de acariciar a impagável sensação de ser famoso – porque o cliente não sabe exatamente quando será fotografado nem conhece o profissional em questão –, o serviço permite que, depois, o sujeito se veja a si próprio nas fotos como os demais o enxergam em sua vida cotidiana. E como o público o admiraria na mídia, caso ele fosse digno de tais esplendores.

**SER VISTO PARA CONFIRMAR QUE EXISTO** “Sem poses nem artifícios”, explicam os paparazzi de aluguel, “a câmera captura a beleza natural de cada pessoa”. A julgar pelos depoimentos dos usuários e pelas citações da sua repercussão midiática, o produto à venda parece fazer certo sucesso. Até que nem surpreende tanto assim, pois ser famoso tem se tornado uma das metas mais ambicionadas por boa parte da população global. E o que essa empresa vende é mais ou menos isso, ou pelo menos ela oferece a possibilidade de se ter a “experiência” de algo assim. A ideia é que o cliente possa se sentir uma estrela por meio dessa singela artimanha, mesmo que mais não seja durante um único e grandioso dia. Por que não se permitir, então, brincar de ser uma dessas figuras fascinantes que irradiam seu encanto nas revistas de celebridades? Aquelas que não só enfeitam os espectadores nas telas do cinema e da televisão, mas também costumam aparecer nos programas e nas publicações de fofocas, seja fazendo compras por trás de um enorme par de óculos escuros ou andando pela rua sem maquiagem nem vestes dignas do tapete vermelho. Ou, quem sabe, um dia de mais sorte, arrumando algum escândalo na saída de uma boate ou numa praia longínqua com escassas roupas e companhias inesperadas.

Agora existe a democrática possibilidade de adquirir tamanha experiência. Portanto, aqueles desventurados que não costumam despertar o menor interesse desse tipo de fotógrafo e, portanto, suas rotinas diárias raramente

são documentadas com lentes de aumento e seus rostos jamais aparecem retratados nas telas globais, já têm solução para essa injustiça. Basta dar um clique com o mouse e pronto: compra-se um paparazzo sob medida. Embora depois os meios de comunicação não estejam dispostos a pagar fortunas pela exclusividade de mostrar essas imagens que imortalizaram um passeio pelo supermercado ou que captaram os gestos do cidadão tomando um cafezinho, agora há uma solução para o drama dos sem-fama. A internet oferece um outdoor com espaço para todos: nessas vitrines mais populares, qualquer um pode ser visto como tem direito. As opções são inúmeras e não cessam de se multiplicar: blogs, fotologs, Orkut, Facebook, MySpace, Twitter, Youtube e um longo etcétera. Graças à rede mundial de computadores, enfim, parece que o acesso à fama tem se democratizado.

Custa pensar que há pouco mais de uma década quase ninguém sabia o que era a internet, e os paparazzi não tinham tanto trabalho como hoje em dia. Entretanto, cabe lembrar que essa curiosa espécie de aves vorazes nasceu já faz meio século, e com muito glamour: o encarregado de batizá-las foi um personagem de *La dolce vita*. Paparazzo era o fotógrafo que acompanhava o jornalista de futilidades encarnado por Marcello Mastroianni nesse filme de 1960, numa comparação em língua italiana entre o clássico tumulto de empurrões e flashes, por um lado, e, por outro, a algazarra dos pássaros famintos diante de uma possível presa. Sem a elegância concedida pelo tom sépia e os sóbrios ternos daqueles tempos, hoje os paparazzi se reproduzem como moscas dispostas a capturar – e a vender, é claro – qualquer fragmento de vida mais ou menos celebrizável em technicolor.

Além disso, à medida que as câmeras digitais se incrustam até nos telefones celulares e se tornam um acessório imprescindível no equipamento básico, todos temos nos convertido em versões caseiras daquele ilustre ancestral felliniano: sempre prontos para disparar o gatilho sobre qualquer famoso que tenha o azar de atravessar nosso caminho. E, quem sabe, talvez também sonhando com a glória de algum dia poder estar do outro lado: ali, na cobiçada mira dos cliques e holofotes. Em que pese a novidade do fenômeno, algo de tudo isso já devia estar flutuando no ar um par de décadas atrás. É o que sugere, pelo menos, um dos contos da *Trilogia de Nova York*, o livro de Paul Auster publicado nos anos 1980, cujo protagonista contratava um detetive para que seguisse seus próprios

passos e o observasse a partir de um apartamento vizinho. “Ele sabe que você o observa, ou não sabe?”, perguntava em certo momento um dos personagens. “É claro que ele sabe”, respondia o outro. “Ele tem que saber, pois do contrário nada teria sentido. Porque ele precisa de mim”. Essa inquietante conclusão talvez possa lançar alguma luz sobre os peculiares costumes que hoje fermentam por toda parte: “precisa que meus olhos o observem, precisa de mim para comprovar que continua vivo”.

**A INTIMIDADE COMO VITRINE** Faz pouco mais de dez anos, as maravilhas interativas da rede começavam a ganhar adeptos em todo o mundo, e os detetives já tinham se transformado num recurso claramente obsoleto. Outras tecnologias apareceram com o fim de obter idêntico propósito: ser observado para confirmar que se está vivo. Isso parece constatar, ao menos, um caso que passou à história: Jenni-Cam, o site montado em 1997 por uma garota de vinte anos de idade. A jovem causou certo impacto quando decidiu instalar várias câmeras de vídeo nos diversos ambientes de sua casa, apontando para todos os cantos, a fim de que suas lentes transmitissem pela internet tudo o que acontecia entre as paredes do seu lar.

Qualquer um podia espionar seu quarto, sua cozinha, sua sala e inclusive seu banheiro, em qualquer momento do dia ou da noite sem sequer ser percebido. Ao contrário, aliás: a moça sorria e jurava que todos os olhos do mundo eram muito bem-vindos. As câmeras passaram vários anos conectadas, e a vida nesse doce lar parecia transcorrer como se as lentes não existissem. “Simplesmente, gosto de me sentir observada”, explicava essa pioneira, quando a decisão de exibir a própria intimidade ainda era uma extravagância que requeria explicações. Agora são milhões os sites desse tipo que proliferam na Web.

Não parece haver aqui nenhum temor à tão falada “invasão da privacidade”, porém algo quase oposto. Tudo aquilo que antes concernia à pudica intimidade pessoal tem se “evadido” do antigo espaço privado, transbordando seus limites, para invadir aquela esfera que antes se considerava pública. O que se busca nessa exposição voluntária que anseia alcançar as telas globais é se mostrar, justamente: constituir-se como um personagem visível. Por sua vez, essa nova legião de exibicionistas satisfaz outra vontade geral do público contemporâneo: o desejo de espionar e consumir vidas alheias.

Por todos esses motivos, os muros que costumavam proteger a privacidade individual estão se esburacando. Sua capacidade de ocultar a intimidade aos intrometidos olhos alheios já não parece tão valiosa. Agora essas paredes se deixam infiltrar por olhares tecnicamente mediados – ou *mediatizados* – que flexibilizam e alargam os limites do que se pode dizer e mostrar. Das webcams até os paparazzi, dos blogs e fotologs até YouTube e MySpace, das câmeras de vigilância até os reality-shows e talk-shows, a velha intimidade transformou-se em outra coisa. E agora está à vista de todos. Ou, pelo menos, é isso o que conseguem aqueles afortunados: os famosos.

Embora não deixe de ser verdade que agora “qualquer um” pode ser famoso, levando em conta o fluxo incessante de celebridades que nascem e morrem sem nada ter feito de extraordinário, mas apenas por ter conquistado alguma vitrine mais ou menos abrangente. Porque cabe às telas, ou à mera visibilidade, essa capacidade de conceder um brilho extraordinário à banalidade exposta no rutilante espaço midiático. São as lentes da câmera e os holofotes que criam e dão consistência ao *real*, por mais anódino que seja o referente para o qual os flashes apontam. A parafernália técnica da visibilidade é capaz de conceder sua aura a qualquer coisa (ou a qualquer um) e, nesse gesto, de algum modo o *realizam*: dão-lhe existência, confirmam que está vivo.

Talvez seja por isso que as palavras “famoso” e “famosa”, que costumavam ser adjetivos qualificativos – e, portanto, deviam acompanhar um digno substantivo que os justificasse: um artista famoso, uma atriz famosa, um famoso político etc –, hoje têm se tornado substantivos auto-justificáveis: um famoso, uma famosa, um grupo de famosos. Na nossa “sociedade do espetáculo”, a celebridade se auto-legitima. Por que os famosos são famosos? A única resposta possível, para boa parte dos casos, é que os famosos são famosos porque são famosos.

Além disso, aquelas silhuetas fulgurantes que conseguiram passar do outro lado do vidro costumam ser exaltadas em seus papéis de “qualquer um”. Afinal, essa é a principal missão dos paparazzi: graças a seu trabalho, famosos das linhagens mais diversas são ovacionados por serem “comuns”. Para consegui-lo, no entanto, devem aprimorar sua intimidade a fim de exibi-la sob a luz da visibilidade mais resplandecente. Assim se projetam, por toda parte, esses fragmentos de vidas supostamente privadas que, mesmo sendo triviais – ou talvez precisamente por causa disso? –, parecem fascinantes diante da avidez dos olhares alheios.

Não deveria surpreender, portanto, que todos hoje se vejam impelidos a se estetizarem constantemente, como se estivessem na mira dos paparazzi. Para que a vida ganhe consistência e inclusive existência, é preciso estilizá-la como se pertencesse ao protagonista de um filme. Por isso, para nos auto-construirmos seguindo esses modelos e polir a própria imagem, uma infinidade de ferramentas estão disponíveis no mercado. A meta consiste em enfeitar e recriar o *eu* como se fosse um personagem audiovisual. E visto que investimos tanto esforço, tempo e dinheiro nessa tarefa, não seria uma pena prescindir de um bom paparazzo capaz de documentar os resultados?

Embora talvez coubesse perguntar, também, com tom um tanto azedo: e tudo isso para quê? Para ser famosos, claro. Uma resposta límpida e irreprochável. Aqueles “quinze minutos de fama” previstos por Andy Warhol nos longínquos anos 1960, como um direito de qualquer mortal na era midiática, exprimiam uma intuição visionária, mas ainda imersa num ambiente dominado pela televisão e pelos demais meios de comunicação unidirecionais. Algo semelhante pode ser dito com relação à universalização do “direito de ser filmado” que Walter Benjamin intuía várias décadas antes, ao tentar compreender a imensa novidade do fenômeno cinematográfico.

Cabe concluir, então, que as redes informáticas e os meios interativos talvez estejam cumprindo essa promessa que nem a televisão nem o cinema conseguiram satisfazer. E, talvez, consigam fazê-lo de uma maneira tão radical que aqueles pensadores do século XX jamais poderiam ter previsto. À consumação desses luminosos presságios nos convidam os paparazzi de aluguel, por exemplo. Ou inclusive o YouTube, de forma mais prosaica embora talvez mais eficaz, quando incita a se mostrar diante de um público maciço com seu slogan “Broadcast yourself!”. Um sedutor convite, ao qual cerca de cem milhões de pessoas respondem todos os dias.

**PERSONAGENS REAIS E PÂNICO DA SOLIDÃO** “Estamos enjoados de assistir aos atores interpretando emoções falsas”, afirmava o sinistro produtor de *O show de Truman*. Grande sucesso cinematográfico de 1998, o filme mostrava a vida de um sujeito adotado ao nascer por uma rede de televisão: dois atores foram contratados para interpretar os pais da criança, cuja vida se desenvolveria numa cidade cenográfica infestada de câmeras de televisão. O único

que ignorava tudo sobre essa encenação e transmissão em tempo real era, o personagem de Truman Burbank, que encantava os espectadores justamente por causa disso. Porque não interpretava as “emoções falsas” de um personagem fictício, mas simplesmente vivia e mostrava suas emoções *reais* de personagem *real*, como explicara seu produtor – uma artimanha cuja sedução Benjamin captara há várias décadas.

Mas muita coisa se passou nestes últimos doze anos. Cabe lembrar, por exemplo, que o *fictício* protagonista daquele filme afunda no desespero ao descobrir que sua vida inteira tinha sido um (mero?) espetáculo para olhares alheios. Já na realidade, há pouco tempo noticiou-se que mais de 26 mil pessoas teriam se inscrito para participar de um reality-show sem previsão de fim, atendendo a uma convocação da rede de TV alemã RTL. Uma espécie de *Truman Show* consentido, eterno e realmente *real*. Assim, foi anunciado que o resto da vida das dezesseis pessoas finalmente escolhidas iria transcorrer numa cidade cenográfica, com todas suas “experiências” constantemente registradas por dezenas de câmeras que as transmitiriam ao vivo pela televisão. A notícia pode até mesmo ser um boato ou um projeto finalmente abandonado, mas o importante aqui é que ela é verossímil e, portanto, pode ajudar a compreender o grande sucesso das novas mídias interativas no mundo contemporâneo: elas permitem dar vazão a essa insistente demanda atual. Permitem que “qualquer um” se torne um personagem atraente, alguém que cotidianamente faz da sua vida um espetáculo destinado a milhões de olhos curiosos de todo o planeta.

Mas o que caracteriza mesmo um personagem? Qual seria a diferença com relação a uma pessoa *real*? Essa diferença talvez resida na solidão. E, sobretudo, na capacidade de estarmos a sós – uma habilidade cada vez mais rara. Ao contrário do que ainda teima em ocorrer com os comuns mortais, os personagens jamais estão sozinhos. Sempre há alguém para observar o que eles fazem, acompanhando com avides todos seus atos e experiências, seus pensamentos, sentimentos e emoções. Seja um leitor, uma câmera ou o olhar de um espectador: os personagens sempre estão à vista. Se ninguém os olha, eles deixam de existir. Já no nosso heroísmo de cada dia – e, sobretudo, nas nossas misérias cotidianas – nem sempre temos testemunhas. Com demasiada frequência, aliás, ninguém nos olha. Que importa, então, se em algum momento fomos únicos e maravilhosos? Ou, então, meramente “comuns”, como ocorre com a maioria

de nós na maior parte do tempo? Se ninguém nos viu, neste mundo cada vez mais dominado pela lógica da visibilidade, poderíamos pensar que simplesmente não existimos.

Essa repentina busca de visibilidade e da auto-exposição, portanto, essa ambição de fazer do próprio *eu* um espetáculo e de se tornar um personagem audiovisual, talvez seja uma tentativa mais ou menos desesperada de satisfazer um velho desejo humano, demasiadamente humano: afugentar os fantasmas da solidão. Uma meta especialmente complicada na sociedade contemporânea, cujo modo de vida produz subjetividades “exteriorizadas” e projetadas no visível, que se desvencilharam da antiquada âncora fornecida pela “vida interior”. Pois aquele espaço íntimo e denso que constituía a sólida base da “interioridade” e que alicerçava o *eu* moderno precisava, justamente, da solidão e do silêncio para se auto-construir; por isso, os tipos subjetivos que floresceram no século XIX e boa parte do XX deviam se fortalecer à sombra dos olhares alheios.

Agora, porém, esse fascínio suscitado pelo exibicionismo e pelo voyeurismo, e pela dispendiosa busca de celebridade, encontra terreno fértil numa sociedade atomizada por um individualismo com arestas narcisistas, que precisa *ver* sua bela imagem refletida no olhar alheio para *ser*. A solidão, nesse quadro, longe de ter sido exterminada, converte-se num problema difícil de ser resolvido: cada vez mais rara por ser cada vez mais intolerável, promove sucedâneos como a necessidade de conexão permanente e a ilusão de se ter “um milhão de amigos” nas miragens das redes sociais.

**Paula Sibília** é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF) e autora dos livros *O homem pós-orgânico: Corpo, subjetividade e tecnologias digitais* (Ed. Relume Dumará, 2002) e *O show do eu: A intimidade como espetáculo* (Ed. Nova Fronteira, 2008).

#### BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Auster, Paul. *Trilogía de Nueva York*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2000.
- Benjamin, W. “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”. In: Costa Lima, L. (Org.). *Teoria da cultura de massa*. Paz e Terra. 1990.
- Benjamin, W. “Experiência e pobreza”, e “O narrador”. In: *Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política* (Vol. 1). Ed. Brasiliense. 1994.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. La Marca, 1995.
- Riesman, David. *A multidão solitária*. Ed. Perspectiva. 1995.
- Sennett, Richard. *O declínio do homem público: Tiraniyas da intimidade*. Companhia das Letras. 1999.
- Sibília, Paula. *O show do eu: A intimidade como espetáculo*. Nova Fronteira. 2008.
- Woolf, Virginia. *Un cuarto propio y otros ensayos*. A-Z Editora. 1993.



Igreja Matriz em São Luiz do Paraitinga (SP) será restaurada exatamente como era, exceção da tendência de recuperação apenas da fachada dos edifícios

## PATRIMÔNIO

# PRESERVAÇÃO DA HISTÓRIA PARA ALÉM DA ATRAÇÃO TURÍSTICA

Fincada no Vale do Paraíba, em terras paulistas, a estância turística de São Luiz do Paraitinga é famosa pelo belo casario preservado, parte dele tombado por institutos governamentais de defesa do patrimônio histórico, e por um carnaval animado com marchinhas que todos os anos faz sua população de pouco mais de 10 mil habitantes aumentar em até 10 vezes. No começo de 2010, no entanto, o que levou São Luiz para os noticiários não foram esses atrativos, mas o transbordamento do rio que dá nome à cidade, que a inundou e destruiu ou danificou grande parte dos prédios históricos. A Igreja Matriz, cons-

truída no século XVII e símbolo da cidade, desabou com as fortes chuvas e terá que ser totalmente reconstruída. Além dela, mais oito edifícios foram perdidos e cerca de oitenta terão que ser restaurados. Várias outras localidades que concentram importantes conjuntos arquitetônicos de valor histórico, como Ouro Preto e Diamantina, também são cidades com grande fluxo turístico. Tanto o desastre que se abateu sobre São Luiz do Paraitinga como os desafios colocados pelas atividades turísticas nesses centros históricos, trazem à tona a capacidade de manter e preservar prédios históricos por parte

do poder público, seja na esfera municipal, estadual ou federal. São Luiz do Paraitinga foi declarada estância turística em 2002, elevando para 29 o número de cidades com tal qualificação no estado de São Paulo. Essa condição garante ao município uma verba maior por parte do estado, em geral usada para promoção do turismo. Além de estar perto do litoral, São Luiz tem um conjunto de casas e sobrados tombados pelo Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) e/ou pelo Condephaat (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico), órgão ligado à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. Também abriga a casa onde nasceu Oswaldo Cruz, hoje um centro cultural. Segundo Maria Tereza Paes, geógrafa da Unicamp e também conselheira do Condephaat, é um acervo representativo de um período importante da história do Brasil, o período áureo da produção de café. “São Luiz apostou no turismo desde o tombamento”, afirma ela. “E essa opção se deu exagerando os traços para tornar o lugar atrativo, sobretudo no período do carnaval. Trata-se de uma direção um tanto equivocada dessa e de outras cidades brasileiras que acabam tornando esse patrimônio monofuncional, como se tais bens servissem apenas ao turismo. Foi o que aconteceu no Pelourinho, que virou um cenário para o turista. Isso entra em contradição, por exemplo, com a vida local”, afirma a geógrafa. Nesses casos o selo de patrimônio cultural tem a função de agregar valor para a atividade turística. A partir daí ele passa a ser divulgado, sobretudo,

por meio de imagens. De acordo com Tereza, ocorre uma espetacularização para o turismo. Por isso o restauro e os procedimentos de manutenção desses bens nem sempre são feitos obedecendo a concepção original dos projetos, mas sim, para forçar a atratividade do olhar turístico. “É como se fosse uma maquiagem”, aponta a geógrafa. “A cidade ganha valor e isso é importante, principalmente se você pensar que muitas economias no Vale do Paraíba foram desestruturadas e as cidades empobrecidas por conta da decadência do café. São cidades que ficaram isoladas. Só que, por conta disso, elas também tiveram seu patrimônio preservado. Isso acontece muito no Brasil, inclusive nas cidades históricas mineiras. Boa parte do patrimônio cultural preservado só ficou intacta porque as cidades ficaram marginalizadas do processo de modernização”, explica a pesquisadora. Para o chefe do escritório técnico do Iphan em Pirenópolis (GO), Paulo Sérgio Galeão, não se pode negar que a turistificação traz riscos para o patrimônio. Na medida em que o município passa a ser assediado pelo turismo é natural que haja especulação imobiliária, alterações nas taxas de ocupação e na natureza de uso dos imóveis já que muitos passam a ser aproveitados para fins comerciais. Em geral, é mais fácil lidar com imóveis públicos pois aí a preservação pode seguir sem tantas interferências nos elementos arquitetônicos. No entanto, quando um imóvel tombado pertence a iniciativa privada é necessário fazer concessões. Foi o que aconteceu recentemente no Palacete Lellis, construção de 1920, que fica no centro velho da cidade de

São Paulo, área em processo de revitalização. Pela nova determinação do Condephaat, o prédio poderá sofrer modificações internas, desde que sua fachada seja mantida intacta. A ideia é que, por meio da fachada, seja possível conhecer a história de um bem como um todo. “Nosso objetivo é proteger o essencial de determinada ambiência. Quando se trata de um bem privado temos que, ao mesmo tempo olhar com muita parcimônia os objetivos dos proprietários em relação aos nossos objetivos preservacionistas”, diz. “Não podemos esquecer que a movimentação trazida pelo turismo também é positiva, traz benefícios para a comunidade. A gestão de um bem coletivo é uma arte”, complementa.

**EQUILÍBRIO NECESSÁRIO** O turismo agrega valor econômico, trazendo recursos para essas cidades, até mesmo para o restauro dos bens arquitetônicos, e gera empregos para população local. Porém, há impactos como vandalismo e pressão na infraestrutura local, além, é claro, de usos equivocados desses bens culturais. “Grandes faixas ou letreiros comprometem a visualização do bem tombado”, exemplifica. E é aí que entra a fiscalização. Muitas vezes o Iphan e o Condephaat têm regulamentação específica para uso de bens tombados, mas o poder municipal não tem, causando prejuízos para o patrimônio como um todo. O que se configura, então, é um jogo que tenta equilibrar o valor econômico e o valor cultural, questão presente nas discussões sobre patrimônio, não só no Brasil, mas em todo mundo.

O trabalho de reconstrução em São Luiz do Paraitinga segue a tendência fachadista, que remete à cenarização do patrimônio. Somente as fachadas do casario não podem ser modificadas, a parte interna dos imóveis sim. Já a Igreja Matriz está sendo reconstruída seguindo exatamente o que havia antes das enchentes. “Estamos tentando salvar o maior número de elementos da igreja para configurar originalidades para esses prédios acidentados”, conta Sérgio Galeão, que coordena a reconstrução na cidade. Ele ressalta, entretanto, que esse processo é, sobretudo, um trabalho de reinterpretação que tem que considerar o acidente e outras mudanças. “Não é nosso objetivo suprimir as marcas do tempo. Vamos tentar reproduzir os cenários de antes, mas com as devidas cicatrizes”, disse ele. A pesquisadora da Unicamp, Maria Tereza Paes, questiona até que ponto é correto fazer modificações em um bem tombado. “É difícil definir o que é real e o que é autêntico. O patrimônio cultural pode ser considerado em risco quando é muito alterado mas, por outro lado, temos uma tendência a nos aceitar como uma sociedade híbrida, com vários elementos misturados”, diz ela. Os famosos castelos medievais na Europa são resultado de várias alterações para chegar ao que vemos hoje. A história é dinâmica, não é algo congelado.

**ALÉM DO TURISMO** O retorno a um processo de valorização dos núcleos históricos brasileiros ocorre em um momento em que esses núcleos já são vistos também como produtos comerciais de consumo cultural. Por isso a associação com o turismo parece natural para localidades como

## MECENATO GARANTE PROGRAMAÇÃO DE QUALIDADE

O apoio financeiro estatal ou particular a atores, escritores, músicos e artistas em geral, tradicionalmente conhecido como mecenato, existe desde a Antiguidade, passando pela aristocracia que financiava músicos como Bach e Beethoven, nos séculos XVII e XVIII, até os dias de hoje. Trata-se de uma referência a Caio Mecenaz, conselheiro do imperador romano Otávio Augusto, que formou um círculo de intelectuais e poetas no primeiro século antes de Cristo, e sustentou sua produção. No Brasil de hoje, embora a cultura pareça estar em segundo plano em relação a outras prioridades, como a educação e a geração de empregos, têm sido expressivos os investimentos tanto públicos quanto privados, especialmente na criação e manutenção de centros de cultura e lazer. Os primeiros anos da redemocratização no país foram bastante significativos nesse sentido. O Serviço Social do Comércio (Sesc), que já vinha investindo regularmente em cultura desde o início da década de 1980, com pequenas produções locais em cada estado, implantou uma política nacional e começou a apostar em espaços para teatro, dança, música, cinema, literatura e artes plásticas. Também surgiram,

São Luiz do Paraitinga. Um exemplo disso são algumas festas ligadas à religiosidade rural que começam a atrair turistas. “Há o risco aqui de forçar a população envolvida nesses rituais a se adaptar ao tempo do turismo, mudando até mesmo o calendário original das festas. Elas entram também em processo de falseamento e espetacularização”, conta Tereza. Uma alternativa, que já ocorre em alguns lugares, é fazer duas festas, sendo uma exclusivamente para atender ao turista. “Acredito que é uma boa saída porque não há perda de sentido. Não podemos descartar soluções que insiram um bem cultural, com conhecimento local, na forma de produção capitalista. Se a partir dele a população conseguir um canal para se desenvolver, tanto melhor”, defende Tereza.

No fim do ano passado o Iphan organizou o I Fórum Nacional do Patrimônio Cultural, na cidade de Ouro Preto, em Minas Gerais. Uma das questões discutidas foi buscar outros modos de incentivar o desenvolvimento econômico de localidades ricas em patrimônio, além do turismo. Um exemplo seriam atividades ligadas à população local como capacitação para os ofícios do restauro ou criar novas atividades econômicas para essa população, além do trabalho de conscientização para valorização do patrimônio. “O bem tombado só ganha legitimidade quando o valor atribuído a ele tem ressonância na população e não só na política pública”, afirma Maria Tereza Paes.

*Patrícia Mariuzzo*

## PAC DAS CIDADES HISTÓRICAS

O programa é a mais recente iniciativa do governo federal para recuperação do patrimônio com vistas ao desenvolvimento urbano e econômico dos municípios. Vai atuar em 173 cidades de todos os estados brasileiros com uma meta de R\$ 250 milhões por ano. Além de direcionar recursos para obras de restauro propriamente ditas, o PAC das cidades históricas também prevê investimentos em infraestrutura urbana como a contenção de encostas que possam afetar patrimônios brasileiros, obras de iluminação e de sinalização. A liberação dos recursos ocorre após a aprovação de um plano de ação elaborado pelas cidades históricas. “Há muito tempo o Iphan tenta construir parcerias que envolvam a União, estados e municípios. O PAC das cidades históricas é a concretização dessa ideia, um exemplo de gestão compartilhada e transversal”, aponta Sérgio Galeão. Pirenópolis, em Goiás, foi uma das primeiras cidades a captar recursos do PAC porque a prefeitura já tinha um plano de ação pronto. Entre os grandes projetos em andamento estão o restauro do antigo mercado da cidade e da orla beira-rio. O programa é coordenado pelo Ministério da Cultura, por meio do Iphan e conta com a parceria dos Ministérios do Turismo, Educação e das Cidades, da Petrobras, Eletrobrás, BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste do Brasil (BNB).



no final daquela década, espaços como o Itaú Cultural e o Centro Cultural Banco do Brasil. No início da década seguinte, outro banco privado investiria na criação de duas importantes instituições culturais: o Instituto Moreira Salles e o Espaço Unibanco de Cinema. E, em 1998, é a vez da indústria investir na criação do Centro Cultural Fiesp, que reúne o Teatro e a Galeria de Arte do Sesi (Serviço Social da Indústria). Esses centros se espalharam pelas principais capitais do país, principalmente do Sul e do Sudeste – além da capital federal e de outras cidades, como Santos (SP) e Poços de Caldas (MG). Já os espaços culturais do Sesi e do Sesc estão em todos os estados brasileiros.

Também é do início dos anos 1990 a Lei Rouanet, que dá incentivo fiscal para empresas privadas que investem em projetos culturais. Esse mecanismo permite que o empresário faça algo semelhante ao que se vê atualmente na “onda verde” das propagandas de bancos e petrolíferas: o marketing cultural. O setor privado vende a imagem de apoiador da cultura e, em troca, reduz uma parcela



Acima à esq. Orquestra de Mato Grosso, Projeto Sonora Brasil; Acima Palco Giratório, peça *Adubo ou a sutil arte de escoar pelo ralo*, do grupo Tucan (DF); Ao lado exposição *Só lâminas*, projeto Arte Secs



da sua carga tributária federal. Indiretamente, é como se fosse a antecipação de um investimento público, aplicado em cultura antes mesmo de ser arrecadado.

Tanto o Itaú Cultural, com seu acervo de artes visuais e sua programação musical, quanto o Instituto Morei-

ra Salles, com suas exposições, são mantidos com a destinação de parte do lucro dos bancos Itaú e Unibanco para a área cultural. Mas seus projetos, principalmente os que envolvem parcerias que estendem o acesso às obras para outros espaços, podem se beneficiar da Lei Rouanet. O Itaú

Cultural, por exemplo, já fez quase uma centena de parcerias com secretarias municipais, estaduais, organizações não-governamentais e TVs educativas. “São parcerias com instituições com políticas semelhantes às nossas, parcerias de vontades. Mas nenhum parceiro participa financeiramente. Todo o recurso vem do banco Itaú, que se beneficia, em cada projeto, da Lei Rouanet”, afirma Ana de Fátima Sousa, gerente de comunicação do Itaú Cultural.

Os espaços culturais do Sesi e do Sesc e suas respectivas programações também são mantidos, na grande maioria, por recursos privados da arrecadação compulsória de suas entidades associadas da indústria e do comércio, prevista em lei, também destinada a educação, saúde e esporte. E a expertise na elaboração de projetos que possam se beneficiar de incentivos fiscais também começa a ganhar espaço no setor industrial. O Sesi lançou em 2007 um guia em quatro volumes para estimular seus associados a assumir a responsabilidade social de investir em cultura e perceber os benefícios econômicos e sociais desse investimento. O guia, que apresenta leis de incentivo à cultura em todas as esferas públicas e explica como viabilizar projetos culturais, detalha, passo a passo, todas as etapas envolvidas na submissão de um projeto ao amparo da Lei Rouanet. Em 2008, no entanto, as entidades do chamado sistema “S” temeram o comprometimento de sua programação com as mudanças na arrecadação e destinação de recursos, quando o governo federal decidiu criar o Fundo Nacional

de Formação Profissional Técnica (Funtec) e priorizar o ensino profissionalizante.

“A preocupação com a queda da receita era procedente. Porém, a pressão social foi grande, o que desaguou no acordo que alterou os regulamentos das entidades, dispondo sobre a aplicação do percentual de participação da arrecadação em gratuidade para educação. A questão do investimento em cultura para o Sesc e o Sesi ficou preservada porque, para essas entidades, o atendimento em cultura de forma gratuita é computado como atividade socioeducacional, atendendo e mantendo, portanto, o objetivo do Estado. A mudança maior foi para os ‘S’ de educação profissional (Senac e Senai), que tiveram 66% de sua arrecadação destinada à educação gratuita até 2014, situação que as entidades concordaram porque as mantiveram em seu rumo inicial, e a sociedade, com certeza, irá agradecer”, conta Álvaro Salmito, diretor de planejamento e desenvolvimento do Departamento Nacional do Sesc.

Para manter uma programação cultural de qualidade, além dos financiamentos públicos das leis de incentivo e dos recursos privados dos bancos aos quais estão ligados ou das empresas da indústria e do comércio, esses centros contam com profissionais altamente especializados em seus quadros. “Na produção, os especialistas vêm de gravadoras, produtoras de cinema; na comunicação e divulgação, há jornalistas, designers; nos eventos educativos, há educadores culturais”, aponta Ana, do Itaú Cultural. No Sesc, não é diferente. “Os pro-

fissionais que trabalham envolvidos em programações culturais são técnicos especializados (graduados e pós-graduados) em artes cênicas, música, artes plásticas, cinema e literatura”, revela Salmito, do Sesc.

Além de atender a trabalhadores do comércio e usuários associados, a programação cultural das diversas unidades do Sesc atinge um amplo público. Entre os inúmeros projetos já realizados, o diretor de planejamento e desenvolvimento destaca o Palco Giratório, que envolveu a circulação e o intercâmbio de grupos de teatro de todo o país; o Sonora Brasil, voltado para grupos alternativos de música sem espaço no mercado comercial; e o Arte Sesc, que circula por todos os estados exposições de artistas plásticos brasileiros contemporâneos.

Já o Itaú Cultural, além de seu Programa Rumos, que inicialmente apoiava a produção de músicos e cineastas, e atualmente se espalhou para atividades intelectuais de escritores, educadores, pesquisadores e artistas de todo o país, tem entre suas principais contribuições para o público uma MEDIATECA aberta à visitação física e uma Enciclopédia Digital sobre artes visuais, literatura e teatro que pode ser consultada pela internet. Curiosamente, o público virtual, entre 800 mil e 1 milhão a cada mês, contraria a lógica da jovialidade da maioria na web. “O público que vem ao Itaú Cultural é, na maioria, o adulto jovem entre 18 e 35 anos. Já na internet, é mais misto. Tem desde a criança até o idoso acessando a Enciclopédia”, revela Ana.

*Rodrigo Cunha*

## POP ART

### ANDY WARHOL: UM ÍCONE DO SÉCULO XX

“No futuro todos serão mundialmente famosos por 15 minutos”. Assim como suas obras que abusavam da repetição e das cores dramáticas, a frase dita por Andy Warhol em 1968 continua sendo citada até o limite da exaustão nos dias de hoje, como se fosse uma versão oral da série de famosos retratos dos ícones americanos (Marilyn Monroe e Jackeline Kennedy/Onassis entre eles). Dizer que Warhol ultrapassou seus quinze minutos seria piegas, sem graça, mas faria sentido, de alguma maneira. Uma contradição? Andy Warhol é a encarnação da contradição.

Apelidado de “Drella” – “uma mistura de Drácula e Cinderella” como disse Ondine, ator que trabalhou em alguns dos filmes feitos por Warhol – ele foi multimídia antes que o termo existisse efetivamente. Trabalhou com pintura, fotografia, vídeo e cinema. As fronteiras não existiam para o artista: arte, design, publicidade e uma autopromoção egocêntrica de sua imagem era tudo um grande conjunto. Separar essas produções afeta a complexidade que Warhol representa.

Para aqueles que quiserem se aventurar em descobrir as várias facetas desse artista, que é sinônimo de pop Art (ou simplesmente se deliciar com a explosão de cores e texturas), a exposição “Andy Warhol,

*Campbell'soup II hot dog bean (1969)*

Mr. America” estará na Estação Pinacoteca – anexo da Pinacoteca do Estado de São Paulo – até o próximo dia 23 de maio. A exposição promete ser uma das maiores já feitas sobre o artista em solo brasileiro: são 170 obras – pinturas, gravuras, fotografias, instalações – e 44 filmes abrangendo as produções dos anos 1960 (a maioria das obras) até a década de 1980.

**PARA ALÉM DAS FRONTEIRAS** Andy Warhol é um dos principais nomes da pop Art. Surgida nos anos 1950, na Inglaterra, o movimento teve seu ápice na década de 1960, quando chegou aos EUA. A pop Art se caracteriza pela apropriação de imagens do universo de consumo (embalagens de produtos) e da cultura de massa (televisão, cinema, revistas de celebridades, quadrinhos, propa-





Auto-retrato (1986)

ganda) como tema de suas obras e, ao mesmo tempo, faz uma crítica a essa indústria que, na visão dos artistas, exercia uma poderosa influência na vida cotidiana das pessoas.

Desenhista talentoso, reconhecido nos anuários de publicidade, Warhol tornou-se um dos mais célebres artistas comerciais na sua época e no final da década de 1950 realiza uma exposição emblemática na Ferus Gallery em Los Angeles (EUA), na qual está presente a notória obra com latas de sopas Campbell. Ele também passa a utilizar a serigrafia e outros métodos de reprodução mecânica, para fazer suas obras, diminuindo a distância entre a fotografia e a pintura. Assim como a pop Art faz desaparecer a distinção entre arte “erudita” e “comercial”, “Warhol parte da publicidade – onde trabalhou inicialmente – para as artes. Ele carrega consigo toda essa questão técnica, que ele aprendeu a dominar nos estúdios de publicidade e design”, explica Elaine Caramelo, professora e pesquisadora do cur-

so de pós-graduação em arte, crítica e curadoria, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). “Essa apropriação dos modos de produção dão uma identidade plástica muito única à obra dele. A hibridização visual é claramente presente em Andy Warhol”, completa Carlos Roberto Fernandes, pesquisador e professor ligado ao curso de artes visuais da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Para Fernandes, a publicidade também se apropria de Warhol. “A própria mídia banaliza o trabalho de Warhol. Por isso o trabalho dele é tão presente, até nos dias de hoje. Ele se utiliza do popular, do que está disponível e depois é ‘disponibilizado’ para a grande massa. Quando uma publicidade passa a repetir imagens coloridas, super contrastadas, imediatamente se reconhece Warhol”.

**IRREVERÊNCIA E PARADOXO** “Andy Warhol é um paradoxo. O próprio nome da exposição, ‘Mr. America’ é um paradoxo. Por um lado, ele trazia para suas obras as estrelas de Hollywood, políticos e esportistas que eram representantes do glamour e do poder americano, ou mesmo os ícones do consumo, da industrialização, da superioridade tecnológica e triunfante dos EUA nas décadas de 1960 e 1970”, aponta Elaine. “Mas, ao mesmo tempo, ele demonstra claramente que não acredita no sonho americano. É uma carnavalização da cultura de massa: consumo virando consumo. É o popular sendo elevado ao estado da arte, e rendendo milhões para ele”, continua.

Em seu livro *A filosofia de Andy Warhol – De A a B e de volta a A* (lança-

do no Brasil pela Editora Cobogo), o próprio artista brinca: “o que é maravilhoso sobre este país é que a América iniciou a tradição onde os consumidores mais ricos compram essencialmente as mesmas coisas que os mais pobres. Você pode estar assistindo TV e vê a Coca Cola, e você sabe que o presidente toma Coca Cola, Liz Taylor toma Coca Cola. Uma Coca é uma Coca e nenhum dinheiro pode conseguir uma Coca melhor do que a que aquele mendigo na esquina está tomando”. Mas Elaine explica que “a América de Warhol é uma América imaginária dos grandes astros, dos presidentes idealizados, de um avanço tecnológico sem precedentes.” É a América das propagandas e do consumo. Warhol também se insere nessa América como próprio objeto de desejo dos colecionadores de arte.

Ele era parte da vanguarda artística, mas influenciava peças de publicidade; era também o queridinho das rodinhas de *socialites*, e não era incomum vê-lo nas colunas policiais, envolvido em algum escândalo. Era distante, com ares de intocável, mas presenteou sua recepcionista, Cathy Naso, com um auto-retrato que agora vale alguns milhões de dólares.

E como receber Andy Warhol na América Latina, em épocas de Hugo Chávez e de anti-americanismo em alta. Será que a ambiguidade, o questionamento de conceitos e convenções de sua obra pode trazer um novo olhar para a terra do Tio Sam (que está inclusive entre as fotos expostas na mostra)? Ou será que já sabemos demais dessa América imaginária?

Enio Rodrigo Barbosa



*Paisagem*, 2007 (acima). Ao lado, Thomaz Perina em seu ateliê em setembro de 2008

## ARTE CONTEMPORÂNEA

# THOMAZ PERINA: UM ARTISTA QUE PINTOU PARA TRABALHADORES

O documentário *Eu quero o mínimo para falar* traz à cena artística um dos grandes nomes da pintura contemporânea paulista, que morreu sem ter seu valor plenamente reconhecido: Thomaz Perina, um pintor autêntico na forma de fazer arte e pensar Campinas, ou melhor, representar a Vila Industrial, bairro deste município paulista onde, no início do século passado, moravam os ferroviários e trabalhadores da indústria emergente. Humildade e simplicidade talvez sejam as palavras

recorrentes em nossos pensamentos ao ouvi-lo contar suas histórias. Um homem que talvez não tenha tido a dimensão de sua importância no cenário cultural paulista durante a vida, interrompida em 2009, aos 89 anos, vítima de câncer.

Essa produção cinematográfica foi realizada sob direção de Camilo Cassoli, com pesquisa da historiadora Sonia Fardin, durante o processo de catalogação do acervo para a criação do Instituto Thomaz Perina, e mostra um pouco de seu ateliê, de

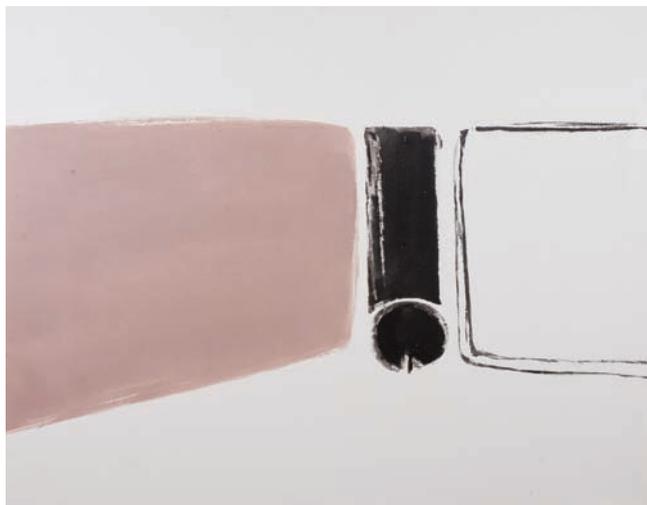


sua casa e de seu cotidiano. Perina nasceu em Campinas e foi artista autodidata – como ele próprio se define no documentário. Professor e um dos fundadores do Grupo Vanguarda (1958 -1966), participou da fundação do Museu de Arte Contemporânea de Campinas (1965), e realizou a ornamentação arquitetônica do Centro de Convivência Cultural de Campinas.

De seu surgimento artístico podem se contar belas histórias. O menino que desenhava na rua, com pedaços de carvão da cozinha, para alegrar a volta à casa dos trabalhadores da ferroviária. No documentário, ele relembra que, aos 8 anos de idade “... comecei a pintar na rua. Já era vaidoso... Eu via os operários da Mogiana, que saíam às 4h30, primeiro passavam na minha rua por que sabiam que estaria toda desenhada com carvão – de cozinha, carvão do fogão. Aí, então, quando dava 4 horas eu ia lá na rua desenhando por que achava que tinha um compromisso, por que vinha gente ver”. Surge assim a relação, que permeará vida e obra, com a Vila Industrial, bairro onde nasceu e de onde nunca saiu.

Com espírito aberto a aprender e se modificar com cada experiência, seu desenvolvimento artístico acompa-

na o desenrolar de sua vida. Com pouco mais de 30 anos, em 1951, a ida à I Bienal de São Paulo provocaria uma transformação em sua arte. É seu primeiro contato com obras de Picasso e Max Bill, fato que o faz parar de realizar exposições por dois anos até reestruturar o seu fazer artístico. Sete anos depois, participa da fundação do Grupo Vanguarda, cujo objetivo era assegurar espaços de experimentação de arte contemporânea em Campi-



**Paisagem, 1997**

nas. A experiência acabou gerando, também, um diálogo maior entre os artistas, perpetuando memórias afetivas em suas trajetórias de vida.

**ARTE CONCRETISTA** Parece curioso que Perina tenha escolhido a forma contemporânea para expressar sua relação com o passado, seus afetos e sua identidade. Uma expressão artística normalmente pouco relacionada com afetividades, de difícil acesso intelectual, da qual o pintor se serve para estruturar seu discurso pessoal. Palavras como saudade e memórias são pano de fundo para as histórias contadas pelo artista, que mistura um toque de orgulho (“todo artista é orgulhoso, vaidoso”) com uma sobriedade que nos deixa a dúvida se é consequência de uma simplicidade muito grande ou de um horror ao glamour presente no mundo artístico.

Todo artigo a respeito de Thomaz Perina vem acompanhado da inevitável descrição do seu bairro do coração, a Vila Industrial. Não é possível falar de sua obra sem falar do local de sua moradia, que iden-

tifica fortemente a maneira pela qual o artista se comunica com o mundo. São árvores, ruas, esquinas e casas que constituem o seu objeto artístico essencial. Uma reprodução de memórias e afetos ligados a cada momento histórico desse lugar.

**DISCURSO ARTÍSTICO SIMPLES** Criador de uma estética única, com o uso do segmento de reta e do círculo, que são os elementos finais e essenciais de sua obra, Perina consegue ser simples, sintético, sem excessos. O discurso artístico simples é o mais difícil de ser atingido. A redução do supérfluo exige maturidade e desapego ao detalhes e é assim que Perina se coloca no cenário artístico: reduz seus elementos representativos até o fundamental, sem, com isso, perder qualquer aspecto sentimental.

O vídeo consegue captar o espírito de seu ateliê, uma coletânea de saudade, muito similar ao que remete um passeio, hoje, pelas velhas construções do bairro. “Como a Vila, cenário das transformações urbanas que a cidade sofreu ao longo do sé-

culo passado, Thomaz Perina é um dos protagonistas de uma geração marcada pelas mudanças aceleradas no cenário urbano e na vida política, econômica e cultural da cidade. Os traços e as formas criadas por esse artista autodidata refletem as tramas de seu tempo, traduzem as cenas e os personagens de sua cidade”, define Sonia Aparecida Fardin, então diretora de Turismo e G.T. Memória, comentando a obra de Perina no catálogo do Macc.

“A solidão está presente em todos os meus trabalhos e é expressa pela falta de policromia, pela redução da cor a um estado quase neutro, pois na realidade sou uma pessoa sozinha”. É assim que se via o próprio artista no mesmo catálogo. Para quem o conheceu pessoalmente, fica o encantamento com a pessoa simples e generosa, e a grande admiração pelo artista, que ainda não teve o reconhecimento que merece.

*Marina J. Berriel é doutoranda em história da arte pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e colaborou para a pesquisa da obra e depoimentos do artista para o catálogo do museu, em 2003.*

#### SERVIÇO

**Eu quero o mínimo para falar: trajetórias de Thomaz Perina**  
2009/30 minutos

**Direção:** Camilo Cassoli

**Produção executiva:**

Rodrigo Aguiar

**Pesquisa:** Sonia Fardin

## LITERATURA

# QUANDO A FICÇÃO INSPIRA A CIÊNCIA

O fim do mundo do século XXI é quente, tem atmosfera cinzenta, derrete geleiras, inunda áreas populosas, desertifica florestas tropicais e responde pelo nome de aquecimento global. Os cientistas (ou boa parte deles) assumem a postura de quem soa o alarme para reverter nossa queda iminente no abismo da extinção. Apesar do papel de alertar para desastres iminentes, a ciência ocupou um indesculpável lugar de destaque na escalada de conhecimento que nos deu o dúbio título de primeira espécie a ser capaz de se auto-extinguir (e, de quebra, levar consigo todas as outras). Cruzando os caminhos da ciência e dos homens responsáveis pelas bombas nucleares com o ambiente cultural de sua época, o historiador britânico P. D. Smith produziu um calhamaço de mais de 500 páginas de uma narrativa muito bem escrita: *Os homens do fim do mundo: o verdadeiro Dr. Fantástico e o sonho da arma total*, editado no Brasil pela Cia. Das Letras.

Muito já se escreveu sobre Guerra Fria, a corrida armamentista entre Estados Unidos e a então União Soviética, como também sobre o papel da ciência nesse perigoso jogo. Porém, o que torna o livro de Smith algo muito valioso é sua abordagem baseada num riquíssimo levantamento da produção, desde o século

XIX até os anos 1960, da ficção científica e da literatura que lidou com os dilemas da ciência. O professor e pesquisador da University College London combina o *background* biográfico de cientistas-chave, seu expressivo conhecimento de história da física e uma abordagem culturalista para demonstrar como a ciência e a imaginação artística, de Goethe a Stanley Kubrick, se envolveram num jogo de retroalimentação que, simultaneamente, alertou para os perigos da obtenção de armas altamente destrutivas e produziu a paranóica realidade da ameaça do conflito nuclear no auge da Guerra Fria. O livro de Smith pode ser visto como uma tentativa de mostrar a força do imaginário na construção da realidade que os homens experimentam. Graças ao extenso levantamento documental (tão extenso que, às vezes, Smith soa repetitivo e pouco conciso) sobre a ficção científica, seja ela da melhor cepa, sejam as mais baratas histórias veiculadas em revistas populares, o livro convence o leitor de que a interação entre ciência e imaginação ficcional é mais profunda e complexa do que o senso comum faz crer. Não há fórmulas que permitam saber se é a ciência quem alimenta a imaginação literária sobre ela, ou se o que acontece é o contrário. Sem ousar estabelecer qualquer tipo de relação causal entre essas “duas culturas” – pois ambas contribuem para a formação do espírito de uma época – Smith mostra competentemente a maneira como imagens, visões e sonhos sobre o conhecimento científico fertilizaram tanto a imaginação dos físicos teóricos quanto a de

jornalistas de ciência e escritores de ficção científica.

**A FICÇÃO DE WELLS** Nada exemplifica isso melhor do que a história do físico húngaro Leo Szilard. Ele é o homem que teve alguns dos *insights* mais decisivos para que uma expectativa geral das primeiras décadas do século XX se tornasse exequível: a de que seria gerada uma quantidade enorme de energia a partir da manipulação da matéria ao nível do átomo. Como Smith conta, o físico era um leitor ávido de ficção científica e, principalmente, de H. G. Wells, autor da conhecida obra *Guerra dos mundos*. Szilard reconheceu a dívida com Wells sobre o conceito de reação em cadeia em que nêutrons despedaçam núcleos atômicos – que acabou sendo a base tanto da geração de energia nuclear pacífica quanto a da bomba atômica.

A Szilard é atribuída a visão de uma “arma total” que extinguiria a vida na Terra, um dos fios que orientaram Smith no labirinto dessa história. A “bomba de cobalto” estaria quase ao alcance da tecnologia da época e é a mesma arma que destruiria o mundo no clássico de Kubrick, *Dr. Fantástico*, de 1964.

O livro de Smith é recheado de exemplos de “Doutores Fantásticos” que, como Teller e o inventor do foguete nazista V2, Wernher von Braun, não demonstram qualquer preocupação ou dilema moral com o uso que será feito do brilhante e catastrófico resultado de seu trabalho. Trata-se, no fundo, de um lembrete de que a ameaça permanece.

Danilo Albergaria

## O DOM DO JASMIM

Ela era destruição. Não podia negar que não fosse. Que não carregasse, como uma cicatriz, o sinal dos párias. O toque de Midas ao contrário, de modo a arruinar tudo o que tocasse. E ela não sabia não ser assim. Por várias vezes tentara, mas, antes de olhar para baixo, vinha a vertigem que lhe roubava a corda sobre a qual se equilibrava. E, quando dava por si, já tinha posto tudo a perder. Não era como uma tentação que se acercava: era como se ela fosse o próprio diabo caído. Tinha uma necessidade brutal de chacoalhar tudo, de tornar as coisas vivas a seu modo, pela violência, pela crueldade, pela dor. Para sobreviver a isso, alguns fugiram, mas, quando davam por si, tudo o que desejavam era ter de volta aquilo que os matava, buscando, de forma patética, o que haviam desdenhado com horror. Porque o extremo das coisas sempre fascina. Porque os vivos preferem existir no limite. Ele, ao contrário dos outros, tinha permanecido, mas, para compor a frágil estabilidade que lhe permitisse viver dela sem morrer disso, viajava com frequência sob diversos pretextos. Ela fingia acreditar neles. Quando ele partia, ela punha o perfume que ele tanto odiava porque lhe lembrava o cheiro da morte, dos cemitérios abandonados onde algumas plantas secam e outras vicejam em desordem. Ela punha o perfume para si mesma, sem saber que com isso realçava sua sina. Ela o usava até que ele voltasse. E ele voltava, pois sabia afinal que o espetáculo de um vulcão em erupção não era menos belo só porque assolava uma cidade.

## TRIUNFO

Quando Narciso nasceu, o cego Tirésias, que já vira o que era ser homem e o que era ser mulher, anunciou aos pais do belo menino que este viveria bastante e que durante muito tempo só saberia enxergar a si mesmo. Os pais, o deus Cefiso e a ninfa Liríope, não ficaram surpresos com o destino: com uma origem tão nobre, seria difícil que Narciso não se achasse, em sua longa existência, o centro do mundo.

As épocas transcorreram sem que Narciso fosse tocado pelo amor, que, no entanto, despertava tragicamente nos outros: a ninfa Eco, desesperada de paixão não-correspondida, enlouqueceu, passando a repetir o nome do amado para qualquer coisa que lhe dissessem, o jovem Amínias se suicidou com uma espada dada pelo próprio Narciso. Santos, pecadores, pintores e outros artistas o amaram sem que ele percebesse, tão concentrado estava na imagem de si mesmo. Até que, um dia, ao buscar seu reflexo numa fonte, como costumava fazer no exercício do amor-próprio, viu lá dentro o corpo de uma jovem afogada. Foi a primeira vez que Narciso viu algo mais bonito que ele próprio. Não se sabe se por amor àquela imagem ou por ódio de sua beleza, ele se matou, afogando-se ali também.

Nesse lugar nasceu uma flor, a que deram o nome de ofélia.

*Leila Guenther nasceu em Blumenau, Santa Catarina. Formou-se em letras pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente trabalha como revisora de texto em Campinas, onde mora. Em 2006 publicou o livro de contos O vó noturno das galinhas (Ateliê Editorial). Com Paulo Franchetti, contribuiu com o conto "Inscrição" para o livro Quartas histórias: contos baseados em narrativas de Guimarães Rosa (Garamond, 2006). Em 2008, participou do livro Capitu mandou flores: contos para Machado de Assis nos cem anos de sua morte (Geração Editorial) com o conto "A outra causa", uma releitura de "A causa secreta". Desde o começo de 2009, mantém o blog <http://nalinhadavida.blogspot.com/>.*

MARCELO HILSDORF MAROTTA

## O CANTO HÍBRIDO DA PEDRA

Decifra, Oh Musa, a cifra cantada  
 por Hathor,  
 Mãe sétima de filho único,  
 Afrodite do Nilo que de Dandarah  
 trouxe,  
 Imóvel, nua e oblíqua,  
 Brônzea luz sobre Hélia flor,  
 Desvelando-a.  
 Depois da epokhé, agora julga;  
 Escolhe, do senso solto, o certo:  
 Modela-o, mantém-no firme.  
 Rasga o tempo e o duplo-infinito  
 parte limitado:  
 Síntese ímpar do olhar!  
 Atua.  
 Extrai!  
 Nega o bloco e afirma o ser da arte.  
 O que fica, presa interna de si,  
 Retém na aljava de mármore a seta,  
 Com cinzel glaucocarmim.  
 Finca-o no bloco,  
 Entrelaça o mútuo,  
 Ultrapassa o outro,  
 Germina o mesmo e único desejo de  
 ti.  
 E segue no flanco o impulso  
 incessante de som!  
 Estilhaça!  
 Executa!

Permuta a lítica em carne!  
 Alva e límpida,  
 Pede a ela que se revele,  
 Sendo rígido o pulso contínuo de luz.  
 Súbito,  
 Projéteis descontínuos,  
 Despojos do bloco deposto,  
  
 Dormem no chão.  
 Cessa o golpe:  
 Já sangra a desmedida.  
 Morto o sentido do caco,  
 Fragmentos inertes – peças de um jogo  
 de desmontar – tombam frios.  
 Resta viva,  
 Suada,  
 A Obra.  
 Escapa de suas frestas o calor,  
 Como a alma pela boca do corpo!  
 E sob cromática tez,  
 Elevada em silêncio ao leito,  
 Conserva quente o pacto  
 De mármore e lívida carne  
 E anuncia o princípio de teu  
 movimento,  
 Por dentro,  
 Ao outro,  
 Autor  
 De ti.

*Marcelo Hilsdorf Marotta é natural de Piracicaba, SP, mas vive em Barão Geraldo, Campinas, onde se formou em ciências sociais pela Unicamp. É mestre em arqueologia pelo Museu de Arqueologia e Etnologia da USP e atualmente desenvolve pesquisa de doutoramento em história da arte, novamente na Unicamp. O poema acima faz parte de um pequeno livro bi-híbrido ainda inédito, chamado De vinha comédia: o álbum negro, musgo e carmim, que contém poemas escritos tanto em português como em inglês nos últimos 20 anos, quanto desenhos feitos pelo autor.*

## Artigos Ensaio

<http://cienciaecultura.bvs.br>

A revista *Ciência e Cultura* criou a seção **Artigos & Ensaio**s, quatro páginas destinadas a atender demandas espontâneas da comunidade científica que não se encaixem dentro do Núcleo Temático de cada número. A seção abriga textos com uma reflexão sobre temas da atualidade científica e de interesse da sociedade como um todo, nas grandes áreas do conhecimento.

A formatação dos artigos deverá seguir as **normas** publicadas abaixo. Os textos serão avaliados por pareceristas e sua publicação seguirá agenda de interesse editorial da revista. Não é recomendada a submissão de artigos e ensaios de interesse exclusivo de grupos de especialistas ou que tenham sido anteriormente publicados, em veículos da comunidade científica ou mídia em geral.

### NORMAS

**SEÇÃO ARTIGOS & ENSAIOS** Possui 4 páginas, destinadas a um texto de 17,5 mil caracteres com espaçamento (sem imagens) ou 16 mil (com até 3 imagens).

**FORMATO** Cada artigo terá o máximo de 3 gráficos, tabelas ou imagens, considerados fundamentais para a ilustração e melhor entendimento do texto. Esse material deve ser enviado em arquivo separado e com antecedência, para sua confecção e checagem junto ao articulista. O envio de número superior a esse deverá oferecer a opção de escolha para a edição, se houver necessidade de corte.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** As citações e referências serão indexadas numericamente no texto, em ordem crescente, e aparecerão no final do artigo, sob o título **Notas e Referências**, se ambas ocorrerem; ou **Notas**, ou **Referências**, se apenas uma das duas ocorrer. Existe, ainda, a opção **Bibliografia consultada**, sem citações referenciadas e numeradas ao longo do texto.

**RODAPÉ** Notas de rodapé não são utilizadas.

**CRÉDITO** A assinatura do articulista virá logo abaixo do título e suas qualificações – que devem ser encaminhadas **sempre** no corpo do texto e não exceder cinco linhas – serão editadas ao final. Modelo: *José da Silva é biólogo, professor titular do Instituto de Bioquímica da Universidade de São Paulo (USP) e presidente do Centro de Pesquisa em Biologia Molecular do Instituto XYZ.*

**PRAZOS** Os textos serão avaliados por membros do conselho editorial da revista. A qualidade de texto, informação e pertinência dos artigos e ensaios são essenciais para a sua aprovação. Uma vez aprovados, os textos serão publicados de acordo com a relevância e urgência dos temas

abordados. Depois de aprovados, os textos passarão por um processo de revisão editorial e reenviados para checagem dos autores, que deverão devolvê-los, com devidos ajustes e/ou aprovação em, no máximo, 48 horas.

**DESTAQUES** Os destaques dentro do texto – como palavras ou expressões que se queira salientar, devem vir em **negrito** – citações de frases, capítulos deverão receber **aspas**; palavras estrangeiras e títulos de obras aparecerão em **italico**. Deve-se evitar o excesso de destaques por página.

**REFERÊNCIAS** O padrão de referências adotado segue exemplificado abaixo:

1. Hershko, A.; Ciehanover, M. L. *Nature*, Vol.6, n.1073. 2002.
2. Elias, N. *O processo civilizador- uma história de costumes*. Vol.I Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1990.
3. Tavares, J.V. “A violência como dispositivo de excesso de poder. *In Revista Crítica de Ciências Sociais*. Centro de Estudos de Coimbra, Vol.37, p.132. Junho de 1993.
4. Diaz, M., *op cit.* pp.345-347. 1987.

**ENVIO DE MATERIAL** Os textos devem ser produzidos em arquivo Word. Ilustrações e gráficos devem ser enviados em arquivo separado, com os detalhes necessários para sua identificação, como: crédito, legenda, fonte, etc.

**SIGLAS** As siglas constantes no texto devem **sempre** aparecer por extenso na primeira vez em que forem utilizadas.

**CONTATO** É recomendável que cada articulista coloque seus dados para eventual contato (e-mail ou tel) quando alguma dúvida surgir no processo de edição.

**Realização**



Sociedade Brasileira para o  
Progresso da Ciência

**Produção Editorial**



**Apoio**

