

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ARTES

A ENGENHARIA DA MODA E OS PROGRAMAS DAS TVs POR ASSINATURA

(Análise das Tendências de Moda Primavera/Verão 97 através dos estudos de casos das empresas “Promostyl”, “Ciba” e “Du Pont” e os Programas “86-60-86” e “Style”)

JOELMA LEÃO

CAMPINAS/2001

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

INSTITUTO DE ARTES

Mestrado em Multimeios

A ENGENHARIA DA MODA E OS PROGRAMAS DAS TVs POR ASSINATURA

(Análise das Tendências de Moda Primavera/Verão 97 através dos estudos de casos das empresas "Promostyl", "Ciba" e "Du Pont" e os Programas "86-60-86" e "Style")

JOELMA LEÃO

Este exemplar é a redação final da
dissertação defendida pela Sra. **Joelma Leão**
e aprovada pela Comissão Julgadora em
30/01/2001



Prof. Dr. Etienne Ghislain Samain
-orientador-

Dissertação apresentada ao Curso de
Mestrado em Multimeios do Instituto
de Artes da UNICAMP como
requisito parcial para a obtenção do
grau de Mestre em Multimeios sob a
orientação do Prof. Dr. Etienne
Ghislain Samain.

CAMPINAS - 2001

UNIDADE 82
 N.º CHAMADA:
TUNICAMP
L476e
 V. _____ Ex. _____
 TOMBO BC/ 44608
 PROC. 16-392102
 C ☐ D ☒
 PREÇO R\$ 11,00
 DATA 18/05/01
 N.º CPD _____

CM00156307-4

L476e

Leão, Joelma

A engenharia da moda e os programas das TVs por assinatura: (análise das tendências de Moda Primavera/Verão 97 através dos estudos de casos das Empresas "Promostyl", "Ciba" e "Du Pont" e os programas "86-60-86" e "Style") / Joelma Leão. – Campinas, SP : [s.n.], 2001.

Orientador: Etienne Ghislain Samain.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes.

1. Moda. 2. Moda – Estilo. 3. Jornalismo de moda. 4. Estética. 5. Comunicação visual. 6. Televisão – Programas. I. Samain, Etienne Ghislain. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes. III. Título.

Dedico este trabalho à minha mãe e ao Marcelo, as pessoas mais importantes de minha vida que, como guerreiros, ensinaram-me nunca desistir de lutar.

Agradecimentos

Uma dissertação seja ela de mestrado, doutorado ou livre docência não é uma construção individual, mas resultado de uma parceria com muitas outras pessoas que, na maioria das vezes, atuam anonimamente.

Esta, talvez, seja a única oportunidade de fazermos com que essas pessoas possam ser lembradas e reconhecidas, não mais como simples coadjuvantes de um trabalho e sim como verdadeiros operários que tornaram possível a realização de uma obra.

A todos eles o meu mais profundo e sincero agradecimento, juntamente com um pedido de desculpas pronto à reportar a alguém que possa, eventualmente, ser excluído de minha imperfeita memória.

Agradeço à FAPESP, pelos dois anos de apoio financeiro a essa pesquisa, ao FAEP e ao meu orientador, Professor. Dr. Etienne Samain.

Aos membros da banca, Professores Drs. Solange Wajnman e Antônio Fernando da Conceição Passos e seus suplentes.

Aos queridos funcionários e, agora, amigos, do Instituto de Artes da Unicamp, Cidinha, Hécio, Suzy, Solange, Rosângela, Leodete, Magali, Edson, Evelyn e, especialmente, a quatro notáveis: Jenny Manteiga, Jaime, Paulo Dantas e Daniel Roseno. O meu particular agradecimento, por tornarem a mim possíveis, tantas coisas impossíveis...

Aos funcionários do Centro de Computação da Unicamp, Everaldo, Maurício, Fábio Mengue, Denilson, Roberto Piloto (todos do apoio ao usuário), por viabilizarem as impressões desta dissertação; aos Srs. Adami e Josuel e Renata Gurgel (da antiga e extinta sala de micros); à querida Sra. Cacilda (muito mais que a recepcionista do Centro de Computação), por ser sensível a minha agonia e pressa de receber as inúmeras cópias de meu trabalho impresso; aos funcionários da impressão (que, no entanto, não sei os nomes), por me "receberem" (ao telefone) sempre com atenção e simpatia.

À querida Teresa Cristina Toledo de Paula, do Museu Paulista da USP, por suas opiniões precisas e valiosas sobre este trabalho; à amiga Célia Maria Cassiano, pela força de suas palavras e, também, pelas considerações feitas a ele; à minha doce e competente

prima (Supervisora de Ensino de Campinas e Consultora Educacional), não só pela revisão ortográfica mas, sobretudo, pelas palavras certas, nas horas certas.

À jornalista e amiga Ana Lúcia, pela leitura de toda a dissertação e pelas suas opiniões claras, sinceras e animadoras.

Aos profissionais entrevistados e visitados que colaboram com especial empenho à pesquisa de campo, colocando-me diretamente em contato com a indústria e o mundo da moda. São eles: Sr. José A. Favilla (do “Desenvolvimento de Novos Produtos da Fibra-Du Pont”), Ana Cristina Turolla Machado (do “CIT”, “Coordenação Industrial Têxtil”), Daniela Bonjorno (do “Estilo”, da “Fairway/Rhodia”), ao Sr. José Carlos Pessorusso e Ovídio Domingues (respectivamente, ex-Diretor de Marketing e Comunicação da “Rhodia”), ao Sr. Otávio Pedro de Oliveira Neto (Gerente de Marketing da “Fibra/S.A”), ao Sr. Antônio Mori (Diretor de Produtos da “Du Pont”) e, especialmente, ao Sr. Frits V. Herbold (gerente Regional de Vendas da “Ciba”), pela sua incansável atenção à mim e a este trabalho; à Sueli Pereira por todas as dicas oferecidas sobre alguns segmentos de moda (do “Estilo”, da “Alpargatas Santista”) e Jurandy Valença, pelo livre acesso ao evento “Phitoervas Fashion”.

Aos profissionais da área das TVs por assinatura: Sr. Moysés Pluciennik (Diretor Geral da “Net”) e Antônio Barreto (Marketing/“NET”), à Helena Perli (do setor de “Audiência da TVA”), Marco Dabu's (Assessor de Imprensa da “TVA”), Lismari Marcondes (Coordenadora de Gestão de Qualidade da “Multicanal São Paulo Ltda.”), à Isabel (do canal “Euro Channel”) e Ana (da “Superstation”).

A Benjamin de Diesbach (coordenador de moda do “Bureau Promostyl”) e Amauri Marques (consultor de moda), pelas informações preciosas oferecidas nos intervalos das palestras de ambos.

Aos professores, Tupã Gomes Côrrea (ECA/USP), Arlindo Machado (Semiótica/Puc-SP) e, especialmente, ao querido Carlos Simões (ex-professor da FAAP-Moda).

Agradeço, de forma especial à minha mãe, Dona Darci, por suas palavras de ânimo, certas e iluminadas; à minha querida irmã, pelas orações e opiniões feitas ao telefone e ao meu companheiro e amigo Marcelo, por ter me apoiado, incentivado e ter estado ao meu lado, sempre, nas horas amargas e alegres.

Agradeço a Deus, pelo meu amadurecimento espiritual, somente possível, acredito, nos momentos mais difíceis de nossas vidas.

Resumo:

Essa dissertação de mestrado pretende analisar as tendências da moda primavera/verão 97, para os segmentos adultos masculino e feminino, através dos discursos e imagens oferecidos e considerados dentro de estudos de casos de três empresas multinacionais, que comercializam informações e matéria-prima para produção de vestuário e dois programas de moda das TVs por assinatura.

ÍNDICE

Introdução.....	17
-----------------	----

PARTE I

Capítulo I (Profissionalizando os Caminhos da Moda).....	27
Capítulo II (O Nascimento dos Temas).....	67
Capítulo III (As Tendências de Moda).....	147
Bibliografia Parte I.....	273

PARTE II

Capítulo IV (Os Programas de Moda).....	277
Capítulo V (As Notícias de Moda).....	309
Conclusão.....	433
Bibliografia Parte II.....	457
Anexos.....	459

Lista de Figuras

Figura 1: “Raízes”/“Promostyl”.....	85
Figura 2: “Cultures”/“Promostyl”.....	88
Figura 3: “Performances”/“Promostyl”.....	92
Figura 4: “Ícones”/“Promostyl”.....	96
Figura 5: Tabela de Cores Segmento Feminino/“Ciba”.....	101
Figura 6: “Cultura Negra”/“Ciba”.....	104
Figura 7: “Volta à Burguesia”/“Ciba”.....	107
Figura 8: “Linguagem do Corpo”/“Ciba”.....	110
Figura 9: “Entre a Água e o Céu”/“Ciba”.....	112
Figura 10: Tabela de Cores Segmento Masculino/“Ciba”.....	113
Figura 11: “Salão”/“Ciba”.....	116
Figura 12: “Rua”/“Ciba”.....	118
Figura 13: “Sahara”/“Ciba”.....	121
Figura 14: “Cena”/“Ciba”.....	124
Figura 15: Tabela de Cores Du Pont/“Du Pont”.....	128
Figura 16.1: “Fibroso”/“Du Pont”.....	132
Figura 16.2: “Fibroso”/“Du Pont”.....	133
Figura 16.3: “Fibroso”/“Du Pont”.....	134
Figura 17.1: “Sculento”/“Du Pont”.....	136
Figura 17.2: “Sculento”/“Du Pont”.....	137
Figura 17.3: “Sculento”/“Du Pont”.....	138
Figura 18.1: “Polido”/“Du Pont”.....	140
Figura 18.2: “Polido”/“Du Pont”.....	141
Figura 18.3: “Polido”/“Du Pont”.....	142
Figura 19.1: “Espumante”/“Du Pont”.....	144
Figura 19.2: “Espumante”/“Du Pont”.....	145
Figura 19.3: “Espumante”/“Du Pont”.....	146

Introdução

Talvez, fosse culpa de meu comportamento irrequieto, a vontade, quase visceral, de ir por onde alguns sonhos se tornam realidade... Isso, sem dúvida, transformou o que era curiosidade em puro sofrimento, mas, também, contentamento... Parecem até aquelas coisas que se mesclam pela beleza e pela maldade...

A situação a que me refiro foi aquela que aconteceu comigo durante os primeiros meses de 1994. No total, alguns poucos dias que, no entanto, iriam mudar completamente o rumo de minha vida.

O sofrimento foi o de chegar à cidade de São Paulo com as “malas nas mãos” e perceber que o lugar que ia “morar” não seria mais possível...

Já era tarde e eu voltava do primeiro dia de meu curso de “Desenvolvimento Criativo, Pesquisa, Orientação de Moda e Desenvolvimento Criativo de Coleções”, na FAAP Moda. Toda feliz, despertava para um mundo novo, cheio de possibilidades... Lembro-me até hoje do professor - Carlos Simões - quantas novidades nos trazia. Ele é uma daquelas pessoas que cruzam nossas vidas e nos fazem refletir sobre a verdade das coisas, sobre a sensibilidade de olhar em volta e sentir o mundo. Quero dizer que somente algumas pessoas possuem o dom supremo de se doar, de conseguir chegar onde outras conseguem; de ensinar, com caráter, penetrando a alma humana e de nos fazer, enfim, perceber a moda. Senti-la como a palpitação de nosso coração, pois ela é fruto de sensações, desejos, necessidades, sonhos... Quando ele nos falava para sentir o comportamento de um tecido macio, sedoso e escorregadio, era para, na verdade, sentirmos a sensação que tal contato trazia aos nossos sentimentos (o “toque”, como dizem alguns). A seda nos trazia o prazer de sentir alguém nos envolvendo docemente; o índigo, a força de enfrentar o dia-a-dia; as microfibras, a vontade de passear livremente contra o vento... Eu poderia descrever boas páginas sobre algumas das sensações maravilhosas que inventávamos...

Dedico em boa parte esse trabalho ao querido professor que me introduziu nos caminhos da moda. Homem franco e generoso, ainda continua a oferecer seus talentos a grande cidade de São Paulo.

A estrada trilhada foi dolorosa, admito, mas as experiências sempre, um dia, nos convencem de que algo valeu a pena. Valeu, e muito.

Depois de um mês na cidade, já estava desesperada sem trabalho. Foi, então, naquele dia em que tudo parecia ruim demais para ser verdade, que encontrei emprego através de uma das alunas do curso. Uma confeccionista de roupa clássica feminina. O nome era “Espaço M”, de Mercedes, a proprietária.

Comecei, então, o meu trajeto diário da estação “República” até a “Barra Funda” e, ao longo do percurso, ia observando rostos muito sofridos. Pessoas que se entregavam ao barulho do trem e conseguiam, mesmo assim, compensar as horas do sono que se interromperam pela dura rotina de suas vidas. O trem andava e eu as observava. Às vezes, porém, entrava alguém ou alguns grupos que “gritavam” ao cenário exposto. Quem eram? O que eram? De onde vinham? Por que suas aparências não se confundiam com as das outras pessoas?

Eram somente pessoas. Pessoas da “moda”, ou melhor, que estavam na “moda”.

Certas coisas só fazem sentido quando as percebemos em seu local de origem. É necessário, então, para uma melhor compreensão, ir à riqueza dos detalhes...

Tribos. Eu estava, na realidade, diante do que Michel Mafessoli chamou em seu bom livro¹ de “tribos”. Eu estava de frente, em contato real com o fenômeno e eu não entendia... Ou melhor, não sabia. Aquelas pessoas estranhas, tão diferentes, que tinham o seu próprio estilo de falar, agir e vestir. No entanto, eram somente grupos... Grupos de diferentes tribos.

Todos os dias eu encontrava algumas “caras” conhecidas; o mesmo horário, os mesmos dias... Às vezes, via solitário o companheiro de certo grupos. Às vezes, identificava um pelas roupas, um “perdido”; aí eu pensava comigo: “você está atrasado, sua turma já deve ter passado...”.

Eram grupos de *rappers* e *funkers*, com seu visual “pesado”, ostentando com muito orgulho várias e grossas correntes dependuradas pelo pescoço e jaquetas pretas. Acredito que até compradas dois bons números a mais que o manequim. *Punks*, *skeen heads*, com suas cabeças “trabalhadas” ou pelo excesso, ou pela falta de adereços, cores e tatuagens. Roupas surradas, rasgadas em frangalhos, nojentas - sujas -, anéis e *piercings* por todo corpo: nariz, orelhas, queixo, lábios, umbigo. E os fantásticos *clubbers*, estes, então, já

¹ Mafessoli, Michel, *O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*, (tradução de Maria de Lourdes Menezes), Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1987.

começavam a nascer entre a comunidade *gay* (que, aliás, já se tornara minha amiga), portando, alegremente, roupas justíssimas. As t-shirts que usavam eram, indiscutivelmente, um número menor que o normal do manequim.

Esse ir e vir me intrigava, e muito. De onde essas pessoas buscavam seu visual, seu comportamento, seu agir, seu viver? Alguns “daqueles”, até com roupas de grifes famosas, outros, nem tanto... Nada daquilo, porém, parecia pertencer ao cidadão brasileiro, mas o que é que nos pertence? Qual é o estilo do brasileiro? No entanto, o que mais parecia responder às minhas perguntas era o olhar trincado de fadiga da maioria das pessoas à minha volta, no metrô.

Felizmente, logo à noite, quando eu chegava ao curso, o professor respondia aos meus questionamentos. Ele nos falava algo sobre um certo “Comité Internacional de Moda”, “Bureaux de Style”, “Multinacionais da Moda”... Falava sobre certos mecanismos muito mais complexos que podíamos imaginar. Curiosamente, nem durante o mestrado e todo o processo de pesquisa de campo, conseguimos encontrar informações - tão preciosas-, como as que obtive durante minha estada em São Paulo e junto ao professor Simões. Hoje entendo que só quem realmente trabalha na área de moda e, sobretudo, que se predispõe a falar sobre o assunto, comenta a respeito da realidade do negócio de moda. Por isso, quero falar das origens... De onde tudo começa...

É sobre esse processo - de construção de tendência de moda -, que vamos, inicialmente, discorrer nessas páginas. A continuação do tema - através da mídia -, e observado sob o ponto de vista da televisão nasceu, na verdade, devido às visitas com minha antiga chefe - Dona Mercedes -, às imediações da “25 de março” e da “rua da Glória”². Por lá, sempre havia algumas lojas com TV, exibindo desfiles de moda internacionais. Eu lastimava ter que procurar os produtos por ela solicitados e não poder ver as imagens dos desfiles. Às vezes, me “perdia” dela propositadamente e os poucos minutos, que passava em frente à TV, me ajudavam a entender o “fenômeno dos grupos do metrô”, uma vez que muitos deles respondiam com seu estilo, à criação de alguns estilistas que se apresentavam.

² As ruas “25 de Março” e “da Glória”, no centro “velho” de São Paulo, são pontos-de-venda de tradicionais tecelagens e aviamentos (produtos para acabamentos na roupa). Entre outras coisas, também vendem brinquedos, produtos alimentícios, quinquilharias das mais diversas procedências e utilizações. São ponto obrigatório para quem trabalha com moda e são apreciadas, até mesmo, pelas grifes brasileiras famosas.

Influências! Na verdade, ao longo do tempo, percebi que um bom número de confecções e estilistas paulistanos se baseavam inteiramente nas coleções que apareciam nas gravações feitas diretamente de desfiles internacionais, e comercializadas por produtoras de vídeo³. Essas informações representavam, muitas vezes, a primeira “notícia” de moda, pois estavam à frente das revistas especializadas.

Dentro de uma confecção, todos sabem que o fator “tempo” é uma neurose generalizada. Contagia a todos que trabalham com a criação de uma coleção e qualquer deslize no cronograma de produção pode causar sérios prejuízos para a empresa.

Assim, o que se colocava na tela da TV (através dos vídeos), significava a oportunidade de “sair à frente”, de ser o primeiro a lançar uma tendência, um determinado modelo, cor, tecido... Além disso, o recurso “TV” podia oferecer imagens em movimento, o que possibilitava ao criador visualizar não só as formas e cores de uma roupa, mas, sobretudo, o caimento dos tecidos empregados.

Essa dupla vantagem - tempo e visualização -, certamente, ajudou a promover, naquela época, o comércio de fitas de vídeo com desfiles de moda internacionais. Hoje, porém, podemos simplesmente ligar uma TV que esteja conectada a um dos sistemas de transmissão por satélite (a cabo ou antena) e assistirmos a programas de moda “recém saídos” das passarelas, facilitando, ainda mais, não só a vida dos confeccionistas, mas de todos aqueles que “se ligam” em moda.

Todos esses fatores (intervenção comercial/industrial e influência midiática na construção do vestuário), portanto, contribuíram para a idealização dessa dissertação de mestrado: da necessidade de se iniciar uma reflexão sobre a lógica de construção e difusão das informações sobre tendências de moda, para que, assim, possamos verificar como funcionam as sugestões sazonais de vestuário.

Naturalmente, muito são os setores que atuam nesse processo: indústrias, escritórios de estilo (os “Bureaux de Style”), comitês, salões, associações de linho, algodão, etc., mídia impressa, eletrônica, etc. Para esse trabalho, no entanto, nos limitaremos aos estudos de casos de três empresas multinacionais que dominam alguns dos setores mais importantes de produção de informação e matéria-prima de vestuário e, também, dois programas de moda

³ Na verdade, naquele ano de 1994, já circulavam entre os confeccionistas algumas gravações feitas diretamente das TV's por assinatura, no entanto, quem as tinha era uma “raridade”.

das TVs por assinatura (TV fechada) veiculados no Brasil. Delimitando, portanto, o campo midiático em um só meio, uma vez que, ainda, a “TV aberta”⁴ brasileira não exibe programas de moda (ou, pelo menos, que tenha “caráter internacional”, pretendido para nossa análise).

Dessa forma, estaremos analisando as informações sobre tendências de moda (direcionadas para os segmentos masculino e feminino adultos, mas acima de 18 anos), provenientes do “Bureau de Style”, “Promostyl” (que desenvolve e comercializa informações sobre tendências de moda), das indústrias multinacionais que produzem matéria-prima, “Ciba” (corantes) e “Du Pont” (fios têxteis artificiais e sintéticos) e dos programas de moda, “86-60-86”, da RTP1 portuguesa e “Style”, da CNN americana.

Nosso ponto de partida será a estação primavera/verão 97 estrangeira (que corresponde a primavera/verão 97/98 brasileira), sendo que a escolha desse período estabeleceu-se devido à adequação de todo o material de pesquisa de campo coletado junto às empresas mencionadas, com as gravações feitas, em ocasião dos respectivos desfiles, dos programas de moda.

A presente dissertação, então, está dividida em duas partes:

- Na primeira, serão encontrados: o capítulo I, **“Profissionalizando os Caminhos da Moda”**, onde iremos situar o leitor dentro do processo histórico que fomentou e culminou na organização da moda e suas tendências; o capítulo II, **“O Nascimento dos Temas”**, em que apresentaremos a transcrição dos temas criados para as tendências de moda (discursos e imagens) das empresas estudadas; e o capítulo III, **“As Tendências de Moda”**, onde analisaremos e comentaremos as tendências de moda (já organizadas em quatro elementos, influências/inspirações, cores, materiais/padronagens e estilos) encontradas em cada um dos temas vistos no capítulo anterior.

- Na segunda, serão encontrados: o Capítulo IV, **“Os Programas de Moda”**, onde apresentaremos o funcionamento das TVs por assinatura e a transcrição dos dois programas selecionados (bem como a justificativa desta seleção); o capítulo V, **“As Notícias de Moda”**, em que descreveremos, inicialmente, o discurso e as imagens encontradas em uma das edições dos programas “86-60-86” e “Style” (a partir de gravações em vídeo feitas de TV a cabo) e, depois, descrevendo e analisando (discursos e imagens),

⁴ TV convencional, que não se paga para receber a programação.

especificamente, as sugestões dadas sobre tendências de moda para ambos os sexos, adultos e dentro da estação primavera/verão 97, (já organizados, também, em quatro elementos: influências/inspiraões, cores, materiais e estilo e que foram encontrados nos programas mencionados); e a **Conclusão** dessa dissertação, onde vamos estabelecer a correlação entre as tendências de moda oferecidas pelas empresas e aquelas vistas nos programas observando:

- em 1º lugar: se as sugestões das tendências de moda oferecidas pelas empresas se verificam - de alguma forma - nas sugestões de tendências de moda apresentadas nestes programas;

- em 2º: de que forma as tendências de moda são explicadas pelas empresas e programas: ou seja, o funcionamento desses dois campos na difusão das sugestões sobre tendências de moda.

Teremos, portanto, dois níveis de análise: um que abordará as tendências de moda em seu campo comercial/industrial e onde figuram sugestões específicas para a criação do vestuário (e, portanto, dirigidas somente aos profissionais da área), e outro, que abordará as tendências de moda em seu campo específico de divulgação (meios de comunicação de massa), onde são contextualizadas as sugestões para entretenimento e informação (e voltadas, por sua vez, a todo público interessado, o que inclui, também, os profissionais da área).

Um eixo comum, formado pelos quatro elementos da construção de uma roupa, ligará ambos os níveis. As já mencionadas influências/inspiraões que projetaram uma roupa), as cores, materiais (tecidos) e estilo (silhuetas, formas estéticas).

Pretendemos, assim, verificar a forma de atuação das tendências de moda nos campos de análise escolhidos, atendendo às nossas primeiras expectativas: “a necessidade de iniciar uma reflexão sobre a lógica de construção e difusão das informações sobre tendências de moda (que se configuram nas “sugestões” sazonais do vestuário), uma vez que tais questões não foram ainda levantadas e levadas à instância acadêmica.

Mas, é importante ressaltar, metodologicamente, no que se refere às análises, comentários e descrições que partirão dos discursos e imagens dos temas das tendências de moda, que vamos considerá-los, neste trabalho, como sendo o “discurso”, a forma verbal encontrada para a explicação das tendências e, a “imagem”, aceitando o “(...) seu valor representativo, sua relação com a realidade sensível (...)”⁵ e, ainda, o seu valor de “informação visual”⁶ (que subentende uma justaposição entre uma “realidade sensível” e uma inventada).

Convém também alertar o leitor que não vamos entrar em análises teóricas sobre a narrativa de discurso e imagem. Dessa forma, na primeira parte e no capítulo III, vamos nos concentrar mais na análise daquilo que nos é oferecido como explicação (discurso) e não como representação (imagem), uma vez que a maioria das sugestões de tendências vem do discurso verbal (no caso, “discurso temário”, termo que vamos constantemente usar no capítulo III), sendo as imagens, um elemento ilustrativo (representativo) e cuja função é auxiliar à compreensão desse discurso.

Já na segunda parte e no capítulo V, se faz necessário um acompanhamento mais apurado de ambos. Ou seja, é necessário, então, que nos concentremos no discurso verbal que é feito e na imagem que é utilizada para a representação (ou não) de tal discurso, principalmente, quando se expõe algum ponto de vista, alguma cor, modelos, estilo, referente a uma sugestão sobre tendências de moda. No entanto, é imprescindível ainda alertar o leitor que vamos realizar uma descrição dos discursos verbais e das imagens dos programas, relevando os aspectos mais técnicos dessas últimas, no que se refere ao detalhamento feito através de uma decupagem⁷ (*take a take* de suas imagens).

Por outro lado, vamos nos remeter a alguns enquadramentos e efeitos de câmera, assim como de edição, quando for necessário demonstrarmos alguma alteração no ritmo do programa e o que subentende uma mudança de assunto dentro de seu conteúdo.

Agora, no que se relaciona, especificamente, a alguns possíveis direcionamentos teóricos, é importante ressaltar que este trabalho não visa entrar em qualquer discussão sobre a “construção do gosto social”, nem tão pouco considerar os efeitos da ação

⁵ Aumont, Jaques, *A Imagem*, (tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio, C. Santoro), 2ª edição, Campinas, Papirus, 1995, pp. 197-198.

⁶ Este conceito será melhor definido na parte II, no início do capítulo IV.

⁷ Significa analisar a imagem isoladamente, já dividida por todos os tipos de “corte” existentes nos programas.

televisiva, a qual concentra o foco de seu estudo em seu meio. Ou seja: a ação do emissor sobre o receptor. Portanto, vamos nos abster do estudo sobre análises de audiência ou segmentação de mercado, as quais, no entanto, poderão fazer parte de estudos futuros, a partir dos resultados desta dissertação que, em relação à mídia proposta (as TVs por assinatura) se limita à reflexão do conhecimento sobre o que é veiculado em sua mensagem, no caso, “mensagem de moda” e, sobretudo, de “vestuário”.

PARTE

I

Capítulo I
PROFISSIONALIZANDO OS CAMINHOS DA MODA

A moda, entendida neste trabalho como um processo de "obsolescência programada"⁸, que instaura e antecipa novidades nos usos e nas formas do vestuário e que as sugere - na maioria das vezes - como uma importante referência de luxo e elegância, subentende, em seu contexto histórico, alguns marcos que caracterizaram profundas transformações nesse campo.

Elas dizem respeito à evolução e à capacidade da moda de autogerir-se através de sistemas cada vez mais organizados e fechados e, não mais, por intermédio de uma ou outra situação isolada.

No entanto, é imprescindível ressaltar que a moda, dentro desse processo (que denominamos "obsolescência programada...") não pôde existir sem o recurso - mutante - das tendências: as sugestões de determinados elementos (as "novidades" citadas acima), vindas através de "inspirações" ou "influências", "cores", "materiais", "estilos" (silhuetas e formas de uso), que passaram a funcionar como verdadeiros dispositivos dentro da ação cronológica de produção do vestuário. Assim, ao serem acionadas, mereceram uma metodologia específica que foi respectiva aos tipos de canais que as escoavam.

Neste percurso, então, vamos conhecer aqueles (canais) que detiveram o poder de introduzir essa lógica e, ainda, entender a origem de outros, fundamentais ao nosso trabalho.

Nós consideramos, portanto, as tendências de moda como sendo o motor propulsor da já aclamada "obsolescência programada" e não como insistem alguns, em entendê-las - genericamente - como o "efeito do encontro da burocracia estética com a lógica da demanda"⁹. Nós não nos propomos, aqui, a entender tais tendências tão somente em seu aspecto residual, que ilustra e é resultado das propostas estéticas, pois isto relega a importância da elucidação sobre "onde" e "como" advêm as novidades (superficialmente rotuladas de "burocracia estética") e apenas considera, como relevante, aquilo que foi mais visto ou aceito (superficialmente entendido como a "lógica da demanda").

⁸ Este conceito é trabalhado pelo professor Carlos Simões dentro do contexto de produção de tendências de moda e que se encontra na página 41: Simões, Carlos, in, *Apostila do Curso de Desenvolvimento Criativo, Pesquisa, Orientação de Moda e Desenvolvimento de Coleções*, (org. Carlos Simões), São Paulo, FAAP-Moda, 1994, (não publicada).

⁹ Lipovetsky, Gilles, *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*, (tradução de Maria Lúcia Machado), São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

Dessa forma, é que se faz necessário distinguir, dentro desse processo histórico (em que se organizam a moda e suas tendências), os aspectos que foram orquestrados pela necessidade, pelos costumes e pelo gosto, a respeito da utilização do vestuário, e aqueles que situaram os parâmetros à discussão sobre o nosso conceito sobre moda. Ou seja, a discussão ao nível do caráter hegemônico e compulsoriamente mutante da moda, que se efetivou através da lógica empreendida pelo primeiro grande costureiro, Mr. Charles Frederic Worth.

Ambos os processos irão fornecer dados para melhor compreendermos a disposição em que foram idealizadas as tendências de moda e, principalmente, a forma pela qual a criação dessas tendências se estabeleceu.

Os Primeiros Acordes...

Conforme Kohler¹⁰ e Laver¹¹, basicamente, o vestuário surgiu a partir da necessidade de proteção entre os povos primitivos, provenientes das regiões árticas. Entretanto, não constitui, aqui, como objetivo, elucidar as várias teorias que exploram o assunto. Atemo-nos, então, à discussão de breves processos da evolução do vestuário.

Nas civilizações antigas, que datam de antes de Cristo, o vestuário caracterizava-se mais por sua simbologia política ou geográfica, do que pelo princípio da estratificação social. No entanto, já podemos perceber esse último aspecto nos povos gregos e romanos, em que somente era permitido o uso de túnicas coloridas entre as classes mais elevadas. Observamos também, nessas civilizações, a influência exercida pelos povos bárbaros (sumérios, persas, hunos, medos) quanto ao uso de roupas ajustadas e que se verificariam, mais tarde, nos primórdios da Idade Média. Nesse sentido, um aspecto também interessante foi a influência exercida pelos povos do Oriente na modificação e aceitação de novas cores e formas, através da riqueza de suas sedas, jóias e ornamentos em geral.

Assim, sucessivamente, pode-se dizer que o vestuário foi "amadurecendo" conforme os intensos e, nem sempre amigáveis, intercâmbios culturais entre os povos conquistados e

¹⁰ Kohler, Karl, *História do Vestuário*, (tradução de Jefferson Luís Camargo), São Paulo, Martins Fontes, 1993.

¹¹ Laver, James, *A Roupas e a Moda*, (tradução de Glória Maria de Mello Carvalho), São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

os que se relacionavam comercialmente. O que orienta o aspecto puro e simples de imitação no caso, pois este processo estava ligado às novas descobertas, utilizações e adequações das peças de vestuário aos novos sistemas sociais em que eram estabelecidos.

Logicamente, à medida em que a sociedade evolui, com seus sistemas de troca e, posteriormente, com a troca pelo dinheiro, a imitação será também conduzida pelo gosto, sendo este um fator determinante para a geração de novos padrões sociais.

A partir de então, uma nova orientação é estabelecida através da explicitação das vaidades sociais. Um período que se inicia a partir da Idade Média e que atinge seu auge nas cortes de Henrique VIII e Luís XIV, onde percebemos alguns dos fatos mais excêntricos da história do vestuário¹².

Durante todo esse período de mudanças, surge o que se pode dizer de uma "preocupação social" - sempre restrita à nobreza - em ostentar, através do traje, elementos simbólicos de diferenciação¹³.

A "preocupação social" a que nos referimos, consideramos como as primeiras manifestações do que seria um "esboço de moda" e que, segundo Gilles Lipovetsky, corresponde ao "1º período da moda"¹⁴. No entanto, este período diz respeito às "paixonites" momentâneas, à focalização de uma ou outra alteração no vestir-se e no enfeitar-se, que nascia da vontade imperativa de um monarca ou aristocrata. Fenômeno mais restrito ao gosto e à imitação desse gosto.

Nesse sentido, também, é importante ressaltar um outro motivo que contribuiu à transformação do vestuário. O da tentativa de se inserir o aspecto da praticidade aos trajes femininos usados, em grande parte, do século XVII ao XIX. Esse esforço podemos verificar através de uma americana, a Sra. Bloomer, quando expôs sua idéia à Inglaterra em 1851. Sua proposta: em contraste às imensas crinolinas que sustentavam as saias dos vestidos, Mrs. Bloomer sugeriu um tipo de calça bufante a ser usada sob uma saia mais curta (praticamente até os joelhos). Foi ridicularizada.

¹² Bons exemplos são as figuras de estrelas, flores, etc., que eram coladas no rosto das nobres senhoras, geralmente para esconder verrugas e feridas de herpes, e as anti-higiênicas perucas empoadas com pó e pomada, sempre repletas de piolhos.

¹³ Um clássico exemplo é o aparecimento dos "dândis" no século XVIII, marcando um estilo arrogante e pomposo para os homens.

¹⁴ Lipovetsky, Gilles, *O Império...*, p. 31.

O insucesso de sua idéia, entretanto, deve-se ao fato do caráter premonitório e destoante do traje ao momento social em que foi contextualizado (um fator muito comum na antecipação de modismos), pois a crinolina tinha uma relação simbólica com a época. "Em um de seus aspectos, simbolizava a fertilidade feminina, como o aumento do tamanho aparente dos quadris sempre parece sugerir"¹⁵. "E a rainha da crinolina foi a própria imperatriz Eugênia, última personalidade real a exercer influência direta e imediata sobre a moda, e a crinolina combinava perfeitamente com seu estilo"¹⁶.

Obviamente, a necessidade de se criar, ou mesmo nutrir um determinado modismo - como no caso da "calça Bloomer" -, em oposição à crinolina e, a resistência a sua aceitação, esbarrou na força de certos valores sociais tradicionais.

O que pretendemos, no entanto, é chamar atenção aos aspectos iniciais de "aceitação e transgressão" de determinados padrões sociais, articulados por uma dinâmica, que responde melhor ao caráter transitório da moda (e que podem ser vistos através de tímidas demonstrações, como a da Sra. Bloomer). Esta, todavia, ainda estava livre de uma organização sistemática pré-determinada pois, até então, obedecia a um "ritmo desenfreado", "aleatório", "impulsionado em ordem dispersa por tal ou tal árbitro das elegâncias"¹⁷.

O Início do Fim

Mas, a partir da Segunda metade do século XIX, mais precisamente em 1858, surge aquele que seria o primeiro grande costureiro: Mr. Charles Frederic Worth.

Sua importância no contexto de moda deve-se, sobretudo, por ser ele o responsável pela transição dos padrões de orientação estética, até então definidos pela nobreza. Certamente, sua cliente mais ilustre - a própria imperatriz Eugênia - assegurou-lhe o poder de ditar a moda.

"Em épocas anteriores, o estilista, em compensação, era uma pessoa humilde que visitava as mulheres. Agora, Mr. Worth, que apesar de ser inglês, em dez anos se tornara o

¹⁵ Laver, James, *A Roupas e a Moda...*, p. 184.

¹⁶ Ibid., p. 185.

¹⁷ Lipovetsky, Gilles, *O Império...*, p. 73.

ditador da moda em Paris, fazia as mulheres (com exceção de Eugênia e sua corte) irem até ele"¹⁸.

"Havia nas principais capitais européias um artesanato de mulheres habilidosas e afamadas, mais executantes que criadoras, que respeitavam as ordens imperiosas – ditadas por um código social preciso – de suas clientes.

O surgimento do primeiro grão-senhor costureiro, em meados do século XIX, coincide com o nascimento da indústria em grande escala e com a ascensão ao poder de uma nova classe dirigente: a alta burguesia, desejosa de consumir para se fazer notar e, portanto, disposta a pagar qualquer preço e a renovar seu traje com muita frequência.

A isso se deve a originalidade de Worth, que se afirma como criador muito empenhado em impor seu estilo, e que propõe às senhoras da alta sociedade, suas clientes, modelos confeccionados sob medida. A princípio, Worth mostra às clientes croquis feitos em aquarela, e mais tarde – audácia inaudita para a época – apresenta os modelos ao vivo, no corpo das manequins.

Força então suas clientes milionárias a irem até seus salões para verem seus modelos. (Só abria exceção para a imperatriz e as damas da corte, a quem ia pessoalmente visitar). Jamais, até então, um membro da alta sociedade fora a algum fornecedor.

Surge, assim, um relacionamento que já não é de executante e senhor, mas de criador e cliente, e isto permite às linhas da moda se tornarem bem mais rigorosas e evoluírem com rapidez, ao ritmo das mudanças de estação.

No século XIX, portanto, o poder se desloca da aristocracia dominante – senhora absoluta das executantes habilidosas e renomadas – para a burguesia rica da era industrial, que aceita as criações dos grandes mestres da costura"¹⁹.

Instaura-se a alta-costura.

Durante, praticamente, a segunda metade do século XIX, até a segunda metade do século XX, a alta-costura iria reinar, então, absoluta.

A noção de se deixar vestir pelo costureiro, subjugando o gosto individual a um poderio estético veio, na verdade, preparar os caminhos para a assimilação do que, mais tarde, entenderíamos como "marca" ou "*griffe*", pois já não bastava uma imitação fiel aos

¹⁸ Laver, James, *A Roupas e a Moda...*, p. 186.

¹⁹ Vincent-Ricard, Françoise, *As Espiras da Moda*, (tradução de Maria Inês Rolim), Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989, p. 56.

padrões impostos ao vestuário, havia a necessidade de se adicionar um valor conceitual àquele que o concebia, mencionando o seu nome. É interessante também notar que a hegemonia, conquistada por Mr. Worth e pelos costureiros que se seguiram, encontrou um campo fértil para suas realizações, principalmente, sobre o segmento feminino. O vestuário masculino, embora igualmente regido pela distinção social, seguia as tradicionais formas de concepção, orientado pelos padrões vigentes, pela predominância do gosto do cliente à confecção de seu executor.

Mas, pode-se dizer também, que foi Worth e a alta-costura que ofereceram os ingredientes necessários à criação de um sistema que implementasse tendências de moda. Com a demonstração de modelos em manequins vivos (invenção de Worth), houve a necessidade de se programar horários e épocas, os quais foram mudando a frequência, conforme a demanda dos grandes compradores:

"Inicialmente, nada de coleções com data fixa, mas modelos criados ao longo do ano, variando apenas em função das estações; também nada de desfiles organizados, que aparecerão nos anos 1908 e 1910 para ser tornarem verdadeiros espetáculos, apresentados com horário fixo, à tarde, nos salões das grandes casas. Além disso, depois da guerra de 1914, à medida que as compras dos modelos pelos compradores profissionais estrangeiros se multiplicavam, as apresentações sazonais de coleções foram organizadas com datas mais ou menos fixas. Cada grande casa apresentava, a partir de então, duas vezes por ano em Paris, no final de janeiro e no começo de agosto, suas criações de verão e de inverno, e depois, sob a pressão dos compradores estrangeiros, as de outono e de primavera (meia-estação) em abril e em novembro"²⁰.

Dessa forma, as propostas oferecidas através da alta-costura já estavam confinadas dentro de um ritmo de expectativas que, previamente estabelecidas, obedeciam a um cronograma de criação e produção da roupa - da mesma maneira - antecipados.

O que vemos, portanto, é uma nova dinâmica na idealização do vestuário, primeiro através do monopólio da decisão sob as mãos de um costureiro (e de vários que se seguiram) e, segundo, pela organização desta decisão, dentro de prazos sincronizados.

Esta nova ordem, na qual estabelecemos nosso conceito sobre moda e onde situamos o ambiente propício à instalação das tendências de moda, prossegue cada vez mais

²⁰ Lipovetsky, Gilles, *O Império...*, pp. 72-73.

pragmática e fiel a sua condição mutante. No entanto, um impulso ainda maior estava por vir em consequência das próprias mudanças que o mundo ocidental haveria de passar.

Profissionalizando os Caminhos da Moda

O século XX ofereceu uma verdadeira linhagem de costureiros altamente criativos e sensíveis a todas as transformações da época. Finalizada a era das crinolinas e introduzida a era das linhas fluidas pelo brilhante Paul Poiret, inicia-se um período verdadeiramente legítimo: a criação na alta-costura. Uma época que marcou os primórdios de 1910 e que funcionou como um verdadeiro laboratório de idéias.

Entre todas as modificações produzidas, algumas foram de considerável importância, principalmente no que se refere ao vestuário feminino. Uma silhueta mais solta e alegre - livre da repressão dos espartilhos -, foi o resultado da "onda" de orientalismo promovida pelo balé russo em Paris (após a apresentação da coreografia de "Schéhérazade") e pela notável percepção de Poiret.

Essa febre persistiu até mesmo um pouco antes da primeira guerra (em 1913), com transformações posteriores pouco relevantes (devido ao conflito). Porém, em 1918 (último ano da guerra), sabe-se que a Inglaterra, às custas de sua racionalidade, tentou introduzir o "vestido padrão nacional"²¹, que se destinava a ser uma roupa sóbria e de multiuso.

No entanto, passado o conflito, a silhueta já estava confinada em uma estrutura tubular achatada, marcada unicamente pela linha do quadril. A moda, então, reassegura sua condição mutante e a revolução que se segue é a tentativa de subir as saias e efetivar o "look andrógino", "à la garçonne".

No final da década de 20, nomes como Balenciaga, Chanel, Madeleine Vionnet, Elsa Schiaparelli e Paquin estavam definitivamente consolidados. Contudo, os anos seguintes tornariam confusas as tendências de moda e o que se viu na Europa foi uma violenta retração estética. Com a ascensão do nazismo, muitas *maisons* fecharam suas portas, interrompendo o ciclo de ordenação estética que havia sido proposto pelos grandes

²¹ "O vestido Padrão Nacional, uma roupa prática de fivelas de metal no lugar de colchetes e destinada a servir de vestido para sair, vestido de casa, vestido para descanso, vestido para o chá, vestido de jantar, vestido de noite e camisola..." in, Laver, James, *A Roupas e a Moda...*, p. 229.

nomes da alta-costura parisiense. Criou-se, então, uma oportunidade histórica, a qual se desenvolveria a partir do pragmatismo americano.

A exemplo do que aconteceu no século XVIII, quando França e Inglaterra romperam por doze anos suas relações políticas²², provocando significativas diferenças entre o vestuário dos dois países, assim foi com os E.U.A e a Europa, durante o período da Segunda guerra mundial. Isolados da influência do estilo francês, não por rompimento político, mas pela retração estética que se viu (pela segunda vez) na França e Inglaterra, os americanos se viram obrigados a se voltar para os seus próprios recursos e para o seu próprio talento: a praticidade.

No entanto, é interessante dizer que, desde a terrível depressão americana, em 1930, os Estados Unidos já vinham aplicando (aliás, com muita genialidade) o *design* a vários produtos, como automóveis e eletrodomésticos: "o feio se vendia mal", defendiam alguns²³. A esse lema (já assimilado pela indústria americana) se aplicou a funcionalidade, sobretudo, às peças de vestuário. O resultado foi um produto adequado à produção em massa (a qual, em 1942, já havia se organizado), com um *design* agradável e, principalmente, apropriado às novas matérias-primas (com tecidos provenientes de fios sintéticos e artificiais²⁴).

Estava criada a indústria do "ready-to-wear" ("pronto-para-vestir") e, com ela, alguns nomes como Claire MacCardell, Bonnie Cashin e Mainbocher (entre outros) tiveram imprescindível importância ao cenário de criação americana e na própria consolidação do sistema de produção em massa do vestuário. A alta-costura também encontrou grandes representantes como Norman Norell e Charles James.

Entretanto, a nova estética - mais simples - tanto nas formas quanto nos materiais e proveniente do "ready-to-wear", só foi possível graças ao programa de restrições americanas - o "L 85" - imposto pela guerra (que determinava um limite para o uso de cores e tecidos) e sua lógica de produção em massa. Além disso, a imprensa americana também ajudou o governo a ressaltar, tanto para os consumidores, quanto para os próprios

²² Essa época corresponde aos primeiros anos de 1800, quando a "Paz de Amiens" foi quebrada. A referência encontra-se in, Laver, James, *A Roupas e a Moda...*, p. 156.

²³ Raymond Loewy foi a máxima expressão desse movimento (ver, *La Laideur se Vend Mal*, Paris, Éditions Gallimard, 1963, pour la traduction française).

²⁴ O raiom, tecido derivado da fibra celulósica, foi largamente utilizado para substituir a seda e o algodão.

criadores, os benefícios de uma moda mais prática, para o dia-a-dia. Ou seja, "politicamente correta".

Assim, muito embora ambos os segmentos, alta-costura e "ready-to-wear"²⁵ nos E.U.A. progredissem gradualmente, somente esse último é que iria realizar profundas transformações ao cenário da moda mundial.

A perfeita sincronia, alcançada entre a estética e a indústria americanas, provocou uma grande curiosidade entre os empresários europeus, sobretudo franceses.

Finalizada a segunda guerra, foram organizadas algumas expedições aos Estados Unidos com o intuito de se conhecer esse novo processo de produção. Porém, a indústria americana pecou em não saber suprir uma demanda latente que aspirava pelo retorno de certos valores sufocados pela guerra. Havia uma busca ardente pelas formas belas e bem construídas. Foi, então, que, em 1947, Christian Dior respondeu com o "New Look", elevando suas criações a uma condição etérea, divinizada, como jamais um outro estilo conseguiria se impor. Ele e Monsieur Boussac (seu sócio) souberam, sem dúvida, explorar com talento, competência e inteligência mercadológica aquilo que a época do pós-guerra aspirava.

Paralelamente à explosão de Dior, as indústrias francesas e inglesas preparavam, muito timidamente, o seu processo de produção em massa.

Em 1948, o termo "ready-to-wear" era, então, traduzido na França como "prêt-à-porter", porém, até o final dos anos 50, suas indústrias ainda não estavam equipadas o suficiente para arcar com uma produção em massa mais intensa. Além disso, somente poucos produtos, como perfumes, bolsas, sapatos, luvas e outros acessórios se destinavam à produção em massa, mesmo porque a Câmara Sindical da alta-costura francesa não permitia que as peças criadas para a alta-costura fossem copiadas.

A Inglaterra, apesar das várias iniciativas para otimizar sua produção interna, esbarrou na negligência de seu governo em não apoiar a emergência do processo do "ready-to-wear" e, também, na míope noção de estilo de seus tradicionais costureiros.

Por outro lado é necessário entender que o principal desafio do sistema do "ready-to-wear", já convertido em "prêt-à-porter" na Europa (e nesta época), era, então, de atender

²⁵ A moda "pronta para vestir", através de sua maior representante Claire MacCardell, ganhou rapidamente linhas mais modernas, mais soltas e desestruturadas, sem as ombreiras nas peças femininas, contrariando a austeridade imposta pela maioria dos fabricantes americanos. Este estilo chamou-se "*casualwear*".

não só as necessidades do mercado local, mas mundial, oferecendo um produto que obedecesse as linhas estéticas impostas pela alta-costura francesa, mas que, ao mesmo tempo, pudesse se situar no parâmetro da produção em massa.

Esse objetivo só foi alcançado após a França - através de sua Câmara Sindical - ao estabelecer um sistema para a reprodução das criações de seus costureiros, através das *toiles*²⁶.

Gradualmente, então, através do poder promocional dos jornais diários, das revistas de moda e das empresas de "prêt-à-porter", foi construída, na França, uma imagem confiante de "alta-moda" (o mesmo que alta-costura), voltada para a produção em massa, à qual as mulheres se tornaram muito fiéis. Isto possibilitou-lhes trocar a roupa feita sob medida, pela feita industrialmente, o que, no entanto, evidenciou a necessidade de evoluir a forma de conceber esteticamente o produto do "prêt-à-porter".

O amadurecimento dessa idéia foi seriamente refletido por Maïmé Arnodin, uma jornalista que, através de repetidos editoriais no "Le Jardin de Modes", encorajou os jovens estilistas do "prêt-à-porter" industrial a trabalharem de acordo com as necessidades do seu mercado. Como resultado, no final da década de 50, podia-se encontrar um produto de alta qualidade, de custo acessível e essencialmente mais "descontraído", ou seja, apropriado às necessidades do consumidor daquela época e, portanto, mais esportivo e casual que clássico.

Estilistas, como Gérard Pipart, Emanuelle Khanh e Cacharel, puderam tornar suas criações conhecidas através de grandes magazines, como por exemplo, o "Prisunic".

É possível dizer, então, que a França aprendeu com os E.U.A. a forma de otimizar comercialmente o seu produto de alta-costura, através da concepção de um "prêt-à-porter", até então entendido como uma "clonagem" popular dos modelos da alta-costura. Esse produto passou, aos poucos, a ser desenvolvido com características mais verdadeiras e próximas ao consumidor a que se destinava. Os E.U.A., por outro lado, puderam também

²⁶ *Toiles* são moldes em tecidos (cambraia ou linho) de um determinado modelo. Naquela época, os principais clientes das casas de alta-costura não eram a burguesia, mas as cadeias de lojas de departamentos e industriais americanos do "ready-to-wear" que compravam as *toiles* para reproduzir os modelos na produção em massa. As coleções eram mostradas, primeiramente, aos compradores e clientes, havendo o custo de um *ticket*, conhecido como "depósito", que dava ao comprador o direito a um lugar nos desfiles privados e que poderia ser deduzido do custo do modelo original, caso esse fosse comprado. Se não comprassem um original, poderiam levar algumas *toiles* ou moldes de papel referentes ao que gastaram em seus depósitos. Depois de

incluir à sua indústria de "ready-to-wear", as linhas da alta-costura, no mesmo sistema que as indústrias francesas.

Porém, é fundamental que haja um pleno entendimento sobre esse contexto de transformações do "prêt-à-porter" francês, pois foi justamente nesse ambiente que se iniciou o desenvolvimento de dois importantes processos: o "prêt-à-porter" industrial e o dos estilistas. Ambos convergindo para um só caminho.

Novas Perspectivas para a Moda...

Para a indústria da moda francesa, era inegável a potencialidade que o sistema do "prêt-à-porter" apontava, no que diz respeito à exploração de novos segmentos de mercado e que se direcionava para uma linha mais jovem. Faltava, contudo, não somente evoluir a mentalidade dos grandes costureiros, adequando suas criações a uma nova realidade (o que implicaria numa "democratização" da moda), mas, sobretudo, oferecer possibilidades às empresas do ramo de se organizarem em função do ritmo das inovações sazonais, diminuindo, assim, os riscos de comercialização do produto de moda.

A busca, então, por um ideal "estético" comum, que viesse a se adequar e se integrar aos objetivos industriais e mercadológicos dos produtores de moda, ofereceu algumas oportunidades que foram muito bem exploradas pelos franceses. Oportunidades que seriam, mais tarde, articuladas pelos grandes estilistas. "Para tanto, teria de ser criada uma função nova: a de consultora de moda, que atuaria com olho, radar e mente em busca do que estivesse em voga, e se manteria em contato com a empresa, para poder adaptar suas idéias, com realismo aos produtos fabricados em série"²⁷.

Tal atitude foi francamente complicada, "pois requeria firmeza quanto às posições estéticas e, ao mesmo tempo, consciência das realidades e limitações do mecanismo industrial. Requeria, em suma, um poder de persuasão onde se aliassem firmeza e flexibilidade, que resistisse aos contatos, por vezes difíceis, com técnicos, comerciantes e até P.D.G.s²⁸ do mundo têxtil".

cada coleção apresentada, a imprensa ainda era barrada pela Câmara Sindical que não permitia a reprodução fotográfica dos modelos por três semanas, ou até que os trajes fossem entregues aos seus compradores.

²⁷ Vincent-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda...*, p. 31.

²⁸ "Président, Directeur, Général". "Presidente, Diretor, Geral" de grandes empresas. É uma expressão francesa para designar altos executivos.

Houve, nessa época, outras missões francesas empreendidas aos E.U.A , com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre o eficiente mecanismo do "ready-to-wear" americano. Dessa forma, tomou-se, aos poucos, consciência de um processo que se encontrava em transição, porém esse novo sistema iria exigir uma racionalidade prática com que a indústria francesa ainda olhava com desconfiança. Isso implicaria, sem dúvida, na imposição de um ciclo cronológico que determinasse não só as etapas de produção da peça de vestuário, mas, também, a adequação conceitual de padrões estéticos a toda a cadeia da moda. Outros fatores também deveriam ser articulados para que assim pudessem propiciar a evolução desse ciclo que, mais tarde, viria a se tornar irreversível. Haveria a necessidade de se organizar, efetivamente, um sistema de distribuição direcionado à produção em série, a qual exigiria grandes espaços²⁹.

Contudo, o desafio maior seria o de propagar e assegurar o sistema do "prêt-à-porter" dentro das empresas ligadas à cadeia de moda (fiações, tecelagens, confecções, etc.) acrescentando a importante tarefa de se introduzir o "estilo" à noção de produção. "Para isso, então, contribuíram no ano de 1965, os primeiros estilistas industriais, ampliando-se, paralelamente, o grande número de empresas que se interessavam em adotar uma postura estética para seus produtos. Todo esse processo não teria sido possível, sem o trabalho das "consultoras de moda" e que, mais tarde, seriam chamadas de "coordenadoras de moda"³⁰.

Com a profissionalização desse trabalho, "...surgiram no mercado francês os "Bureaux de Style", escritórios de consultoria de moda que assessoravam as indústrias têxteis e de confecção, fornecendo informações unificadas sobre cores, linhas, formas e estilos."³¹.

Assim, em 1958, surge o "Relations Textiles", criado por C.de Coux; em 1961 é a vez do escritório de Maïmé Arnodin e, em 1965, o "Promostyl", por Françoise Vincent-Ricard, ela mesma, uma das grandes coordenadoras de moda da época e empreendedora deste importante processo.

A sincronia alcançada entre o objetivos mercadológicos das empresas e a gerência de estilo empreendida por esses escritórios permitiram tornar os "Bureaux de Style"

²⁹ Esses "grandes espaços", se transformariam em grandes lojas de departamentos como a "Macy's", a "Bloomingdale's", a "Neiman Marcus", nos E.U.A. e as galerias "Lafayette", na França.

³⁰ Vincent-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda...*, p. 30.

³¹ Simões, Carlos, *Apostila do Curso de Desenvolvimento Criativo...*, p. 5.

franceses verdadeiros líderes mundiais em informações sobre moda, dando início ao aparecimento e consolidação de vários outros (entre eles o "Bureau Peclers Paris", criado em 1970 e que atua ao lado do "Promostyl", com muita importância até hoje). Em breve, esses escritórios passaram a imprimir cadernos de tendências, ampliando muito a atuação de suas coordenadoras de moda e selando, definitivamente, a política de prescrições estéticas.

Dessa forma, o desenvolvimento industrial seguiu voltado às constantes adaptações desses dois parceiros, "Bureaux" e empresas, progredindo à medida em que as indústrias aumentavam sua produtividade.

O "Prêt-à-Porter" Industrial

A unificação das informações propostas pelos "Bureaux de Style" ao mecanismo industrial do "prêt-à-porter" tornou explícita a necessidade de um amplo sistema regulador que orientasse todo o processo de produção de vestuário. Com isso, o trabalho estético desenvolvido por esses escritórios passou a se integrar a uma ordem metodológica e cronológica pré-determinadas.

Para discorrer sobre essa importante etapa, entretanto, permitimo-nos reproduzir, integralmente, as preciosas informações que Carlos Simões (ex-professor da FAAP-Moda) colocou, com extrema competência, em sua apostila, e as quais não ousamos explorar através de nossa própria abordagem.

"A criação e desenvolvimento de uma coleção obedecem a uma metodologia e cronograma rigorosos, onde qualquer deslize ou atraso tem conseqüências funestas para a empresa, não importa em que posição se encontre na cadeia têxtil.

Trinta e seis meses antes de uma determinada *saison*, os coordenadores de moda, estilistas e gerentes de produto e mercado das grandes companhias químicas (produtoras de fibras e filamentos têxteis artificiais e sintéticos, corantes, anilinas, produtos para acabamento e beneficiamento) e das Associações e Institutos de fibras e filamentos naturais reuniam-se para diagnosticar a situação mercadológica e traçar metas estéticas e comerciais para seus produtos, baseando-se na política de produção e Marketing adotadas pela diretoria executiva das empresas.

Uma vez definidas as diretrizes, os elementos básicos eram apresentados à entidade que se convencionou chamar de "Centro Internacional de Informação de Moda" ("Comité International de la Mode"), que manipulava os dados de acordo com as condições econômicas e políticas do mundo civilizado.

Esses novos fatores eram repassados para os "Bureaux de Style", cujos estilistas e coordenadores de moda pesquisavam as tendências, a fim de criar os temas que seriam a base formal de todo o desenvolvimento industrial dos anos 60.

A mensagem transmitida pelos cadernos de tendências era clara, precisa e inequívoca: ou a indústria seguia todas as regras impostas pela ditadura da moda, ou corria o risco de ser eliminada do mercado. Havia um entendimento absoluto entre os industriais e os consumidores: ambas as partes obedeciam implicitamente aos tirânicos ditames dos "Bureaux de Style", a cada temporada.

Lento a princípio, o ritmo de evolução das tendências de moda acelerou-se com o passar do tempo, em função do aumento de produtividade das indústrias. As primeiras manifestações dessa corrida, cuja meta era a "obsolescência programada", foram constatadas no colorido dos tecidos; em seguida as texturas, padrões e estampas passaram a ser manipulados com a mesma voracidade pelo mercado. Estilistas e coordenadores de moda pesquisavam avidamente nos arquivos das tecelagens para desenterrar materiais e desenhos que pudessem ser novamente aproveitados.

Com a advento do pauperismo oriental, da decadência dos estampados e padronados, da ausência da cor, foi necessário embarcar numa viagem através da história da cultura, da civilização e da arte, que imitava as expedições arqueológicas, na busca de novos elementos que motivassem o consumismo, imprescindível para a sobrevivência da moda.

Começa, portanto, a partir do final dos anos 70, a verdadeira pesquisa de moda, integrando arte e cultura à indústria. Este trabalho fascinante é, ainda hoje, desenvolvido pelos "Bureaux de Style", com o objetivo de sugerir inspirações para os vários segmentos da indústria da moda, visando os distintos estilos de vida do consumidor.

Cor, material e forma, componentes essenciais de moda e principais veículos das modificações impostas semestralmente, eram trabalhados em cadernos específicos dirigidos

às fiações, tecelagens e confecções, em datas rigorosamente pré-determinadas, para garantir uma ação coordenada em todos os patamares da cadeia têxtil.

Com 24 meses de antecedência, as cartelas de cores e harmonias cromáticas, sistematizadas pelos "Bureaux de Style", circulavam nas fiações, tecelagens, malharias e confecções, com uma proposta coerente com as tendências da estação.

As diretrizes sobre texturas, tipos de ligamentos, padrões e estampas para tecidos planos e de malharia circulavam com 18 a 20 meses de antecedência para permitir que as indústrias desenvolvessem seus materiais a tempo hábil.

Dentro em breve, foram implantados salões para o lançamento, promoção, divulgação e comercialização de fios, tecidos e confecções, fabricados criteriosamente de acordo com as propostas de moda; 14 meses antes da estação, os salões, ainda hoje, apresentam a seleção de fios para a tecelagem, malharia e tricô, nas cores e harmonias pré-determinadas.

Para as tecelagens, os eventos são realizados de 10 a 12 meses antes da temporada, após um período de incubação de 6 meses, dedicado ao desenvolvimento criativo de tecidos e malhas que ilustrem adequadamente os temas sugeridos pelos "Bureaux de Style".

As formas eram estudadas com 12 meses de antecedência e a indústria de confecção exibia suas criações com 6 meses de antecipação, nos salões de "Prêt-à-Porter", os primeiros eventos do gênero a surgirem em 1961, em Paris³².

Conforme ainda o que Simões nos coloca, esse sistema perdura até nossos dias, porém, essa lógica hierárquica de sugestões de tendências é trabalhada sob dois patamares: uma realidade "macro", que funciona sob o jugo europeu (mais especificamente França, Alemanha, Inglaterra e Itália) e serve como principal referência à pesquisa de tendências aos sistemas de criação de outros países (inclusive o Brasil) e uma realidade "micro", que obedece a uma outra lógica. Esta restringe a readequação das sugestões das tendências internacionais aos padrões culturais e climáticos de cada país.

No entanto, o que muito é visto no Brasil são algumas empresas reproduzindo fielmente em seus materiais de tendências (cujos catálogos representam um instrumento de máxima importância para ser trabalhado junto aos seus clientes), idéias e imagens dos materiais estrangeiros (geralmente, partes de cadernos de tendências dos "Bureaux" ou

³² Simões, Carlos, *Apostila do Curso de Desenvolvimento Criativo...*, pp. 6-9.

materiais afins, como é o caso da "Fairway"/Rhodia), alterando, apenas, os nomes dos temas das tendências e a programação visual dos catálogos. Outras comungam das mesmas idéias estrangeiras, mas procuram exprimi-las visualmente com sua própria identidade ("Polyenka"). E existem aquelas que preferem utilizar o material de divulgação de tendências de suas matrizes internacionais, assessorando pessoalmente seus clientes, conforme as necessidades comerciais ("Ciba").

O fato é que, ao final das contas, encontramos um consenso estético de cores, estilos, materiais e inspirações temáticas nada equivocado entre as várias "famílias" de empresas que trabalham nos diferentes níveis de produção do vestuário, não só aqui, mas em boa parte do mundo. Um consenso estético que, no entanto, é amparado e gerenciado por dois setores específicos: "Bureaux de Style" e feiras de moda. Mas, é importante ressaltar que também esses, cumprem uma hierarquia cronológica para a divulgação de suas prescrições. Daí a capital importância (e o valor histórico) dos escritórios de estilo no comando deste processo, uma vez que iniciam esta corrida antes das feiras de moda, "oferecendo", assim, antecipadamente, todos os elementos para a criação do vestuário.

O "Prêt-à-Porter dos Estilistas"

Paralelamente a essa evolução industrial, estava a tentativa de tornar esse setor próximo à estrutura da alta-costura. Essa nova lógica deveria garantir à peça do vestuário uma qualidade estética onde se pudesse perceber a "personalidade" de seu criador. Deveria, ainda, ser oferecida a outros segmentos (masculino e juvenil, por exemplo), sendo trabalhada conceitualmente em todos os setores, desde a produção até a distribuição e o estágio de sua publicidade. Nesse sentido, podemos observar ousadas atitudes de dois grandes nomes.

Pode-se dizer que Pierre Cardin foi o precursor e, graças a sua atitude, foi prontamente expulso da Câmara Sindical da alta-costura francesa, por ter ele criado a primeira coleção de "prêt-à-porter" para mulheres e de a ter colocado em uma loja de departamentos, o "Printemps", em 1959. Notadamente, esse visionário percebeu a força de seu nome e de sua imagem, aliados ao produto de vestuário e, assim, pôde promover a

noção de *griffe*, através da ampliação de seu mercado para a linha de perfumes, acessórios, camisetas, agendas, móveis e "tudo o que puder ser ilustrado com seu logotipo"³³.

Em sua visita ao Brasil, em março de 1994, para uma série de palestras na Fundação Armando Álvares Penteado, concluiu brilhantemente sobre a fusão alta-costura/prêt-à-porter: "De que serve o luxo se ele não converge para uma difusão popular nos países de menos reconhecimento social? E porque uma mulher menos privilegiada não teria como outras direito à elegância? É por isso que criei o prêt-à-couture, mais acessível a todos. Meu objetivo nunca mudou. Atingir o máximo de gente, sem fronteira de raças nem de nacionalidades. O elitismo é uma noção caduca às vésperas do ano 2000. A criação deve ser jovem e um grande criador deve ter um ideal daquilo que ele cria. Então eu crio para a juventude"³⁴.

Foi inquestionável o seu atrevimento para com as cores das camisas e gravatas masculinas na década de 60 (roxas e turquesas) e sua fobia futurista programada para ambos os sexos. Seu ecletismo, rigor e genialidade para os negócios o acompanham até hoje.

Mas, segundo Madame Vincent-Ricard, Cardin somente introduziu o "prêt-à-porter", vindo a se retrair logo depois após sua punição pela Câmara Sindical. Quem realmente viria a promover esses sistema seria Yves Saint-Laurent, elaborando em 1966, uma coleção genuinamente voltada à criação industrial, não mais "adaptando" a alta-costura. Logo viria a dizer: "...não fui eu quem mudou, foi o mundo. E este mudará sempre e nós estaremos eternamente condenados a adaptar nossas maneiras de ver, sentir e julgar."³⁵.

Nessa mesma época, ele abre a sua primeira boutique "Saint-Laurent Rive-Gauche", mudando o centro das atenções para a "rue de Tournon" e abrindo caminho para várias outras.

"O sucesso da adaptação da alta-costura à fabricação em série se deve, basicamente, à confiabilidade do instrumento industrial que busca atingir. É preciso criar um sólido vínculo entre a imaginação do costureiro e as limitações de uma fabricação que não permite

³³ Fernando de Barros in, *Catálogo Pierre Cardin, Passado, Presente e Futuro*, São Paulo, FAAP-Moda, 1994, p. 2.

³⁴ Pierre Cardin in, *Catálogo Pierre Cardin, Passado, Presente e Futuro*, São Paulo, FAAP-Moda, 1994, p. 3.

³⁵ Yves Saint-Laurent in, *As Espirais da Moda...*, p. 70.

retoques. Limitação dupla, que propõe dois desafios: um ao industrial, que a partir do desempenho de um determinado estilo de produto conceberá a dinâmica de todas as demais coleções; outro ao costureiro, forçado a criar um estilo mais ativo, que já não corresponde às "mãos de fada", únicas artífices da alta-costura"³⁶.

Na realidade, o "prêt-à-porter", significando uma vertente oposicionista da alta-costura, colidiu com o mesmo termo que estava já, há muito tempo, empregado pela indústria da produção em massa. Porém, somente agora, essa mesma indústria estava pronta, plena e disposta a se integrar à complexidade dos gênios da alta-costura para, assim, conferir, definitivamente, o valor estético à roupa feita em série.

Todos os estilistas da alta-costura, então, um a um, se renderam ao "prêt-à-porter", pois era necessário ser ousado e moderno.

"De fato, a alta-costura deixou de dar o tom em matéria de moda; o prêt-à-porter e a rua erigiram-se em centros "autônomos" de moda"³⁷.

"Abaixo o Ritz, viva a Rua"³⁸

A rua tornou-se o grande termômetro da moda, pois o centro das atenções não estava mais dirigido a uma minoria burguesa, mas às pessoas comuns, mais especificamente os jovens, detentores do poder das mudanças e ávidos a "consumir o mundo" (mesmo em forma de moda). Foi para eles que os criadores da alta-costura, então, ofereceram suas novas criações, derivadas das novas possibilidades do "prêt-à-porter".

Em meio a esse clima de transformações, emergiram nomes como Daniel Hechter, Biba, Le Cooper, Elio Fiorucci, Dorothé Bis, que comungaram os anseios dessa geração à proposta de uma cultura hedonista.

"Surge na sociedade algo tão novo e revolucionário como a moda dos anos 60: à juventude não importa mais ser vulgar ou distinta - ela deseja simplesmente ser. E os radares sensíveis que criam a moda da época expressam bem a tendência a viver de modo diverso e a demonstrar isso por meio das roupas"³⁹.

³⁶ Vincent-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda...*, p. 71.

³⁷ Lipovetsky, Gilles, *O Império...*, p. 112.

³⁸ Yves Saint-Laurent in, *O Império...*, p.112.

³⁹ Barthes, Roland, in, *Marie Claire* (1969), in, *As Espirais da Moda*, p. 86.

Passou a valer, então, um sistema utilizado até hoje, porém e, obviamente, adequado a sua respectiva realidade. Pode-se dizer que, a pesquisa de moda para o "prêt-à-porter" dos estilistas (e, conseqüentemente, do "prêt-à-porter" dos industriais), nasceu, e ainda emerge da rua, onde se verifica e se traduz a "aura" do momento, o "clima", o "espírito social" que rege as emoções do coletivo. Esses elementos subjetivos são traduzidos e revestidos por cores, formas e materiais que, por sua vez, correspondem, ou não, às possibilidades de suprirem aos anseios de segmentos sociais específicos. É por isso que uma "moda" pode "pegar" ou não. É preciso sentir, "respirar" o momento em que se vive e codificá-lo, rapidamente, em uma forma estética. E os grandes estilistas sabiam, e ainda sabem muito bem disso...

Mary Quant apostou na mini-saia, as mulheres já estavam enfadadas de tanto puritanismo; Courrèges apostou na "*moon girl*", seu branco óptico e suas formas desestruturadas libertaram a mulher reprimida pelos trajes impecáveis de Dior, que, por sua vez, havia respondido com feminilidade e luxo à carência das mulheres do pós-guerra.

A moda, então, respondeu, através de suas criações, a algumas transformações sociais, promovidas, em sua grande maioria, pela juventude das décadas de 60 e 70. Na verdade, houve apenas uma "atração" de novos segmentos sociais de consumo, pois o que toda a "indústria do prêt-à-porter" (empresários e estilistas) procurava neste momento, era buscar uma "linguagem" para se comunicar e se aproximar cada vez mais desses segmentos.

No entanto, o sistema de imposição de tendências de moda, até então conhecido, dcaiu progressivamente já nos últimos anos da década de 70.

A Era do Individualismo

A década de 80 apareceu como uma grande reveladora de "tendências sociais" e, portanto, reveladora de muitas tendências de moda. Nessa época, vários grupos de jovens se destacaram por seu estilo de vida, como, por exemplo, os "*punks*", "*darks*", "*yuppies*", "*skinheads*", "*new waves*", impondo-se, seja através de sua "contestação social" ou de seu "status". O fato é que, em função da maneira de viver desses e outros grupos, toda uma estrutura industrial foi modificada em seus direcionamentos mercadológicos. Foi necessário

às empresas do setor de vestuário responderem, verdadeiramente, com produtos que se adequassem ao estilo de vida desses novos grupos.

Aos "Bureaux de Style", foi preciso oferecer uma melhor estrutura às pesquisas de suas tendências, partindo para análises sociais mais profundas, abrangendo não só aspectos culturais e artísticos, mas políticos, religiosos e, sobretudo, econômicos.

"Durante a segunda metade dos anos 80, iniciou-se um outro movimento que gerou um novo sistema de moda: o público desejava roupas que refletissem seus mais íntimos desejos e passou a criar seu próprio estilo a partir daquilo que o prêt-à-porter oferecia"⁴⁰.

Logo, seria o estilo pessoal a guiar o "prêt-à-porter". Um certo individualismo, então, passou a refletir-se nas composições e no jeito de vestir de cada um. Surgem o que Carlos Simões chamou de "*multilooks*": um intercâmbio de estilo de vários grupos jovens (tribos urbanas). Ao mesmo tempo, houve o retorno ao estilo tradicional, clássico, mais voltado para o roupa do dia-a-dia, indícios dos tempos de crise.

Com o início dos anos 90, a moda, sem dúvida, libertou o caráter pragmático de articulação estética, adotado, sobretudo, pelos "Bureaux de Style". Dessa forma, foi necessário a todos os setores de produção de moda articular sistemas mercadológicos mais agressivos que possibilitassem entender e "capturar" esse novo consumidor, já altamente fragmentado pelas mutações instantâneas do mundo contemporâneo.

"Os sistemas de criação aproximam-se mais e mais do mercado, para atender os estilos de vida diferenciados do consumidor. *Lifestyle* passa a ser a palavra chave da criatividade contemporânea, promovendo a segmentação de mercado, instigando a indústria e o varejo a procurar novos nichos de consumo e a investir na motivação da demanda.

Para sobreviver, os "Bureaux de Style" tiveram que se adaptar a estas novas condições, a novos ritmos de pesquisa das fontes de inspiração, à cadência em constante evolução dos *lifestyles*. A previsão das tendências passou a existir para suprir as aspirações e desejos do público e não mais como regra tirânica imposta pelos escritórios e cadernos de estilo"⁴¹.

O "prêt-à-porter" atual coincide com a efervescência e a multiplicidade de "*looks*", bem como os gêneros específicos de moda, como o "*jeanswear*", o "*homewear*", o

⁴⁰ Simões, Carlos, *Apostila do Curso de Desenvolvimento Criativo...*, p. 9.

⁴¹ Ibid., p. 10.

"*sportswear*", "*activewear*", "*skatewear*", "*surfwear*", "*utilitywear*", etc., todos possibilitando um intercâmbio entre seus elementos na criação dos padrões de moda, ou seja, cores, materiais, padronagens e formas.

É possível afirmar, também, que o "prêt-à-porter" atual se deriva de um novo olhar dos "Bureaux de Style" sobre o "espírito do tempo". O sentimento social de certos segmentos que move o desenvolvimento das informações desses escritórios e que, hoje, atendem não só a indústria de produção em massa de moda, mas também os grandes estilistas.

Na verdade, a nova lógica empreendida responde muito bem à nova lógica de seus clientes, na medida em que oferece - com qualidade e total equilíbrio -, prescrições estéticas justificadas pela razão e pela sensibilidade. Ou seja, por aquilo que é medido, quantificado (análises mercadológicas, de produção, etc.) e aquilo que, intuitivamente, é previsto (gostos, mudanças de comportamento, etc.).

Mas, como se explica a segurança das avaliações dos "Bureaux"?

O Desenvolvimento das Tendências de Moda pelos "Bureaux de Style": Faro X Racionalidade

"A pessoa que é um bom radar tem instinto, é receptiva a tudo que a cerca, sente no ar o espírito e dá asas ao próprio faro, mesmo sem estabelecer qualquer ligação com o produto a ser fabricado. Quem possui faro sabe reunir os objetos mais disparatados, só por eles concretizarem determinados reflexos, cores, toques, formas, grafismos"⁴².

A criação de um "Caderno de Tendências" (como nos informa Carlos Simões), prevendo cores, materiais, (fios, tecidos planos e malharias) e formas conta 30 meses de antecedência de uma determinada estação. Prescindem de uma metodologia específica e uma comunicação eficaz que possam traduzir a intuição de estilistas e coordenadores de moda dos "Bureaux" em um ambiente temário com cores, tecidos e formas.

O "faro", no entanto, a que Madame Vincent-Ricard se refere acima (e que subentende-se como "*feeling*" ou intuição) não atua sozinho, ele vem acompanhado de uma sólida pesquisa de mercado, cujo objetivo é verificar os pontos positivos e negativos de

⁴² Vincent-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda...*, p. 48.

uma determinada coleção (seja ela têxtil ou de confecção) da temporada anterior. Segue, então, uma adequação pertinente entre as propostas dos estilistas e coordenadores de moda dos "Bureaux", ao estudo aprofundado do mercado, determinando, assim, o direcionamento estético de cada elemento manipulado pelos "escritórios de estilo".

Inicialmente, para a definição das cores, é necessário que haja uma divisão cromática conforme intensidade (clara, média, forte ou escura) atribuindo, assim, uma "personalidade" a cada grupo, que, por sua vez, dará peso às características de determinados tecidos. Ou seja, a fluidez e leveza que denota uma seda em tons pastéis ou o aspecto rústico de uma sarja em gamas de aqui

Para os materiais - fios, tecidos, aviamentos, etc. -, seguirá uma análise que levará em consideração aspectos, como: o desempenho desses elementos no mercado durante a temporada anterior, a disponibilidade dos insumos/matérias-primas - que orientarão a produção de determinadas armações e ligamentos⁴³, no que se refere aos tecidos - e as freqüentes oscilações econômicas e sociais (incluindo as mudanças de gosto do consumidor) que implicam no comportamento do produto à estação a que se destinará.

Para a fixação das padronagens, ou seja, as estamparias e as cores dos tecidos e malhas, são formuladas propostas a partir da análise das padronagens que obtiveram sucesso na estação anterior e que deverão, agora, ter suas cores substituídas pela nova cartela. Essa proposta deverá corresponder a 30%, sendo que 50% deverá corresponder a padrões totalmente novos e 20% deverá ser convertido em uma criação de vanguarda.

Finalmente, deve-se levar em consideração, as formas que serão "extensões" das características físicas dos tecidos. Assim, haverá a preocupação de se buscar um equilíbrio para a fluidez, a partir de tecidos que se movimentem e uma estrutura, a partir de tecidos mais encorpados. Pois, como bem adverte Simões, "...não se pode imaginar formas estruturadas, modeladas com tecidos fluidos, assim como é impossível criar formas que se movimentam com o andar a partir de tecidos encorpados."⁴⁴.

Quando, então, todos esses elementos forem compostos e finalizados, serão criados temas que ilustrarão a temporada, "considerando sempre as categorias de personalidade de

⁴³ "Armação (ou ligamento) é o modo como o fio de urdume é ligado ou cruzado com os fios da trama. Dois casos são possíveis: ou os fios de urdume passam sobre os fios da trama ou o inverso. Existem 3 ligamentos fundamentais: tela ou tafetá, sarja e cetim in, Vincent-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda...*, p. 247.

⁴⁴ Simões, Carlos, *Apostila de Desenvolvimento Criativo...*, p. 15.

cada *lifestyle*, a percepção das correntes culturais contemporâneas (incluindo uma análise de retrospectivas históricas), políticas, econômicas, etc."⁴⁵.

Vale lembrar que, antigamente, os "Bureaux" criavam seus temas sempre inspirados no folclore, na etnia, na natureza, no passado próximo ou na antigüidade. Para as roupas urbanas, era oferecido um estilo clássico e, para as de lazer, o esportivo.

"Com a diversificação dos interesses e estilos de vida e, também, da perda do poder aquisitivo do consumidor, uma temática mais ampla foi dedicada à moda, visando atender, inclusive, grupos de várias faixas etárias. Foi necessário considerar também os ciclos de fabricação de artigos de categorias distintas, que requerem uma análise do processo evolutivo para prever tendências e aplicações específicas, como: roupas básicas (ciclo longo de fabricação); roupas tradicionais/clássicas (ciclo médio); vanguarda (ciclo curto)"⁴⁶.

É interessante também observar que o texto que conduz os "cadernos de tendências" (discurso temário), muitas vezes, tem um sentido poético para explicar a fonte de inspiração que ilustrará o tema e a ambiência da estação proposta.

"É este texto que deve ser cuidadosamente elaborado, porque dele emana o âmago da criação relativa ao tema. O texto-tema sintetiza os elementos que devem ser pesquisados pelos designers têxteis e de moda na fonte de inspiração, para a criação das características que servirão de base da coleção têxtil (tipos de ligamentos, padrões e estampas) e da coleção de vestuário (linhas, modelagem, detalhes, aviamentos)"⁴⁷.

O Universo dos "Bureaux": Produtos e Serviços

A dimensão internacional alcançada pelos "escritórios de estilo", através de seus vários representantes, fez com que a hegemonia estética francesa, pudesse ser entendida e "frequentada" por outros países. Dessa forma, observou-se, não só a abertura de novos mercados, mas também a exploração de um possível estilo que fosse próprio a cada lugar; uma adequação que se fez necessária devido à predominância climática e cultural de cada país. Contudo, a intenção das tendências, ou seja, as "matérias-primas" estéticas sugeridas

⁴⁵ Ibid., p. 17.

⁴⁶ *Idem, ibidem.*

⁴⁷ *Idem, ibidem.*

através de cores, formas, materiais, padronagens e um ambiente temário, oferecidas para a criação de uma coleção, ainda mantém as mesmas bases dos anos 60, quando exerceram mais poderosamente o seu monopólio estético.

O sucesso de tal hegemonia (e dependência de várias empresas às suas sugestões) deve-se, talvez, pela qualidade e eficiência dos produtos e serviços oferecidos pelos "Bureaux", pelo profissionalismo e seriedade com que tratam o traço subjetivo das tendências e o universo efêmero da moda.

Hoje, a principal missão de um "Bureau de Style" é descobrir as tendências que afetarão o comportamento do consumidor e traduzi-las em guias para a criação. Viajando por todo mundo, os coordenadores de moda e estilistas desses escritórios analisam as evoluções de mercado, suas necessidades, carências ou saturações (muitas vezes de uma tendência estética ou comportamental), avaliando sempre as possíveis formas de satisfazer futuros consumidores, integrando os produtos a novos *lifestyles*. No entanto, o apoio mercadológico não se limita à formulação de estratégias, pois o permanente contato com as inovações tecnológicas do ambiente têxtil lhes permite estudar a praticabilidade de suas observações, seguindo todo o desenvolvimento do produto e "aplicando-o" à realidade de cada país. Seu campo de atuação se estende, geralmente, a 18 países: além da França, Inglaterra, Espanha, E.U.A., Tailândia, Holanda, Finlândia, Alemanha, Canadá, Itália, Grécia, França, Suécia, Coreia, Suíça, Japão, Bélgica, Turquia e Brasil.

A precisa análise social já, desde então, baseada na descoberta de tendências econômicas, políticas, estéticas, culturais e, também, nas correntes de gostos colaboram para a construção dos "cadernos de tendências". Estes são elaborados e organizados para desempenharem diferentes ações e estimularem a criação com uma base sólida de referências, os quais são comercializados, em média, com 20 a 18 meses de antecedência a uma estação. Custam aproximadamente US\$ 4.000,00, mas podem chegar - segundo o representante dos "Bureaux" no Brasil, Sr. Arena, a US\$ 60.000,00.

Atualmente, no entanto, este tipo de instrumento de criação vem sendo francamente substituído por uma assessoria direta e personalizada com seus clientes. Mesmo assim, ainda hoje, encontramos as seguintes publicações:

- Caderno de Tendências para Cores: conduz à primeira reflexão para a criação de uma coleção, situando as ambiências⁴⁸ que serão trabalhadas para os segmentos homem, mulher e criança, através de cartela de cores, harmonias e famílias cromáticas. É uma importante ferramenta designada a vários setores, pois enfoca as tendências de cores com uma antecedência de duas estações;
- Caderno de Tendências para Fios: São vistos os materiais que darão início ao desenvolvimento de uma coleção. Contém todas as explicações necessárias sobre coleções de fios, cores, tons, amostras e inovações tecnológicas.
- Cadernos para Tecidos: Esses cadernos trazem uma investigação dos tecidos que serão essenciais para a estação, bem como suas inovações tecnológicas e acabamentos, sempre dentro da estrutura das tendências de moda. As famílias de tecidos são dispostas em um leque de amostras contendo, ainda, as sugestões e finalidades dos tecidos na aplicação das silhuetas;
- Cadernos para Temas e Ambiências: Constituem-se da principal direção de uma coleção em uma determinada estação, com ilustrações de cores, harmonias cromáticas, silhuetas e fotos dos tecidos. Na verdade, os temas/ambiências situam todas as referências estéticas dentro do contexto das tendências, sempre com apelo poético e sensível;
- Cadernos para Estampas e Padronagens: São abordadas as principais correntes gráficas e suas aplicações na moda, bem como as gamas de cores e os motivos que serão apontados para os segmentos homem, mulher e criança. São vistos também *jacquards* e bordados, além de novas idéias para a utilização destes e outros materiais;
- Cadernos para *Lingerie*: Esses cadernos apontam as tendências para *lingerie* dia e noite, oferecendo as séries de cores, tecidos e ambiências que devem ser trabalhadas;
- Cadernos para Influências para Bebês e Crianças: São vistas as idéias gráficas para a exploração têxtil, papelaria, embalagem, puericultura e enxoval infantil. O "Bureau" "Peclers Paris", especificamente, edita dois cadernos diferentes; um direcionado a crianças de 0 a 4 anos e outro acima desta idade;

⁴⁸ "ambiências", no universo da moda, significa o cenário, o momento social, enfim, o ambiente e todas as suas referências, que constituirão a base dos temas criados para as tendências de moda. Assim, por exemplo, um dos temas do verão 96/97 chamado pelo "Bureau Carlin" de "Éden", foi ilustrado pela ambiência do folclore americano e pelos desertos de algumas regiões dos E.U.A.

- Cadernos para Decoração em duas Versões: São dois temas que orientam a criação de materiais para a decoração de ambientes internos e utensílios de uso cotidiano. Dentro de cada caderno há um relatório especial sobre os estilos que devem ser trabalhados, também em uma determinada estação;
- Cadernos para Malharia Feminina: É um apoio para a escolha dos fios, cores, pontos, idéias de jacquards e as respectivas aplicações nas silhuetas, sempre dentro de uma estação prevista;
- Cadernos para Malharia Masculina: Fios, cores, pontos, etc., direcionados para silhuetas masculinas;
- Caderno Geral para Malharia: É um caderno específico que atualiza as linhas que se direcionam especificamente para as temporadas das férias de fim de ano, inverno e verão. São vistas as cores, fios, pontos e também as silhuetas masculinas e femininas;
- Cadernos para “Corte e Costura”: São cadernos que trabalham a malharia usada no dia-a-dia, ajudando na criação estética, na escolha dos materiais certos e idéias gráficas para tornar o produto mais interessante;
- Cadernos para Tendências e *Merchandising*: São vistos os temas de moda e suas aplicações e sugestões para o *merchandising* e displays publicitários;
- Cadernos Específicos para as Tendências de Moda: São designers falando com designers. São vistas as tendências de moda e suas influências, bem como as fontes de inspiração e suas respectivas aplicações;
- Cadernos “Resumo” da Estação, mais Guia de Compras e Síntese dos Tecidos: Esses cadernos se direcionam, exclusivamente, aos varejistas e atacadistas. Neles são organizados um *checklist*, conforme a hierarquia dos elementos necessários para a produção do vestuário, principalmente têxteis. Consta também uma seleção fotográfica de tecidos que fazem parte da estação, a partir do “*Première Vision*”⁴⁹;
- Cadernos para o “*Sportswear*”: É o universo do “*sportswear*” (da cidade ao lazer). São vistos os temas e as influências que orientam as cores, tecidos, modelagens e acabamentos, bem como todas as possíveis variações do “*jeanswear*” masculino e feminino;

⁴⁹ Uma das feiras mais importantes de moda do mundo, acontece em Paris. Detalhes específicos sobre esse evento poderão ser vistos logo em seguida.

- Cadernos para o “*Casualwear*”: São vistas as inspirações para as silhuetas, as formas gráficas, os tecidos e os croquis técnicos para esse gênero de vestuário destinado ao dia-a-dia;
- Cadernos para “*Beachwear*” e “*Swinwear*” (moda praia e piscina): São vistos os temas/ambiências, as cores, os grafismos, as silhuetas e os respectivos acessórios para este segmento;
- Cadernos para o “Prêt-à-Porter” feminino: São vistos todos os elementos para a criação de uma coleção “prêt-à-porter”. As silhuetas, desenhos, tecidos, cores, etc.

Alguns cadernos, como o de “cores”, “estampas” e “malharia”, podem circular até mesmo antes de suas publicações, ou seja, com 20 meses de antecedência à temporada e são editados em inglês, francês, japonês, ou conforme solicitação.

A intervenção do fator estético e de criação, em alguns dos setores industriais de moda, fez com que a assessoria prestada pelos “escritórios de estilo” se realizasse em diferentes eixos de ação. Nesses sentido, é importante ressaltar a personalização dos serviços prestados pelos “Bureaux”, a qual se faz imprescindível atualmente e que faz gerar uma certa “intimidade” com os clientes, permitindo-lhes estar cada vez mais próximos de seus problemas e do mercado que dominam.

Mas, os serviços e produtos oferecidos pelos “Bureaux” não se limitam à área de vestuário (seja ela do “fio à confecção”). Esses escritórios também desenvolvem ações, como palestras, vídeos, consultorias, para a indústria automobilística, de cosméticos, puericultura, etc. Somente o “Peclers Paris” atende mais de 60 clientes em todo o mundo, como a “Du Pont” (fibras químicas), a “Lancôme” (cosméticos), a “Mattel” (brinquedos, fabricante da “Barbie”), a japonesa “Unitika” (fibras químicas), a “Prenatal” (puericultura) e a “La Redoute” (líder em venda à distância por catálogos, com mais 55.000 itens à disposição).

Assim (e de forma mais específica), para que a venda de um produto (seja ele fio, tecido, confecção, acessórios para decoração, cosméticos, automóveis, etc.) desenvolvido e concebido sob as bases do *design* (por um “Bureau”) aconteça com sucesso, é necessário que haja um entendimento completo sobre o potencial de cada elemento e o mercado a que se destina. Por isso, o serviço personalizado de um escritório inicia seu trabalho com uma interferência nas estratégias mercadológicas (e de comercialização) do produto e,

principalmente, na sua definição visual. Itens como embalagens, rótulos, etiquetas, marcas, cores, formas, materiais, etc., são cuidadosamente estudados, pois, para “eles”, é fundamental que exista sempre a união entre o “impacto estético à coerência” (no caso, mercadológica), lema básico de um “Bureau”.

A assessoria ainda presta-se a oferecer análises críticas a toda a concepção do produto e, no que se refere à área de vestuário, não só oferece “críticas”, como também estruturam uma reflexão prospectiva dos principais temas (ambiências), cores e materiais que envolvem cada item das coleções, organizando, ainda, todas as estratégias de *Merchandising* (colocação e divulgação do produto), seja através de desfiles, shows ou audiovisuais.

A comunicação “*hors media*”, empreendida pelos “Bureaux”, lhes permitem obter uma grande coerência em todas as suas ações, mantendo um perfeito controle de suas informações. Assim, a excelente sinergia, alcançada entre escritório e cliente, permite com que ambos se desenvolvam em suas respectivas áreas, otimizando seus serviços e produtos e, conseqüentemente, oferecendo ao consumidor “opções” com qualidade.

No entanto, a importância do trabalho desenvolvido pelos “Bureaux de Style”, situa-se na filosofia estética que costura toda a cadeia de moda e que acaba se estendendo a vários outros setores. Esse “fio condutor” se entranha nos produtores de fios naturais, artificiais e sintéticos, nas tecelagens, nos atacadistas, varejistas, confeccionistas, estilistas. Atraem todos os segmentos, homens, mulheres, crianças, bebês. Estão presentes em quase todas as atividades humanas, através do vestuário – da roupa urbana ao lazer -, e na extensão de seus *hobbies*, seja ele radical (“*activewear*”), ou nem tanto (“*beachwear*”, “*swinwear*”, “*snowear*”, etc.). Estão nos acessórios masculinos e femininos, nas joalherias, nos cosméticos, na construção civil, na decoração, nos automóveis, nas cadeias de lojas e nos catálogos por reembolso postal. Seus vários tentáculos continuam a administrar, com excelência, a liberdade de escolha de cada um.

Por outro lado, se os “Bureaux de Style” têm fundamental importância no contexto de formação de tendências, as feiras de moda (mais conhecidas por “salões”), também atuam, hoje, com igual valor no que se refere à informação e venda dessas tendências. Muito embora, já estejam devidamente maquiadas pelo interesse do próprio evento e, certamente, de seus participantes (os diversos fornecedores).

Nós não vamos nos aprofundar neste setor específico, nem tão pouco naqueles ligados à produção têxtil e de corantes. Porém, convém situar o leitor a respeito do panorama básico que mantém o escoamento e a produção de matéria-prima de vestuário e, conseqüentemente, de suas tendências de moda.

As Feiras de Moda

Uma vez definidos pelas matrizes das indústrias os tipos de matérias-primas a serem comercializados em uma determinada “*saison*”, é a vez das “feiras de moda” ajudarem os empresários a vender seus produtos.

Nesse sentido, “elas” (as feiras) já se integram à matéria-prima de cada fabricante ao contexto de tendências de moda (devidamente ilustradas por temas), pois é baseado neste apelo que tais produtos (como fios e corantes) podem ser “vistos” e melhor entendidos.

Assim, com - em média - 14 meses de antecipação às estações (primavera/verão e outono/inverno), acontece a “Expofil”, maior feira destinada ao setor de fios, realizada em Paris, sempre no início e final de cada ano.

Em seguida, surgem as feiras do setor de tecidos, com, em média, 12 meses de antecedência. A principal delas, o “*Première Vision*” é direcionada, exclusivamente, ao fabricante têxtil, mas oferece, na verdade, os materiais (ou insumos, como é mais correntemente falado, como corantes, tecidos, materiais para acabamento e um pouco de formas, isto é, silhuetas) que deverão ser trabalhados nas tecelagens. Os materiais são sempre diluídos no universo temático das tendências de moda, ou seja, na exposição de quatro temas que abordam a conceituação estética dos produtos de moda envolvidos na construção do vestuário.

O “*Première Vision*” acontece em Paris, duas vezes ao ano, geralmente no início de março - para a formatação da primavera/verão do ano seguinte e, no início de outubro -, visando o próximo outono/inverno.

Um mês depois vem a “*Interstoff*”, em Frankfurt, confirmar as principais tendências e lançamentos oferecidos no “*Première Vision*”.

A visita a essas feiras se faz “obrigatória” à maioria das empresas do setor têxtil e de confecção, uma vez que abriga expositores de todas as partes do mundo (inclusive o

Brasil). A “Interstoff”, no entanto, vem realizando uma edição asiática em Hong Kong, promovendo, não só a abertura de novos mercados, mas também a aplicação de suas informações estéticas, as tendências de moda.

Depois, com 6 meses de antecedência às estações (e sempre duas vezes ao ano), acontecem as várias feiras de “prêt-à-porter”, onde são disponibilizados os produtos já confeccionados.

Nesse setor, as mais importantes são:

- “Igedo”: moda masculina e feminina, em Düsseldorf;
- “Prêt-à-Porter”: salão de moda feminina, Paris;
- “Interfillieri”: salão para *lingerie* e “*underwear*” para os segmentos masculino e feminino, Paris;
- “Who’s Next”: salão de moda específico ao consumidor de 15 a 25 anos, Londres;
- “40°”: moda jovem, Londres;
- “SEHM”: o mais importante salão internacional de roupa masculina, Paris;
- “London Interseason”: moda feminina e masculina, Londres;
- “Moda Milano”: moda feminina e masculina, Milão.

Todas essas feiras são de extrema importância ao cenário da moda mundial, pois representam o maior e mais “acessível” canal de comunicação entre a maioria dos produtores de matérias-primas e seus respectivos mercados. Assim, há uma incessante promoção de desfiles, seminários, palestras, e todas as possíveis formas de interação e prestação de serviços oferecidos nas feiras, inclusive, a comercialização dos “Cadernos de Tendências” por seus respectivos “Bureaux”, com o intuito de delimitar o parâmetro exato que se deve trabalhar o produto de moda.

Dessa forma, uma vez abordado, outro significativo campo de comercialização e escoamento de matérias-primas e tendências de moda, vamos conhecer (sinteticamente) as multinacionais têxteis (fios) e de corantes que atuam por traz desse universo. Porém, alertamos o leitor que não incluímos neste trabalho os grandes produtores de tecidos, (no sentido que consideramos este material como já derivado de uma determinação estética, assim como a própria roupa e, portanto, alvo das prescrições dos “Bureaux” e multinacionais).

Ou seja, importa-nos, neste trabalho, conhecer a origem daqueles que apontam as sugestões estéticas aos diversos setores de construção do vestuário. Ora, não são as tecelagens que sugerem aos "Bureaux" os padrões e estampas, texturas e "toques" dos tecidos que eles desejam produzir e sim os escritórios de estilo e as multinacionais de fios têxteis. No entanto, a comercialização deste "acordo" (no sentido de estarem incluídas, nesse evento, as decisões das tecelagens), é efetivada através do "Première Vision", onde os produtores de tecidos usufruem, mais poderosamente, de seu monopólio.

O Contexto Industrial Têxtil e de Corantes

A indústria têxtil tem sido um dos maiores campos de batalha entre países industrializados e em desenvolvimento.

A introdução agressiva da indústria asiática (principalmente, nas fibras de poliéster) tem movimentado rapidamente o setor, aumentando cada vez mais a eficiência operacional e de automação dos recursos da produção. Se, no início do século XX, o tempo gasto para a produção de 1 kg. de tecido despendia uma hora de trabalho, hoje essa mesma tarefa demanda apenas dois minutos. Um outro fator importante a ser considerado, e que não corresponde às inovações tecnológicas, diz respeito aos novos direcionamentos da produção têxtil de fibras naturais, sobretudo o algodão.

Visto ser um produto que se inclui na produção de alguns gêneros alimentícios, como café, soja e cereais (pois as grandes empresas que exploram a produção de algodão também atuam em mercados de grãos), um questionamento muito comum que se faz no setor têxtil é se a produção algodoeira aumentará na mesma proporção das necessidades mundiais de produção de alimentos. Nesta perspectiva, se para os próximos anos houver um decréscimo na produção de algodão (em função da necessidade e preferências de se voltar para o mercado alimentício), os seus preços tenderão a aumentar violentamente e, como consequência, haverá uma gradativa substituição dessa fibra pela sintética.

Coincidência ou não, o fato é que vem sendo visto e oferecido no "Première Vision"⁵⁰ um produto têxtil artificial - já convertido em tecido -, muito semelhante ao

⁵⁰ Conforme palestra dada por Amauri Marques na Abravest (Associação Brasileira de Vestuário de S.P.), em junho de 97.

natural (algodão, linho, etc.), o que possibilita às indústrias de confecção manipularem esse material conforme as mesmas características do produto natural. Mas, para entendermos melhor o que isso significa, é necessário uma maior clareza de alguns aspectos.

Na parte deste trabalho, que se refere ao desenvolvimento das tendências de moda pelos “Bureaux de Style”, vimos que, para a concepção estética das formas (silhuetas) a serem usadas em uma determinada estação, deve-se considerar as características físicas dos tecidos (e, numa certa medida, também, de suas cores). Assim, busca-se uma “estrutura” para os tecidos mais encorpados (algodão, linho, sarjas) e uma “fluidez” para os tecidos mais leves (sedas, microfibras sintéticas, etc.). Tais aspectos de “peso” ou “leveza” podem, ainda, ser acentuados (ilusoriamente) conforme as cores que se utilizam. Temos aí, então, uma pré-condição para que se estabeleçam certas ordens estéticas, na criação do vestuário, procurando formas que se correspondam a tais características. Até então, os tecidos sintéticos e artificiais jamais foram tratados como naturais e vice-versa, uma vez que, com a exceção da seda, todos os tecidos naturais são essencialmente mais encorpados. Logo, a criação respeitava as condições físicas dos tecidos. Hoje, no entanto, essas e muitas outras possibilidades já estão sendo admitidas, vindo a facilitar muito o trabalho de estilistas na confecção de uma roupa, pois não precisam mais obedecer - necessariamente -, às condições físicas de seus materiais, tornando a moda, mais eclética do que já é.

Entretanto, de volta ao cenário têxtil e de corantes, o panorama geral da maiores indústrias de fibras naturais (algodão e linho, no caso), de fibras químicas (artificiais e sintéticas) e de corantes, segundo o estudo da UNCTAD⁵¹ são, respectivamente, as seguintes:

Essas empresas estão posicionadas da seguinte maneira:

- Ralli Brothers (Reino Unido, Liverpool);
- Volkart Brothers (Suíça, Winterthur);
- McFadden/Valmac (E.U.A., Memphis e Brasil, São Paulo);
- W. B. Dunavant (E.U.A., Memphis);
- Bunge and Born (E.U.A., New York);
- Cargill (E.U.A., Minnesota);

⁵¹ *Fibras y Textiles: Dimensiones del Poder de las Empresas Transaccionales*, Estudio de la Secretaria de la UNCTAD/ Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, Genebra, 1996, p.63.

- Allenberg Cotton Co. (E.U.A., Memphis);
- Weil Brothers (E.U.A., Memphis);
- H. Molsen and Co. (E.U.A., Dallas);
- Cotton Import Export Co. (E.U.A., Dallas);
- Tokyo Menka Kaisha (Japão, Osaka);
- Sumitomo Shoji Kaisha e Sumitomo Menka (Japão, Osaka);
- C. Itoh e Cia. (Japão, Osaka);
- Maruebeni-Iida (Japão, Osaka);
- Nichimen (Japão, Osaka).

A maioria dessas empresas comercializam, também, outros produtos, como é o caso da Volkart, que produz café; da Cargill e da Brunge, cereais e soja; e a Ralli Brothers, madeira, cereais, café, chá, entre outros.

As maiores áreas produtivas, porém, estão fixadas nos E.U.A., na Rússia, na China, Índia, Brasil, Paquistão, Egito, além de outros países como a Turquia, Argentina, Austrália, etc. Os grandes consumidores da fibra de algodão são China, Índia, Paquistão, Turquia e Brasil, com uma indicação de demanda em acréscimo. No entanto, os estoques mundiais caíram significativamente desde a II Guerra, além da redução da área dos E.U.A., em aproximadamente 25% (em função do “programa de benefícios governamentais”).

Para a produção do linho, a I.L.P. (International Linen Promotion), controla a produção dessa fibra natural e a distribui da seguinte forma: “...dos 2.2% que essa fibra natural representa no cenário mundial, 15% é produzido na Europa Ocidental (França, Bélgica e Alemanha), e 75%, na Europa Oriental (Rússia), sendo o remanescente cultivado na China, Egito e alguns poucos países da América do Sul”⁵².

Para as fibras químicas, as 15 maiores empresas que participam desse mercado são as seguintes:

- Du Pont (E.U.A.);
- Akzo (Países Baixos);
- Celanese (E.U.A.);
- Foray (Japão);

⁵² Ibid., p. 63.

- Rhône-Poulenc (França, e mais conhecida no Brasil como Rhodia);
- Courtaulds (reino Unido);
- Teijin (Japão);
- Hoechst (Alemanha);
- Asahi Chemical (Japão);
- I.C.I. (Reino Unido);
- Monsanto (E.U.A.);
- American Cynamid (E.U.A.);
- Allied Chemical (E.U.A.);
- Initika (Japão);
- Kuraray (Japão).

Para a produção de corantes, figuram entre as mais importantes a Ciba, a Bayer, a Hoechst e a Basf. A primeira, atualmente (1999), faz parte de um conglomerado japonês, cuja divisão de corantes está baseada na cidade suíça de Basel.

Temos, portanto, um empate de empresas japonesas e americanas atuando como grandes produtoras mundiais de fibra têxteis (naturais e químicas), seguidas pelas do Reino Unido, França, Alemanha e Países Baixos. No que se refere à produção de corantes, as empresas alemãs estão em maior número.

Esse conglomerado de indústrias deixa claro que a moda, em seu contexto industrial e, no estágio de sua representação, através das feiras de insumos (“Expofil”, “Première Vision”, Interstoff”) não propõe a individualidade estética que tanto o consumidor reclama e pensa atingir.

Na verdade, ao longo de nossa história moderna, a mudança dos papéis sociais colidiu com os grandes avanços tecnológicos da indústria do vestuário e o que hoje estamos vendo na moda nada mais é do que a confirmação de uma disseminação estética, que esteja de acordo com as matérias-primas disponíveis de serem produzidas. Ou seja, um trabalho dirigido pelo “marketing industrial”, o qual se baseia conceitualmente (e, atualmente), no desenvolvimento de novos produtos e na exploração (e criação) de novos segmentos de mercado. Aliás, é esse mesmo “marketing” que atende aos interesses comerciais das indústrias (a “razão”) e à fantasia (“sensibilidade”) experienciada pelos coordenadores de moda e estilistas que atuam dentro dessas empresas, dos “Bureaux de Style” e das feiras de

moda. Entre esses últimos (os estilistas), o fundamental é que haja o exercício da criação de tendências de moda, onde são gerados os temas que ilustram uma determinada estação. Entre os primeiros, não há qualquer preocupação com esse aspecto, pois somente é refletida a performance mundial dos produtos que comandarão o mercado em um determinado momento.

Assim, antes mesmo que a força criadora dos grandes estilistas de moda possa entrar em ação (e aqui nos referimos - genericamente - a “Lacroix”, “Armani”, “Prada”, “Yamamoto”, etc.), há uma força “criadora” que a precede, a qual, por sua vez, já é produto das determinações dos oligopólios têxteis e químicos.

Como bem o disse Marie Ruckie⁵³, “(...) nós somos governados pela moda (...)”, na medida em que “(...) está em toda parte, em nosso modo de vida, com uma invisível força de persuasão. Não somos livres diante dela, que movimenta nossos hábitos e costumes sem que percebamos”⁵⁴.

No entanto, somos, antes de tudo, governados por “propostas” competentes de um marketing igualmente eficaz, que aciona em seus vários níveis (industriais e empresariais), as ferramentas necessárias para promover a moda. Isto é, para o escoamento das matérias-primas, cria-se a necessidade de se “inventar” tendências (e temas para essas tendências) (gerando a sua conseqüente expectativa), as quais, por sua vez, estarão a serviço do “marketing industrial” ou ilustrando os materiais dos “Bureaux” e o cenário das grandes feiras. Estes setores, por sua vez, as usarão novamente, para trabalhar o “marketing” de seus clientes (tecelagens, confecções, estilistas) que, de novo, as utilizarão para formular o “marketing” feito com seus consumidores. Nesse estágio, este se transforma em “marketing de *griffes*”, colocando ao seu serviço a propaganda, a publicidade, a promoção de vendas e a assessoria de imprensa. Essa última, com seu forte vínculo com a imprensa convencional.

Nesse sentido, Marie Ruckie conclui que essa última lógica, de geração de tendências (que corresponde ao “marketing de *griffes*” e que se observa a partir da divulgação das coleções dos estilistas renomados), é o grande - e único - inovador da moda

⁵³ Marie Ruckie é diretora do famoso “Studio Berçot”, uma das escolas de moda mais importantes da França e, pode-se dizer, que ela foi - e continua sendo -, a formadora de uma “cultura de moda” no Brasil. Isso, graças aos vários convites das multinacionais químicas radicadas no país, que lhe propõem (com interessante frequência) para ministrar cursos e palestras para - somente - os profissionais da área.

⁵⁴ Ruckie, Marie. “Somos Governados pela Moda” in, *Informe Fernando de Barros*, São Paulo, (ano 6 - número 58), 1997, p. 9.

na atualidade: “..nos bastidores desse trabalho, antes de tudo provocativo, estão executivos competentes que não pensam em poesia, mas em dinheiro e realizam, com esses novos talentos (os atuais estilistas), um eficiente e sofisticado Marketing, que leva o interesse pela moda a todas as pessoas”⁵⁵. A isso ela chamou de “coerência e lógica” e, ainda, “profissionalismo”.

O originalismo das criações estéticas fica por conta, então, da melhor forma encontrada de divulgar (e dissimular) as tendências de moda: grandes shows de passarela, grandes temas de inspiração, grandes sucessos de *griffes*, grandes espaços para preencher a alma humana. Hoje, qualquer fantasia pode ser transmutada em “inspiração de uma coleção”, em “universo temário”, desde que se adeque aos ditames mercadológicos (não só de seus consumidores, mas, sobretudo de seus fabricantes) e que, ainda, convença seu “público”, da mesma forma que a antiga lógica de concepção estética. Aquela que se abrigava no seio de uma necessidade social e que nos fazia crer que a moda surgia como a resposta legítima à realidade: subir ou não as saias? Usar calças ou não? Queimar *soutiens*?

A chamada “liberdade criativa” no conceber e no usar o vestuário é, na verdade, filha de um processo já sem escolhas, sem “pais” que a justifiquem, mas com regras tão claras e duras quanto aquelas que iniciaram a lógica da alta-costura, ou que originaram as tendências de moda dentro de um processo sistêmico. Se, a partir destes marcos, temos as prescrições de padrões estéticos que, aos poucos, se confirmaram por uma organização mais racional e democrática (a qual deu origem à produção em massa do vestuário e ao “prêt-à-porter”, tal como hoje o conhecemos), temos, também, em paralelo, as respectivas oportunidades históricas que as justificaram: a carência pelas linhas soltas (idealizadas por “Poiret”), a carência pela informalidade (“Chanel”), a carência pela elegância (“Dior”), a carência por uma roupa mais esportiva, casual (propostas pelos pioneiros do “prêt-à-porter” americano e francês), entre tantos outros exemplos que poderíamos citar.

No entanto, a moda atual, preocupada em achar “propostas” que justifiquem as mesmas expectativas de outrora, perde-se na racionalização do “marketing eficiente”, o qual, como já dissemos, deve responder aos anseios de seus consumidores e fabricantes. Sendo assim, está sendo “obrigada” a suprir sua demanda, com uma grande maioria (e enfadonha) de resgates históricos, vindos de estilos dos anos 20, 30, 40, 50, 60, 70 e 80

⁵⁵ Ibid., p. 9.

(pois, dessa forma, podem amparar inúmeros segmentos de mercado, através de seus respectivos "gostos"). Porém, estilos devidamente entendidos como "atualizados", modernos. Mera consequência das inovações tecnológicas das indústrias têxteis e químicas (fornecedores de matéria-prima, tecelagens, etc.) e não do talento criativo de alguém.

Para nós, portanto, é fundamental que neste trabalho, enxerguemos o "marketing" empreendido pelas empresas para a propagação da moda. Ou melhor, é fundamental que saibamos identificá-lo através da fantasia criada pelos coordenadores de moda e estilistas das empresas multinacionais e dos "Bureaux" para apoiar a criação de uma roupa concebida pelos estilistas ou coordenadores de moda das confecções, das tecelagens e das grandes "*maisons*", e que se faz a partir da determinação de quatro elementos básicos: influências (inspirações que geram a roupa), materiais (tecidos e padronagens), cores e formas (estilo e silhueta). É sobre esses quatro elementos que a moda (em seus vários níveis) elabora o seu discurso sobre tendências, ora enfatizando um ou outro, ora todos eles em seus respectivos temas.

Nosso propósito, então, é a experiência - mais próxima possível - com a fantasia formulada para esses quatro elementos, quando estes ainda constituem-se na principal abordagem das tendências de moda, no estágio inicial de sua disseminação. Ou seja, no estágio em que figuram como fornecedores de sugestões estéticas aos já mencionados, coordenadores de moda ou estilistas de confecções, tecelagens e grandes "*maisons*".

Dessa forma, o que veremos no próximo capítulo, será, especificamente, a transcrição e os apontamentos dos temas (e suas propostas de tendências de moda) do "Bureau Promostyl", da "Ciba" e da "Du Pont" e o entendimento (feito por nós) das tendências já, então, organizadas (no capítulo III) em cada um dos temas da primavera/verão 97, em influências, cores, materiais (e suas padronagens) e estilos a partir de seus discursos e imagens.

Isto não só nos habilitará a entender, mais profundamente, a fórmula encontrada pelas empresas estudadas para as sugestões das tendências de moda sobre a construção de uma roupa mas, sobretudo, nos capacitará a identificar ou não tais sugestões nas tendências de moda apontadas pela mídia televisiva por assinatura - assim como a lógica empreendida para isso -, um dos objetivos (finais) da segunda parte deste trabalho.

Capítulo II
O NASCIMENTO DOS TEMAS

Este capítulo apresentará, somente, a transcrição já traduzida em português, do “universo temário” criado para as tendências de moda da estação primavera-verão 97, pelas três empresas abordadas por nós e as justificativas que nos levaram à escolha de tais empresas.

Assim, em ordem de importância e, também, respeitando a ordem cronológica de antecipação de tendências a uma estação, transcrevemos os temas propostos dos seguintes setores:

- “Bureau de Style” “Promostyl”, que formula suas tendências de moda com 30 a 24 meses de antecedência a uma estação e as comercializam com 20 a 18 meses de antecedência;
- A multinacional química de corantes “Ciba”, a qual entra no mercado com seus novos produtos e tendências de moda com 14 a 12 meses de antecedência;
- A multinacional química de fios têxteis “Du Pont”, a qual entra no mercado da mesma forma que a anterior com, também, 14 a 12 meses de antecedência;

Dessa forma, pretendemos oferecer as informações (discursos e imagens) sobre tendências de moda, através de três empresas que atuam como pilares neste setor, considerando sempre a indiscutível importância de cada uma delas.

Vale ressaltar, também, que a transcrição do material da “Ciba” e “Du Pont”, em inglês, encontra-se em “Anexos”.

“O PROMOSTYL”

Vimos, no capítulo anterior, que os “Bureaux de Style” tiveram (e ainda têm) um papel decisor na organização das tendências de moda e na disseminação dessas tendências. Com o tempo, vários outros escritórios surgiram e, hoje, o panorama daqueles que atuam nessa área, com maior representatividade e importância, pode ser dividido entre os “Bureaux” “Carlin”, “Peclers Paris”, “Nelly Rody”, além do “Promostyl”, o mais tradicional de todos.

Como esse assunto é extenso e complexo mas, sobretudo, porque é necessário delimitar um campo para o nosso estudo, vamos trabalhar, somente, como o “Bureau Promostyl”, devido à oportunidade de levantarmos as informações pretendidas em ocasião de sua vinda ao Brasil, em abril de 1997, e por este escritório ser considerado o mais conceituado do mundo.

Dessa forma, o “Promostyl” nos mostrou o que foram as propostas das tendências de moda para a primavera/verão 97 européia e que correspondeu à primavera/verão 97/98 brasileira.

Em dois dias intensos de palestras, Benjamin de Diesbach, o jovem coordenador da área de estilo deste “Bureau”, apresentou as sugestões dos temas das tendências de moda e a visão prospectiva deste escritório sobre algumas mudanças sociais, bem como suas implicações ao mercado de moda. Deste olhar sobre o mundo nasceu, então, um olhar sobre a moda. Um olhar que, aliás, é muitíssimo respeitado pela “indústria de moda” mundial.

Para a metodologia desta etapa nós, então, nos preocupamos em organizá-la da seguinte forma:

O que apresentaremos, inicialmente, serão as partes que consideramos relevantes para o entendimento do raciocínio do palestrante. Assim, o leitor encontrará um resumo das prospecções efetuadas ao segmento infanto-juvenil e depois a relação existente entre as observações apresentadas e o mercado de moda atual (“A Prospecção Mercadológica Infanto-Juvenil”).

Por último, colocamos na íntegra todas as informações obtidas e que são pertinentes ao entendimento da construção dos temas das tendências de moda.

Nesse momento, o leitor encontrará a exposição de alguns grupos de jovens emergentes (“Os Grupos Emergentes”), que foram relevantes ao cenário social (e que

foram descritos pelo escritório com muita importância na construção dos temas) e, logo depois, a exposição de cada tema para a primavera/verão 97 (“Delineando os Temas”).

Estes (que são em número de quatro) serão intercalados pelas imagens que os representam.

Mas, antes de nos introduzirmos às propostas do “Bureau Promostyl”, gostaríamos de ressaltar ao leitor que todas as informações obtidas, e que aqui serão agora transcritas, são partes da tradução simultânea e das anotações feitas durante as palestras. As imagens que ilustram cada um dos temas fazem parte do material de divulgação do escritório, mas que foi reeditado pelo seu representante brasileiro, o “Bureau Arena & Guelfin”, e distribuído aos participantes durante as palestras.

Não foi permitido o registro do evento, em hipótese alguma, através de gravadores, câmeras de vídeo e fotográfica. Isto, sem dúvida, preservou o direito à originalidade das informações comercializadas⁵⁶, através da venda dos “Cahiers de Tendances” do “Bureau Promostyl”, objetivo principal do evento (mas um tanto quanto dispendiosos, pois estavam sendo vendidos a R\$ 3.000,00).

O evento teve um caráter único, de total exclusividade e *status* aos participantes brasileiros, pois a vinda deste escritório significou a possibilidade de acesso a um mundo inatingível, até então disponível somente àqueles que podem pagar seu preço, alto, através dos “Cahiers”. Dessa forma, todos os presentes puderam imprimir a conceituada marca “Promostyl” na concepção de seu produto, sem precisar comprar seus caríssimos cadernos de tendências, os quais, pela maioria das pessoas, foram só folheados... Mania brasileira que se configurou na frustração francesa e que levou o tímido Benjamin de Diesbach a lembrar as pessoas ao final da jornada, para comprá-los - em “tom” claro -, mas explicitamente constrangedor. Aliás, a sua própria vinda pôde ser considerada como apelativa (e incômoda a ele), uma vez que a negociação desta “fórmula” de trabalho - a comercialização de tendências “via” cadernos de criação - está francamente em declínio na

⁵⁶ A postura do “Bureau”, diante da impossibilidade de se registrar o evento, acreditamos, deve ter sido iniciativa de seu próprio representante brasileiro, Sr. Norberto Arena que, aos “surtos”, tentou impedir algumas pessoas que se arriscaram a fotografar os painéis - super tumultuados - exibidos durante os intervalos das palestras. Talvez, sua postura seja justificada, ainda mais, através do que ele mesmo nos disse, quando, após as palestras, em contato telefônico, pedimos sua permissão para “consultar” os cadernos de tendências para fins acadêmicos. Após ele muito nos indagar sobre o que era “mestrado” e o que significava isso, disse, novamente aos surtos, que não adiantaria ele nos permitir tal “consulta”, uma vez que não

Europa e nos E.U.A. Somente países sub-desenvolvidos ou, como persistem alguns, - emergentes - como Brasil, Índia, China e os demais latino-americanos, ainda se interessam por este tipo de construção prospectiva, tão intrigante quanto abusiva.

Será importante, também, entendermos a forma como o palestrante expôs tais informações, as quais, muitas vezes, pareciam estar deslocadas de seu discurso prospectivo. Algumas frases, por exemplo, *falavam* subjetivamente, de uma forma quase poética e muito rápida. Talvez buscando um perfil mais sensível que delineasse o espírito do tema a que correspondiam determinadas tendências e de forma que assimilássemos um maior número de informações possível sobre elas.

Este, sem dúvida, foi o olhar do “Bureau” sobre a moda⁵⁷.

compreenderíamos nada, pois, como ele mesmo nos disse: “... entender um caderno de tendências (por nós), seria o mesmo que fazer uma criança assistir a um filme pornográfico...”.

⁵⁷ No entanto, entre as transcrições dos temas apresentados por Benjamin, o leitor encontrará - muitas vezes -, complementações e comentários feitos por nós à respeito de algum apontamento do palestrante. Dessa forma, acreditamos, esclarecer e levar ao entendimento do leitor, o que Benjamin queria dizer e o que significavam certas coisas sugeridas por ele.

A Prospeção Mercadológica Infanto-Juvenil

A preocupação inicial do “Promostyl”, concentrou-se em alertar os presentes sobre as mudanças que estavam ocorrendo ao segmento infanto-juvenil, principalmente crianças e pré-adolescentes.

Nesse sentido, Benjamin de Diesbach iniciou o encontro, articulando algumas combinações sociais e mercadológicas encontradas e sugeridas a esses segmentos específicos.

Conforme o que ele nos mostrou, houve algumas mudanças mercadológicas causadas por novas atitudes de consumo e comportamento. No que diz respeito aos segmentos “criança” e “pré-adolescente”, o resultado foi o seguinte:

Em primeiro lugar, houve uma transferência de “valores” (na verdade, a imitação de certos hábitos), originada pelos irmãos mais velhos. Estes estavam influenciando fortemente o comportamento dos irmãos mais novos. Crianças de 6 a 9 anos sendo influenciadas pelos irmãos de 14 e 15 anos.

“A criança, em geral, se identificava com os pais, hoje ela está se segmentando.”⁵⁸

Assim, o gosto pela tecnologia e a preferência por determinadas músicas (*techno*, *pop*, *hard rock*), marcas de roupas e tênis (“Reebok”, “Nike”, “Victor Hugo”, a linha esporte de “Ralph Lauren”, “Calvin Klein”, “Prada”, etc.) esportes e *street*, (“aventura de um novo estilo de vida”⁵⁹, como perambular “por aí” de *skate* ou patins), seriam a grande fonte de imitação dos pequenos, fazendo-os adquirir os mesmos hábitos dos irmãos mais velhos. Com os pais, geralmente trabalhando fora, uma maior autonomia foi alcançada por esses segmentos. Isso fez com que os pré-adolescentes criassem tribos com seu colegas, andassem sempre em bandos, escolhessem suas roupas, sua comida e seus prazeres. Aos menores, esse mesmo tipo de comportamento estava sendo observado dentro dos Shoppings Centers que, segundo Benjamin:

⁵⁸ Diesbach, Benjamin de, *Palestra do “Promostyl”*, Centro Têxtil de São Paulo, 17/04/97.

⁵⁹ *Idem*, *ibidem*.

“...são lugares de muita segurança que eles podem ir com os pais e se largarem deles para escolherem suas próprias roupas ou entretenimento”⁶⁰.

Toda uma estratégia mercadológica, baseada em um novo comportamento de consumo estava, então, sendo construída para atender a essa demanda “mirim”.

“Eles estão muito sensibilizados pela moda, eles gastam tanto em moda quanto em CD’s”⁶¹.

Um outro aspecto levantado (em segundo lugar) foi, também, a análise particular do comportamento das meninas. Elas estavam trocando suas *Barbies* por computadores, “...sendo a tecnologia, o sonho de se transportar em outros mundos. Como para o mundo do “Arquivo X””.⁶²

As estrelas deste novo gênero de ficção para TV (Gianne Anderson e David Dunovich), também explorado através da Internet, eram seus ídolos. É claro que nomes como Madonna e as “Spice Girls” também estavam figurando em suas preferências...

“As mulheres são muito mais sensíveis à música, elas podem se identificar com essas imagens”⁶³.

Assim, respaldadas pela maioria das cantoras de rock (que vinham disseminando um estilo “andrógino”), elas acabavam tendo um visual parecido ao dos meninos, à medida em que participavam do universo masculino, não só através da música mas, sobretudo, quando demonstravam o interesse pelos computadores e pelo *street*. No entanto, o que Benjamin quis acentuar na palestra, foi o fato de elas utilizarem o mesmo *visual* dos meninos e usarem-no com muita personalidade, adequando-o ao jeito feminino, e incorporando-o às suas atitudes. Ou seja, as calças e os bermudões *oversize* (muito largos),

⁶⁰ *Idem, ibidem.*

⁶¹ *Idem, ibidem.*

⁶² *Idem, ibidem.*

⁶³ *Idem, ibidem.*

usados geralmente pelos meninos para andar de *skate* ou patins, estavam sendo reinterpretados pelas meninas e usados abaixo do umbigo com *tops* curtíssimos (camisetinhas geralmente cortadas logo abaixo dos seios). Por outro lado, os camisetões de *surfistas* (ou de outros esportes radicais) eram usados com calças ou *leggings* (calças colantes até as canelas) também justinhos. O visual ainda completava-se com muitas pulseirinhas, colarzinhos, aneizinhos, tranças e maria-chiquinhas. Sutis adequações que estavam revelando a personalidade feminina em um universo reivindicado por homens. Ou seja, a feminilidade estava sobrepujando alguns elementos que faziam parte do universo masculino, quebrando, assim, um certo monopólio estético que era exacerbado até a geração anterior. Isto porque, há algumas estações passadas, a diferenciação de estilos entre os sexos, nos segmentos infantil e pré-adolescente, era quase que um dogma a ser seguido pelos criadores (confeccionistas e estilistas) de "moda infanto-juvenil". Qualquer mudança era inaceitável. Tal fenômeno, visto somente no segmento feminino, demonstrou a força de um estilo que nasceu entre alguns grupos de jovens. Meninos e meninas estavam, então, muito semelhantes no *visual* de seu vestuário e, também, no comportamento.

“Não é moda, é atitude, e a primeira coisa que marca é que eles são muito parecidos em todos os lugares; parece que o mesmo estilo está em toda parte. É como se o planeta fosse um grande supermercado”⁶⁴.

O que o “Promostyl” estava também alertando era que, muito embora o estilo de meninos e meninas estivesse parecido, o importante a ser ressaltado era o fato de haver uma profunda fragmentação entre os vários grupos de crianças e adolescentes e uma sutil diferenciação entre eles. Dessa forma, era necessário ter uma preocupação maior em entender o repertório de influências que estava guiando cada grupo. Tudo isso para não se cometer erros mercadológicos. Ou seja, deveria se encontrar uma forma estética e uma linguagem comportamental comum nos diferentes grupos de crianças e adolescentes, os quais, no entanto, já estavam divididos conforme suas preferências esportivas e musicais. Assim, grupos de *skatistas*, *surfistas*, *bikers*, *funkers*, *rappers*, etc., parecidos no visual, mas diferentes em suas preferências e manifestações.

⁶⁴ *Idem, ibidem.*

Como o trabalho do “Promostyl” é, justamente, entender e antecipar informações estéticas e comportamentais, existentes em grupos sociais emergentes e, evidenciá-las aos profissionais do meio, a palestra deixou bem claro que este era o posicionamento do “Bureau” diante das fundamentações de suas tendências. Esse posicionamento foi, obviamente, muito ressaltado durante as palestras e devidamente justificado como uma “verdade social”. As afirmações prestadas corriam feito prescrições de médico:

“O conceito de tribo foi elaborado pelo “Promostyl” no início dos anos 90. A sociedade de consumidores dos anos 60 não era mais monolítica, era preciso aprender de maneira diferente. Cada tribo tinha seu gosto, sua própria crença. O que marca o fim de século é a multiplicação de grupos de crianças. Tentamos entender o imaginário de cada tribo”⁶⁵.

Foi dessa forma, então, que Benjamin ia tecendo algumas previsões para o desenvolvimento criativo e produtivo de moda aos profissionais da área. Logo em seguida, ele passou a descrever o cenário social de algumas tribos de jovens.

Os Grupos “Emergentes”

Passando para um outro “segmento de mercado”, Benjamin delineou o perfil de alguns grupos de jovens (que, apesar de não especificar a idade, ele nos levou a entender que se tratava de um segmento mais “velho” que o anterior), cujo estilo de vida (*lifestyle*) estava sendo relevante ao cenário social daquele momento. Estes (como veremos posteriormente), estruturaram toda temática de tendências apontadas pelo escritório (e, portanto, de grande importância para o nosso trabalho). Os grupos eram em número de seis:

Grupo dos “Tough Adventure”

Correspondiam: “aos garotos de ouro do anos 90, que preferem carrões 4x4 com tração nas 4 rodas, a carros velozes e aerodinâmicos. Gostam de esportes que reivindicam

⁶⁵ *Idem, ibidem.*

alguma ação de proteção ao meio-ambiente” (tipo montanhismo, alpinismo, descer cachoeiras com botes infláveis, etc). São ecológicos.”⁶⁶

Grupo dos “Smiling Losers”

“Uma gama de jovens que se volta contra a sociedade e para as banalidades. Jovens que são excluídos e que precisam ser inclusos à sociedade.

Os perdedores de ontem se tornam os heróis de hoje”.⁶⁷

Benjamin, neste momento, se referia aos torcedores de futebol (muito importantes na Europa), principalmente aos *holligans* ingleses, chamados por ele de “deuses do estádio”.

O grande sentimento desse grupo era o desespero .

“Essa grande aventura da morte é expressa pela contracultura dos anos 90, que olha com o mesmo otimismo o final do século, pois é engraçado o final assim. Para eles, a fantasia ilumina esse fim de século. O sentimento dessa tribo reclama improvisação. O corpo também se transforma num surrealismo. Os travestis passam a dar lição de moda e beleza, acabando por ocupar as grandes revistas.

Um cantor de rock, cultuado pelo grupo, é Marylion Montson, que usa uma maquiagem mórbida e tem um comportamento muito agressivo.

Este grupo tem a violência como estilo de vida.

É a força do desespero, pois quando é mais dramático é mais excitante”.⁶⁸

“Emigre”

Este grupo, apresentado por Benjamin, tinha como característica proeminente o questionamento aos valores.

⁶⁶ *Idem, ibidem.*

⁶⁷ *Idem, ibidem.*

⁶⁸ *Idem, ibidem.*

“Sabemos que os povos ricos envelhecem. A tendência é ficar longe das coisas, à procura de valores, pois isto será um sentimento poderoso. Vamos procurar os lugares perdidos, em vez das grandes cidades, onde temos a sensação de encontrar sentimentos verdadeiros. São guiados por um fundamentalismo proveniente da Europa do Norte e do Oeste americano, cujos filmes dos anos 40, 50 e 60 fazem uma “paródia”.

A estrada é o universo da América, com seus motéis, motoristas de estrada, *bikers*, garçonetes e flâmulas.

É a volta à espiritualidade, respeitando o conservadorismo”.⁶⁹

"Utopian"

Os “...portadores de uma filosofia do modernismo, fria, contra uma realidade bruta. O estilo é minimalista e tecnológico. Há também a influência da Bauhaus, onde a vontade pela ordem e pelas formas geométricas impera”⁷⁰.

“Burning Jungle”

“Corpos pintados. Máscaras humanas desenhadas. As tatuagens e *piercings* espalhados pelo corpo compõem um estilo que tem como ícone supremo o grupo “Sepultura”.

É a forma que se constitui esse grupo étnico-urbano, dono de um exotismo agressivo⁷¹”.

“New Bourgeois”

“Grupo que trata dos padrões burgueses, que visam ordem e cujos motores são os jovens que são excluídos e precisam ser inclusos.

São as novas gerações, com novas responsabilidades, pois herdaram um mundo dominado pela economia e desemprego. Refundadores, eles querem recriar a célula familiar

⁶⁹ *Idem, ibidem.*

⁷⁰ *Idem, ibidem.*

⁷¹ *Idem, ibidem.*

na sociedade à procura de um estilo de vida burguês, combinando conforto e praticidade. Para eles, os “logos” (logotipos e emblemas de marcas) tem grande importância para que vejam o quanto são ricos.

Esse novo rico tira sarro com as convenções tradicionais⁷²,”

Delineando os Temas...

Completando as informações sobre as temáticas que guiaram as tendências de moda da estação primavera/verão 97, foram apresentados, então, os quatro temas que deveriam orientar a criação de moda.

⁷² *Idem, ibidem.*

**“PROMOSTYL - SUMMER 97 (europeu)
PRIMAVERA-VERÃO 97-98 (brasileiro)”**

TEMAS

Tema: “Raízes”

“Nós nos abrimos a todas as culturas...

Palavras-chave do tema: Decorativo e colorido. Ornamental.

Os mistérios do oriente. Híbridismo e nobreza.

Interpretações do psicodélico moderno.

Potência, rigor.

Este tema desenvolve-se com uma gama colorida, onde vemos que a evolução irá se transformar em algo mais escuro, mais dramático, mais rústico, mais ornamental”⁷³.

Neste momento, Benjamin fazia uma referência à Idade Média, no sentido de estabelecer um paralelo entre aquela época e o período atual. Assim, ele deu relevância aos sentimentos de um período sombrio e inquietante, onde tudo era agressivo. A referência ao aspecto violento de toda a vida social medieval serviu, então, para influenciar a construção deste tema. Ele chamou de “cavaleiros modernos” os integrantes deste segmento.

“Isso gerou a necessidade de se camuflar para estar em uma posição mais confortável. Justificam-se, dessa forma, a disseminação das camuflagens militares, usadas em pleno ambiente urbano e, também, de enormes jaquetas com capuz”⁷⁴.

Este tipo de vestuário, segundo Benjamin, propagou-se através de alguns grupos de jovens mais violentos (encontrados na grande maioria na Inglaterra, França e Alemanha) devido à necessidade de se esconderem dos policiais. Teve grande aceitação, justamente, por poderem ser confundidos com jovens militares e pela impossibilidade de uma rápida identificação, uma vez que o enorme capuz da jaqueta, cobre grande parte da cabeça e do rosto.

Uma curiosidade do avanço deste tipo de vestuário, o qual foi denominado de “*comfortwear*”, pôde ser visto no audiovisual apresentado pelo “*Première Vision*”, em

⁷³ *Idem, ibidem.*

⁷⁴ *Idem, ibidem.*

1997. Este mostrava, justamente, uma roupa parecida com a dos cavaleiros medievais, a qual já estava sendo pensada e construída.

Uma outra tendência, apresentada por este tema, foi o desenvolvimento de uma roupa mais útil e funcional, chamada “*utilitywear*”.

“...Uma vertente que começa nos anos 90 e que hoje (1997) encontra a maturidade, havendo uma organização nas roupas a fim de multiplicar suas funções. Vestidos, casacos, blusões, coletes, calças, com diferentes bolsos, tendo como influência as roupas de pesca e dos pilotos de caça”.⁷⁵

Materiais, Cores e Propostas para Utilização:

“Duas grandes orientações para tecidos - voiles, madras sobre voiles, cores frescas, leves - e uma orientação mais extensa com desenhos primitivos, mas marcados, e, em relação a esses, desenhos e tendências *techno*.

Volta-se para sedas e linho com orientações orientais; desenhos ricos em tons de ouro. Cores vitaminadas, como camelo e tabaco.

Verdes-garrafa, amarelo, bordô e violeta. Étnico urbano. Beleza ornamental.

Afro-clean: Formas massivas como uma escultura africana. Tons envelhecidos. Trabalhados”⁷⁶.

Orientação para o Segmento Masculino:

“Silhueta longilínea, militar. O básico e o clássico são reinterpretados para a modernidade e o refinamento.

Listras masculinas, padrões marroquinos e adamascados. Gravuras, folhagens ou bordados. Diferentes xadrezes masculinos”⁷⁷.

⁷⁵ *Idem, ibidem.*

⁷⁶ *Idem, ibidem.*

⁷⁷ *Idem, ibidem.*

Orientação para o Segmento Feminino:

“Exotismo e primitivismo, *sexy* e colorido.

Os materiais são leves e vaporosos, flores exóticas, *cashemires*. Esse exotismo será trabalhado em transparências. Camisetas de inspiração indiana.

Rusticidade - fios retorcidos/madras – denotam um aspecto mais primitivo.

O étnico, mais nítido e rigoroso, é um estilo mais chique para mulheres”.⁷⁸

Complementos e Acessórios. Estilo

“Bicos quadrados. Sempre.

Refinamento.

As sandálias parecem envelopes. Mocassins unisex.

Cor fina da estação: caqui.

Minimalismo.

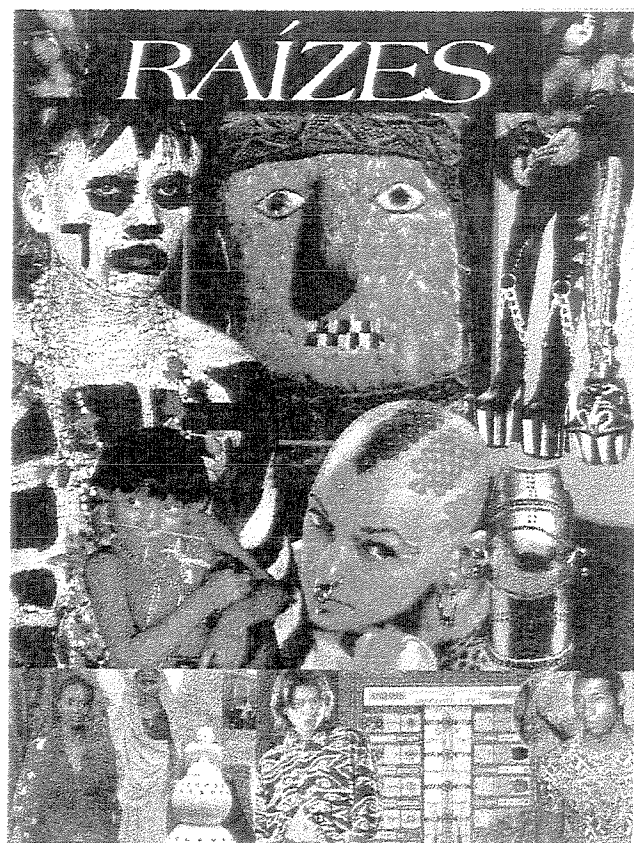
Materiais muito sofisticados. O metal esculpido volta em enfeites metalizados.

Cintos para cintura baixa. Um ambiente retrô, sandálias fechadas, feminilidade elegante”⁷⁹.

⁷⁸ *Idem, ibidem.*

⁷⁹ *Idem, ibidem.*

Figura 1: "Raíces"



Tema: “Cultures”

“Retratos do romantismo, misturando as referências dos anos 20, 30...

A tradição romântica. Um novo naturalismo...

Palavras-chave: Romantismo.

Naturalismo.

Uma moda mais polida, com mais sutileza e mais mistério, teatral, ambivalente.

Memórias. Inspiração em um movimento retrógrado, “*retrô*”. A raridade irá se sofisticar cada vez mais.

O movimento romântico será muito forte e trará uma feminilidade muito chocante.

Ser chic e natural.

“Espírito de lingerie”, transparências, representam uma nova arte de viver.

Um novo romantismo para a beleza, que se interpreta pelo castanho dourado.

Inspiração na decoração dos anos 20 e 30, principalmente os vitrais”⁸⁰.

Cores, Padrões, Materiais e Estilo para o Tema:

“Muito ouro e castanho dourado. Moda teatral, iridescente, barroca.

Uma volta às cores naturais, com toque, também, de tecidos mais naturais. Suedine e camurça de *stretch*, tendo ouro como contraste. Novos efeitos, imitando pele.

Necessidade de revelar o aspecto retrógrado dos tecidos.

Flores gigantescas, até muito pequenas, leves e doces. Arabescos e folhagens.

Transparências.

Mini geométrico.

Algo natural e rústico (contrastes).

Gama de cores: beges, castanhos e cor-de-rosa.

⁸⁰ *Idem, ibidem.*

Desenhos de gravatas, marroquinos, de vitrais, geométricos e abstratos (muito pequenos).

Acréscimos preciosos de costura (toda espécie de aplicações, debruns, feltros, flores camufladas, rendas, veludos, novos relevos, etc).

Tecidos adamascados gerando ambivalência e rusticidade”⁸¹.

Orientação para o Segmento Feminino:

“Fluidez.

Calças compridas longas, rendilhadas, *retrôs*.

Tecidos muito femininos com desenhos masculinos (traminhas listradinhas, xadrezinhas).⁸²

Acessórios

Salto alto e bico quadrado”⁸³.

Orientação para o Segmento Masculino:

“Refinados sempre.

Chic e natural, fazendo uma leve referência aos anos 70.

Natural e sofisticado, com contraste.

Minimalista.

As camurças, o couro e o *nylon* conferem um “ar duro” e mais moderno.

Os tricôs são rústicos, tipo 'feito a mão'.

Mistura de estilos, sinfonia de vermelhos, fúscia, framboesas”⁸⁴.

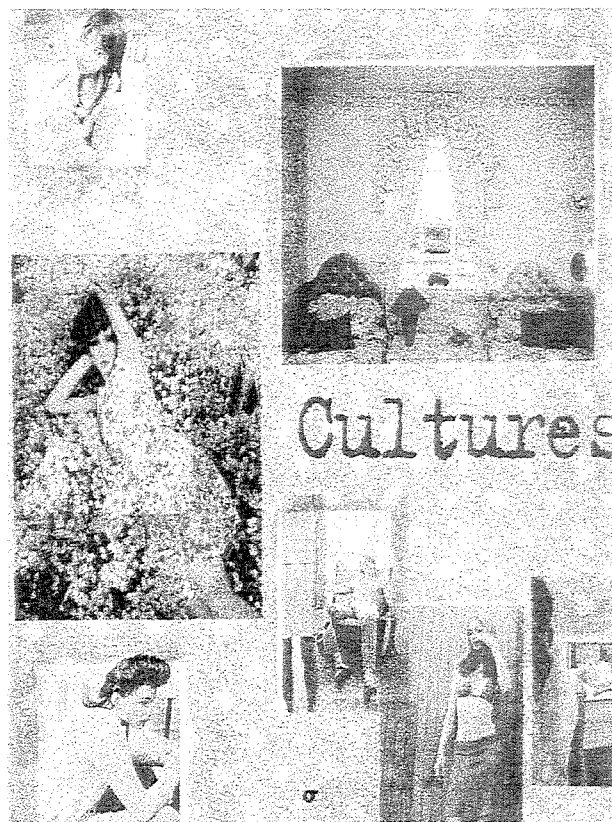
⁸¹ *Idem, ibidem.*

⁸² *Idem, ibidem*

⁸³ *Idem, ibidem.*

⁸⁴ *Idem, ibidem.*

Figura 2: "Cultures"



Tema: “Performances”

“A evolução do tema: Performances se inspiram em todas as atitudes esportivas e investem diretamente na elegância.

Palavra-chave do tema: Atitude.

Uma beleza *high tech*.

Visionários. Inventam esportes radicais e praticam em grupo ou tribos.

A “performance” na cidade é expressa através da tecnicidade e leveza. A tecnologia se integra em nossa vida cotidiana. Inteligência artificial, cultura digital.

Novo burguês, roupas inteligentes para os novos *hyuppies* americanos, que praticam esportes de elite. Para eles, tons chiques, como o vermelho opaco, bege e azeitona.

Os logos são redesenhados para um reconhecimento imediato.

Espírito do *cricket*. As mulheres exprimem feminilidade, com sofisticação.

O uso do patins na cidade deu origem a uma roupa justa.”⁸⁵.

Estilo, Materiais, Padrões, Cores e Formas:

“Moda Golfe: harmonias inspiradas nos anos 50. Para as mulheres, vestidos polos com listras verticais. Para os homens, desenhos e formas geométricas bicolores.

Estilo de vida europeu. Cores mais naturais (escuras).

Motivos escandinavos (estrelas), grandes e estilizados (pastéis), usados em tom sobre tom.

Azuis, caquis e materiais tecnológicos, simultaneamente chiques e gráficos, dinâmicos. Materiais que registrem bem-estar, suavidade, que tenham *lycra* e sejam anti-transpirantes.

Gamas de azuis e vermelhos, mas sob o pedido de alguns fabricantes, temas são tecidos.

⁸⁵ *Idem, ibidem.*

As listras são em forma de bandeira, estilo *clubber*. Verticais - tons sobre tons . No entanto, o espírito é mais refinado para listras foscas.

“*Bilés*” (malhas estruturadas) e malhas de neoprene. “Piquê” e todas as referências de tipo esportivo, como o “piquê” sobre o *nylon*, “piquê” sobre moleton, “piquê” esportivo, com efeito de transparência.

Os tecidos mantêm sua tecnicidade original, leve. Isto dá modernidade à moda *city*. As listras são mais leves e darão um *look* atlético, citadino.

Cor caqui militar.

A moda náutica é também muito importante.

Choque de cores.

Branco *clean*.

Os objetos evoluem. Grafismos e motivos dos circuitos eletrônicos inspiram as roupas do “*snowboard*”(prática do esqui na neve, em uma prancha).

Os materiais são inchados, com volume, como as roupas dos pilotos de Fórmula I e dos cosmonautas. São a inspiração de um universo virtual que se orienta para o segmentos “*workwear*” (roupa de trabalho) e o “*skillwear*” (roupa para esquiar).

Volta à natureza. Caça e pesca (estilo inglês e irlandês), revelando o aspecto funcional destas roupas.

Os deuses do estádio inspiram o “*streetwear*” (“roupa de rua”, para prática de esportes radicais) e, para este segmento, as cores laranja, amarelo e verde azeitona. Também merecem um estilo futurista, com grafismos egípcios e novos acolchoados. Vestimentas dos treinos de box. Uma marca de ponta: ‘everlast’”⁸⁶.

Orientação para o Segmento Feminino:

“*Fitness*, para a mulher, com cores e formas mais duras.”⁸⁷.

⁸⁶ *Idem, ibidem.*

⁸⁷ *Idem, ibidem.*

Orientação para o Segmento Masculino:

“Todo um estilo, que enaltece os músculos, será forte, tendo como referência o alterofilismo. Essa roupa vai valorizar o corpo, sem ser grudenta.

Aspectos mórbidos, gorros muito grandes.

Influência do *basketball*. Malha grossa.

Bikers (mountain bike), cores quentes (trajes dos guerreiros antigos). Motocross, grafismos.

O futebol: "dupla face", brilhantes, colantes, maxiblusas com neoprene”⁸⁸.

Acessórios:

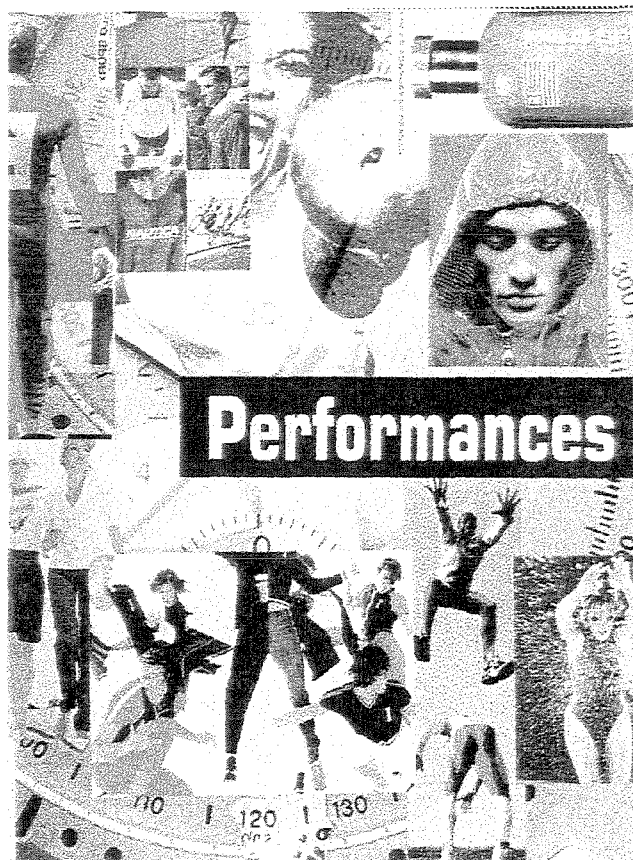
“Sapatos de bico quadrado (anos 60) ou com vertentes tecnológicas. Tipo “cosmonauta” que parecem patins (calçados para fazer *trecking*, box e motociclismo).

Tênis Puma”.⁸⁹

⁸⁸ *Idem, ibidem.*

⁸⁹ *Idem, ibidem.*

Figura 3: "Performances"



Tema: “Ícones”

“A geração virtual, com suas músicas tocando sem parar e as avalanches de computadores, tornou a realidade efêmera...

Palavras-chave do tema: Colagem e futurismo.

Androginia.

Vertente futurista, com evolução de um espírito *techno*, lúdico. Humor e mixagem. Espírito *clown*, estilo biônico (“bionic”), importante a toda corrente *techno*.

Estilo *clean*, super limpo e de efeito uniforme. Visão otimista do futuro, baseada na limpeza. Roupas que parecem de laboratório.

Geração virtual. A artificialidade tem como tendência os novos materiais tecnológicos.

Forte influência gráfica, inspirada nos HQs, onde os desenhistas combinam colagem e futurismo.

Moda ingênua.

O lúdico no *techno* pode ser mais engraçado quando se dança”⁹⁰

Benjamin fazia referência ao mega evento acontecido em agosto de 96, em Berlim⁹¹, onde jovens dançavam ao som de um caminhão tocando música *techno*. Este evento, no entanto, foi um grande movimento que expressou a força deste estilo na Europa. Televisado pela emissora Deutsche Welle, podia-se perceber a onda hipnotizadora que vinha do caminhão de som e que, ao ritmo de batidas, sempre repetitivas, arrastavam uma multidão absurdamente colorida. Como Benjamin disse:

“O *techno* é um estilo aéreo, sem gravidade”⁹².

⁹⁰ *Idem, ibidem*.

⁹¹ Este evento é chamado de “Parada do Amor” e acontece todos os anos, na Alemanha.

⁹² Diesbach, Benjamin, *Palestra do “Promostyl”*...

Um estilo em que as pessoas dançam - horas - sozinhas e se projetam para o espaço com a cabeça e braços, apenas acompanhando o ritmo das repetidas batidas da música. Música? (Que música...). Aí vale quem está melhor preparado para varar a noite e a madrugada pulando. Ou seja, melhor drogado, pois a onda *techno* foi (e continua sendo) a grande disseminadora da explosiva combinação de bebidas energéticas com bebidas alcóolicas e, também, da droga do momento, a anfetamina *ecstasy*.

Cores:

“Xadrez fresco, cores frescas e gostosas.

Pastéis frescos e ácidos.

Formas redondas.

Frescor igual para tecidos quadriculados”.⁹³

Orientação de Materiais, Cores, Formas e Estilo para o Segmento Masculino:

“Tecidos tintos, coloridos e funcionais. Os figurativos se tornam ópticos. Texturas e padrões gigantes com impressões fotográficas.

Estilo *clubbwear*: pequenas blusinhas, usadas com chinelos compensados.

Para o espírito lúdico, temos cores fortes, azuis, cobaltos, verdes, amarelos. No lúdico, volta-se aos plásticos. Há superposições de redes, deixando, quase sempre, as silhuetas transparentes.

Influência gráfica. Corte arredondado para os homens”⁹⁴.

Orientação de Cores e Estilo para o Segmento Feminino:

“Liberdade frou-frou: mini babadinhos, rendinhas, bordadinhos...

Cigarretes.

Babadinhos.

Cortiça no acabamento e nos saltos de sandálias bem coloridas.

⁹³ *Idem, ibidem.*

⁹⁴ *Idem, ibidem.*

Estilo natural, desenvolvem gamas.

Espírito *clown*.

Funcionalidade, conforto, estilo para um *design* limpo, *clean*, gozado e funcional, ao mesmo tempo.

Clubbwear.⁹⁵

Acessórios:

“Fresco e divertido, os chinelos se impõem no calçado.

Sapatos que perdem os cadarços, o fechamento é rápido (com velcro).

Haverá influências dos calçados para golfe e *criquet*. Bicolores ou mixagem de materiais (tela e couro com *nylon*- tecnicismo). Muito velcro.

Cores chiques: azul-marinho, petróleo, bege e marrom escuro”⁹⁶.

⁹⁵ *Idem, ibidem.*

⁹⁶ *Idem, ibidem.*

Figura 4: "Ícones"



CORANTES
CIBA ESPECIALIDADES QUÍMICAS LTDA. - BRASIL
DIVISÃO TEXTILE DYES

Para a etapa que se refere aos corantes, estaremos abordando a empresa Multinacional química “Ciba Speciality Chemical”.

A empresa, que tem sua sede na cidade de Basel, Suíça, é a subsidiária da Ciba-Geigy Japan Limited (então renomeada como “Ciba Speciality Chemical K.K.”, em novembro de 1996) presente em 117 países.

A “Ciba Speciality Chemical” é considerada líder e precursora no desenvolvimento e fabricação de corantes para plásticos, revestimentos, fibras, tecidos e inúmeros outros produtos.

O material para apresentação e discussão dos temas das tendências de moda foi levantado junto à subsidiária brasileira, na cidade de São Paulo, com o Sr. Frits V. Herbold, o qual muito contribuiu à pesquisa; viabilizando visitas à empresa e tinturarias, e toda uma série de materiais impressos. Estes últimos constituem-se de catálogos especializados, sobre temas e cores das tendências de moda, editados em inglês pela matriz suíça e utilizados pelos engenheiros químicos, tintureiros e confeccionistas de todo o mundo. Também serão utilizados por nós, no desenvolvimento deste trabalho, no sentido de visualizarmos e entendermos as propostas desta empresa para a moda.

Os catálogos estão divididos em dois segmentos - masculino e feminino - sendo destinados quatro temas para cada segmento. Uma cartela de cores abre cada quarteto temário.

Para cada tema, há um “painel de tendências”, com fotografias de amostras de tecidos que pretendem demonstrar as famílias cromáticas e suas possíveis combinações. Será interessante observar, também, que as famílias cromáticas emergem das cores que mais se sobressaem nas diversas imagens oferecidas nesses “painéis”. Elas também exibem algumas sugestões de “formas”, demonstrando, não só possíveis utilizações de vestuário mas, sobretudo, sua origem temária: o “retrato” de suas influências e inspirações.

Um elaborado texto acompanha cada tema, informando sobre suas influências (sociais e econômicas), cores, materiais e estilos, sempre subentendendo um consumidor específico.

Estaremos, então, transcrevendo em português, os temas utilizados pela “Ciba” para o verão europeu de 97 (correspondente a primavera/verão 97/98 brasileiro), bem como

reproduzindo os “painéis de tendências”, utilizados para a ilustração destes temas e as cartelas de cores, sugeridas aos segmentos masculino e feminino.

A partir de então, acompanharemos a construção das tendências de moda no campo específico de corantes, intuindo ao entendimento de todo este fantástico processo. Mas, há, ainda, um aspecto importante a ser considerado e que diz respeito à formação dos temas das tendências de moda pelas indústrias de corantes.

A “Ciba”, conforme entrevista realizada com o Sr. Frits, determina sua pesquisa de tendências com a ajuda dos “Bureaux de Style” (principalmente o “Promostyl”), da “Swiss Textile” e “Fashion Institute” (da Suíça) para, então, seus produtos serem comercializados durante o “Première Vision”.

Segundo ele, a empresa não determina a produção de seus corantes conforme a “lenda” que existe na área, e que diz que as cores são impostas conforme o estoque da matéria-prima na empresa. Ou seja, a cor que estivesse “encalhada” seria colocada à venda dentro de um tema de uma tendência de moda.

Verdade ou não, o fato é que suas prescrições devem respeitar, acima de tudo, a lógica já discutida no capítulo anterior, de política mercadológica e empresarial e, portanto, respeitando as leis deste setor específico e outros envolvidos (de forma que, então, podemos tirar nossas próprias conclusões).

Um outro fator a ser levantado, no entanto, refere-se à escolha da empresa “Ciba” para o nosso trabalho e que se justifica, simplesmente, pela cooperação e acolhimento às nossas solicitações, uma vez que a sua maior concorrente, a “BASF”, não demonstrou o mínimo interesse aos nossos apelos.

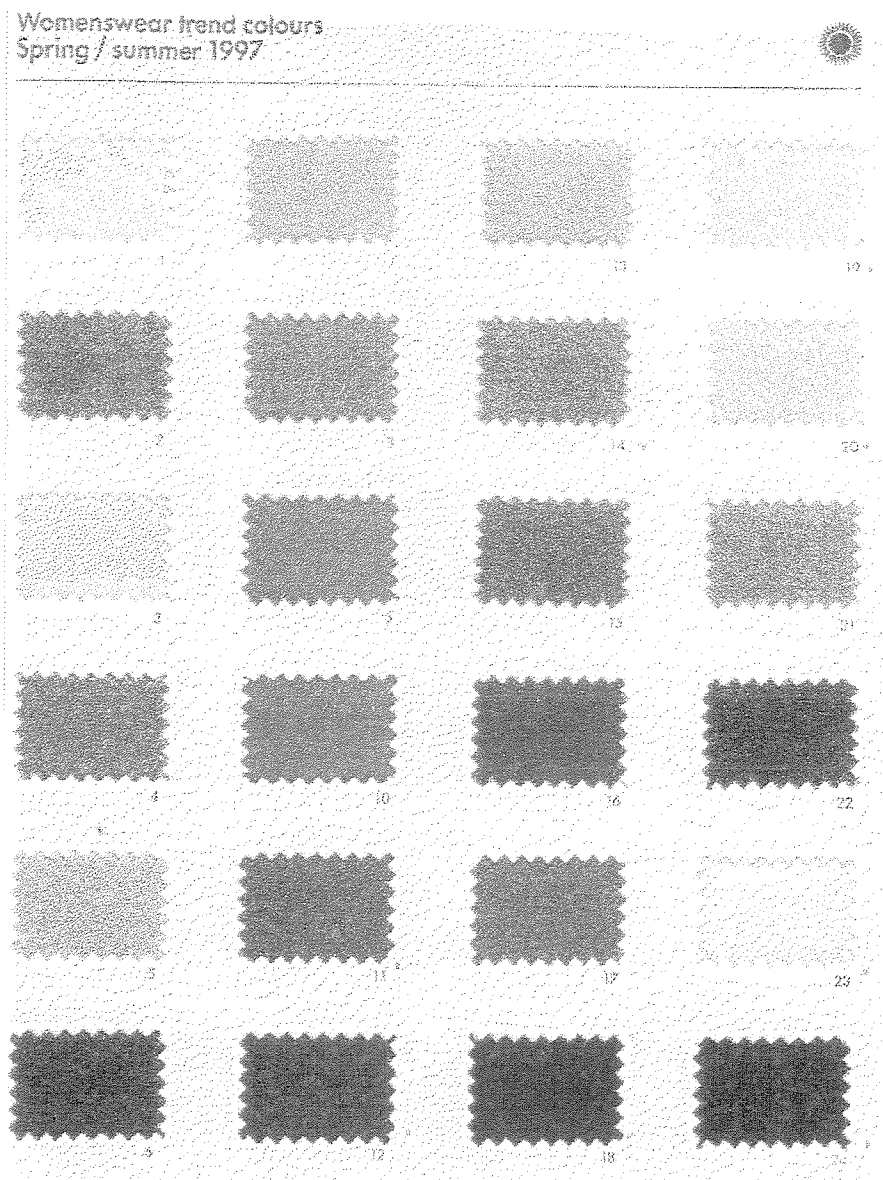
*** Este material está com sua transcrição original em inglês em “Anexos”.**

TEMAS

SPRING/SUMMER 97 (europeu)

PRIMAVERA/VERÃO 97/98 (brasileiro)

Figura 5: Cartela de Cores/ Segmento Feminino



- | | | | |
|--------------------------|---------------------|-------------------|------------------|
| 1. verde-azeitona claro | 8. ocre | 15. azul-cerúleo | 22. grafite |
| 2. verde-azeitona escuro | 9. laranja | 16. azul-cobalto | 23. branco |
| 3. amarelo-limão | 10. vermelho | 17. azul-turquesa | 24. preto/carvão |
| 4. verde-folha | 11. fúscia | 18. azul-marinho | |
| 5. verde-limão | 12. terracota | 19. areia | |
| 6. verde-garrafa | 13. azul-royal | 20. lilás | |
| 7. carmim | 14. azul-hortências | 21. cinza | |

CIBA/Segmento Feminino

Tema: “Cultura Negra”

“O continente negro – de um lado, maciço, poderoso e primitivo, de outro, cercado de problemas, com uma indústria subdesenvolvida e agressiva – tem fascinado o mundo ocidental, desde tempos imemoriais. As paisagens são primitivas e contrastantes, o mundo animal é imponente e arcaico, a beleza da fauna é impressionante e a cultura mística de seus habitantes está inextrincavelmente atada à terra. Por um longo tempo ridicularizada e desprezada, freqüentemente ignorada e reprimida, a cultura negra, cujas raízes datam de antes de 300 a .C., tem influenciado e moldado, por muito tempo, a cultura mundial, com seus simbolismos e mitologias. Seja na música - jazz - ou nas artes plásticas e representativas, as influências deste poderoso continente são encontradas em toda parte.

A globalização e as conexões via rede, as viagens e descobertas e, também, as misturas e as fusões das mais extensas e diferentes culturas étnicas, fazem desta influência mais durável e visível.

Em contraste aos temas e *looks* extremamente elegantes e refinados, que nos dão uma impressão muito futurista e artificial, uma tendência emerge daqui e permanece altamente autêntica e original sem, no entanto, ser grosseira ou rústica.

Os materiais se estruturam com relevos e têm como efeito, as reminiscências dos fósseis ou características da terra, como gramas e pedras. O toque é áspero e ruidoso e os tecidos são opacos e “empoeirados” na aparência. As misturas de linho ou cânhamo se parecem com os “panamás”⁹⁷; os padrões de vegetação prevalecem, rústicos e ásperos como a palha ou feno, as superfícies são opacas, fazendo com que as cores tenham um *look* antigo e já “fora de moda”. Muitos efeitos estruturais, tais como ondulações, “*seersucker*”⁹⁸ e “*cloquês*”,⁹⁹ como os fios do “*knop*”¹⁰⁰, “*flamme*”¹⁰¹, “*grannité*”¹⁰² ou

⁹⁷ Tecido cuja fibra é extraída de um arbusto.

⁹⁸ Espécie de tecido de algodão com superfície irregular fibrosa, tipo “anaruga”, com efeito plissado no urdume ou na trama.

⁹⁹ Qualquer tecido com alguma irregularidade estufada na superfície, que pode ser conseguida através de processo químico ou mecânico.

¹⁰⁰ O “*knop yarn*” é um fio com botão, ou seja, bolinhas que garantem um tecido com grânulos na superfície.

¹⁰¹ Diz-se do fio com trechos mais grossos em comprimentos diferentes ou iguais. Também conhecido como fio “xantungue”.

¹⁰² Diz-se dos tecidos de lã, em cor sóbria com padrões de grãos minúsculos em sua superfície.

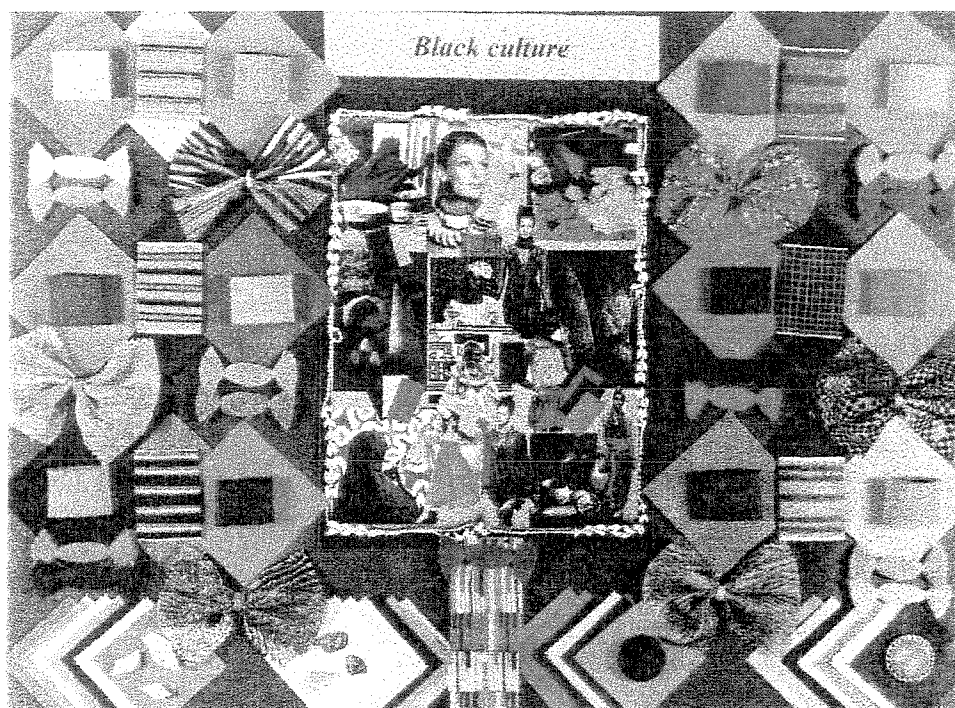
“*piqué*”¹⁰³, que criam estruturas parecidas com escamas, favo de mel, manchas ou nervuras.

A particular arte africana oferece as inspirações para as estampas, as quais têm um *look* simples e misterioso, por causa de seus simbolismos e sinais místicos. As cores claras são intermediadas com as cores da terra ou são contrastadas com o preto e o branco. As sombras da vegetação são combinadas com os verdes e amarelos das frias e delicadas primaveras, o que dá uma aparência natural, alegre e excitante”¹⁰⁴.

¹⁰³ Tecido de algodão, feito de dois panos sobrepostos e unidos por pontos cujas linhas formam desenhos. É produzido tanto para tecidos planos como para a malharia circular, sendo que estes últimos se constituem a partir de ligamentos especiais.

¹⁰⁴ “*Ciba*” *Primavera/Verão 97*, Suíça, 1995, Catálogo.

Figura 6: "Cultura Negra"



Tema: “Volta à Burguesia”

“O retorno aos valores tradicionais, aos costumes e estilos burgueses está se manifestando atualmente na moda, através da volta do clássico duas peças¹⁰⁵, de um elegante vestido "cocktail"¹⁰⁶ ou através do terno. "Nós estamos novamente adotando um estilo de vida de classe-média. Nós desejamos ser "burgueses", diz Sébastien de Diesbach, diretor do Promostyl.

Isto pode ser visto como uma reação à provocativa e aguda "tendência do asfalto", das estações anteriores. O desleixo e a excentricidade estão sendo substituídos por uma aparência limpa - *clean*¹⁰⁷ - e sofisticada. Um período de quebra de papéis e tabus que é seguido pelo retorno dos valores familiares. O renascimento dos costumes burgueses significam a volta do "bom estilo", do comportamento polido e de uma linguagem civilizada. Os livros de boas maneiras estão na moda e os cursos sobre bom comportamento estão de volta, novamente.

O foco está nos excessos sociais da moda dos anos 50, que resulta num cenário de pessoas inteligentes, voltadas para um mundo materialista e vaidoso, com muitas jóias e cosméticos. O professor Alexander Deichsel, especialista em língua e literatura alemã e professor de Sociologia da Universidade de Hamburgo, resume: "Nosso desejo pela beleza é uma força que nos guia e que está por trás de nossas ações. As pessoas são desenhadas pela beleza, o que acaba por exercer uma fascinação sobre nós. - Nós somos conduzidos a isto."

Depois de um período de artificial asceticismo e modéstia e, também, da reflexão sobre um mundo carregado de problemas, vem a saudade pelo esteticismo, elegância, beleza e decoração. Entretanto, a nostalgia romântica não é o único aspecto deste tema: golpeando contrastes e justapondo incongruências com estilos mixados e decadentes, isto dá o tom a esta moda, que reflete nossos conflitos e quebra o nosso relacionamento com o passado.

¹⁰⁵ O "clássico duas peças" são terminhos "bem comportados" de blazer e saia ou casaquinho e saia, muito usados nas décadas de 50 e 60.

¹⁰⁶ O *cocktail dress* é um vestido formal para ser usado em festas ou outros eventos sociais, também, muito utilizados nas décadas de 50 e 60.

¹⁰⁷ *Clean*: de aspecto minimalista, sem muitos acessórios ou ostentações. No vestuário, constitui uma roupa de linhas sóbrias, de linhas retas e poucas construções.

Tecidos sofisticados e de primeira qualidade predominam. *Shantung*¹⁰⁸ acetinados com um brilho refinado, fino; granulados e trançados monocromáticos, mixados com cores de superfícies "bouclés"¹⁰⁹, à la Chanel - luminosos e volumosos -, "chinés"¹¹⁰ com efeitos sofisticados dos fios; listras elegantes e "*ottomans*"¹¹¹ que vão, lado a lado, aos tecidos lisos e delicados, "piquês" frescos e granulados pequenos, gostosos "crepes"¹¹².

As cores têm um discreto e neutro *look* preto/branco ou carvão/bege, delicadamente sombreadas com cinzas ou suaves pastéis. Cores realçadas e luminosas são, também, usadas em blusas com materiais sedosos, estampadas à "la Pucci"¹¹³ ou no estilo neobarroco de Lacroix^{114,115}.

¹⁰⁸ Tecido acetinado que apresenta grânulos de outras cores em sua superfície.

¹⁰⁹ Efeito enrugado em malha, que se consegue através de um fio especial irregular e embaraçado.

¹¹⁰ De várias cores em relação aos têxteis (mas de aspecto granulado). Diz-se do fio retorcido ("*mouliné*"), em que a cor é substituída pelo negro ou que dá um tom matizado, mosqueado, malhado.

¹¹¹ Gorgorão: tecido com desenho "tafetá", cuja trama é muito grossa e formando uma espécie de cotelê.

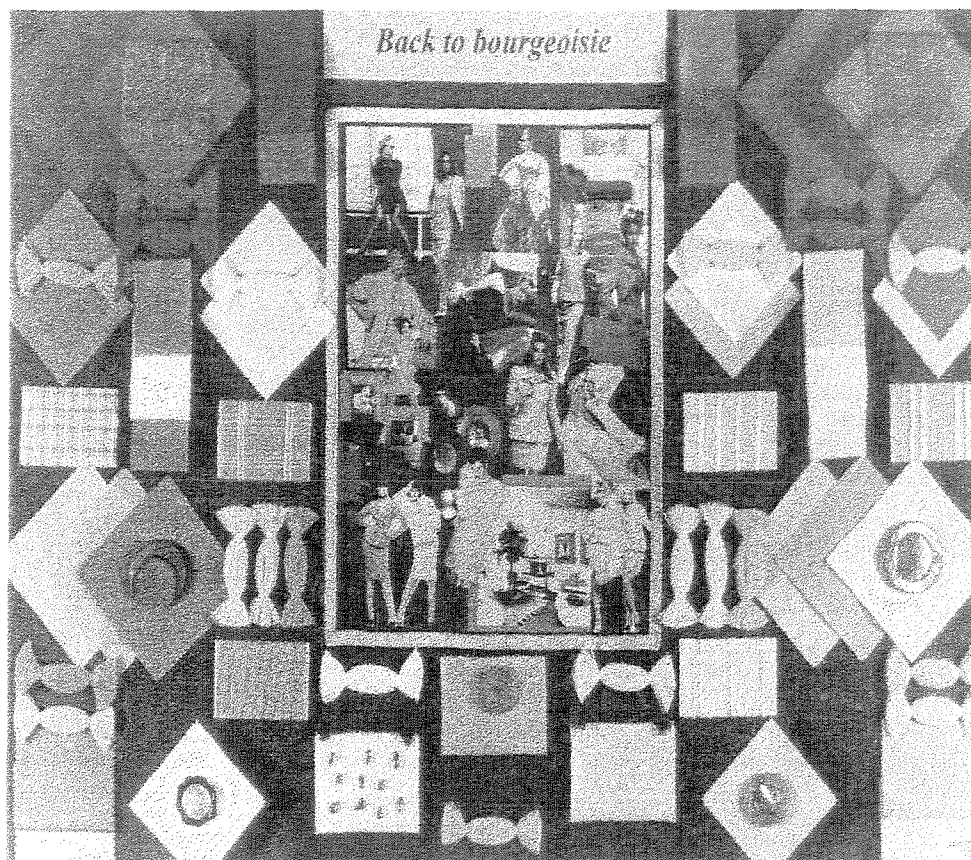
¹¹² Tecido "crespo", de aspecto áspero e opaco.

¹¹³ Estilista americano de *sportswear*, muito conhecido - entre outras coisas - por usar cores e estampas ousadas.

¹¹⁴ Christian Lacroix, estilista de origem francesa que adota cores fortes e estilos rebuscados como o Barroco.

¹¹⁵ "Ciba" Primavera/Verão 97...

Figura 7: "Volta à Burguesia"



Tema: “Linguagem do Corpo”

“A linguagem do corpo é um novo foco sobre os aspectos físicos da vida: *welness*¹¹⁶ e *fitness*¹¹⁷ são parte deste tema. Nós nos concentramos em nós, ouvimos os próprios sinais do corpo, criamos entusiasticamente um cenário narcisístico e centralizado em nós mesmos. A busca pela "juventude eterna" é oposta pela "revolta à idade". A autoconfiança e a ousadia estão no culto e na obsessão pela juventude.

O esporte e o lazer representam, provavelmente, o potencial mais elevado em inovações e desenvolvimentos, no mercado de bens de consumo, pois o consumidor dirige-se, não somente às atividades físicas, mas também recorre a componentes estéticos e eróticos. Apoiados imensamente pela presença da mídia, os ídolos do esporte tornam-se ditadores da moda.

O desejo de corromper-se, para dar prazer a si mesmo, perdoando-se um "pouco de luxúria" é, também, uma parte altamente egocêntrica deste estilo de vida. "Ninguém me ama, então terei que cuidar de mim mesmo" - esta atitude contrasta com o espírito de equipe, consciente de responsabilidade e orientado para um comportamento comum. Individualismo, desejo de liberdade e independência e a fuga de papéis definidos são a manifestação do desejo pela diferenciação e individualidade.

Este é um cenário para materiais inovativos e funcionais, que se encontram com os padrões requeridos de conforto e bem-estar, ao mesmo tempo que vai de encontro com as exigências estéticas. O foco está nos sintéticos, que são usados de acordo com suas funções e propriedades, ajudando a fornecer um agradável e desejável manuseio, para o cuidado do desgaste e conforto da roupa. Entretanto, as fibras naturais estão definitivamente em ascendência. Elas têm maior importância e se tornam mais "moda", através de efeitos nas superfícies dos tecidos e quando são freqüentemente misturadas com sintéticos. Reflexos metálicos ou superfícies brilhantes fornecem um *look* atrativo e são contrastados com superfícies móveis, relevos e impressões. O "nylon cintilante" (*sparkling nylon*) é usado para efeitos futuristas e tecidos de cores gritantes e o *space dyeing effects*¹¹⁸ remanescem como um importante elemento para o *design*.

¹¹⁶ É um estado de ser saudável, cujo conceito se aplica à prática de esportes, principalmente os aeróbicos.

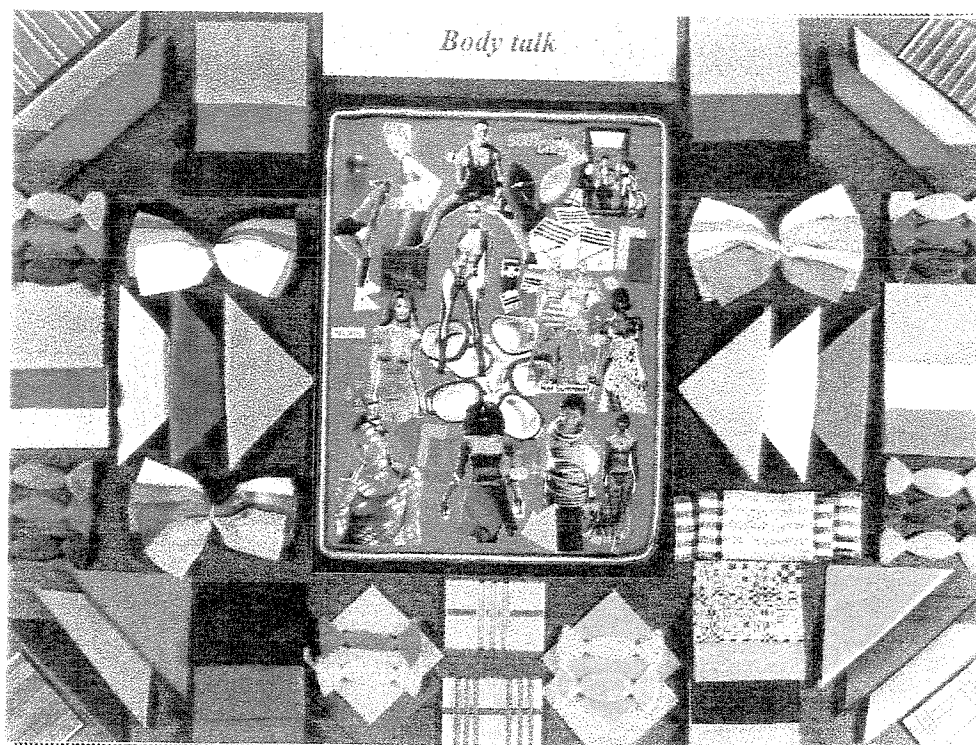
¹¹⁷ É um estado de ser saudável e forte, capaz de realizar trabalhos e esportes pesados.

¹¹⁸ Efeitos de alterações de cores no tecido conforme a variação de posição da pessoa.

As cores são cintilantes, brilhantes e excêntricas. Contrastadas com branco, elas adquirem um *look* limpo e fresco, criando, ainda, um modo alegre, despretensioso e otimista de ver o verão”.¹¹⁹

¹¹⁹ "Ciba" Primavera/Verão 97...

Figura 8: "Linguagem do Corpo"



Tema: “Entre a Água e o Céu”

“Altamente pragmático, ambos, o respeito e a tolerância, se aproximam dos problemas ambientais, que emergiram na essência de uma discussão altamente fundamentalística sobre o ambiente do início dos anos 90; uma reação aos inescrupulosos anos 80. Da mesma maneira, os valores morais, tais como a lealdade, amizade, consciência, honestidade, responsabilidade e sinceridade não são falados apenas, mas também, praticados. A clareza, a transparência, a honestidade e a confiança são valores básicos hoje. A busca pela segurança e proteção manifesta-se em roupas simples e singelas, embora com um “ar” refinado e sofisticado. Um maior cuidado é tomado para assegurar que os produtos sejam ambientalmente aceitáveis, no entanto, eles devem ainda se encontrar com as exigências estéticas, para serem fáceis de se adaptarem à moda, o que envolve um elevado padrão técnico.

Qualidade real e não efeitos imprudentes é o critério de seleção. A boa compatibilidade do material, um *toque* macio e um *look* mais natural apelam mais do que luxo, brilho e “glamour”.

A inesperada graciosidade (luminosidade, alegria) da existência seria uma forma de descrever inovativos materiais. Sugeridos pela clareza (limpidez) e transparência do vidro e do ar, e da refrescância da água. Sutis efeitos brilhantes refletem como a luz na superfície da água e os efeitos vívidos e móveis das ondas e dos rios têm uma qualidade dinâmica. Um brilho refinado e iridescente são trazidos pelas conchas e escamas dos peixes, os efeitos de transparência, pelas finas bolhas das espumas da água.

As finas cambraias de algodão são frequentemente encontradas nas misturas com sintéticos; leves e transparentes, como um pergaminho, apresentam um toque seco e crespo. Os fios cintilantes e tremeluzentes da viscose e poliamida criam efeitos, tais como um céu infinito e estrelado ou como os lagos que se resplandecem ao sol.

As cores frescas e frias da água, que aparecem nas intensas harmonias de um camafeu ou nas graduações monocromáticas de tons-sobre-tons, fazem parte de um importante grupo de cores. Tons neutros ou suaves assombreados permitem um sofisticado efeito de luz e sombra”.¹²⁰

¹²⁰ Idem, *ibidem*.

Figura 9: "Entre a Água e o Céu"

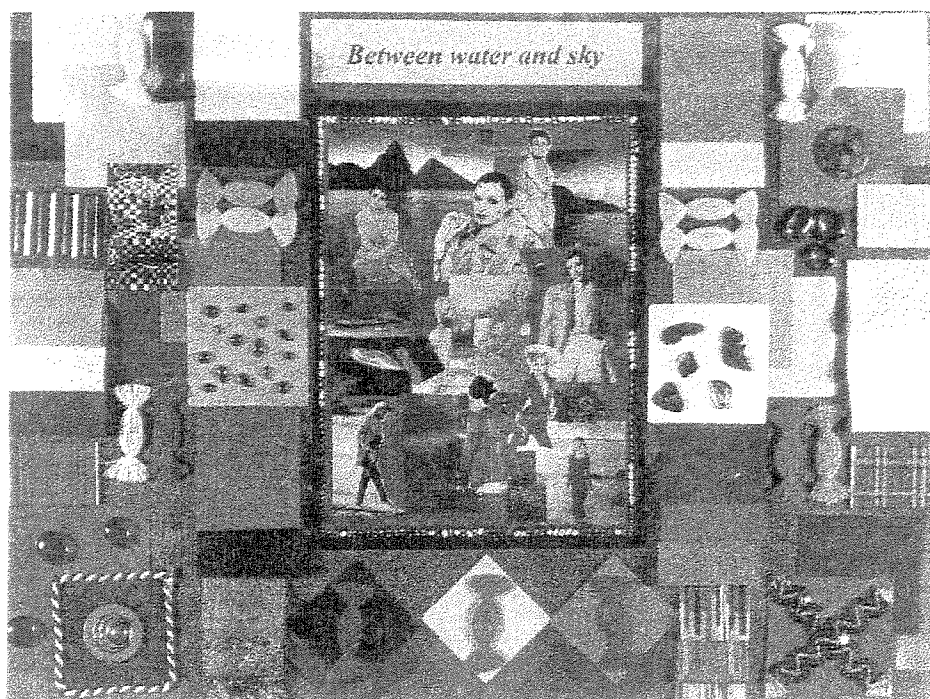
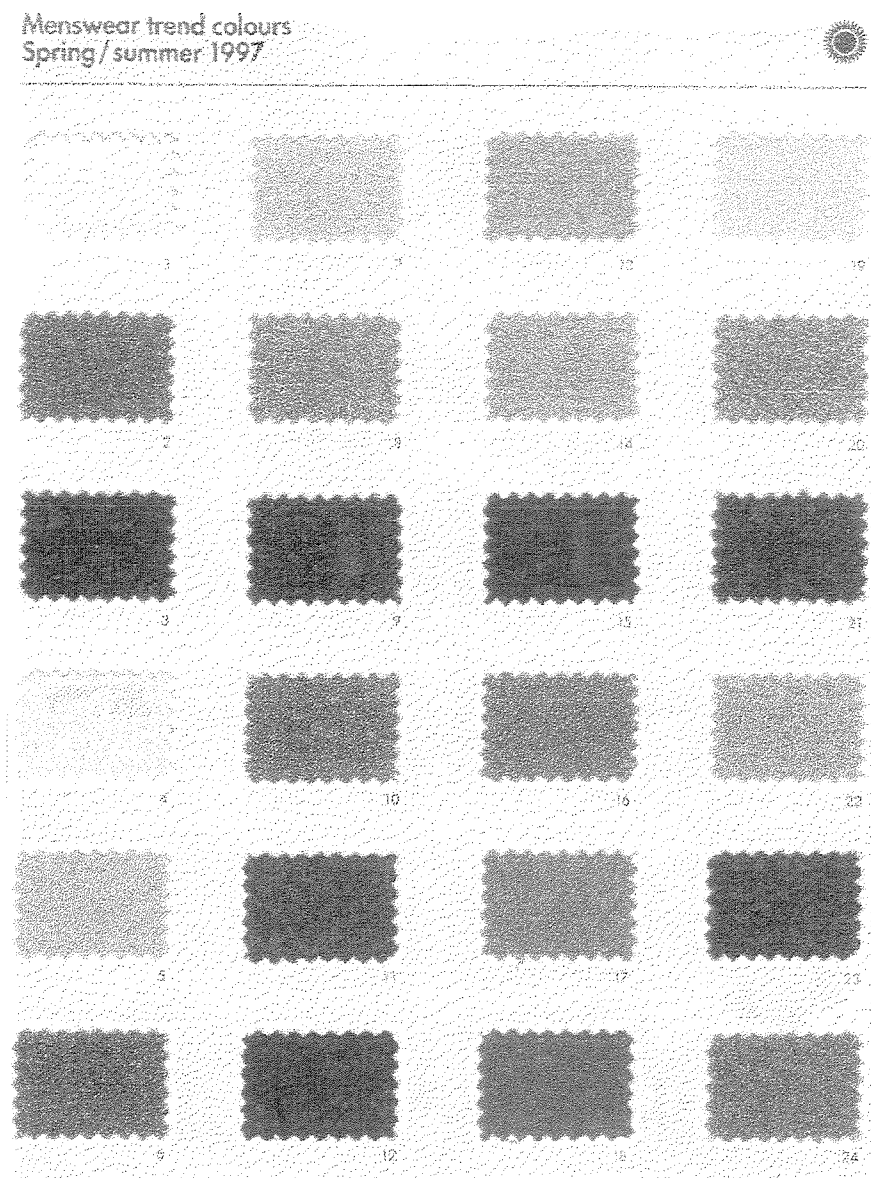


Figura 10: Cartela de Cores/ Segmento Masculino



- | | | | | |
|-----------------|------------------------|------------------|-------------------------|--------------------|
| 1. branco | 6. caqui-militar | 11. ameixa | 16. castor | 21. verde-musgo |
| 2. cinza-chumbo | 7. alfazema | 12. azul-marinho | 17. laranja-queimado | 22. verde-oliva |
| 3. grafite | 8. azul-petróleo claro | 13. carmim | 18. vermelho-queimado | 23. verde-bandeira |
| 4. areia | 9. azul-petróleo | 14. cinza-arezzo | 19. amarelo-cádmio | 24. verde-azeitona |
| 5. caqui | 10. hortências escuro | 15. marrom | 20. caqui-militar claro | |

Tema: “Salão”

“O nosso século é distinguido por um certo grau de razão e um definitivo gosto pelas coisas mundanas, contudo, um pouco antes da virada do milênio, o tema de moda para o “*menswear*” é, ainda, aquele que agrega os nossos códigos mais sensíveis e misteriosos. Prever as mudanças ou a ausência delas na moda, tornou-se um campo de especulações de onerosas narrativas. Todas as tendências sociais que mudam e afetam o comportamento e a filosofia dos povos exercem, indubitavelmente, uma significativa influência: assim, tem sido evidente a substituição de alguns valores pelo conservadorismo e tradicionalismo, os quais nos trazem a promessa de segurança e orientação, necessários para um ambiente incerto e turbulento.

Na moda, isto se reflete no renascimento da “eterna elegância” - um retorno daquela elegância formal, sendo que o terno tem o papel principal - o qual é, ainda, aceito pela maioria dos homens como a roupa de todos os dias. Há um retorno da elegância dos anos 30 e 40 e uma individual e pessoal interpretação de um estilo que se volta para o início do século, quando as pessoas se reuniam para conversar nos elitistas círculos literários ou salões exclusivos. O *status* social foi demonstrado por uma roupa discreta, mas muito elegante, registrada em conformidade aos padrões. Considerações similares encontram-se por trás de uma tendência que se dirige para uma elegância mais formal, com uma diferença apontada para o conforto, o bem-estar e a praticidade e que podem ser encontradas em atuais e inovativos materiais.

As cores neste sofisticado e magnífico tema são, naturalmente, sóbrias. As cores fortes são raras e, se elas se caracterizassem por isso, viriam no estilo *club*¹²¹, em arrojados *designs* (formas) e proeminentes listras.

O foco, no entanto, tende para sombras planas e discretas misturas de tom-sobre-tom, com desenhos minis ou micros predominando. As superfícies dos tecidos podem caracterizar alguma coisa de insignificante, marcando as estruturas, como os “*bouclés*” monocromáticos, os “*grannités*” acinzentados ou os “*crepes*”. A lã mistura-se com a seda, o linho e a viscose são, freqüentemente, os mais encontrados. Mas as sedas são, também, bem

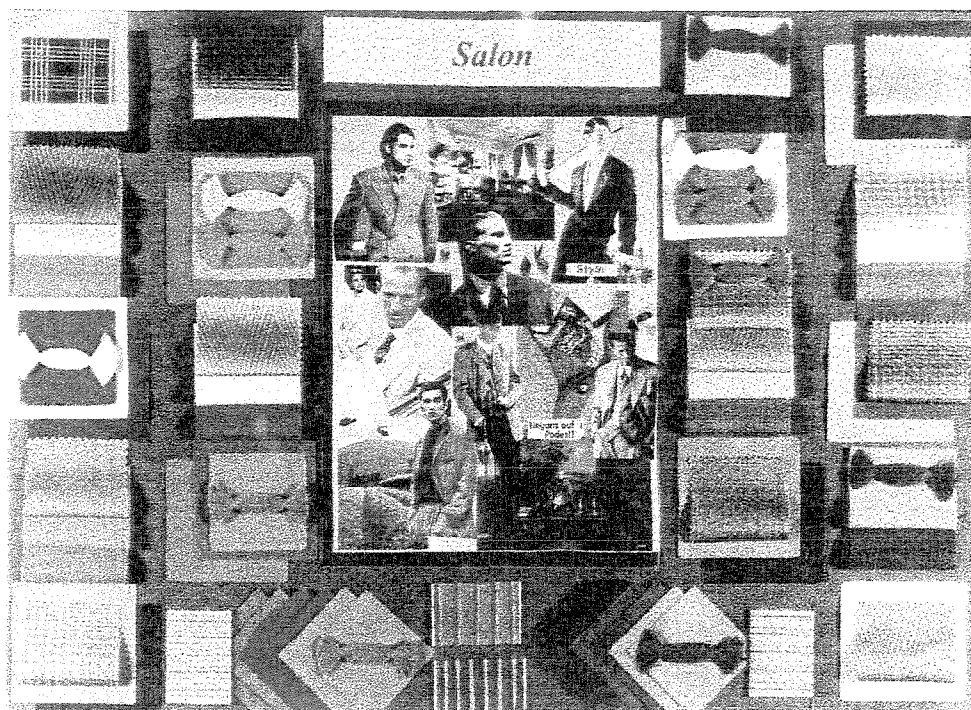
¹²¹ *Club*: o mesmo que *clubber*, estilo alegre que contempla cores alegres, fortes e formas ajustadas.

populares - principalmente o “*shantung*” ou o “*bourette*”¹²² - incluindo misturas com duas ou três fibras diferentes. Quando os fios são extremamente torcidos, os materiais têm um *look* compacto e encorpado. Todavia, cuidadosos drapeados, tecidos macios em “*crepes*” granulados, frescos ou “*grannités*”, ou materiais com características diagonais, tais como sarja e gabardine, são válidos também”¹²³.

¹²² É o fio da seda fiado com refugos e, por esse motivo, muito irregular, o que lhe dá um aspecto torcido, com grânulos. No entanto, confere ao tecido um efeito muito cintilante e irregular à sua superfície.

¹²³ “*Ciba*” Primavera/Verão 97...

Figura 11: "Salão"



Tema: “Rua”

“O *Street Fashion* é uma mudança radical de direção. Originado das atitudes de protesto e recusa, este tema desenvolve um importante estilo que incorpora o desejo pela identificação e liderança. As influências vêm do setor do esporte e das jovens tendências esportivas, tais como futebol de rua e o futebol de praia, o “*skate*” e o “*skate-in-line*”, “*mountain bike*” e o “*snowboarding*”. Todos eles têm se combinado com elementos da subcultura, da “*pop music*”, da “*ethnic*” e “*folk music*”, produzindo, muitas vezes, um mix colorido, gritante e grotesco. A mensagem: “Eu sou jovem, diferente e individualista”. Torna-se o jargão mais importante deste tema.

Os *looks* pesados, os estilos étnicos e o “*workwear*” de “ontem” dão, rapidamente, espaço para os “*ciber*” *looks*.

Combinações e interpretações altamente originais, individuais e imaginativas são, também, componentes muito importantes deste tema. As tendências da moda não são mais ditadas como antes, “de cima” - mas, ao contrário, a inspiração procede de estilistas conceituados como Jean Paul Gaultier e, ainda mais recente, o belga Walter van Beirendock, como o protagonista mais proeminente.

Um *look* técnico e futurista - quase exagerado - prevalecerá no futuro. Neoprene, borracha, plástico e vinil darão um *look* sintético aos acabamentos e casacos. Os efeitos de metais opacos, sugerindo ferro e aço enferrujados, serão mais *fashion* que os efeitos brilhantes da prata e do alumínio. Algum brilho será encontrado em efeitos iridescentes ou tremeluzentes.

Um outro aspecto é a combinação do altamente técnico com o altamente natural, sendo que o foco está no contraste entre superfícies de estruturas macias, emborrachadas e *looks* ásperos com o aspecto de palha; o vinil com linho, estruturas salientes (com relevo) com tecidos calandrados¹²⁴ e de pouco brilho.

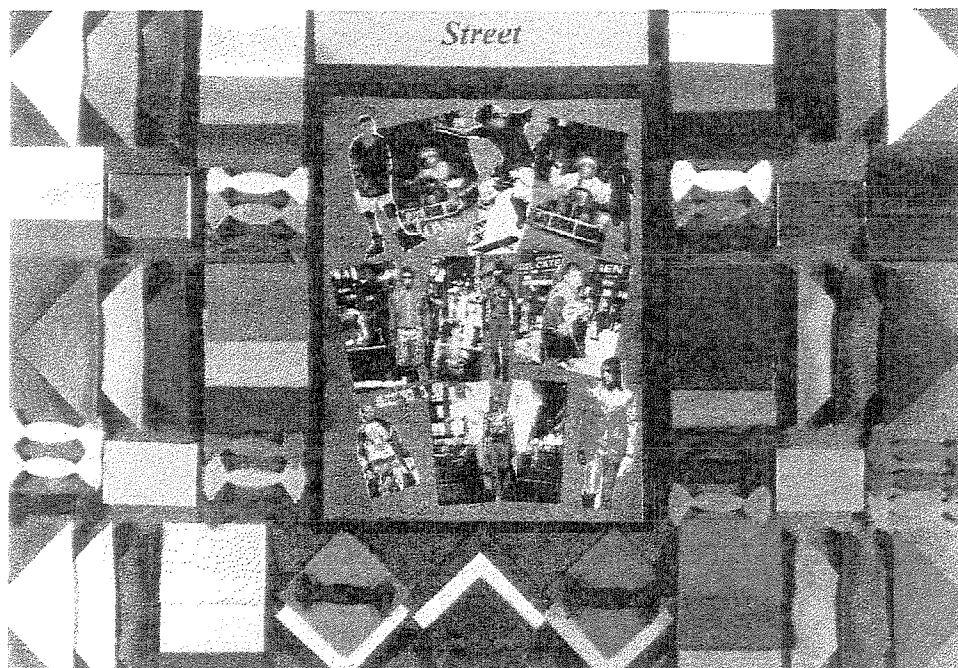
Um “que” a mais aparece contido nas sombras de alguns grupos individuais de cores, sendo um mais importante: o branco, o *off-white*¹²⁵ e suas sombras serão , especialmente, mais populares”¹²⁶.

¹²⁴ Tecidos lisos e “lustrosos”.

¹²⁵ Branco amarelado ou acinzentado.

¹²⁶ “*Ciba*” Primavera/Verão 97...

Figura 12: "Rua"



Tema: “Sahara”

"Um fenômeno interessante vem sendo desenvolvido por algum tempo no *menswear* - o dualismo da moda. De um lado, existe uma clara tendência que se dirige à roupa elegante e formal e, de outro, que prefere um *look casual*, simples e "à vontade". Um estudo, realizado pela revista “*Spiegel*” (Outfit - Studie 3), sobre um determinado público-alvo, mostrou que, 45% dos homens preferem um estilo leve e individual, descrito por eles mesmos como *fashion conscientes*, 38% estão a favor de um estilo correto e convencional e 13% aspiram por reconhecimento.

O “*casualwear*” foi, no passado, influenciado enormemente, por um lado, pelas tendências naturais e ecológicas e, por outro, pela funcionalidade das cores, materiais e estilo do “*sportswear*”. A atração pela natureza, de um lado, e a aventura, por outro, são os mais importantes parâmetros, embora em graus diferentes. O “homem de Marlboro” que, ora está balançando um laço, ora atravessando uma floresta ou conquistando o infinito deserto, constitui, ainda, um modelo fascinante deste papel.

No verão de 1997, esta fascinação pela natureza e masculinidade será interpretada, muito atrativamente, pelas sombras dos marrons empoeirados e mornos e pelos frescos e naturais verde-olivas. As sombras queimadas da terra, em materiais firmes como sarja e lona mantêm a promessa de um romântico safari. As gamas de caqui e verde-oliva, que são as reminiscências dos uniformes militares, aparecem em suaves gabardines e popelinas, que são combinadas ou com linhos muito macios - frouxamente tecidos -, ou com *jerseys* elásticos.

Um *look* altamente natural ainda é importante, como as superfícies de tecidos móveis que parecem palha ou esteira, opacos, com um *look* empoeirado e seco. Pregas, rugas e efeitos de encolhimento são preferidos para as superfícies, criando um *look* ligeiramente “usado”, sem, no entanto, parecer surrado ou desleixado.

Os tecidos são funcionais, tais como o “*easy care*”¹²⁷ e o “*water repellency*”¹²⁸ os encerados, oleosos e arenosos estão, ainda, na moda; no entanto, não fazem parte deste tema, tecidos de aspectos técnicos, tal como emborrachados e plastificados. O

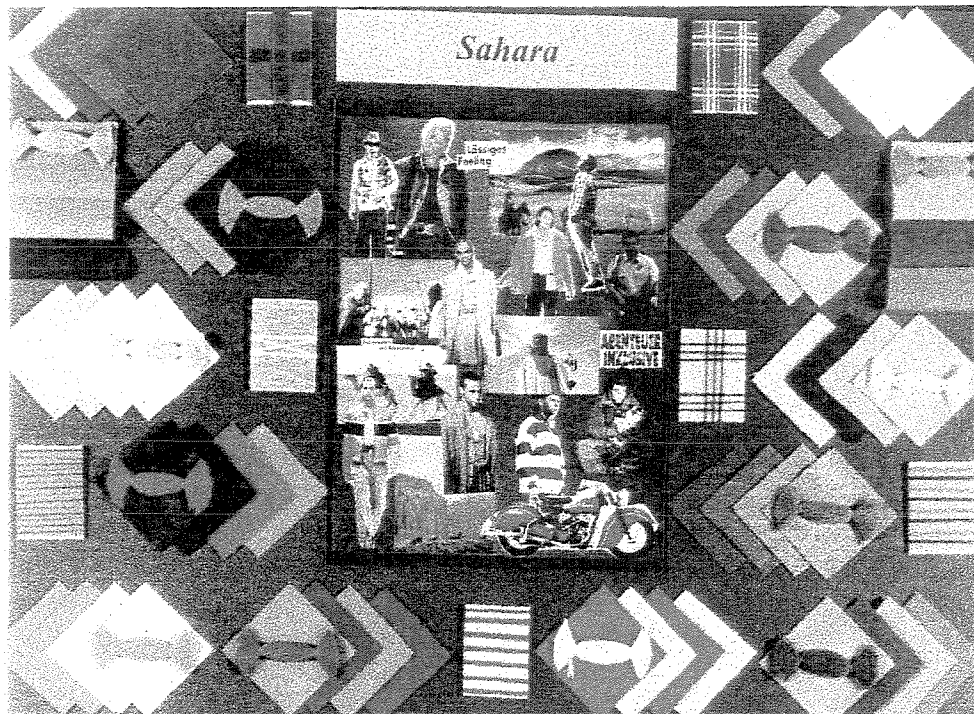
¹²⁷ Fácil de ser cuidado.

¹²⁸ Impermeável.

“*casualwear*”, além disso, não é gerado apenas para jovens consumidores, mas para todos, pois se transformou em um segmento eterno e imutável”.¹²⁹

¹²⁹ “*Ciba*” Primavera/Verão 97...

Figura 13: "Sahara"



Tema: “Cena”

“Como pôde ser visto, no já mencionado "Outfit Study" na revista *Spiegel*, 19 % dos homens vêem-se como *fashion-conscious* e 13% aspiram por reconhecimento. Os dois grupos poderiam ser descritos como “esperançosos por moda”, ambos igualmente dispostos a investir dinheiro em sua aparência, aceitando as inevitáveis mudanças da moda. Eles são precursores de novas tendências, *trailblazers*¹³⁰, visionários e vanguardistas de estilos incomuns, são os divulgadores de uma filosofia voltada para as mudanças da moda. Como sismógrafos, eles registram os sinais que estão presentes no mercado da moda e os convertem, sempre atentos em estar entre os primeiros, principais e únicos.

Ambas as tendências, elegância formal e um *look* “casual”¹³¹ - das horas de lazer -, são, também, importantes para o mercado “*menswear*” e podem imprimir sua marca aqui. A “cena” introduziu, primeiramente, e, como principal característica, uma roupa luxuosa em forma de um excêntrico “*dandy*”¹³², com um *look* de muito brilho e *glamour*.

No futuro, dominará um estilo altamente sofisticado, luxuoso e pretensioso. A tendência para o despojamento, tendo como, por exemplo, o uso de materiais preciosos, caros e agradáveis, assim como tecidos luxuosos, reflete a egocêntrica atitude de nossa sociedade. O perfume da “Maison” Chanel, “*Egoïste*” ou o *bestseller*, “A arte de ser um egoísta” ou, ainda, a música do grupo pop “The Princes”, “Você tem que ser um suíno neste mundo” são reveladores. Quase ninguém quer ser privado do prazer de estar bem vestido.

A mania pela informalidade é seguida por uma nova elegância: o conforto e a delicadeza estão sendo construídos internamente nas roupas. Os materiais estão muito delicados, macios, mais leves e molengos - lãs finíssimas, sedas elegantes, confortáveis misturas de lã com algodão ou viscose, linhos frios e muito macios ou algodões delicados, usados, por exemplo, em t-shirts (camisetas). Uma outra atração são os tecidos para camisas, que são feitos para assemelharem-se aos tecidos das camisas que acompanham

¹³⁰ Trailblazers: alguém que é o primeiro a descobrir ou desenvolver novos métodos de fazer alguma coisa, mas, no contexto de moda, julga-se correta a palavra visionários.

¹³¹ Casual: simples, despretensioso, porém chique e elegante.

¹³² Dandy: um homem excêntrico, excessiva e ostensivamente refinado na maneira de vestir.

ternos, de forma a combinar com os *looks* dos ternos feitos de “espinha de peixe”¹³³, “*tweed*”¹³⁴ e *chevron*¹³⁵, todos muito leves.

As cores compreendem combinações delicadas, discretas e refinadas, tom-sobre-tom, principalmente em monocromias, com poucas notas fortes de ênfase”¹³⁶.

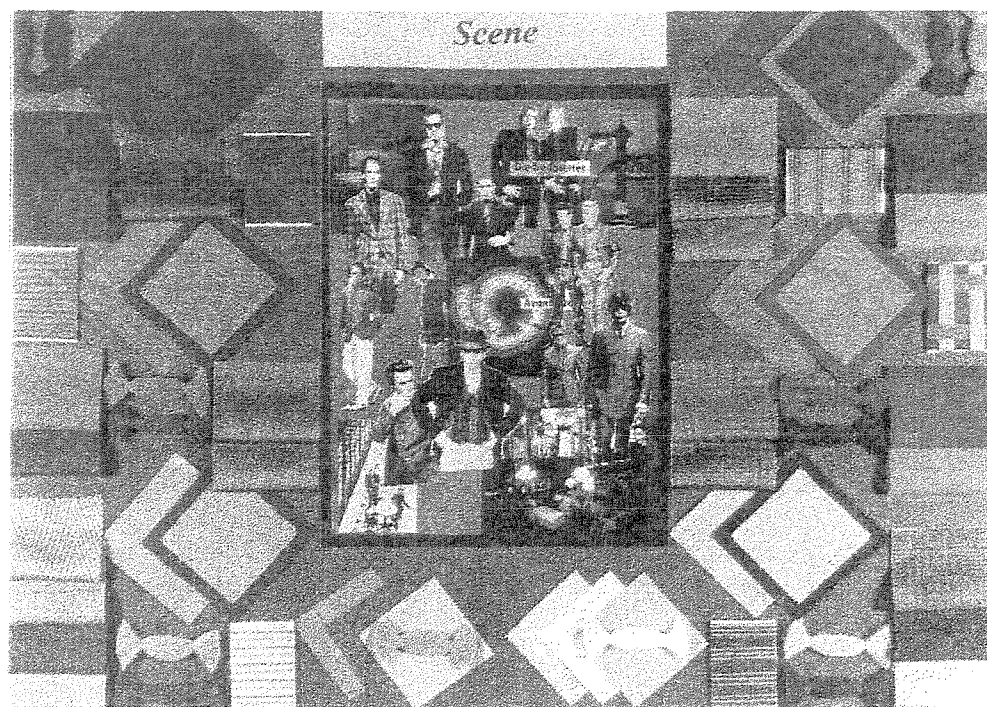
¹³³ Tecido cuja trama assemelha-se a uma “espinha de peixe”.

¹³⁴ Tecido de textura áspera, feito de lã, em vários padrões coloridos.

¹³⁵ Originalmente, é um tecido de lã, quase sempre negro, cuja base é uma sarja tipo “espinha-de-peixe”. É um termo aplicado à tecidos ou estampas com listras em zigue-zague, podendo, também, ser tecido em algodão ou seda.

¹³⁶ “Ciba” Primavera/Verão 97...

Figura 14: “Cena”



FIOS TÊXTEIS
DU PONT do BRASIL S.A.

Para o setor de fios têxteis, levamos em consideração a importância que a matéria-prima, originada do conceito “*hand-made*”, tem atualmente no mercado e que diz respeito à versatilidade que as fibras artificiais e sintéticas - especialmente o fio elastano, *nylon* -, imprimem a diversos tipos de material.

Nesse sentido, apesar da pesquisa de campo abranger a grande maioria das empresas que desenvolvem a produção de fios têxteis artificiais e sintéticos no Brasil (“Rhodia”, “Fairway”, “Fibra”, “Fibra-Du Pont”, “Du Pont” e “Polyenka”), estaremos colocando em relevância somente a “Du Pont do Brasil S.A.”.

Isto se deve a duas importantes razões: Primeiramente e, principalmente, pelo caráter “multinacional” de seu material de divulgação de tendências, que é editado em inglês, francês, italiano, alemão e espanhol, o que significa que as propostas apresentadas serão apreendidas por tecelagens e confecções de grande parte do mundo. Dessa forma, respeitam-se mais fielmente as normas “sugeridas” para o desenvolvimento do produto final de moda (a roupa) e de sua base (os tecidos), impedindo qualquer intervenção “doméstica”. Ou seja, possíveis adequações das propostas das tendências ao ambiente nacional (aspectos sociais, culturais e climáticos) elaboradas, em alguns casos, pelas empresas filiais que se encontram em outros países.

Este é o caso da “Fairway”, empresa da “Rhodia”, criada exclusivamente para atender a área de vestuário e, também, das empresas “Polyenka”, “Fibra” e “Fibra-Du Pont”. Como estaremos, também, analisando as tendências de moda no campo da imagem televisiva, é interessante, então, mantermos um certo rigor nesta avaliação, no sentido de trabalharmos com os subsídios gerados por seus pólos de origens e não pelos intermediários, que são as “filiais” brasileiras das multinacionais. Mesmo porque, vamos verificar a correspondência entre as tendências propostas por essas empresas e as tendências propostas pelo campo midiático e, este último trabalha, apenas, com referências internacionais (européias e americanas) salvo, raríssimas e eventuais exceções.

Em segundo lugar, porque o material de tendências da “Du Pont” é muito mais organizado e completo¹³⁷.

Também é importante ressaltar que a construção temática da “Du Pont” é dirigida especificamente, ao segmento feminino.

¹³⁷ Este material também está com sua transcrição original (em inglês, no caso) em “Anexos”.

Introduzindo o catálogo, há a exposição das famílias cromáticas, juntamente com a cartela de cores da empresa.

Cores – Primavera/Verão 97

“1-8:

Dos neutros às matizes frias, dos pálidos perolados aos escuros lavados. O espírito das madrepérolas, conchas marinhas, cristais e pedras cobertas de musgo; aqui.

9-16:

Cores aquáticas. Os tons aquáticos das aquarelas. Amarelos gelados, matizes de verdes e pêssegos, rosas e lilases frescos, azuis celestes; tons naturais dos sabonetes.

17-23:

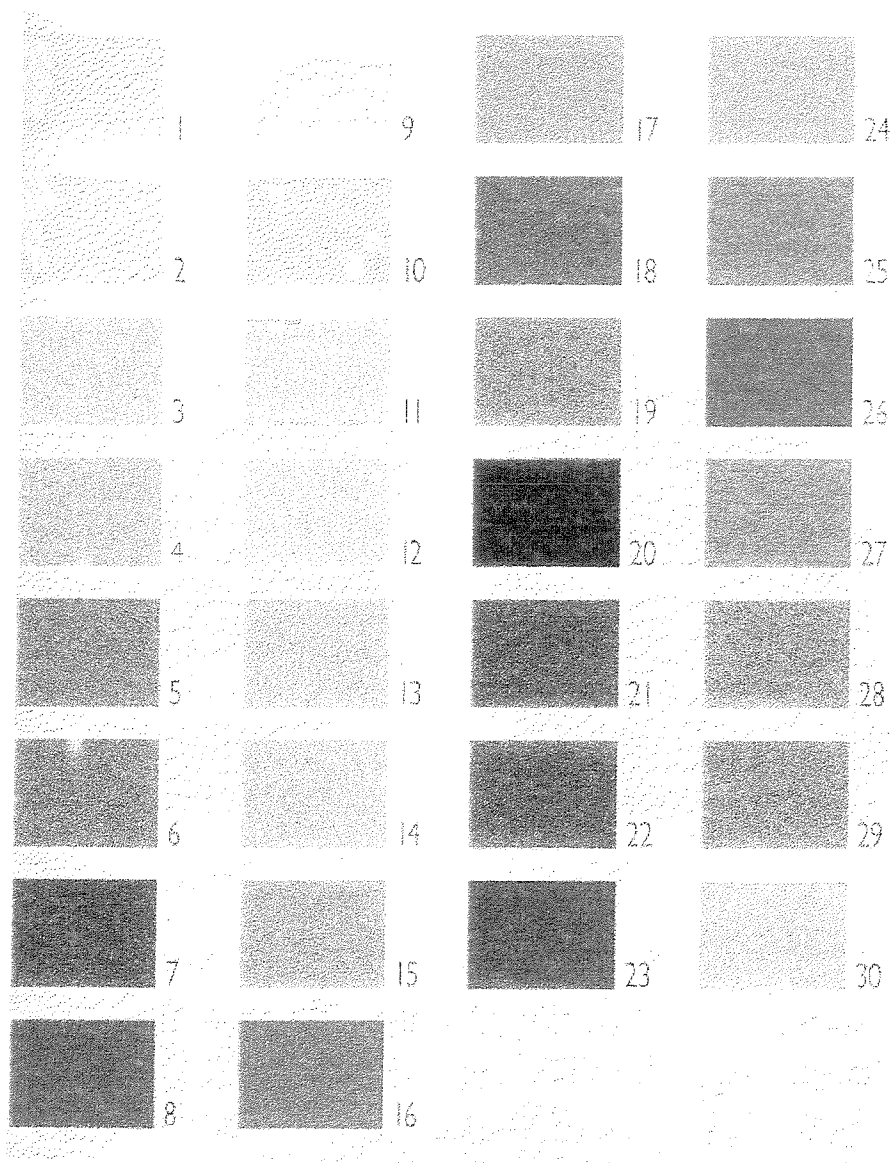
Cores mornas do tabaco e madeira. Vison, laranja e marrom brilhantes, vermelho intenso, cinza e marrom escuro.

24-30:

Intensos, cítricos, luminosos, brilhantes, como os tons da laranja, do amarelo, pink e vermelho, meio-tons de vegetais e verde-limão. Vivos e vibrantes”¹³⁸.

¹³⁸ “Du Pont” Primavera/Verão 97, 1995.

Figura 15: Cartela de Cores/ "Du Pont"



1. areia	7. cinza-chumbo	13. rosa	19. cinza-arezzo	25. laranja queimado
2. branco	8. verde-bandeira	14. lilás	20. preto	26. vermelho
3. areia-escuro	9. marfim	15. azul-royal	21. azul-petróleo	27. pink
4. verde-oliva	10. gelo	16. azul-turquesa	22. marrom	28. verde-folha
5. cinza	11. pêssago	17. laranja	23. terracota	29. verde-limão
6. caqui-militar	12. verde-azeitona claro	18. siena	24. amarelo-ouro	30. amarelo-limão

Depois, há uma breve introdução que esclarece o público quanto à idéia central das tendências:

“Introdução

Os tecidos, para o verão 97, hesitam entre o real e o irreal, o natural e o artificial, o passado e o futuro. Resultado da rapidez do desenvolvimento tecnológico, que nos traz um mundo mágico, onde as fronteiras, constantemente, se encobrem.

A evolução dos tecidos reflete as realizações de outros domínios, particularmente, aqueles da imagem eletrônica, que não se estende somente ao campo de nossa imaginação, criando efeitos ilusórios: suculentos ou espumosos; fazendo-nos ver, com novos olhos, os fenômenos naturais, como um cristal ou uma folha fibrosa.

A LYCRA, com sua extensa gama de atributos, atua como um catalizador para facilitar novas e apaixonantes possibilidades de *design*.¹³⁹”

É claro que todas as sugestões oferecidas giram em torno da aplicação dos fios desenvolvidos pela “Du Pont”, sendo a *lycra*, o epicentro de toda a sua criação temária.

A partir de então, poderemos visualizar os temas, que serão introduzidos com uma explicação sobre suas origens (a que chamam de “inspiração”), cores, tecidos e estilos (formas estéticas) que os compõem e que serão intermediados com as imagens que ilustram o espírito de cada tema.

Vamos, então, transcrevê-los um a um, através do discurso elaborado pela “Du Pont” e, sobretudo, através de suas ilustrações e imagens.

¹³⁹ *Idem, ibidem.*

TEMAS
SPRING/SUMMER 97

“Fibroso”

“Inspiração: A beleza nos surpreende inesperadamente: nas ressecadas texturas das folhas de tabaco, nas fibras do coco e em superfícies irregulares, com erosões. Efeitos realçados pela iridescência do sol.

Cor: Tons mornos do tabaco e da madeira. Nº 3, 4, 6, 17-23.

Tecidos: Do natural ao sofisticado, do bruto ao precioso. A interpretação mais importante vem do “*shantung*”, mas também do cânhamo, do algodão seco, do linho e da seda áspera. Superfícies teladas e aspectos de tecidos à mão; panamá e lona rústica. Tecidos de ponto duplo para a malharia e planos (telados).

Estilo: Formas masculinas, numa versão feminina. Estilo colonial, com sabor cubano. Ternos, pantalonas com túnicas e vestidos com novas proporções”.¹⁴⁰

¹⁴⁰ *Idem, ibidem.*

Figura 16.1: “Fibroso”

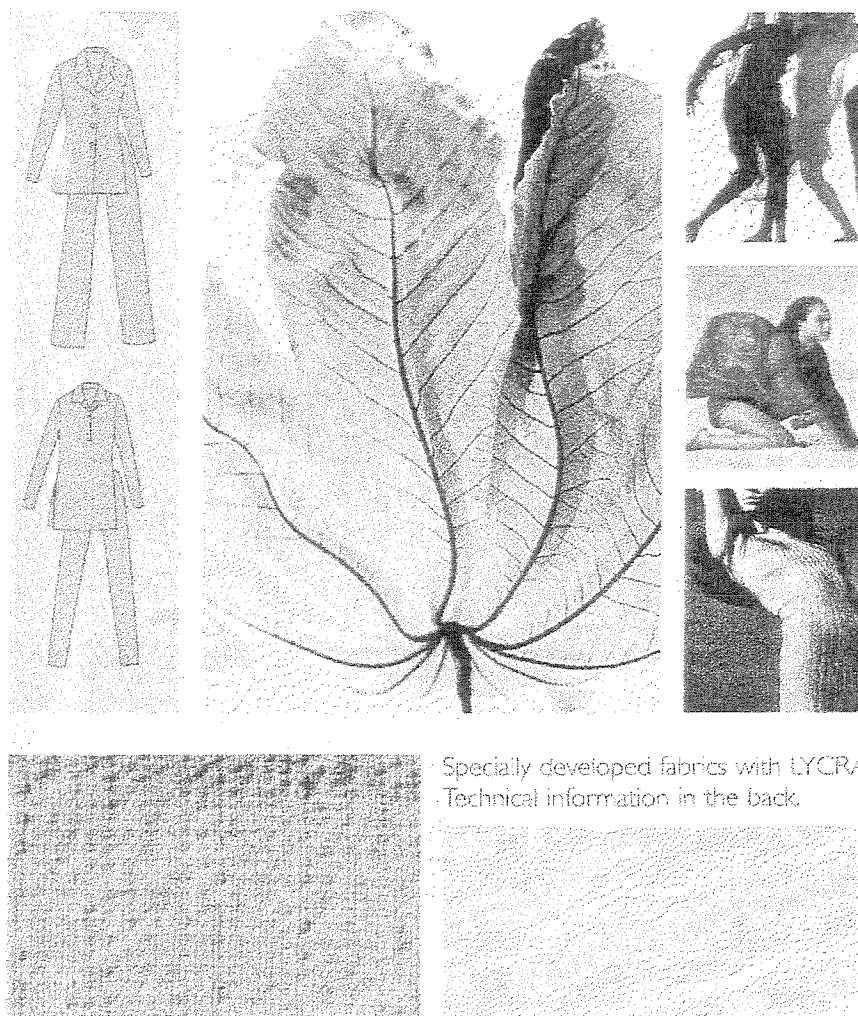


Figura 16.2: "Fibroso"

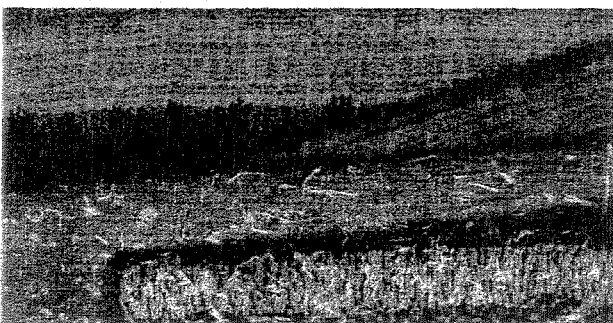
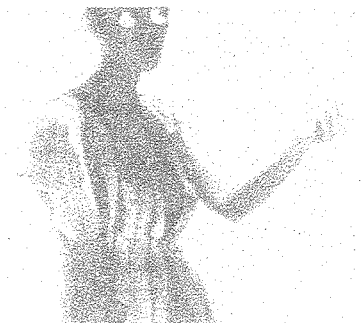
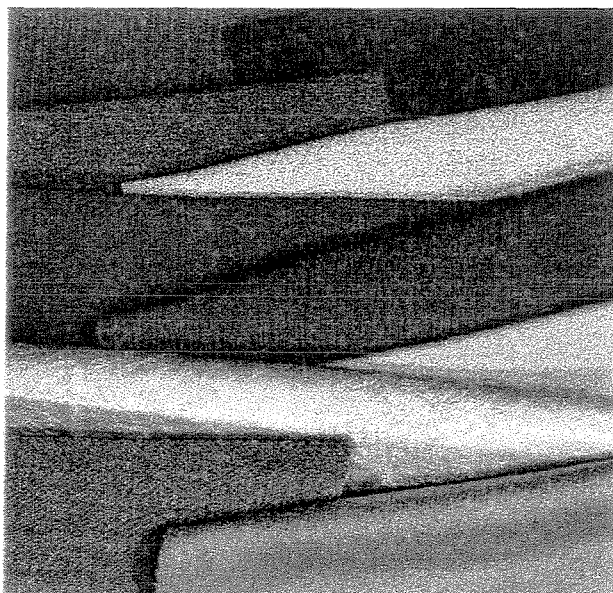
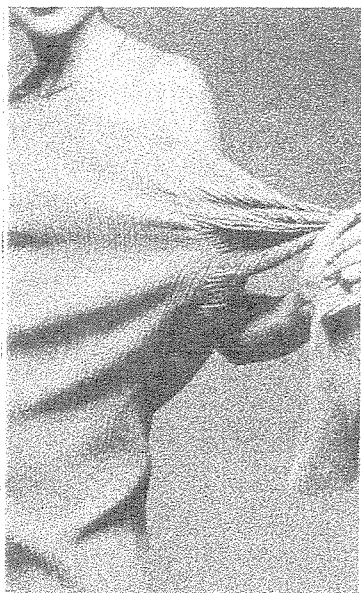
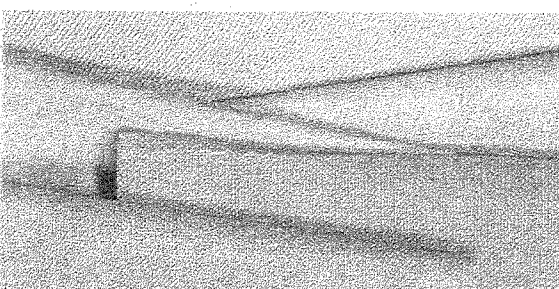
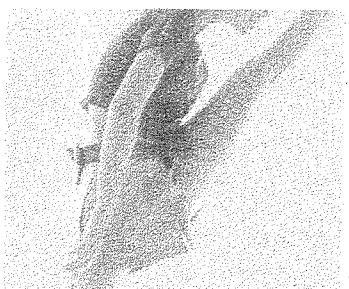
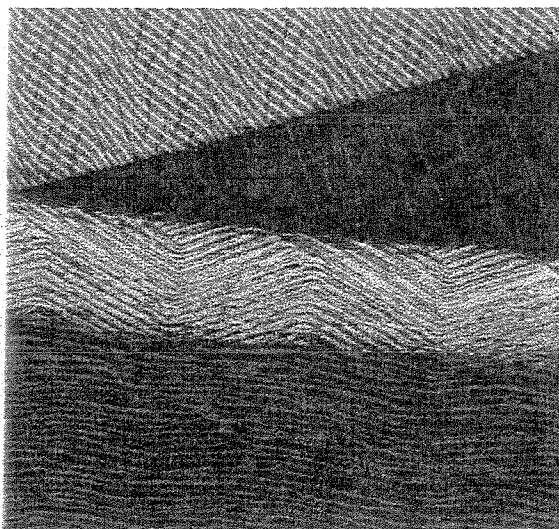


Figura 16.3: "Fibroso"



“Suculento”

“Inspiração: A abundância desmedida da natureza, visualizada, manipulada e ampliada pela engenhosa criatividade humana, produz uma explosão de energia vital.

Cor: Cítricos, brilhantes e luminosos e meio-tons vegetais. N° 24-30.

Tecidos: Os tecidos estruturados (planos) e a malharia ressuscitam com uma maturidade que lembram frutas tropicais. Não se distinguem as fibras vegetais das sintéticas, nem as cores naturais das artificiais: tudo brilha e cintila. Plissados, enrugados, “ottomans” e “piquês”, “crepes”, veludos e semi-transparências. Estampados frescos com motivos de frutas, flores exóticas e vegetação exuberante.

Estilo: Formas sofisticados da Alta-Costura ou bem divertidas e vivas”¹⁴¹.

¹⁴¹ *Idem, ibidem.*

Figura 17.1: "Suculento"

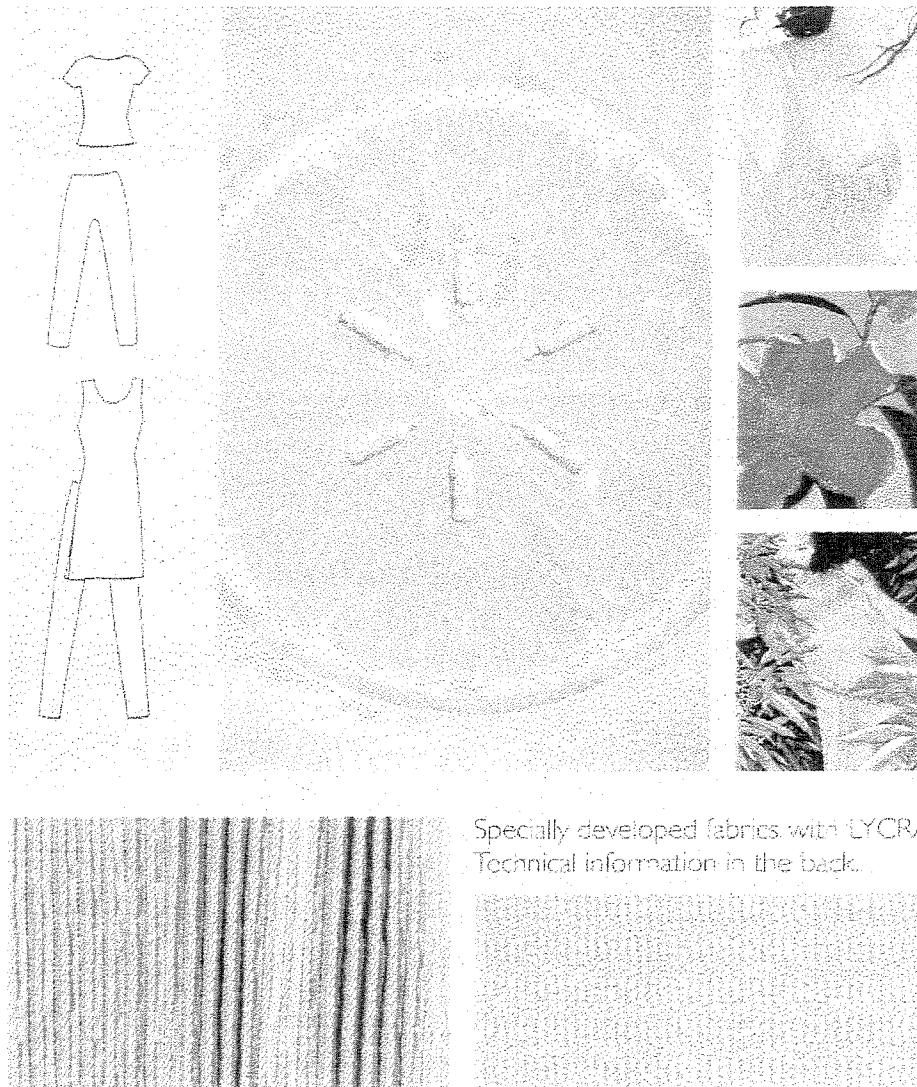


Figura 17.2: "Suculento"

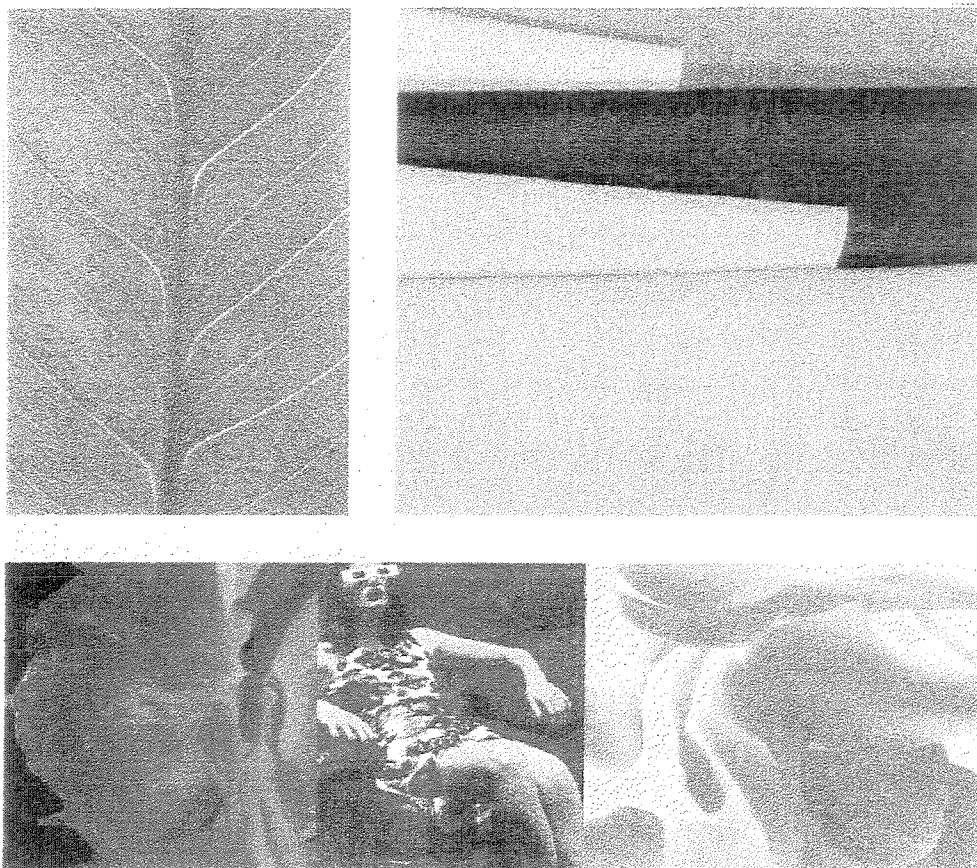
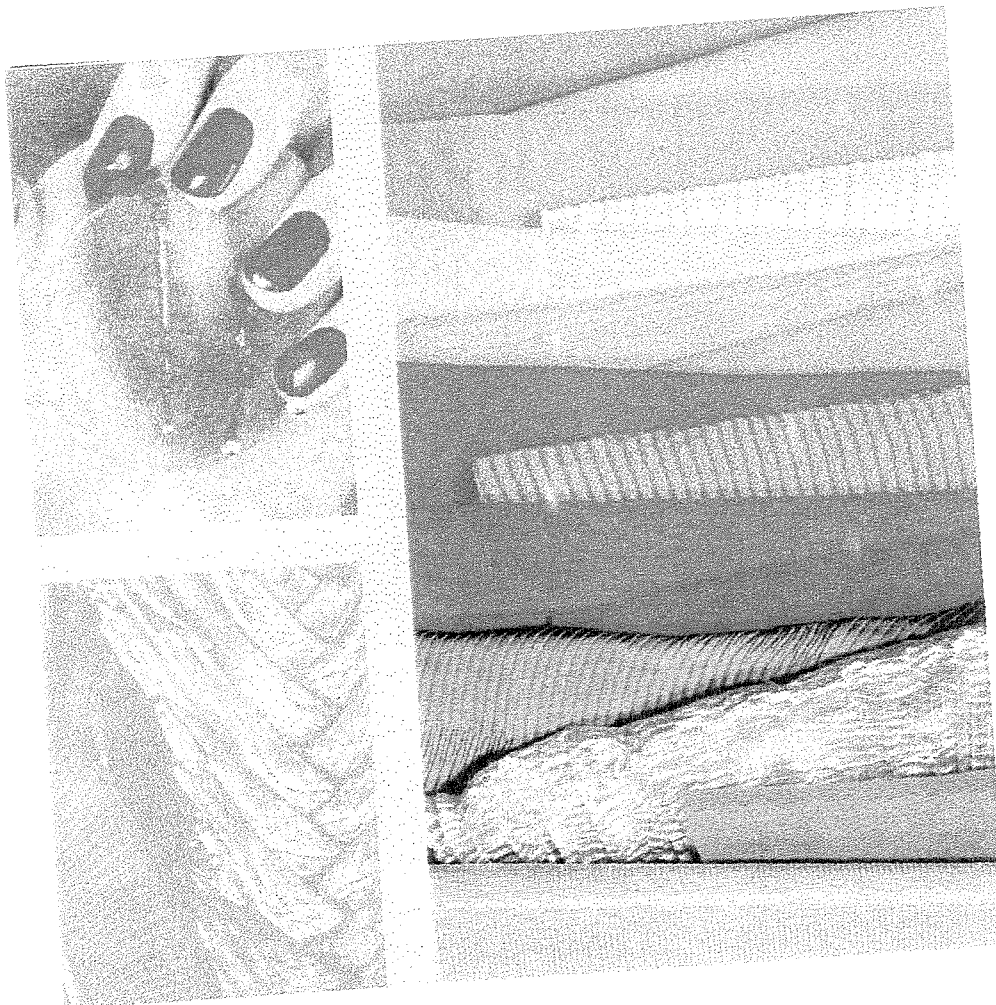


Figura 17.3: "Suculento"



“Polido”

“Inspiração: As pedras rolam e entram em atrito, juntas, em infinitas ondas, as conchas marinhas se banham no mar. Polidas, lustradas e naturais. Mesmo as superfícies irregulares podem deslizar nas mãos.

Cor: Matizes neutras e frias. De pálidos perolados às sombras escuras. lavadas e apagadas.

Tecidos: Uma sensação de limpeza. Tecidos lavados e esculpidos, de textura irregular, mas sempre lisos e uniformes. Drapeados consistentes, ligamentos fechados, superfícies opacas ou acetinadas, toque de papel. A Lycra assegura construções compactas, dando densidade sem, no entanto, adicionar peso.

Estilo: Uma palavra só: impecável. Uma busca constante pela perfeição. A dimensão dos volumes são importantes, tanto para a Alta-Costura, como para os tipos mais casuais e esportivos.”¹⁴²

¹⁴² *Idem, ibidem.*

Figura 18.1: "Polido"



Specially developed fabrics with LYCR.
Technical information in the back.

Figura 18.2: "Polido"

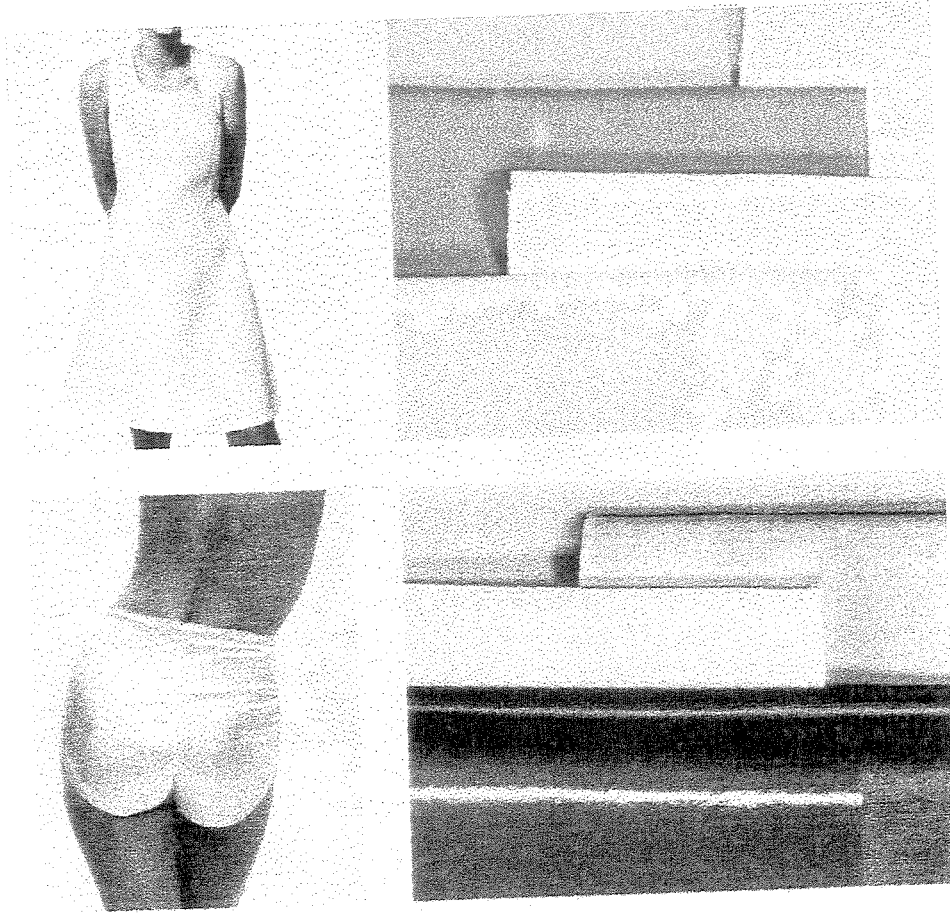
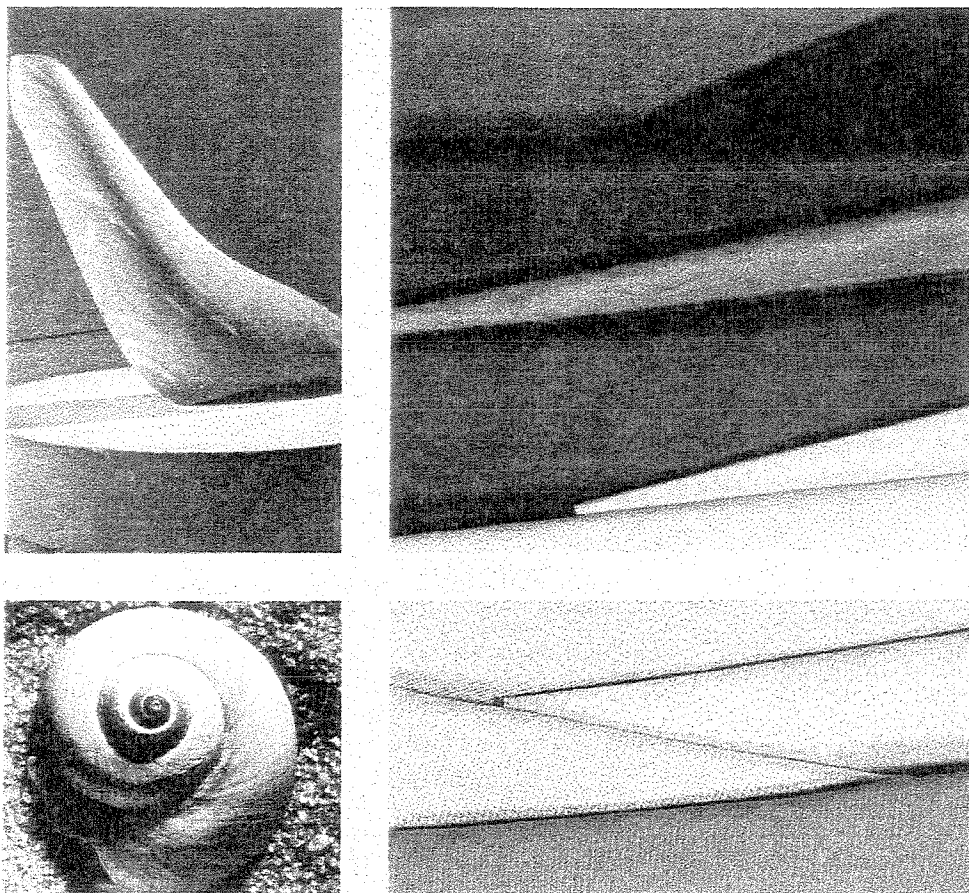


Figura 18.3: "Polido"



“Espumante”

“Inspiração: Ambiente vaporoso, imaterial, efêmero, como a crista de uma onda. Um mundo etéreo e mágico, onde o que vemos nos escapa de nossas mãos.

Cor: Pálidos nebulosos, vaporosos, nº 1-4, 9, 10; tons aquáticos da flora marinha, nº 11-16.

Tecido: Telas não tecidas, espumantes e esponjosas, pontos abertos nas malhas, buclês e atoalhados. Superfícies com efeitos tridimensionais pequenos ou bem marcados, para acusar e concretizar o lado alegre, fantástico e mesmo delirante da moda. Tecidos ondulantes, plissados, gofrados e franzidos; malharia com ponto duplo. Aspectos de volume, realçados pela qualidade retráctil da Lycra.

Estilo: De estilos minimalistas – como a leveza de uma nuvem – até as confecções mais extravagantes e divertidas, tanto em tecidos planos como em malharia”¹⁴³.

¹⁴³ *Idem, ibidem.*

Figura 19.1: "Espumante"

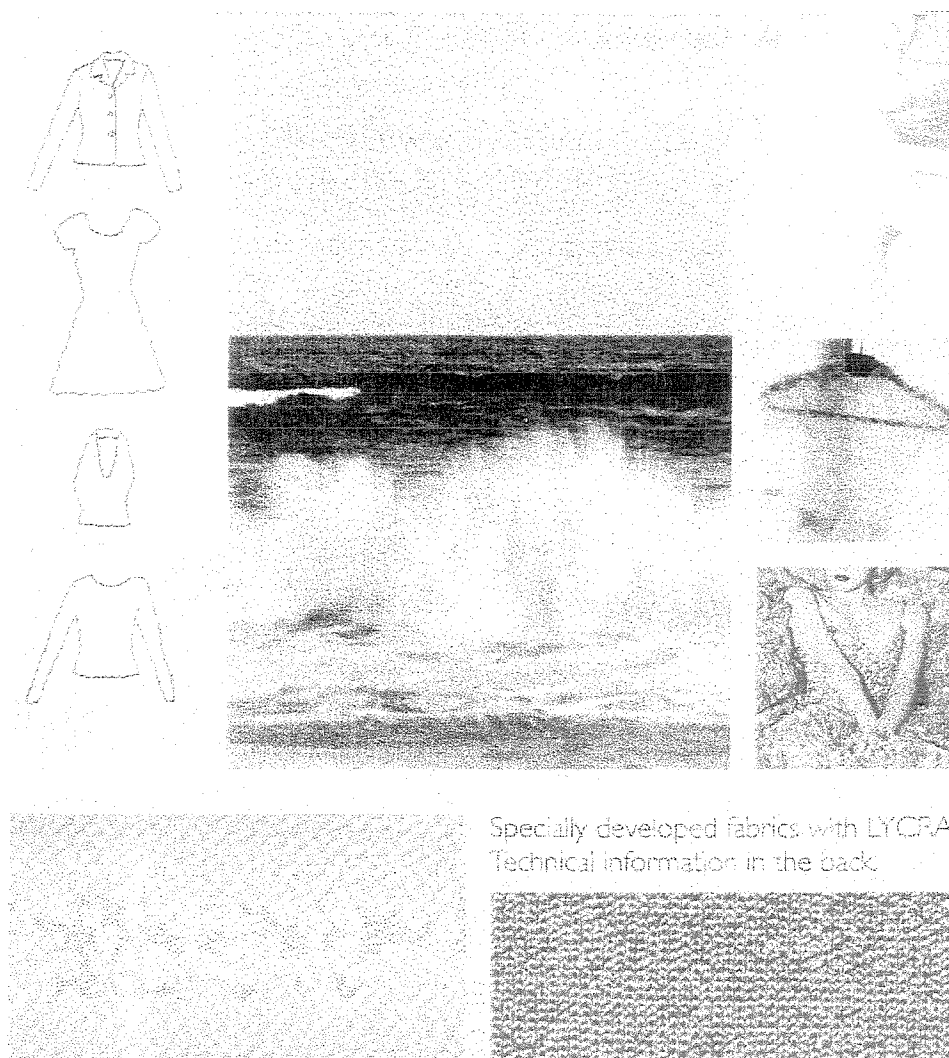


Figura 19.2: "Espumante"

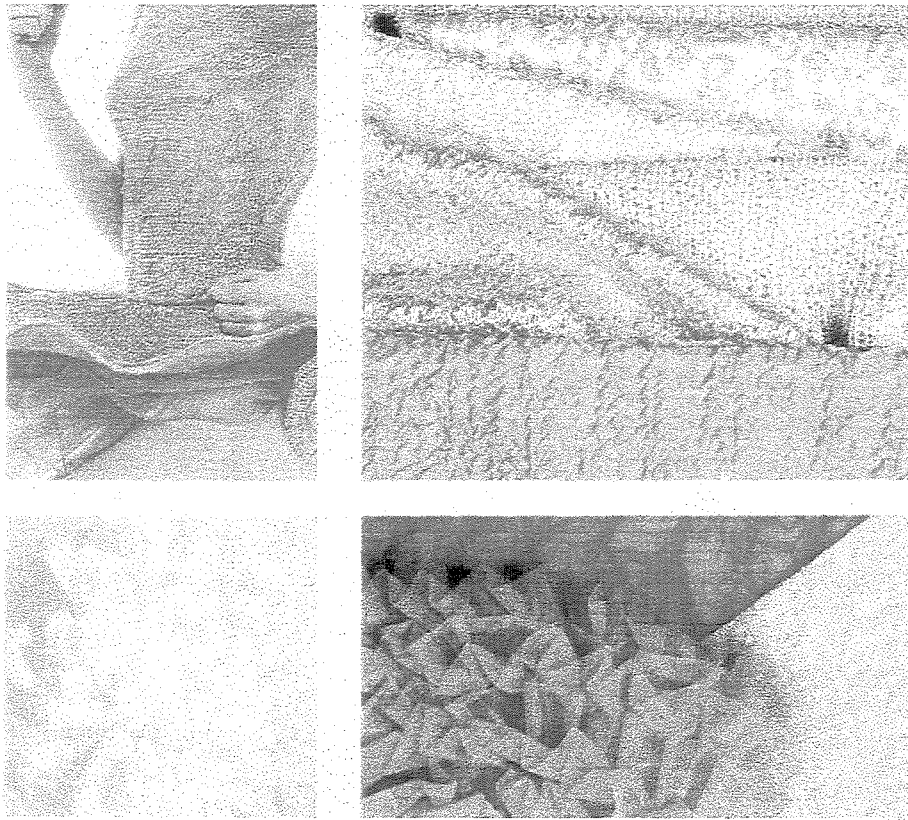
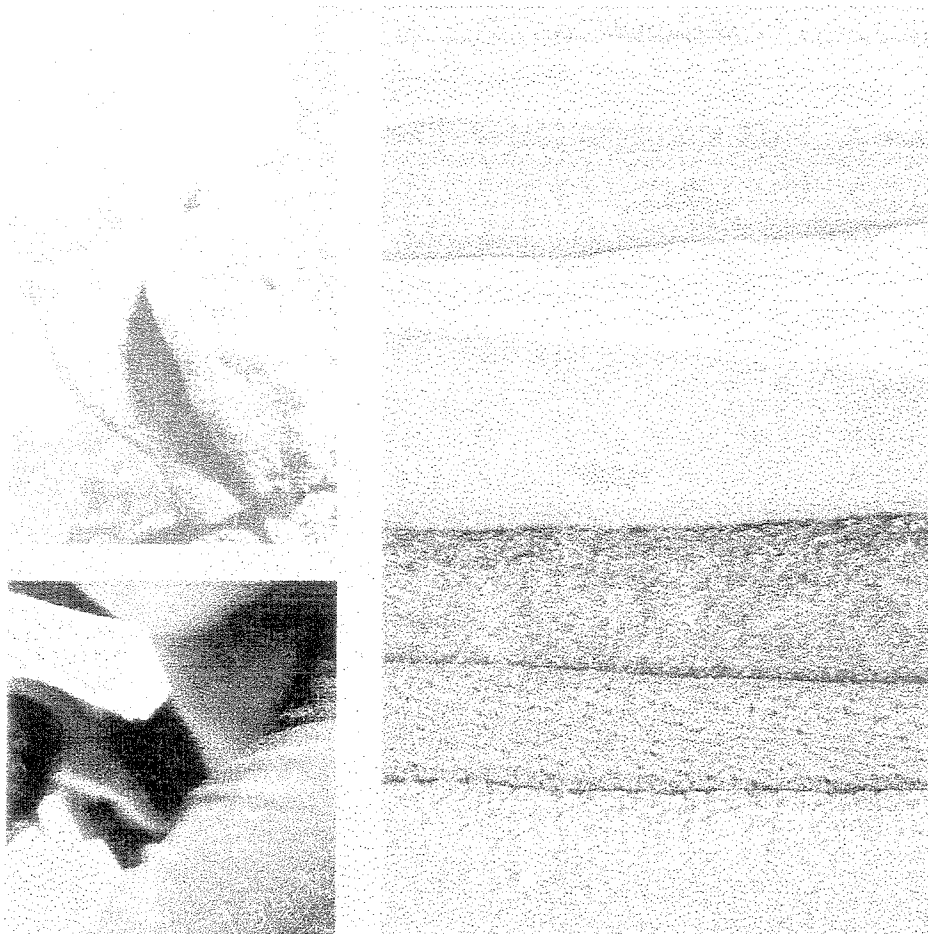


Figura 19.3: "Espumante"



III Capítulo
AS TENDÊNCIAS DE MODA

Neste capítulo, vamos retomar os temas das tendências de moda das empresas por nós apresentadas, com o objetivo de entender - mais profundamente - os significados de suas prescrições: as determinações estéticas feitas com antecipação.

Para isso, então, estaremos analisando e comentando as tendências de moda, as quais, por sua vez, já estiveram delimitadas pelos temas das empresas em discursos e imagens (no capítulo anterior). Nós, ainda, vamos organizá-las de acordo com cada um dos elementos que as construíram: influências/inspirações, cores, materiais/padronagens e estilos.

Nós já tivemos a oportunidade de conhecer no capítulo I ("Profissionalizando os caminhos da moda...), como funciona essa metodologia (de construção das tendências de moda), onde o professor Carlos Simões, coloca como "componentes essenciais da Moda e principais veículos das modificações impostas semestralmente", as cores, materiais e estilos (formas estéticas) que devem ser pensadas como tendências de toda estação. Para tal, no entanto, é imprescindível o argumento da "influência" ou "inspiração": as informações sociais, políticas, econômicas e culturais que originam esses "componentes" e que, também, o Professor Simões comenta. É dessa forma, então, que as tendências de moda "se transmitem" e passam a atuar - através dos temas -, de forma palpável entre o setor industrial (de confecção e tecelagem), uma vez que já se transformaram em uma espécie de "código", elementos dignos de serem percebidos e assimilados. Na verdade, são "pistas" estéticas (as inúmeras orientações que se dão através dos quatro elementos: influências/inspirações, cores, materiais/padronagens e estilos) que contribuem à concepção de trajes ou tecidos. O fato é que, para nós, essas "pistas" se tornarão as bases de referência para tudo aquilo que será visto (ou não) no ambiente televisivo.

Para o desenvolvimento dessa jornada, então, nós separamos por empresas, as informações mais relevantes sobre cada um dos "componentes" das tendências de moda para os segmentos masculino e feminino adultos, (os quais, como dissemos no início, já estão delimitados em seus respectivos temas e diluídos entre discurso temário, imagens e cartela de cores).

Assim, partimos do escritório "Promostyl", para efetuarmos, primeiramente, um entendimento maior sobre as influências/inspirações que amparam cada um de seus temas ("Raízes", "Cultures", "Ícones" e "Performances"). Depois as cores, materiais/padronagens

e estilos de cada um deles, prescritos, também, por essa empresa. A mesma metodologia será seguida para as empresas “Ciba” (para ambos os segmentos, feminino e masculino) e “Du Pont” (empresa que direciona suas orientações para o segmento feminino).

Dessa forma, em cada empresa e em cada tema, vamos intuir o entendimento do significado das informações oferecidas sobre as tendências de moda do verão europeu de 97.

A respeito de uma ou mais influências que guiam a tendência de um tema, vamos, inicialmente, situar o universo que as ampara, as origens e tudo aquilo que se configura relevante. No entanto, nossa discussão (análises e comentários) nasce, sempre, segundo o discurso temário (o qual iremos, constantemente, recorrer e retranscrever¹⁴⁴) e as imagens da empresa que as representam. Muitas vezes, porém, (no que se refere às “influências”/“inspirações”) as informações que são oferecidas não se bastam para projetarmos um entendimento sobre o seu possível significado, sendo, então, necessário seguirmos algumas “pistas” dadas pelo tema e, assim, pesquisarmos o assunto em outras fontes. A maior contribuição, no entanto, vem quando respondemos à nossa intuição e sensibilidade: intuição para entendermos o que os “criadores” (estilistas e coordenadores de moda das empresas e “Bureaux de Style”) das sugestões dessas tendências quiseram dizer e sensibilidade para nos colocarmos no lugar dos “criadores” (estilistas e confeccionistas), a quem este material foi dirigido.

Por exemplo, o “Promostyl” teve uma maneira muito particular de passar as informações. Falando quase poeticamente, as indicações temárias (discursos) deste escritório constituíam-se a partir de pequenos mosaicos. Frases e palavras pequenas, soltas, rápidas, sem uma lógica racional mas que, aos poucos, se fortaleceram e, na totalidade de seu discurso, passaram a nos oferecer uma (possível) direção para o seu entendimento. Já as proposições da “Ciba” e da “Du Pont” foram sempre muito exatas no que diz respeito à clareza do significado de suas orientações. Mas isto não quer dizer que estas empresas não recorrem a um sentido mais “filosófico” para a construção de seus temas, pois lhes foi necessário muita sensibilidade, não só para captar as tendências mas, sobretudo, para transmiti-las. Foi imprescindível, assim, uma linguagem comum entre eles. Uma linguagem

¹⁴⁴ As retranscrições serão identificadas pela utilização de aspas, no entanto, não haverá notas de rodapé, pois trata-se da cópia de expressões ou frases dos discursos dos temas a que correspondem e que se encontram no capítulo anterior a este.

que pudesse transformar dados em sentimentos, sensações, desejos... Uma linguagem de sensibilidade. É neste sentido que, então, procuramos na medida de nossas possibilidades, entender as tendências de moda dessas empresas, através de um equilíbrio entre razão e sensibilidade.

Agora, seria importante abordarmos um pouco mais, não só as características das "influências"/"inspirações", mas também dos outros três elementos que compõem as tendências de moda, a fim de esclarecermos a forma como trabalharemos as nossas discussões.

Influências/Inspirações

As influências ou inspirações são, certamente, a parte mais importante na construção de tendências de moda das empresas e atuam, também, como fonte de criação dos temas. Como vimos, elas podem partir das mais diversas referências: sociais, políticas, econômicas, culturais... Mas podem vir, também, dos elementos da natureza, da história da arte, de uma determinada década ou século... Podem, ainda, ser guiadas por novas estratégias mercadológicas, quando há evidências de um comportamento de consumo dominante.

Assim, depois de captadas, as influências fundem a realidade com sensações e sentimentos e, nesta mistura imaginária, promovem o exercício de sua hereditariedade: as prescrições estéticas. Cores, formas e materiais que se derivam e são respectivos e delimitados por uma personalidade: os temas.

Já, estes pequenos universos - os temas - podem, também, se originar de influências que sejam específicas e mais próximas do caráter do produto que uma empresa trabalha. Assim, o universo temário vem com o objetivo de facilitar a criação estética de estilistas e *designers*, sejam eles da área de vestuário, tecido ou outro tipo de material (como móveis ou automóveis, por exemplo), no sentido de melhor visualizar e, sentir, através do discurso temário e de suas imagens, aquilo que vem sendo colocado como uma possível referência, ou melhor, como inspiração/influência. Por exemplo, os "Bureaux de Style" e, em particular, o "Bureau Promostyl", sempre estruturam seus temas a partir de influências que giram em torno de aspectos sociais, políticos, culturais etc., de nosso tempo, pois tudo isso

contribui para um entendimento maior sobre a origem das formas que deverão ser desenhadas, as cores que deverão ser exploradas, ou os tecidos e materiais que deverão ser usados.

Para as indústrias de corantes e, especificamente, a “Ciba”, esta mesma lógica também é aplicada, uma vez que trabalham exclusivamente com cores e, dessa forma, podem oferecer informações não só para estilistas, como também para criadores têxteis e designers de outras áreas.¹⁴⁵ Isso, da mesma forma, os ajuda a reconhecer o significado daquilo que criam e concebem esteticamente.

Vimos, então, que, para essas duas empresas (“Promostyl” e “Ciba”), o elenco de influências foi mais abrangente nos temas, sempre oferecendo uma origem sociológica que estrutura suas proposições e, portanto, uma diversidade maior de referências discursivas.

No entanto, a “Du Pont”, empresa que trabalha (entre outros inúmeros produtos) com fios têxteis, empreendeu, particularmente, um outro raciocínio para a captação de suas influências. Ela fez com que suas propostas de tendências fossem oriundas, especificamente, de alguns elementos da natureza. Acreditamos, com isso, que seu objetivo fosse o de os assemelhar aos tecidos que deveriam ser produzidos com sua principal matéria-prima: o fio “*lycra*”. Mas, certamente, esta não foi uma regra seguida pela maioria das outras empresas que trabalham com este tipo de produto (no caso, os fios de elastano). Ao longo da pesquisa, observamos, através dos vários materiais de tendências coletados, entre elas (“Fairway”/“Rhodia”, “Fibra-Du Pont” e “Polyenka”), que eles ofereciam, também, temas com uma ampla estrutura sociológica.

Aqui, porém, é importante ressaltar que a “Du Pont” interessou-se por um universo temário, cujos aspectos estão muito próximos dos produtos que ela ajuda a fabricar. Ou seja, tecidos. Tais características, por sua vez, estão representadas em imagens.

¹⁴⁵ É importante ressaltar, no entanto, que para cada modalidade de cliente (decoração, vestuário, automobilístico, etc.), há um material de divulgação específico, editado, geralmente, por setores diferentes da empresa. Por exemplo, o material de tendências de moda dirigido para as tinturarias, tecelagens e estilistas de vestuário e tecidos da “Ciba” é editado pela “Divisão Textile Dyes”, o setor da empresa que cuida somente das informações que vão ser trabalhadas pelos “vendedores” da empresa, técnicos e engenheiros químicos (que cuidam de assuntos relacionados a tecidos e roupas). Mas, existem aqueles materiais que, na empresa, são direcionados para o setor automobilístico, por exemplo, os quais, por sua vez, são realizados por outra divisão da empresa. Há, porém, um consenso entre os diferentes setores sobre as influências e cores a serem trabalhadas em uma determinada estação ou período.

Dessa forma, então, vamos explorar tudo aquilo que nos foi oferecido como informação (imagens e discursos) e que possa nos ajudar no entendimento do elemento “influência/inspiração”.

Cores

O outro aspecto das tendências de moda que vamos tratar serão as cores (que podem vir individualmente) e suas tonalidades (ou em várias gamas/nuances/tons - claras, escuras, etc. - que se matizam de uma cor específica).

A "Ciba" e a "Du Pont", ofereceram cartelas de cores, onde disponibilizaram as cores e gamas (tonalidades) mais importantes da estação, as quais, por sua vez, vieram organizadas em harmonias cromáticas: grupos de cores que se combinaram (monocromáticas, escuras com escuras, claras com escuras, etc., sendo que estas últimas também são chamadas de sombras, pela ausência de luz). Na verdade, grupos de 6 a 8 cores que ostentaram um nome e uma personalidade (ou seja, uma pequena explicação sobre a origem, influência/inspiração da qual foi gerada), e que correspondeu a um determinado tema. Por exemplo, a harmonia cromática cuja família foi chamada de “cores aquáticas e aquareladas” correspondeu-se ao tema “Polido” da "Du Pont"¹⁴⁶.

No entanto, para um entendimento mais satisfatório a respeito desses elementos (as cores, tonalidades e harmonias cromáticas) e, considerando que as explicações provenientes dos discursos temáticos são sempre muito resumidas, se fará necessário recorrer às imagens, às cartelas de cores e aos "painéis de tendências" (respectivos) a todo momento.

No caso da "Ciba", especificamente, as cores, os tons e as harmonias vieram também organizadas e representadas em "painéis de tendências", os quais, relembramos, apresentaram grupos de amostras fotográficas de tecidos (que simbolizaram as cores, tonalidades e harmonias sugeridas por seus temas respectivos) e imagens (que evocaram as origens de suas influências temáticas, bem como as cores que predominaram nas amostras e, também, os tecidos e as formas propostas). A empresa ofereceu, ainda, uma cartela de cores ao segmento masculino e outra ao feminino.

¹⁴⁶ Esta é uma das harmonias cromáticas da cartela de cores da "Du Pont" e cujo tema “Polido” (também da mesma empresa) corresponde-se.

O mesmo, no entanto, não aconteceu com a “Du Pont” e o “Promostyl”, pois apesar de ambas as empresas utilizarem imagens variadas para a exposição das tendências de seus temas (em que as figuras passaram a ser, na maioria das vezes, um elemento meramente ilustrativo), pudemos contar somente com a cartela de cores da “Du Pont”, uma vez que o “Promostyl” não “nos” ofereceu algo desse gênero, durante as palestras (quando coletamos suas informações sobre tendências de moda para a primavera/verão 97).

Sendo assim, ao longo de nossas discussões, estaremos colocando em relevância não só as indicações sobre cores e tonalidades provenientes do discurso temário das três empresas, mas também, das imagens das cartelas de cores, das harmonias de cores dispostas em amostras de tecidos dos oito “painéis de tendências” (no caso da empresa “Ciba”) e das figuras (fotografias e desenhos) que representam os temas (quando, no entanto, julgarmos ser isto oportuno, no sentido de oferecermos um melhor entendimento da questão levantada ao leitor).

Materiais

A seguir, abordaremos a parte que se refere aos materiais, que são os tecidos e os seus padrões (desenhos e estampas). É importante ressaltar, no entanto, que o padrão (ou a “padronagem”¹⁴⁷, termo que será muito utilizado por nós) de um tecido compreenderá, aqui, não só as estampas, motivos ou desenhos que ilustraram a superfície de um tecido, mas também alguns dos aspectos de sua construção têxtil. Ou seja, o resultado final que estes adquiriram a partir de uma construção têxtil específica.

Por exemplo, tecidos de padronagem xadrez, quadriculada ou listrada têm um tipo específico de construção têxtil, que não é a mesma de tecidos planos (tecidos em teares planos¹⁴⁸ e, no caso, lisos), sobre os quais estampam-se desenhos. Isto também se aplica a tecidos como *jaquards* e adamascados, cuja construção é definida em tipos diferentes de teares.

¹⁴⁷ A padronagem determina o tipo de desenho que estampa a superfície de um tecido ou, ainda, o tipo de construção têxtil que pode derivar um desenho, porém, construído no tear.

¹⁴⁸ “Estes teares têm somente uma lançadeira e fazem tecidos somente com uma cor ou tipo de trama” in, *Manual do Curso de Tecnologia Têxtil do Departamento de Fibras Têxteis da Du Pont*, Setembro, 1991, (não publicado).

Voltamos a lembrar, então, que estaremos colocando os aspectos destes tipos de construção têxtil no mesmo patamar das estampas, nos importando, nessa discussão, a comentar o que ilustra o tecido e não como, pois consideramos que isto seria objeto de uma outra discussão, o de sua construção técnica têxtil, (assunto este que não iremos tratar).

Aqui, portanto, nossas análises e comentários serão propostos a partir dos discursos temáticos e, como já mencionamos, das imagens, quando julgarmos oportuno recorrermos a elas.

Estilo

O estilo, "via de regra", envolve todo um traje que vai dos pés à cabeça. Portanto, engloba, além da roupa (que, por sua vez, definem determinados comprimentos, larguras, tecidos, formas, etc.), calçados (tênis, sapatos, sandálias, etc.) e acessórios (chapéus, gravatas, bolsas, etc.) que devem conviver harmoniosamente dentro de um *look*¹⁴⁹ pretendido. Ora, convencionalmente, não se pode vestir um terno com tênis, se o estilo pretendido for mais clássico. Por outro lado, é perfeitamente admissível, se for um *look* vanguardista, ousado e provocativo, como os que muitos estilistas propõem... Assim, o estilo dita como deve ser usado (e combinado) um determinado traje.

No entanto, em nossa discussão, vamos nos restringir, somente, às informações oferecidas pelas empresas (salvo alguma observação relevante que seja necessária ser feita e que esteja relacionada aos acessórios e silhuetas, complementando, assim, o entendimento do leitor), pois cada uma privilegia, de maneira diferente, os três itens que compõem o visual estético: as roupas (e suas formas), calçados e acessórios. Ademais, apenas o "Bureau Promostyl" considera o *look* de forma mais completa e, mesmo assim, muito genericamente, (uma vez que devemos nos basear nas informações que temos).

Isto significa, que vamos nos concentrar, principalmente, nas formas (silhuetas), linhas principais de uma roupa que perfazem o visual - o "*look*" - de um determinado tema o que, por sua vez, implicará em considerarmos alguns aspectos de modelagem: ajustada, ampla, colante.

¹⁴⁹ O *look* é o que se muda, é o visual que cada indivíduo pode criar, assumir e fazer em si mesmo.

Muitas vezes, no entanto, as informações são tão resumidas que se faz necessário recorrer aos materiais (no caso tecidos), propostos pelo seu respectivo tema, pois são eles que, verdadeiramente, definem as formas. Seguiremos, então, uma velha lógica usada por quem costura e a qual, também, já foi comentada pelo mesmo professor Carlos Simões (e que, agora, vamos transcrever novamente): "...as linhas e formas são decorrência das características físicas/técnicas dos tecidos. Não se pode imaginar formas estruturadas modeladas com tecidos fluidos, assim como é impossível criar formas que se movimentam com o andar a partir de tecidos encorpados"¹⁵⁰. Ou seja, formas estruturadas, prescindem de tecidos encorpados e mais "duros"; formas fluidas, de tecidos fluidos (leves). Mas, o que significam estrutura e fluidez na estética do vestuário?

As formas estruturadas são formas consideradas "mais duras" e têm, geralmente, linhas simétricas, devido à pouca maleabilidade dos materiais. Elas só podem se adaptar aos contornos do corpo (caso se pretenda uma forma mais ajustada) através de detalhes na modelagem, como recortes, pences¹⁵¹ e pregas¹⁵². Bons exemplos são os blazers e ternos (tanto masculinos como femininos).

As formas fluidas, por outro lado, são formas consideradas "flexíveis", pois elas acompanham os movimentos do corpo. Como os tecidos são essencialmente muito leves, molengos e gostosos, a modelagem deve abster-se de detalhes de costura (como os já citados recortes, pences e pregas), pois isso priva a roupa de um bom caimento. Quando muito, utiliza-se o recurso de leves pences ou pregas (para supor um ajuste) e, mesmo assim, isso muito dependerá do tecido que for utilizado. No entanto, para a modelagem feminina de saias e vestidos, o recurso do "corte em viés" (descoberto pela francesa Madeleine Vionnet, no início do século XX, em que se corta a roupa em diagonal ao "fio" - trama e urdume -, do tecido) continua sendo a melhor opção para os ajustes, pois elimina costuras e oferece um caimento impecável.

Entretanto, o que o professor Simões se esqueceu de comentar, nesta parte em que explica sobre a adequação de tecidos e formas, é que, também, existem as "formas colantes", que se aderem ao corpo. Isso se deve, graças a tecidos 100% nylon.

¹⁵⁰ Simões, Carlos, *Apostila de Desenvolvimento Criativo...*, p. 15.

¹⁵¹ As pences são ajustes feitos do lado interno da roupa.

¹⁵² As pregas são ajustes feitos do lado externo da roupa.

A partir desses detalhes, então, nos tornaremos aptos a entender as orientações sobre estilo que nos foram oferecidas através dos temas. No entanto, será o espírito temário que, também, nos apoiará a definir a sua "personalidade estética": mais romântico, mais rústico, mais sensual... Para isso, vamos recorrer, sempre, não só ao conteúdo das influências temárias e disponibilizadas em seus respectivos discursos, mas também às imagens (visuais) que o representaram. É importante ressaltar, no entanto, que vamos recorrer a tais imagens para nos ajudarem a complementar o nosso entendimento sobre o discurso explicativo das tendências de moda, uma vez que são elementos ilustrativos dos temas apresentados.

Após todo esse percurso, vamos, finalmente, já amparados nas sessenta e quatro discussões que empreendemos, tecer nossa conclusão sobre aquilo que as empresas "nos" ofereceram como as tendências de moda do verão 97, (através dos discursos e imagens temárias, cartelas de cores e "painéis de tendências") e cujo objetivo nos levará a uma "prescrição estética", comum entre as empresas abordadas.

“PROMOSTYL”

Tema: **“Raízes”**

Influências:

“Nós nos abrimos a todas as culturas...”.

O “Promostyl”, através desta premissa, expôs a idéia principal sobre a influência que guiou o tema “Raízes”, orientado tanto para o segmento masculino, como feminino adulto. Uma idéia que, no entanto, não ofereceu muitos subsídios para se saber, ao certo, quem estava se abrindo a quem (se, todos nós, latinos, europeus, asiáticos, africanos, etc., ou o que parece mais certo, somente europeus às outras culturas, uma vez que o idealizador do tema é um francês), de que forma (pela tecnologia, pelo intercâmbio de produtos, idéias, etc.) e qual a razão desta necessidade (por que nós nos abrimos a todas as culturas?).

Apenas colocou como relevante elementos provenientes da cultura africana (“...afro-*clean*: formas massivas como uma escultura africana...”) e oriental (“...os mistérios do oriente...”, “...orientações orientais...”, “...camisetas de inspiração indiana...”) para afirmar a idéia do tema em questão. Todavia, salvo essas pequenas indicações, que definem mais claramente a origem da informação estética e que se prestaram para orientar os “materiais, cores e propostas”, o “segmento feminino” e a “introdução” do tema, respectivamente (e que se encontram diluídas ao longo do discurso), não se conhece exatamente a origem da inspiração temária. Há, sim, uma menção (inicial) das qualidades que o tema “Raízes” refletiu como sendo “decorativo”, “colorido”, “ornamental”, “mistérios do oriente”, “hibridismo”, “nobreza”, “potência”, “rigor”, “psicodélico moderno”...

Outras informações também prescreveram orientações “orientais” e “africanas”, mas elas estavam diretamente ligadas à utilização de determinados tipos de materiais, cores e formas (orientados, inicialmente, em um contexto mais geral “materiais, cores e formas de utilização” e, depois, dividido nos segmentos “masculino”, “feminino” e “acessórios”), as quais já carregavam intrínseca uma idéia conceitual. Tais informações (como veremos mais adiante e quando abordarmos, exclusivamente, os já mencionados, “materiais”, “cores” e “estilos/formas”), foram geridas para serem entendidas somente por uma

experiência profissional eficaz e uma sensibilidade profunda. Ou seja, é necessário saber que tipo de elemento estético poderá atender ao significado do tema, pois isto determinará um “visual” de moda específico.

Observa-se um outro aspecto muito importante: há uma forte tendência em convergir o tema para sentimentos agressivos e violentos, à medida em que se ultrapassa o limite de sua qualidade “colorida” e se evolui para “...algo mais escuro, mais dramático, mais rústico, mais ornamental...”. Um salto que se faz quando o tema submete suas características à referência de um período sombrio e inquietante da era medieval, e pretende estabelecer uma analogia deste aspecto particular, com o aparecimento e disseminação de um comportamento muito violento de jovens, chamados “cavaleiros modernos”. O escritório referia-se, na verdade, aos “deuses do estádio”. Violentos torcedores do futebol inglês, mais conhecidos por *holligans* (e os quais são formados por uma grande maioria de *skean heads*), cujo grupo foi destacado como “emergente” e denominado como “Smiling Losers”.

É neste momento que, durante a palestra, introduziu-se a explicação sobre a origem de algumas peças específicas de vestuário, como as enormes jaquetas com capuz, as roupas iguais às utilizadas para “camuflagens militares”, o *comfortwear* e o *utilitywear*. A criação dessas peças pelos jovens, e a sua conseqüente disseminação, acabou também por se transformar num importante vetor referencial para a construção deste tema. Isto, justamente, por elas serem úteis e funcionais em situações urbanas, consideradas “emergenciais”, como fugir ou se esconder de policiais, ou mesmo possibilitar o porte de inúmeras e, talvez, perigosas “quinquilharias” nos vários compartimentos da roupa (no caso, as várias repartições e bolsos embutidos ou sobrepostos).

Caminhando, ainda, sob este aspecto ofensivo e turbulento da Idade Média, encontramos nos dados oferecidos pelo escritório sobre os “grupos emergentes”, a confirmação destes mesmos sentimentos, à medida em que colocamos como relevante a idéia conceitual de dois desses grupos: os “Smiling Losers” e os “Burning Jungle”.

Para os membros do “Smiling Losers”, os sentimentos de “desespero”, “morte” e “improvisação” são partes de seu estilo de vida, já para os do grupo “Burning Jungle”, o estilo alia-se a um “exotismo agressivo”. Assim, podemos entender que, para esses últimos, a “agressão” ou, talvez, a “violência” de suas atitudes e idéias está contida em sua própria

imagem, uma vez que seus corpos, entregues às inúmeras tatuagens e *piercings*, podem chocar a maioria das pessoas. No entanto, não são, necessariamente, violentos ou agressivos com elas de forma improvisada, repentina. A manifestação de sua agressividade se encontra, como já dito, em sua própria imagem e na preferência de um determinado grupo musical: o “Sepultura” (mencionado pelo palestrante). Um grupo de *hard rock*, brasileiro, (cultuado, naquela época - 1997 -, muito mais no exterior do que em nosso próprio país) que foi (e ainda é) sucesso por plagiar o sentimento de agressividade dos guerreiros indígenas e por expressá-lo em suas músicas e aparições nos shows.

Nos primeiros, no entanto, o corpo, segundo o palestrante, “se transforma num surrealismo” o que pode significar, então, que, atrás de uma aparência superficialmente normal (pois, apesar da grande maioria de seus integrantes serem *holligans*, não são todos que mantêm a cabeça raspada, “marca” que os identifica), eles improvisam voluntariamente atitudes violentas, onde o próprio corpo passa a ser um instrumento de cólera e agressão, que se perde em uma realidade insensata, inconsciente, surreal.

Mas, seria o estilo de vida destes grupos, o ingrediente picante do tema “Raízes” do “Promostyl”? O fato é que, vemos se delinear um ideal comum que se situa latente no tema: um espírito primitivo que o gera e rege, que nasce a partir de culturas exóticas, primitivas e que se desenvolve através dos sentimentos que as mantêm, como a coragem, a ousadia, a agressividade e a violência. Um espírito que se expressa de forma dramática, ornamental, decorativa e, porque não dizer, belo, excitante, instigante, provocativo.

Aliás, as imagens deste tema demonstram (e justificam) muito bem essas características, as quais são representadas através de uma miscigenação de referências: figuras tribais, medievais, orientais, musicais. No entanto, o peso das figuras é o mesmo: denso, forte. Agressivo.

Cores:

As cores e tonalidades sugeridas se integram, perfeitamente, ao apelo do discurso temário que se autodenomina “colorido” e “decorativo”. Porém, “uma gama colorida irá se transformar em algo mais escuro, mais dramático, mais rústico, mais ornamental”.

Assim, conforme esta “evolução”, que se apresenta de maneira genérica (isto é, sem um direcionamento de cores para o sexo feminino ou masculino), organizamos as sugestões cromáticas oferecidas por este tema da seguinte forma:

- em primeiro lugar, aparecem os tons que podem remeter a uma diversidade de cores “frescas” e “leves” (como azuis, verdes, violáceos claros) e desembocam em tonalidades de “verdes-garrafa” ou cores como “bordô e violeta”;
- o “amarelo” e o “camelo”, o “caqui” e o “tabaco”, sugeridos, se integram em uma outra gama de cores: a das quentes e terrosas respectivamente, ou como pretende o tema, “cores vitaminadas” (referindo-se às cores “camelo” e “tabaco”), aparecendo, portanto, em segundo lugar;
- os “tons envelhecidos” e “trabalhados” vêm logo em seguida, configurando uma gama específica de tonalidades desbotadas ou mais escurecidas.

No entanto, nas imagens que temos deste tema, as cores predominantes - preto e laranja queimado - parecem evocar, somente, o teor dramático e singular que é dado a este tema.

Como o escritório não ofereceu uma cartela de cores na exposição da palestra, estes são os únicos instrumentos para o entendimento das cores deste tema. Porém, é importante ressaltar (e lembrar mais uma vez), que para a orientação específica sobre cores (assim como tecidos e estilo) são editados e vendidos cadernos de tendências, próprios para este fim.

Materiais:

Uma orientação genérica se dirige para tecidos transparentes, nobres e rústicos: “voiles”, “sedas” e “linhos”, respectivamente. No entanto, o que devemos enfatizar nesses materiais é, justamente, a sua padronagem. Isto é, a estampa, motivos ou desenhos que os ilustram e sobre os quais se imprimem, verdadeiramente, a personalidade do tema.

Assim, vemos que os “voiles”, tecidos altamente delicados e transparentes, podem vir tanto em cores “frescas e leves”, como também marcados por “desenhos primitivos” com “tendências *techno*”, isto é, trabalhados graficamente sob a inspiração da linguagem informática. A sugestão, também, é que se conjuguem “voiles com madras”, que são tecidos

de padronagem xadrez, rústicos (com tramas abertas e fios retorcidos), que apresenta uma contraposição de listras largas e finas e cuja origem - indiana -, imprime uma mistura de cores etnográficas e exóticas (que oscilam, geralmente, em listras azuis e verdes com fundo branco; listras azuis e pinks sobre fundo rosa; listras pinks e verdes-água sobre amarelo; listras marrons e azuis sobre fundo branco, etc.).

As "sedas" e os "linhos" aparecem com "orientações orientais; desenhos ricos em tons de ouro" e cores quentes e terrosas ("vitaminadas, como camelo e tabaco").

A grande maioria destas indicações, no entanto, parecem ser dirigidas ao segmento feminino, pois o escritório reforça, só para as mulheres, a utilização de "materiais leves e vaporosos" que devem vir em "flores exóticas" e "*cashemires*"; um exotismo que é trabalhado através de "transparências..." e da rusticidade dos "fios retorcidos/madras...(pois "denotam um aspecto mais primitivo").

Para os homens, a sugestão recai, somente, sobre "listras masculinas, padrões marroquinos e adamascados". "Gravuras, folhagens ou bordados". "Diferentes xadrezes masculinos" e, também, (se formos considerar as imagens do tema), "desenhos primitivos" com "tendências *techno*".

A única e, talvez, possível visualização de alguns desses tecidos e padrões, encontramos no retrato do tema, nas imagens de uma mulher indiana, com suas roupas e tecidos característicos, e de uma modelo, que sugere em sua roupa, a mesma leveza de materiais de sua antecessora. Também temos propostas das já mencionadas padronagens primitivas em estilo *techno*, em dois exóticos modelos masculinos. O restante, porém, é pura ilustração do espírito do tema.

Estilo:

Este tema traz, inicialmente, dentro de uma orientação genérica (mas claramente dirigida ao segmento masculino) a utilização e "...disseminação das camuflagens militares, usadas em pleno ambiente urbano e, também, de enormes jaquetas com capuz". Essas roupas foram encontradas (segundo o que nos contou o palestrante) entre os "cavaleiros modernos", grupos de jovens violentos, integrantes dos "*hooligans*" (torcedores do futebol inglês) e tornaram-se fonte de inspiração para a criação do "*comfortwear*". Um tipo de

roupa, cuja qualidade está mais ligada às suas características de proteção, que conforto (como propõe o nome), uma vez que as camuflagens militares e as enormes jaquetas com capuz, inibem um reconhecimento imediato: “...isso gerou a necessidade de se camuflar para estar em uma posição mais confortável”. É dessa forma, então, que o escritório sugere, já especificamente para o segmento masculino, uma “silhueta longilínea, militar”.

Outra tendência apontada para este tema, (só que, desta vez, direcionada para ambos os sexos), que pode também responder a novos tipos de necessidades é o “*utilitywear*”: “...uma vertente que começa nos anos 90 e que hoje (1997, época da palestra) encontra a maturidade, havendo uma organização nas roupas, a fim de multiplicar suas funções. Vestidos, casacos, blusões, coletes, calças com diferentes bolsos, tendo como influência as roupas de pesca e dos pilotos de caça”.

No entanto, retornando às orientações de estilo, exclusivas ao segmento masculino, o tema nos diz, ainda, que “o básico e o clássico são reinterpretados para a modernidade e o refinamento”. Isto é, a sugestão é que peças “básicas”, como camisetas, camisas, calças, bermudas, as quais pedem materiais e corte, ambos igualmente simples (isto é, pedem tecidos como popelines, sarjas e algodões, e modelagem sem tantos detalhes, como pregas, pences e poucos bolsos), sejam trabalhadas através de materiais modernos (as várias misturas têxteis do tipo algodão, popeline e sarja com sintéticos). Conseqüentemente, essas novas aplicações geram um estilo mais confortável e elegante. Isto porque esses novos materiais podem proporcionar um “bem-estar” maior (os fios têm novas características, fazendo com que o tecido “respire” mais, absorvendo menos calor do corpo) e um caimento do tecido mais leve e fluido. Já os “clássicos”, que amparam peças mais sóbrias, como ternos, camisas e calças com materiais mais nobres (como *tweed*, *ottoman*, gabardine, tricoline) e um corte mais trabalhado (recortes, pregas, pences, bolsos embutidos) devem, assim como as peças básicas, incorporar as misturas têxteis (só que entre sintéticos e os já mencionados tecidos nobres). Isso, também, gera um novo “comportamento” aos tecidos (mais maleáveis e confortáveis) e um novo estilo: mais moderno e refinado.

Para as mulheres, a proposta de estilo (além do “*utilitywear*” já citado) vem através do “*afro-clean*”: “formas massivas como uma escultura africana” e do “étnico”, mais nítido e rigoroso”, tornando-se “um estilo mais chique para as mulheres”.

O primeiro estilo feminino pode considerar, então, formas construídas através de materiais mais encorpados (como linhos, sarjas, gorgorões, malharia com fios rústicos e grossos) subentendendo, dessa forma, um visual mais pesado - afro (de inspiração africana) -, compacto (devido à estrutura dos fios e tecidos), mas, ao mesmo tempo, limpo, “*clean*” (sem detalhes). O segundo, como pretende um padrão mais etnográfico, supõe um mergulho profundo às suas características mais evidentes: as estampas com padrões étnicos (como os símbolos hierógrafos ou florais), tecidos de superfície irregular (tramados) ou transparentes, e estilo ultra-feminino (como os vestidos decotados e de alcinhas finíssimas, pareôs, saias transpassadas). No entanto, como sugere o tema, a qualidade moderna deste estilo deve recair sobre materiais que possam oferecer um refinamento a mais, o que fica por conta de tecidos como a seda e seus derivados.

Todas essas propostas devem ser acolhidas como elementos formadores à construção final da forma estética do vestuário. Da mesma maneira, as imagens do tema que sugerem alguns tipos de roupa, aparecem, somente, a título de ilustração, pois no que se refere às imagens apresentadas por este tema, não há qualquer referência precisa sobre os elementos estéticos (de estilo) a serem trabalhados. As formas de vestuário, sugeridas nos modelos, exibem apenas três possibilidades de uso: uma blusa feminina combinada com alguns lenços, mais uma camisa e uma camiseta masculinas.

Tema: “Cultures”

Influências:

O ambiente do tema “Cultures”, proposto para ambos os segmentos, masculino e feminino, é o romantismo dos anos 20 e 30. Porém, o “Bureau” orienta que tal ambiente deve ser visto como se fossem retratos (“...Retratos do romantismo, misturando as referências dos anos 20 e 30...”). Talvez, como memórias que se colocam em evidência para serem observadas, contempladas. Nelas, possivelmente, a história de pessoas ou lugares. Imagens de rostos, ambientes... Trazemos à tona, então, a maneira como se vestiam, como se portavam e o cenário que os envolvia: “... inspiração na decoração dos

anos 20 e 30, principalmente os vitrais...”, “...romantismo, naturalismo...”, “...uma moda mais polida, com mais sutileza e mais mistério, teatral, ambivalente...”.

Entendemos, então, que este tema se alimenta de um período de importantes transições que, no entanto, se situam no seu espírito. Considerando a época, após a primeira guerra (início da década de 20) e o período que culminou na grande depressão americana (de 1925 a 1930), destacamos, nesse cenário, uma sociedade mais austera e atenta em seu comportamento.

No que diz respeito ao vestuário feminino, havia a necessidade de vestir uma roupa mais simples na forma e no material e, muito embora os trajes tenham se modificado várias vezes durante essas duas décadas, dois estilos completamente diferentes ficaram bem marcados. Um destes foi o *look* andrógino que Madame Chanel explorou brilhantemente. Uma composição que se harmonizava por formas simples e retas, que marcava quadris e exibia cabelos curtíssimos, *à la garçonne*. A elegância, no entanto, imperava na graciosidade dos longos pescoços, quase sempre ornamentados por preciosos colares. Aliás, a ornamentação com jóias era a maneira que as classes altas encontravam para se diferenciarem, uma vez que Madame Chanel difundiu, com grande genialidade, “as roupas boas da classe trabalhadora”¹⁵³ aproximando, assim, os dois mundos... As pernas estavam à mostra (ou, pelo menos, quase, pois o comprimento das saias era bem abaixo dos joelhos) e era a parte do corpo da mulher a ser exibida com muita classe.

Em 1930, porém, outro estilo se impunha: as saias, gradativamente, voltavam a ser compridas, a cintura foi marcada novamente e os contornos femininos ficaram muito mais pronunciados quando as costas, o novo campo erógeno, foram desnudadas nos vestidos para a noite. Foi uma época em que as atrizes de cinema de *Hollywood* passaram a ditar a moda. Apesar dessa ostentação, a época também pedia uma moda 'cautelosa', sendo, assim, guiada por formas e materiais simples, com acessórios luxuosos (chapéus, luvas, rendas e jóias) somente para 'efeitos' de diferenciação social.

Para o estilo masculino, a informalidade orientou todo este período (de 1920 a 1930). “O terno passou a ser usado habitualmente, mas depois de 1922 ficou mais curto e não precisava de abertura atrás”¹⁵⁴. O colete declinou neste período, tornando popular o

¹⁵³ Laver, James, *A roupa e a moda...*, p.235.

¹⁵⁴ *Ibid.*, p.247.

“paletó jaquetão”. O paletó de abotoamento simples continuou, mas, no final da década de 20, o colete ressurgiu novamente com abotoamento duplo, para ser, então, usado com o paletó jaquetão. As calças eram sempre muito largas.

O ambiente (decoração, literatura, arte, etc.) dos anos 20 e 30, refletia, ainda, a ingenuidade dos movimentos romântico e do naturalista.

O tema “Cultures”, também, pode encontrar uma certa reciprocidade de “intenções retrógradadas” em dois dos grupos emergentes (“Emigree” e “New Bourgeois”) propostos pelo escritório, pois ambos consideraram a procura e a busca de certos valores esquecidos pelo tempo...

O grupo “Emigre” procura “os lugares perdidos, em vez das grandes cidades, onde temos a sensação de encontrarmos sentimentos verdadeiros”. Ao mesmo tempo, se voltam à “espiritualidade” e respeitam o “conservadorismo”. Como o próprio nome dado ao grupo, sua aspiração é “emigrar”...

Os “New Bourgeois” “são refundadores”, “querem recriar a célula familiar na sociedade” e procuram “um estilo de vida burguês”. Ou seja, se baseiam em estruturas sociais, as quais garantem estabilidade e conforto econômicos.

Ambos, no entanto, apostam no resgate destas características para gerirem a segurança de suas vidas. Tudo porque há um questionamento aos valores sociais contemporâneos, porque “visam ordem e cujos motores são os jovens que são excluídos e precisam ser inclusos”. Porque “herdam um mundo dominado pela economia e desemprego”, porque são as “novas gerações” com “novas responsabilidades”. Porque carecem de elementos que os orientem na direção deste caminho.

Por isso, talvez, que o grupo “Emigre” busque símbolos provenientes da cultura americana ou européia...

“...A estrada é o universo da América, com seus motéis, motoristas de estradas, flâmulas, *bikers*, garçonetes e flâmulas...”

“...São guiados por um fundamentalismo proveniente da Europa do Norte e do oeste americano, cujos filmes dos anos 40, 50 e 60 fazem uma paródia...”.

Símbolos que, certamente, refletem suas aspirações e que têm o poder de significar um lugar esquecido, longínquo, onde, talvez, ainda perdurem os mesmos gestos, atitudes e atenções de outrora. Onde, ainda, dancem ao som do vento, as placas, dependuradas e

desbotadas pelo tempo, dos restaurantes e hotéis de beira de estrada... Onde o uniforme das garçonetes, de tão velhinho, tornou-se de pálida cor. Onde a poeira e o suor se harmonizem com as visitas dos *bikers* e motoristas de estradas. Um lugar que receba o silêncio de suas horas de solidão e que se torna um porto seguro. Um lugar perdido, onde os emblemas de clubes, associações e *rotarys*, tão típicos das cidades pequenas e interioranas, ainda representam o respeito à sociabilidade e à tradição dos valores humanos.

Estes grupos se alimentam de uma pureza nostálgica descrita, na maioria das vezes, pelos filmes antigos e pelo próprio estilo de vida de lugares pequenos.

Por isso, talvez, que os “New Bourgeois” se apeguem às aparências... Aos “logos”... Logotipos e emblemas que indicam a origem das marcas e dizem “o quanto são ricos” ou, o quanto estão fortalecidos pela sua situação econômica. O quanto dominam uma realidade incerta e, também, o quanto se iludem nesta fuga imaginária. Eles se apegam a um sistema de *facilidades diárias*, oferecida por elementos que combinem “conforto e praticidade”, como roupas, eletrodomésticos, móveis, automóveis... Enfim, instrumentos que possam lhes garantir poder e reconhecimento, mesmo sendo eles tão efêmeros... Mas, é importante lembrar que os “New Bourgeois”, são “refundadores” e, como tal, querem “recriar a célula familiar”, sustentando-a, também, como um importante indicador para a orientação de suas vidas. Os laços familiares, sejam eles emocionais ou financeiros, acabam, então, por lhes oferecerem a tão almejada segurança pessoal. Uma segurança alimentada pelas gerações passadas e seus padrões sociais.

Mas, embora seja explícito o interesse pelo passado, descrito, ora pelo próprio tema “Cultures”, ora pelos grupos emergentes citados, existem divergências quanto à origem deste consenso, no que diz respeito ao ambiente que situa todo este contexto retrógrado. Ou seja, o tema “Cultures”, embora remeta ao passado, refere-se, especificamente, em seu discurso temário, às décadas de 20 e 30. Já o grupo emergente “Emigre” se localiza nas décadas de 40, 50 e 60. Os “New Bourgeois”, nem sequer determinam um período, mas sabemos que ele é imbuído pelos padrões burgueses de outrora.

De que forma, então, devemos olhar para o tema “Cultures” do Promostyl? Qual é a relevância dos grupos emergentes e qual é sua importância para o tema?

Bem, sem dúvida, é um exercício não só de nossa racionalidade, mas de nosso lado sensível e criador. Devemos pensar, como os estilistas pensariam...

Considerando que a captação dos grupos emergentes é uma das partes mais importantes do processo de criação para um tema de um “Bureau de Style”, deriva daí a capital importância dos dados construídos sobre os grupos “Emigre” e “New Bourgeois” ao tema “Cultures”. Eles indicam a necessidade do tema: olhar para trás. Mas, de que modo? Com elegância, refinamento, educadamente, polidamente. Aliás, a palavra “Cultures”, quando traduzida da língua inglesa, significa ‘Refinamento’. Assim, transplantando tais aspectos para o espírito do tema, talvez, não haja tanta necessidade de ‘emprestar’ a cronologia exata a que se situam ou referem os grupos emergentes. Mesmo porque outros dados (não mencionados pelo escritório) devem complementar a criação temática, como os termômetros mercadológicos, os quais, por sua vez, têm a liberdade de ajustarem outras referências à demanda de mercado.

No entanto, o tema “Cultures” é polêmico. Faz alusão aos anos 20 e 30 e, se considerarmos que carrega, em seu ‘espírito’, dados advindos dos grupos emergentes (que indicam outras décadas, 50, 60 e 70), pode refletir as mais diversas orientações estéticas. Pois, é aí que devemos tocar nossa sensibilidade, para ‘respirar’ o aroma do tema e tragá-lo, conforme o nosso espírito criador. Não há uma lógica a ser seguida e sim para ser percebida, sentida. Talvez possamos entender melhor o que isso significa quando abordarmos, especificamente, os tecidos, as cores e os materiais. As orientações do tema para os segmentos masculino e feminino. E, muito mais, quando olharmos para a “fotografia” do tema, (as imagens que o representam), onde encontramos um ambiente misto, que mistura, ainda, as referências dos anos 50, 60 e 70, com todas as aspirações dessas épocas. Aí, então, entenderemos como se ajustam os tons das cores e suas nuances em certos materiais, como se ajustam as padronagens aos tecidos, onde podemos ver as florzinhas, as traminhas, rendinhas, etc. Como se representa o estilo do homem, o estilo da mulher. O que é que pulsa, que entra em erupção nos elementos que formam o tema...

Neste momento, porém, basta-nos conhecer qual é o repertório de inspirações que orienta o tema “Cultures”. Um tema que se orienta pelo passado e, principalmente, pela nostalgia de seu idealismo romântico.

Cores:

As cores, reveladas por este tema (em seu discurso), se dirigem - dentro de uma orientação geral - às gamas (tonalidades) de “beges”, “castanhos” e “cor-de-rosa”. Também se destaca o retorno às “cores naturais”, muito utilizadas em tendências de estações anteriores. Sugestões que refletem muito bem as cores que predominam nas imagens que temos deste tema.

Mas há, ainda, conforme o discurso temário, “muito ouro e castanho dourado”, sinalizando um contra-ponto mais rebuscado às sugestões que vimos acima, mais suaves e sóbrias.

Um outro dado importante é a orientação que temos do tema ao segmento masculino, para o qual foram destinadas cores fortes e quentes: “sinfonia de vermelhos, fúscia, framboesas”, quebrando, desta maneira, a tão característica sobriedade de cores recomendadas ao vestuário do homem.

Materiais:

A orientação deste tema é também genérica e exalta os aspectos mais naturais e românticos dos tecidos e seus padrões. Compreende, assim, a utilização de “algo natural e rústico”, como os tecidos de algodão e linho, possivelmente, e padronagens que remetam ao universo romântico: “... flores gigantes até muito pequenas, leves e doces...”, “...arabescos e folhagens...”. Há, também, a mesma proposta de “transparências” do tema anterior, dentro do “espírito de lingerie”, remetendo, assim, a tecidos de estrutura sintéticos, como os de puro *nylon* e os *voiles*, organzas e musselines. Essa estrutura têxtil (sintética) garante a mesma construção para os materiais de uma outra sugestão do tema: a utilização da “suedine” e da “camurça com *stretch*”. Tecidos que, conforme a orientação, produzem “novos efeitos imitando pele”. Quanto às padronagens, outras propostas aparecem genericamente, como a utilização de “minigeométricos” de “desenhos de gravatas”, “marroquinos”, “vitrais”, “geométricos e abstratos (muito pequenos)”.

Este tema aponta, ainda, para uma necessidade de “revelar o aspecto retrógrado dos tecidos”, o que justifica a sua sugestão de utilizar “tecidos adamascados”. Material de

indiscutível nobreza, devido não só sua construção têxtil mas, sobretudo, ao seu valor conceitual, pois tem o poder de refletir o mesmo sentimento de ostentação e rebuscamento das cortes européias (época em que foi muito utilizado).

Já na orientação específica que se faz aos segmentos feminino e masculino, o tema recorre à fluidez e “tecidos muito femininos com desenhos masculinos (“traminhas listradinhas”, “xadrezinhas”)” para serem trabalhados para as mulheres e “tricôs rústicos, tipo feito a mão”, “camurças”, “couro” e “*nylon*” exclusivos para os homens. Estes últimos materiais (camurças, couro e *nylon*), conferem, segundo o tema, “um ar duro e mais moderno” ao estilo masculino, fazendo um contraponto a todo esse movimento romanesco, pelo menos para os homens.

O espírito romântico deste universo pode ser visto na composição de imagens do tema que o representa, o que faz, então, com que se tenha um possível entendimento a respeito sobre a proposta dos materiais que devem ser usados: tecidos molengos (maleáveis), transparentes, floridos... No entanto, é inexistente neste instrumento de visualização, qualquer referência exata sobre os tecidos que foram mencionados e que encontramos em seu discurso. Há, somente, uma possível indicação dos padrões, ou melhor, do já mencionado “espírito” das padronagens a serem utilizadas no materiais. A predominância de flores no vestido da modelo e no campo, onde está deitada; a decoração da sala e o papel de parede que aparece em destaque em toda a representação do tema, vem apenas nos informar o caminho que deve ser trilhado para o exercício da criação estética do vestuário.

Estilo:

Encontramos neste tema duas sugestões exclusivas sobre estilo para as mulheres e outras quatro para os homens.

Para o primeiro segmento, o tema propõe que seja trabalhada a “fluidez” (em variadas peças de roupas), assim como “calças compridas longas, rendilhadas, retrôs”. Isto significa que, para atender a essa sugestão, a silhueta deve ser acolhida por uma forma (estrutura estética) fluida, cujo material possa escorregar e delinear o corpo feminino. Tal efeito é conseguido, através de tecidos altamente leves, como as sedas, as musselines, os

voiles e as organzas (sempre muito transparentes) e também os tecidos 100% sintéticos (mais comumente chamados de 100% *nylon* e de onde derivam-se os tecidos utilizados para a confecção das peças de *lingerie*). A estrutura desses materiais só pode conceber, então, roupas como vestidos muito vaporosos, abertos (sem muitas costuras), levemente ajustados para insinuarem as formas do corpo e blusas ou camisas soltas (sem também tantas costuras). As saias seguem, certamente, a mesma lógica dos vestidos, minimalistas e delineadas ao corpo. Já a sugestão para as calças femininas, como é mencionado acima, é que elas sejam "longas, rendilhadas, retrôs", ou seja, igualmente fluidas, pois suas características assemelham-se àquelas encontradas na década de 70. É nesse período que encontramos calças muito longas no comprimento e na largura da boca (barra da calça), cuja confecção utilizava materiais como a *jersey* (tecido sintético que oferece um bom ajuste à silhueta, especialmente na parte da cintura e quadris), rendas e crochê (aspectos esses que podem conferir a característica "retrô" às peças atuais). Mas essa proposta, assim como as outras, converge para a exaltação da feminilidade e sensualidade da mulher, justificando toda a influência romântica (já vista e comentada) em que este tema se pauta.

Para os homens, o tema fala em ser "minimalista". Em ser "chique e natural", mas "fazendo uma leve referência aos anos 70". Ressalta, ainda, a qualidade que devem ter: "refinados, sempre". Essas orientações nos guiam, então, a uma possível construção do estilo masculino: um vestuário limpo, livre de construções complicadas, com o mínimo ou a total inexistência de recortes, costuras, pregas, bolsos: "minimalista". Que tenha formas levemente agraciadas pelo estilo reinante da década de 70: silhueta ajustada, camisetas colantes, calças com bocas não tão largas, golas generosas, lapelas estreitas e esquisitas... O refinamento (ou a sofisticação) fica por conta dos materiais que, agora, é oportuno relembrar: "as camurças, o couro e o *nylon*" que, além de conferirem "um ar duro e mais moderno" a todo esse movimento romântico de influências, são, comprovadamente, materiais considerados nobres (no sentido de ser a camurça e o couro materiais muito caros, imprimindo, portanto, um visual mais sofisticado à roupa, e o *nylon*, de conferir modernidade às várias misturas têxteis), quando confeccionados ao segmento masculino (e, numa certa medida, para o feminino também).

Porém, a maioria das indicações sobre estilo apresentadas e por nós aqui discutidas, levantam referências da década de 70. Referências que podem ser justificadas através de

duas figuras que representam este tema (e que se encontram no estilo de cabelo, maquiagem e vestido da modelo que está deitada e no tipo de saia de cintura baixa de outra, que está em pé). Mas, visualizando tais imagens mais atentamente, percebemos que essa diversidade estética é, ainda, complementada por outras referências do final da década de 50 e década de 60. Vemos, então, o rapaz que está no canto inferior esquerdo, que encarna o estilo *rockabilly*, com seu generoso topete (referência do final da década de 50) e camisa (e, possivelmente também a calça) ajustada em tons pastéis (referências da metade da década de 50) e um casal ao centro inferior, com um vestuário típico dessa mesma época, anos 60 (mais especificamente a segunda metade: cintura baixa para as mulheres, silhueta ajustada para os homens).

O tema "Cultures" passa a ser, então, um reservatório estético de referências retrógradas.

Tema: "Performances"

Influências:

Este tema do "Promostyl", orientado para os segmentos feminino e masculino, engloba vários esportes e se fundamenta em uma única palavra: "atitude". A partir desta idéia, o escritório ressalta a importância do estilo de vida de cada um e a *performance* humana que se deriva deste estilo de vida. "Performances" passa a ser, então, não só um tema que guiará a criação de moda do *sportswear* (segmento de moda que trabalha com roupas esportivas), mas um guia para entendermos o que se esconde por trás, especificamente, da ação de alguns grupos de jovens.

Nesse sentido, vemos, não muito claramente, cerca de cinco aspectos sociais serem desenhados pelo escritório, os quais guiarão todo um elenco de influências e acabarão por deflagrar uma determinada atitude em cada um deles. Um destes aspectos é uma tendência que vem sendo cultivada pela "inteligência artificial, cultura digital...", que é mencionada no próprio tema. Na mesma sequência deste discurso, o tema nos conta que a "*performance* na cidade é expressa através da técnica e leveza e que "...a tecnologia se integra em nossa vida cotidiana.". Assim, o "uso dos patins na cidade deu origem a uma roupa justa",

os “grafismos”, os “motivos eletrônicos” e a “evolução dos objetos” interferiram na inspiração de roupas para o *snowboard* (roupa para a prática deste esporte, que consiste em andar sobre uma espécie de prancha na neve) e o “universo virtual” orientou os segmentos *workwear* (roupa de trabalho, do dia-a-dia) e *skillwear* (roupa para esqui).

O vestuário, então, vai sendo desenhado pela proposta de novos hábitos... Um novo 'visual' nasce devido às necessidades modernas.

Outra *performance* do tema se expressa pela “volta à natureza”, mais especificamente, a caça e a pesca. No entanto, para essas modalidades, o “estilo inglês e irlandês” orienta e “revela o aspecto funcional” das roupas a serem criadas a partir desta inspiração. Já, porém, num outro segmento, a “volta à natureza” se integra, também, aos esportes radicais. Se considerarmos três, dos quatro elementos da natureza: ar, terra, e água, pelos menos a maioria deles está sendo desafiada, por quem o tema chama de “visionários”. Eles “inventam esportes radicais e praticam em grupos ou tribos”. Sem dúvida, a prática de *bandee jump*¹⁵⁵ (ar), *sky dive*¹⁵⁶ (ar), *rapéu*¹⁵⁷, *trecking*¹⁵⁸, (terra), *rafting*¹⁵⁹ (água) vem sendo difundida em grande parte do mundo, chegando com muita eficiência em nosso país. A prática desses esportes faz com que seus praticantes usufruam de uma visão muito particular sobre o mundo e, sem dúvida, de si mesmos. Aliás, esses esportes se diferenciam dos demais pela mentalidade destas pessoas, as quais têm um respeito ecológico pela natureza, admirando-a sem ultrajá-la. Retiram dela o risco, o desafio, nada mais.

É muito diferente dos esportes considerados “náuticos” (mencionados pelo escritório), como o iatismo, a vela, a prática do *jet ski*, o remo, que também gozam do elemento 'água' e outros, que são praticados na terra, como o “golfe” (esporte que, segundo este tema, deve se inspirar nos anos 50 para orientar a criação estética). No entanto, o prazer que esses esportes oferece é diferente... É um prazer que confere *status*, diferenciação e um certo 'poder'. Imprimem um outro valor à prática esportiva. São esportes que o “novo burguês”, descrito pelo tema, pratica. Ele (o tema) orienta à criação de “...roupas inteligentes...” que serão dirigidas “...para os novos *yuppies* americanos que “praticam esportes de elite”. Para eles tons chiques...”. Para eles “...os logos (logotipos,

¹⁵⁵ Esporte que consiste, basicamente, em pular de pontes altíssimas com cordas elásticas.

¹⁵⁶ “Surfar” no céu, com uma prancha pequena e paraquedas.

¹⁵⁷ Escalar e descer cachoeiras com cordas.

¹⁵⁸ Caminhar por trilhas entre matas, florestas ou penhascos.

¹⁵⁹ Esporte que consiste em descer as corredeiras dos rios em botes infláveis.

marcas de grifes) são redesenhados para um reconhecimento imediato”. Talvez, então, os praticantes de pesca e caça, citados acima, estejam mais propensos a esse grupo de elite, do que àquele que se volta para a natureza. Isso, no entanto, se considerarmos o estilo que o tema propõe para o segmento: “inglês e irlandês” (que é um estilo mais pomposo). Porém, como dissemos no início desta análise, não estão muito claros os aspectos sociais que delimitam os vários campos de influências deste tema. Mesmo assim, podemos perceber que aqui há um forte ambiente elitista, descrito pela prática de esportes “náuticos” e pela prática do “golfe”, onde, possivelmente, os “novos burgueses” (remetendo ao grupo emergente “New Bourgeois”) possam cultivar sua *performance*.

Já, numa outra direção, um outro grupo (e por nós já conhecido nos “grupos emergentes”) gera uma forte influência ao tema. São os “deuses do estádio”, os *holligans* europeus que, segundo a orientação deste tema, “inspiram o *streetwear*”. São muito interessantes as orientações estéticas que o escritório destina para eles (e seus seguidores, aqueles que se apropriam da imagem de um *holligan*, sem, necessariamente, ser um...): “..merecem um estilo futurista, com grafismos egípcios e novos acolchoados. Vestimentas dos treinos de box...” “...para este segmento, cores laranja, amarelo e verde azeitona.”. Um estilo que mescla enigma (o estilo futurista que confere grafismos egípcios e as roupas acolchoadas, inspiradas nos cosmonautas) e força (vestimentas dos treinos de box). Todas as orientações com um teor estético muito vivo e gritante (os grafismos egípcios detêm um particular exotismo, os acolchoados se sobressaem às roupas de maneira inusitada, chocante, as vestimentas dos treinos de box são feitas de materiais acetinados, todos muito chamativos, as cores sugeridas são laranja e amarelo e têm, como contraponto, o verde azeitona, oferecendo, assim, uma combinação visual muito interessante). Uma harmonia perfeita de cores e formas que causam uma sensação de vigor e potência, que explode nas atitudes dos *holligans*, tão necessária ao seu estilo de vida e à sua *performance* agressiva.

A proposta deste tema faz com se integre, também, a grande maioria dos grupos emergentes descritos pelo escritório anteriormente, reafirmando a vocação desse mesmo escritório em estruturar suas tendências em dados sociológicos. É evidente que a tendência ao futurismo - à “cultura digital” -, é proveniente do grupo “Utopian”, que a “volta à natureza” interage com os grupos “New Bourgeois” e “Tough Adventure”, que os esportes de elite reforçam ainda mais a presença dos “New Bourgeois” e “Emigre”, que os “Smiling

Losers” são os “deuses do estádio”... Mas o que buscam esses grupos? Talvez, seja importante para um pleno entendimento desta *performance* estética que se constrói, recuperarmos, mais uma vez, essas informações.

Os 'utopistas' (do grupo "Utopian"): a busca pela perfeição, pelo universo limpo, moderno - tecnológico -, pelo “estilo minimalista”, pela “cultura da Bauhaus”. “São portadores de uma filosofia do modernismo, fria, contra uma realidade bruta”.

O grupo “Tough Adventure” busca o prazer que os esportes radicais proporcionam. O contato direto com a natureza lhes rende uma alma ecológica: “gostam de esportes que reivindicam alguma ação de proteção ao meio-ambiente”;

O grupo Emigre, que relembra os anos 40, 50 e 60, se volta para a espiritualidade e o conservadorismo e os “New Bourgeois” que, também, se apegam a padrões retrógrados - burgueses -, reivindicam a busca por mais segurança pessoal (econômica e emocional), inventando formas de serem reconhecidos pela sua “riqueza” (no caso, a evidência dos logotipos de marcas e *griffes*);

Os “Smiling Losers”, os 'garotos-problema' da Europa, denunciam a exclusão que sofrem da sociedade, por causa do desemprego, através de atitudes violentas.

O tema “*Performances*” detém, em sua essência, então, o universo destes segmentos sociais, pois o que importa para o “Promostyl” é a construção de um tema segundo as atitudes humanas que gritam à sua realidade. Ou seja, no espaço que foi delimitado pelo escritório e que vem delinear, mais especificamente, a cultura européia de seus jovens. Uma cultura ligada diretamente às necessidades e buscas que essa porção humana retém em seus sentimentos, muito bem percebidos pelo coordenador de moda (francês) que os captou e que, também, é um jovem (bem jovem). Talvez, esse tema carregue, em seu conteúdo, muito mais que influências esportivas... Talvez, ele seja mesmo, o produto de uma denúncia, uma vez que é construído, também, pelo mesmo coordenador de moda.

O que convém ressaltar, no entanto, é que este tema reclamou um conceito (“atitude”), que se viu refletido em uma ação esportiva (e que foi delimitado por um estilo de vida) e que se derivou de um comportamento social (as ações dos grupos emergentes).

No entanto, a 'fotografia' do tema (a imagem do tema que o representa) reflete, apenas, um ambiente esportivo, dinâmico e *performático* - sem dúvida -, mas livre das deflagrações sociais que, eventualmente, possam estar no bojo de suas referências.

Cores:

Como este tema abriga o segmento esportivo, há uma sucessão de cores e tonalidades muito mais extensa que as anteriores, sendo que a maioria das sugestões aparecem dentro de uma orientação generalizada, (comum para homens e mulheres).

Primeiramente, existem as cores consideradas “chiques”, como o “vermelho opaco”, o “bege” e o “azeitona”. Essas cores são indicadas (como vimos na transcrição e comentários deste tema) para os “novos *hyuppies* americanos que praticam esportes de elite”. “Harmonias inspiradas nos anos 50” (isto é, cores pastéis e gamas de verdes, vermelhos e azul-marinho) também se encaixam neste contexto, pois são indicadas para a “moda golfe”, (uma vez que consideramos, este também, um esporte de elite).

As cores pastéis (leves) aparecem, mas como veremos no elemento seguinte (“materiais”), para compor padronagens de tecidos (através de “motivos escandinavos (estrelas) grandes e estilizados (pastéis) usados em tom sobre tom”; ou listras verticais, “em forma de bandeira” para o “estilo *clubber*”; “listras foscas” para um “estilo mais refinado” e, ainda, “listras mais leves” para um “*look* atlético, citadino”).

Aparecem também “gamas de azuis e vermelhos”, as quais são sugeridas para serem utilizadas na composição de “temas” das padronagens de “alguns fabricantes”. Novamente, porém, as tonalidades de “azuis” e, agora, também, os “caquis”, são propostos para serem “chiques e gráficos, dinâmicos” (servindo, obviamente, para as cores de fundo ou composições de algum tema gráfico de tecido ou, como induz o tema, utilizados “em materiais tecnológicos”, como os tecidos com “*lycra*”, sendo que estes últimos acabam interferindo na luminosidade das cores - e dos tecidos - devido ao intenso brilho da maioria dos fios sintéticos e artificiais).

A cor “caqui” também reaparece. No entanto, já em uma outra versão, pois, conforme o tema, é um “caqui militar”, não correspondendo, portanto, àquele outro aspecto de caqui ligado aos padrões “gráficos” e dos “materiais tecnológicos”. Talvez, este, mais escuro e esverdeado, esteja mais apto a colorir tecidos naturais e rústicos de outros segmentos esportivos como, por exemplo, a pesca e o *tracking*.

Outra cor sugerida é o “branco *clean*”, muito utilizada pelos países frios na construção de roupas para o *snowboard* e o *skillwear*, e de grande importância às

combinações cromáticas. Ou seja, é muito fácil combinar o branco com outras cores, justamente, por ser ele uma cor neutra. Por outro lado, o tema aponta (de maneira geral), para as "cores mais naturais", elucidando que tratam-se de cores escuras" (não dizendo, porém, quais são) e que remetem ao "estilo de vida europeu".

Mas, existe, ainda, o "choque de cores"... Isto é, não só uma explosão de cores mais excêntricas, mas também o impacto surpreendente que se pode obter a partir das várias combinações que podem ser feitas entre elas, ignorando, assim, uma cor neutra como o "branco *clean*" ou o preto, (muito utilizadas na maioria das vezes, para a composição de roupas para ginástica, as quais têm vários recortes). Talvez, então, sejam essas as cores indicadas para se integrarem à orientação específica que se faz ao segmento feminino, pois destacam-se "cores e formas mais duras" para o desenvolvimento de roupas para o *fitness*: esportes aeróbicos que utilizam roupas colantes de materiais sintéticos, muito brilhantes e coloridas.

Já, para o seguimento masculino, o escritório sugeriu para os "*bikers*", "cores quentes", para os praticantes do futebol, cores brilhantes, e para os "deuses do estádio" - que inspiram as roupas do *streetwear*, cores específicas, como o "laranja", "amarelo" e o "verde azeitona".

No entanto, apesar das inúmeras referências cromáticas, o dinamismo do tema "Performances" é representado em sua imagem, pela predominância de duas únicas cores: o azul e o vermelho.

Materiais:

Materiais tecnológicos parecem ser a grande sensação deste tema que mantém em seu discurso, a continuidade em uma orientação generalizada para ambos os sexos. Surgem, então, indicações sobre materiais como "*bilés*" que são malhas estruturadas, com muito *nylon* em sua formação ou as variações do "piquê". Tecido muito utilizado na década de 70 para o segmento feminino, de textura um pouco áspera (por causa de sua superfície irregular) e cuja estrutura de algodão vem agora reformulada com a intervenção do elemento sintético, como sugere o tema: "piquê sobre *nylon*", "piquê sobre moleton", "piquê esportivo com efeito de transparência". Aparecem, também, as "malhas de

neoprene” e “materiais que registrem bem-estar, suavidade, que tenham *lycra* e sejam anti-transpirantes”.

As padronagens desses “materiais tecnológicos” vêm “simultaneamente chiques e gráficos; dinâmicos”. Isto confere uma certa flexibilidade à criação das estampas destes tecidos, pois podem ser formuladas para serem utilizadas tanto para uma moda mais citadina (como, por exemplo, nos segmentos *workwear* ou *casualwear*), quanto, exclusivamente, para a esportiva (*sportswear* e seus derivados: *activewear*, *snowear*, etc). Um aspecto, no entanto, deve ser ressaltado: o movimento visual dessas padronagens, entendido como “gráficos” e “dinâmicos”. O desenho a ser formado sobre a superfície dos materiais tecnológicos deve, portanto, acompanhar o mesmo espírito do tema: a *performance*, o corpo em atividade, em movimento, que gera energia, seja no esporte, no lazer ou no trabalho, o que há, muito tempo, já vemos ser trabalhado, em formas de listras, raios, etc. Eles (os materiais tecnológicos), devem, então, acompanhar o mesmo dinamismo.

Mas ainda, outras propostas sobre padronagens são apontadas com igual importância: a utilização de listras e do motivos escandinavos:

A primeira proposta vem em formas de listras, sendo sugeridas “listras mais leves”, com o objetivo de oferecer um “look atlético, citadino”, dando “modernidade a moda *city*” (aos já mencionados segmentos *workwear* e *casualwear*) e sempre mantendo a “tecnicidade original, leve”. Também podem vir “listras” em “forma de bandeira”, numa outra variante: o estilo “*clubber*”. Elas são “verticais” ou em “tom-sobre-tom”, atendendo à “moda golfe” do segmento feminino, podendo, ainda, obedecer a um estilo mais refinado, se forem “listras foscas”, isto é, sem brilho.

A segunda, já numa outra direção, propõe o surgimento dos “motivos escandinavos grandes e estilizados”, que, segundo o tema, são motivos que apresentam “estrelas” em cores de tons pastéis usados, também, em “tom-sobre-tom”. E, ainda, (genericamente), os “grafismos” e motivos dos “circuitos eletrônicos” (dirigidos ao segmento *snowboard*) e os “grafismos egípcios” (para o *streetwear* dos “deuses do estádio”).

O tema propõe, ainda, uma orientação exclusiva para o segmento masculino, em que são sugeridos tecidos como a “malha”, aqui em versão “grossa” (ou seja, mais pesada e rústica), os tecidos usados para os uniformes de futebol “brilhantes” e de “dupla face”,

tecidos “colantes” ou “neoprene”. As padronagens podem vir em forma de “grafismos”, dinâmicos como o visual dos macacões dos pilotos de *motocross*, esporte que inspira essa sugestão.

Mais uma vez, quando nos reportamos às imagens do tema “Performance”, não encontramos uma referência exata sobre os materiais propostos. Sem dúvida, tais imagens tratam de ilustrar o espírito do tema: ativo, flexível e polivalente. Características que devem ser assimiladas e transplantadas, não só aos materiais citados, mas também a outros que se adequem ao perfil deste tema e que possam responder aos segmentos de moda correspondentes.

Estilo:

Nós temos, através do tema “Performances”, indicações sobre estilo sendo derivadas de alguns esportes específicos. Considerados de elite, encontramos para as mulheres o “espírito do *cricket*”, onde é sugerido “feminilidade com sofisticação” e uma moda que se deriva do “golfe”, “vestidos polos com listras verticais”. A “moda náutica” também é proposta e, muito embora apareça indistintamente (sem indicação sobre o segmento a ser trabalhado), pode ser muito bem aplicada para ambos os sexos, pois, de uma maneira geral, corresponde às famosas camisetas listradinhas de azul-marinho e branco, para serem usadas com shorts, bermudões ou calças com preguinhas, também em versão azul-marinho ou branco.

Já, numa outra linha (mais ainda direcionados indistintamente), encontramos os esportes que se relacionam com a natureza: a “caça e a pesca”, sugeridos, ainda, no estilo “inglês e irlandês” e com destaque para o “aspecto funcional destas roupas”. Ou seja, uma moda que comumente é representada através de calças, bermudas, shorts, camisas e coletes com muitos bolsos (internos e externos) e outros detalhes (como pregas, recortes, costuras duplas de reforço, etc). Porém, o que caracteriza o estilo inglês ou irlandês é, sem dúvida, um detalhe que se encontra nos calçados: mocassins com meia. Uma moda perfeitamente possível para os dois segmentos (homem/mulher), bastando, é claro, recorrer aos acessórios certos (e próprios para cada sexo), como chapéus, lenços, cintos, etc.

Ainda nessa mesma direção, de esportes voltados à natureza, só que agora, um pouco mais radicais, temos o "*snowboard*" e o esqui, através do "*skillwear*" (prática do esqui na neve em uma pequena prancha e prática do esqui na neve, respectivamente). Nesses, os "materiais são inchados, com volume, como as roupas dos pilotos de Fórmula I e dos cosmonautas", cuja inspiração parte, segundo o tema, da "evolução dos objetos", dos "circuitos eletrônicos" e do "universo virtual". A moda proposta, no entanto, deve girar em torno daquilo que já é conhecido: macacões e blusões acolchoados por grossas camadas de material acrílico (para suportar o frio), calças e camisetas colantes de *nylon*, oferecidas para ambos os sexos. O que difere, certamente, é a padronagem (estampas, desenhos) dessas roupas, baseadas agora no universo virtual. No entanto, essa sugestão é um tanto absurda para um país como o nosso!

Continuando com esportes radicais, só que praticados na rua, destaca-se o estilo do "*streetwear*" ("roupa de rua" que pode ser utilizada para a prática de esportes radicais de rua, como *skate* e patins *in line*) que vem em "estilo futurista com grafismos egípcios e novos acolchoados" e, também, "vestimentas dos treinos de box". A mudança da moda, então, opera, mais uma vez, sobre a padronagem da roupa (que vem agora com grafismos egípcios) e na introdução de materiais inchados (acolchoados), aplicados, possivelmente, sobre os joelhos das longas bermudas e calças e cotovelos das camisetas (todas as roupas muitíssimo largas, como bem caracterizam o guarda-roupa básico do *streetwear*) e, ainda, pela intensidade de brilho, que existe nas roupas do pugilismo. No entanto, como inspiração maior para as roupas que deriva-se do *streetwear*, vem, conforme o tema, dos "deuses do estádio" (e são direcionadas a eles: os já mencionados *holligans*, jovens violentos, fanáticos pelo futebol inglês), o segmento a ser trabalhado, portanto, vislumbra o sexo masculino (apesar dessa sugestão encontrar-se dentro de uma "orientação genérica").

Outros esportes aparecem com total exclusividade para o segmento masculino. No caso, o "alterofilismo" aponta para uma indumentária que compreende - basicamente -, calções largos (mas curtos) e camisetas super cavadas. Esse esporte, ainda, serve de referência para uma previsão do escritório: "todo estilo que enaltece os músculos será forte", pois essa "roupa vai valorizar o corpo sem ser grudenta".

Uma outra sugestão (ainda para o segmento masculino) nasce do futebol, com roupas que podem vir confeccionadas com tecidos de "dupla face", "brilhantes", colantes"

(geralmente usados para os calções ou para a malha que se coloca sob estes) ou em versões "maxiblusas com neoprene" (usadas por cima das camisetas). Destacam-se, ainda, os "aspectos mórbidos" dos "gorros muito grandes" usados, geralmente, por surfistas e os "trajes dos guerreiros antigos". Esses últimos, numa analogia que se fez aos vários acessórios utilizados para a proteção de joelhos, cotovelos e cabeça, comumente encontrados entre os praticantes do "motocross", os quais, ainda, servem (através do tema) como referência à indumentária dos "bikers" (ciclistas).

Já o "fitness", esporte aeróbico, é colocado exclusivamente para as mulheres, em "cores e formas duras". Ou seja, um estilo que usa tons gritantes (pink, preto, vermelho, roxo, ameixa), quase sempre chapados (lisos) e que se cola ao corpo, contendo firmemente os músculos, mas, ao mesmo tempo, dando liberdade aos movimentos (devido à elasticidade dos tecidos com *nylon*).

Conforme o tema, todas essas propostas são complementadas com acessórios, mais especificamente, sapatos e tênis. Estes aparecem "de bico quadrado" - "anos 60" ou "com vertentes tecnológicas", como os usados pelos "cosmonautas" e que "parecem com patins". O "tênis Puma" também é mencionado, devido, talvez, a seu *design* vanguardista e arrojado, características que se encaixam a esta última orientação.

Tema: "Ícones"

Influências:

Este tema, orientado para ambos os sexos, é a "vertente futurista" do "Bureau Promostyl". A influência reside em alguns dos aspectos do ambiente tecnológico do final do século XX e sua fugacidade: "...A geração virtual com suas músicas tocando sem parar e as avalanches de computadores tornaram a realidade efêmera...".

No entanto, o escritório coloca como relevante, neste ambiente, aspectos específicos da cultura jovem (a qual entendemos ser a "geração virtual"), pois trata-se de uma "vertente futurista com evolução de um espírito *techno*, lúdico. Humor e mixagem. Androginia. Espírito *clown*, estilo biônico, importantes a toda corrente *techno*".

O “espírito *techno*” advém do culto à música eletrônica (concebida através da repetição de batidas dos sintetizadores eletrônicos computadorizados) e que muito rapidamente se propagou no final da década de 90. É um som ilógico, quase alienante, que tem o poder de penetrar nos tímpanos e fazer com que a pessoa enlouqueça alegremente por várias horas: “...o lúdico, no *techno*, pode ser mais engraçado quando se dança...”. Ou seja, pode-se ressaltar muito mais o “espírito *techno*” (lúdico) através do modo de dançar (um estilo, como já dissemos, em que as pessoas dançam - horas - sozinhas e se projetam para o espaço com cabeça e braços, apenas acompanhando o ritmo das repetidas batidas dos sintetizadores, com movimentos quase sincronizados. Como um ser biônico): “...o *techno* é um estilo aéreo, sem gravidade”. Tudo isso com muito “humor” e “mixagem”, pois deste perfil divertido e irreverente se reflete, também, num visual que mistura muitas cores, acessórios e formas (ou muito justas, ou muito largas), confundindo a aparência entre homem e mulher (de forma andrógina).

Por outro lado, o tema também ressalta um fenômeno que se deflagra através das “avalanches de computadores”, o que acaba revelando o grau de aceitação deste novo meio tecnológico entre os jovens. Tudo isso tornando a “realidade efêmera”... Isto é, passageira, transitória em sua concepção real, ultrapassada rapidamente pela facilidade de acesso a outros lugares e pessoas.

Mas há, ainda, um outro aspecto que deriva deste mesmo ambiente tecnológico e futurista, e que o tema coloca com grande importância em seu elenco de influências: são os HQs. (história em quadrinhos e, principalmente, os mangás, HQs. japoneses) e sua linguagem visual (“...forte influência gráfica inspirada nos HQs., onde os desenhistas misturam colagem e futurismo”). Esta mistura imaginária, entre o que é realidade e o que é invenção, é retratada em uma ficção que se tornou fixação entre os jovens (e entre os não - tão jovens - também!). Através de cenários criativos, acidamente coloridos, a trama dos quadrinhos se desenvolve com muito humor e irreverência, devido ao perfil grotesco e (muitas vezes) andrógino de seus personagens. Aliás, as características dos HQs. parecem se fundir às próprias características do movimento *techno*, que o tema coloca como: “androginia”, “humor”, “mixagem”, “espírito *clown*”, “estilo biônico”...

Essas características, talvez, sejam a tentativa de trazer à vida uma postura mais alegre, descontraída e divertida mediante as atuais dificuldades que o próprio jovem

encontra em se inserir profissionalmente. Uma postura que mistura, sempre, ficção (o aspecto “virtual” da linguagem informática e alguns dos produtos que dela derivam, como os próprios HQs., ou, ainda, a “artificialidade” que traz “como tendência os novos materiais tecnológicos”) e realidade, e que mantém, de certa forma, uma “...visão otimista do futuro”. Tal visão, no entanto, está (conforme o tema) “baseada na limpeza”. Nas “...roupas que parecem de laboratório”. No “estilo *clean*, super limpo e de efeito uniforme”.

Um estilo que, por sua vez, é muito semelhante com o do grupo emergente “Utopian”, já descrito anteriormente pelo “Bureau Promostyl” como “minimalista e tecnológico”. Ou seja, há um gosto por tudo aquilo que é *high tech*, limpo, isento, claro e, cujo *design* pode ser aplicado nas coisas que nos envolvem, como a decoração de ambientes internos, mobiliários, equipamentos de trabalho, eletrodomésticos e, sobretudo, vestuário. É um grupo que, também, alimenta uma “filosofia do modernismo, fria, contra a realidade bruta”.

Uma filosofia que parece ecoar sobre a “visão otimista do futuro” que o próprio tema “Ícones” coloca em seu discurso sobre “limpeza” e “estilo *clean*”, pois esse mesmo ‘olhar otimista’ sobre o futuro, talvez, vislumbre - distorcidamente - uma sociedade mais limpa e pura; sem as contaminações perniciosas de agentes alheios, como imigrantes e estrangeiros. Uma limpeza étnica, então, pode ser muito significativa ao entendimento daquilo que é percebido como um desejo pelo rigor asséptico nas formas estéticas (inspiradas pelos ambientes de laboratórios) e que se representa, aqui, maquiada pelo otimismo e vanguardismo (moderno, tecnológico).

O elenco de influências deste tema se encontra, no entanto, num nível específico de sensações e preocupações. Aquelas que, certamente, perfazem o caminho insólito de alguns jovens. No entanto, jovens europeus, pois foi idealizado (relembrando) por um jovem francês que nada mais fez que colocar num tema, o reflexo dos sentimentos de sua própria geração.

Contudo, mais uma vez, a imagem do tema representa somente o rótulo do tema, alegre e divertido: bonequinhos, personagens das histórias em quadrinhos, festas de aniversário, figuras de desenho-animado ...

Cores:

Este tema traz, dentro de uma orientação geral e resumida, “cores frescas e gostosas”, assim como “pastéis frescos e ácidos”. Mas há também as “cores chiques”, como “azul-marinho”, “petróleo”, “bege” e “marrom escuro” a serem utilizadas, somente, em acessórios, e “cores fortes” para o “espírito lúdico” do segmento masculino, onde irão imperar as tonalidades de “azuis, cobaltos, verdes e amarelos”.

As imagens deste tema também reforçam todo o direcionamento dado para cores ácidas e fortes.

Materiais:

Tecidos tecnológicos também figuram com muita importância neste tema. A orientação, mais uma vez genérica, aborda a seguinte premissa: “a artificialidade tem, como tendência, os novos materiais tecnológicos”. Materiais que, muito embora, não contem com uma boa abordagem, apelam para a funcionalidade e a descontração do espírito lúdico que os norteiam: “Tecidos tintos, coloridos e funcionais”, “funcionalidade e conforto”, “espírito *clown*”.

Nesse sentido, encontramos a maioria das sugestões voltadas, especificamente, para as estampas desses materiais. A influência vem da linguagem gráfica dos HQs., “onde os desenhos combinam colagem e futurismo”. Essa tendência é reforçada na orientação exclusiva que se faz ao segmento masculino, aparecendo juntamente ao lado de outras propostas, como os motivos “figurativos” que devem se tornar “ópticos” e as “texturas e padrões gigantes com impressões fotográficas”. Há uma menção, também, sobre a utilização de tecidos de plástico e que parecem “redes” (geralmente usados para as camisetas dos uniformes de *basketbol*). Segundo a orientação que o tema faz para os homens, as “redes” devem ser usadas em “superposição” (possivelmente, com uma camiseta sobre a outra), “deixando, quase sempre, as silhuetas transparentes”.

Voltando, no entanto, à orientação genérica, o tema aborda a utilização de alguns tipos específicos de tecidos: os xadrezes e os quadriculados. Estes devem, por sua vez, vir sempre em “cores ácidas”, “frescas” e “gostosas”. Misturas de materiais são também

sugeridas, só que, desta vez, para a construção dos calçados. O tema chama de “tecnicismo” a composição de “tela”, “couro”, “*nylon*” e “velcro”.

Nas imagens que representam o tema, podemos ver algumas das estampas mencionadas: no canto esquerdo superior da ilustração, a presença de três jovens (japoneses) em uma festa de aniversário, portando camisetas com estampas gráficas, altamente coloridas e lúdicas e no canto esquerdo inferior, outro jovem (também japonês) com uma camiseta bem interessante com bolas salientes, possivelmente emborrachadas. Toda a linguagem visual se funde em uma só proposta: o humor, o lúdico. As cores gritantes trazem a experiência da artificialidade, inventada e reproduzida através da linguagem dos HQs. e da informática.

Estilo:

O estilo proclamado pelo tema “Ícones” é “*clean*”, super limpo e de efeito uniforme”. As “roupas parecem de laboratório” e querem clamar a limpeza, a ordem e o otimismo.

Ao mesmo tempo, é uma “moda ingênua”, lúdica, engraçada. Parece ser feita para consumidores infantis, mas seu propósito parece ser o de infantilizar consumidores adultos. Como a principal influência deste estilo é a *onda techno*, a orientação que se vê para ambos os sexos recai sobre o *look “clubbwear”*, o qual demanda, especificamente para os homens, “pequenas blusinhas usadas com chinelos compensados”. Ou seja, camisetas ou camisas ajustadas ao corpo por tecidos com *nylon*, cuja modelagem parece ter sido encolhida na lavagem (na verdade, quando confeccionadas, as peças desse estilo são modeladas um número menor que o manequim normal usado pela pessoa) e “corte arredondado” (golas e barrados das camisas). As calças também seguem o mesmo padrão de ajustes. Um detalhe: algumas camisetas são feitas de um tecido “de plástico”, similar a uma “rede” e são sugeridas pelo tema, para serem usadas em “superposição” (uma sobre a outra), “deixando, quase sempre, as silhuetas transparentes”. É uma moda muito aceita entre a comunidade *Ga*.

Para as mulheres, há uma liberdade maior na composição das roupas, mas o mesmo rigor masculino é mantido no que se refere aos ajustes e ao estilo “*clubbwear*”. As peças femininas, então, complementam-se com “mini-babadinhos, rendinhas, bordadinhos”, etc.

As calças são "cigarretes" (ajustadíssimas até as canelas) e podem ser usadas com "sandálias bem coloridas". A intenção é construir um visual "gozado". No entanto, a roupa deve atender não só às características de "conforto" e funcionalidade (bolsos que se adaptem ao visual e que tenham utilidade), mas deve ter, ainda, um *design* limpo (sem pregas ou recortes). Nessa mesma direção, então, são propostos sapatos (e tênis também) "que perdem o cadarço" e cujo "fechamento é rápido", com velcro. Conforme o tema, eles podem ser bicolores (como os calçados para golfe e *criquet*) e mixados com materiais do tipo do *nylon*, couro e tela (sintético).

CIBA/Segmento feminino

Tema: "Cultura Negra"

Influências:

O que se destaca neste tema, são os contrastes que existem e são exclusivos do continente africano. As potencialidades: "...maciço, poderoso e primitivo...". E as mazelas: "...cercado de problemas, com uma indústria subdesenvolvida e agressiva...". Percebe-se, ainda, o fascínio com que a empresa move seu olhar para a descrição deste território: "...As paisagens são primitivas e contrastantes, o mundo animal é imponente e arcaico, a beleza da fauna é impressionante e a cultura mística de seus habitantes está inextricavelmente atada à terra...". E o respeito também (!): "...Por um longo tempo ridicularizada e desprezada, freqüentemente ignorada e reprimida, a cultura negra, cujas raízes datam de antes de 300 a.C., tem influenciado e moldado por muito tempo a cultura mundial, com seus simbolismos e mitologias...".

Para a "Ciba", a cultura africana se mostra como uma referência de singular importância, sobretudo (como diz o tema), por fazer-se conhecida e admirada em toda parte através de sua música - o jazz - , de seu misticismo e de suas artes. A empresa também arrisca um envolvimento com outras culturas étnicas e o contexto de globalização, "viagens e descobertas". Não esclarece, porém, que outros tipos de culturas estariam complementando o elenco de influências e características do tema. Menciona-se, apenas,

que tais aspectos fazem desta “influência mais durável e visível”. A interpretação destas últimas características, pode, então, ser entendida como a possibilidade de se acrescentar ao tema outros ‘sinais’ estéticos, não mais provenientes, somente, da cultura africana, mas sim do continente africano (que envolve inúmeras etnias). Podemos até encontrá-los junto às imagens do painel de tendências deste tema, onde temos, não só a presença forte de artefatos e da gente africana, mas também - possivelmente - da muçulmana. Isso torna esse tema mais abrangente, ao mesmo tempo que mais “durável” e “visível”. Ou seja, torna as tendências provenientes deste tema, também válidas para anos posteriores (“mais durável”), sendo, ainda, mais fáceis de serem assimiladas e, conseqüentemente, fáceis de serem entendidas e consumidas por um número maior de pessoas (“mais visível”).

No entanto, o carisma do tema se deriva, principalmente, da força e da beleza enigmática que exerce o “continente negro”. Tudo, aliás, parece conspirar para tornar este território ainda mais poderoso, pois não é somente na fauna e flora que se encontra sua soberania, mas na tenacidade de sua gente que vence, todos os dias, a guerra, a miséria e o desprezo mundial. Talvez, seja essa mesma firmeza, esse mesmo rigor, que se deseja imprimir nos elementos estéticos sugeridos por este tema pela “Ciba” e que veremos, mais tarde, serem refletidos nas cores, materiais e estilos sugeridos.

Cores:

No discurso temário, algumas cores são colocadas com exclusividade, como as “cores claras”, as “cores da terra”, o “preto” e o “branco”. É sugerido, ainda, que combinações podem ser feitas entre elas.

Em um segundo momento, aparecem as “sombras da vegetação”, cores que correspondem à gamas (tonalidades) esverdeadas com ausência de luz, isto é, escurecidas. Para contrastá-las, o tema sugere os “verdes e amarelos das frias e delicadas primaveras”, cores claras que, conjuntamente, conferem uma “aparência natural, alegre e excitante”.

Temos, portanto, duas sugestões de harmonias cromáticas: cores claras com cores da terra ou preto ou branco e verdes escuros, com verdes e amarelos claros. Elas terão, ainda, um caráter “fora de moda” (como a empresa menciona) se utilizadas em tecidos de

superfície opaca. Tal efeito sobre o tecido faz com que a roupa tenha um “look antigo”, “arcaico”... (talvez, então, como a própria “Cultura Negra”...)

Já no “painel de tendências”, encontramos como cor de fundo das amostras de tecidos e imagens que se apresentam, uma espécie de cor verde-azeitona escura (“sombras da vegetação”), que serve de base para todas as harmonias cromáticas (as amostras de tecidos que estão organizadas ao redor das imagens): os grupos de cores quentes (vermelho e laranja) que ora são contrastados com tons terrosos (“cores da terra”: terracota e ocre), ora com o azul cobalto, ou, ainda, com o “preto” e o “branco”, e o pequeno grupo de cores frias, cujas tonalidades compreendem o azul-marinho, o azul-cobalto e o azul-cerúleo, que contrastam-se mutuamente.

É a base, também, de grupos particulares de cores (amostras que estão todas nas bordas da parte inferior do painel, compreendendo o lado esquerdo, central e o direito) como o conjunto de azul-cobalto, azul-cerúleo, branco, ocre, preto, azul-royal (azul-claro) e azul-turquesa ou o grupo de azul-royal, branco, areia, preto, turquesa e amarelo. O grupo de laranja, vermelho, preto, carmim, terracota e ocre, ou, ainda, o grupo de verdes, verde-folha, verde-azeitona-claro, preto, areia, verde-azeitona-escuro, branco e verde-garrafa. Estes últimos - os grupos de verdes -, contrastam-se em um importante efeito de tom-sobre-tom (“sombras da vegetação” contrastando-se com os “verdes e amarelos das frias e delicadas primaveras”).

Todas as cores e tonalidades das amostras do painel podem também ser verificadas na cartela de cores feminina da empresa, nos grupos de 1 a 6 (exceto o amarelo-limão, número 3), 13 a 18 (exceto o azul hortências, número 14), 7 a 12 (exceto a cor fúscia, de número 11) e no grupo de 19 a 24 (com exceção dos números 20, 21, 22 e 24).

Materiais:

Os tecidos deste tema caracterizam-se por uma rusticidade delicada e trabalhada. A orientação dirige-se para tecidos encorpados, como “as misturas de linho ou cânhamo” que “se parecem com os panamás” e cujo “toque é áspero e ruidoso” (“os padrões - construção têxtil, no caso - de vegetação prevalecem rústicos e ásperos, como a palha ou feno”). As superfícies devem, ainda, ter uma aparência “empoeirada”, “opaca” (assim as cores ganham

um "look antigo e fora de moda"). No entanto, outras sugestões colocam em evidência os efeitos de alguns materiais. É o caso das ondulações que podem ser encontradas em tecidos como o "*seersucker*" e o "*cloqué*", ou as "estruturas parecidas com escamas, favo de mel, manchas ou nervuras", encontradas nos tecidos do "*knop, flammé, grannité* ou piquê". Conforme o que tema nos conta, tais efeitos se estruturam nos materiais através de relevos que lembram "as reminiscências da terra, como gramas e pedras". É nessa mesma direção, então, que o tema resgata a "particular arte africana", com seus "simbolismos e sinais místicos" para oferecer às estampas um "look simples e misterioso".

Aliás, sobre as estampas, uma pequena amostra pode ser encontrada nas imagens deste tema, que partem dos sinais de dois pedaços de madeiras (situados na parte central direita do painel de tendências do tema "Cultura Negra") e imprimem-se com a mesma semelhança no vestido e na blusa das modelos que estão logo ao lado esquerdo dessas peças. Porém, quanto à visualização das características dos tecidos sugeridos, as imagens não oferecem qualquer possibilidade de entendimento.

Estilo:

O estilo, proposto por este tema ao segmento feminino, revela uma tendência "altamente autêntica e original sem, no entanto, ser grosseira ou rústica". Conforme o tema, essa sugestão vem em contraste aos "*looks* extremamente elegantes e refinados".

Infelizmente, essas são as únicas indicações sobre estilo encontradas no discurso temário, as quais não oferecem um guia exato sobre as possíveis formas a serem trabalhadas. As imagens que temos do tema no painel de tendências também não informam com uma maior segurança sobre quais caminhos seguir, indicando poucos reflexos desta moda sobre o vestuário feminino. No entanto, o espírito do tema está impresso: distinto e misterioso, o que dá liberdade ao criador de formular peças de igual valor, chegando mesmo à possibilidade de serem excêntricas (pois podem unir toda uma extensa gama de simbolismos, cores, formas e tecidos com o espírito criador do estilista).

Por outro lado, o próprio discurso temário já delimita a liberdade criativa, uma vez que sugere determinados tecidos para serem trabalhados neste segmento. A maioria, encorpados, ou seja, tecidos mais firmes, consistentes: "linho", "cânhamo", "*seersucker*",

"cloqués", "piquê", "knop", "flammé", "grannité", cujo toque é "áspero e ruidoso". Quase todos, ainda, têm uma superfície irregular (como o linho, *seersucker*, *cloqué*, piquê), e além disso, alguns apresentam grânulos (*knop*, *flammé*, *grannité*). Isto direciona, de certa maneira, as formas a serem trabalhadas.

Lembrando as orientações do professor Carlos Simões, "as linhas e formas são decorrência das características físicas/técnicas dos tecidos. Não se pode imaginar formas estruturadas modeladas com tecidos fluidos, assim como é impossível criar formas que se movimentam com o andar a partir de tecidos encorpados"¹⁶⁰. Assim, de uma maneira geral, esses tecidos sugerem formas (como calças, shorts, bermudas, saias, camisas e blusas) que devem ser trabalhadas através de uma engenhosa construção (pregas, pences ou recortes), fugindo, portanto, de linhas mais limpas, chamadas *clean* ou *minimalistas* e, obviamente, fluidas ou coladas ao corpo (pois é impossível obter esse efeito a partir de tecidos encorpados, considerados 'duros' ao se modelar a roupa). Mas, se houver alguma mistura nesses tecidos com fio elastano (*nylon/lycra*), as formas fatalmente poderão ser mais justas, pois este material permite que o tecido possa ser modelado junto ao corpo. No entanto, o tema não menciona tais misturas.

Tema: **"Volta à Burguesia"**

Influências:

Este tema da Ciba, vislumbra um ambiente retrógrado e nostálgico. Porém, o que o torna particularmente interessante é o vínculo que se estabelece entre os padrões burgueses e a orientação - estética - que se dirige só para as mulheres...

A proposta da Ciba se refere, justamente, ao "renascimento dos costumes burgueses", "à volta do bom estilo", "do comportamento polido" e de "uma linguagem civilizada". Insiste no "retorno aos valores tradicionais, aos costumes e estilos burgueses...". Trata-se (conforme o tema), de um movimento social muito forte que está se manifestando na moda, no jeito de vestir das mulheres (trazendo de volta o "clássico duas peças do anos 50": o casquinho para ser usado com calça ou saia, o terninho ou o "vestido

¹⁶⁰ Simões, Carlos, *Apostila de Desenvolvimento Criativo...*, p.15.

cocktail") e na procura por lições de etiqueta, (como os "livros de boas maneiras" e os "cursos sobre bom comportamento"). É dessa forma que, então, conforme o que destacou o diretor do "Promostyl" sobre este tema, "nós estamos adotando um estilo de vida de classe-média. Nós desejamos ser burgueses"...

Mas há, ainda, uma aspiração pela vaidade, pela beleza, em que a tônica deste sentimento se orienta pelos "excessos sociais da moda dos anos 50, que resulta num cenário de pessoas inteligentes, voltadas para um mundo materialista e vaidoso, com muitas jóias e cosméticos". Um sentimento que foi explicado por um sociólogo consultado pela empresa e que diz, através desse tema que o "...nosso desejo pela beleza é uma força que nos guia e que está por trás de nossas ações. As pessoas são desenhadas pela beleza, o que acaba por exercer uma fascinação sobre nós. Nós somos conduzidos a isso".

No entanto, a justificativa do tema encontrada para todo esse discurso foi a "reação à provocativa tendência do asfalto, das estações anteriores" que substitui o desleixo (como o movimento *grünge*) e a excentricidade por uma aparência mais limpa e, também, a 'nossa' vontade de nos afastarmos de um mundo "carregado de problemas" e "de um período de artificial asceticismo e modéstia", trazendo de volta, assim, o "esteticismo", a "elegância", a "beleza" e a "decoração" (qualidades que, inclusive, podem ser vistas nas imagens dos trajes das modelos e dos ambientes reproduzidos no "painel de tendências" deste tema).

Convém lembrar, ainda, que todas essas informações devem ser consideradas somente para o segmento feminino... Assim, por um lado, é clara a intenção do tema (e da empresa que o criou) em desenhar (e porque não dizer inventar) uma mulher mais elegante, mais inteligente e mais bela, recém saída de um túnel de tempo. Por outro, é claro o jogo que a projeta para a realidade contemporânea: "Entretanto, a nostalgia romântica não é o único aspecto deste tema: golpeando contrastes e juxtapondo incongruências com estilos mixados e decadentes, isto dá o tom a esta moda, que reflete nossos conflitos e quebra o nosso relacionamento com o passado". Ou seja, o tema sugere que a mulher seja uma 'boneca enfeitada', nos modelos de 'nossos' (europeus) antigos padrões burgueses, a qual, no entanto, tem a liberdade de ser moderna. Ou seja, tem a liberdade de assumir os conflitos contemporâneos e os expressar através de uma "mistura de estilos", entre aquilo que é retrógrado e o que é mais atual.

Cores:

Cores discretas sobressaem neste tema: “preto” ou “carvão”, “branco”, “areia”, “delicadamente sombreadas com cinzas ou suaves pastéis”. O discurso temário indica, ainda, cores “realçadas e luminosas”, as quais têm a função de serem utilizadas em materiais sedosos ou estampados “à La Pucci ou no estilo neobarroco de Lacroix”.

Podemos, então, verificar no “painel de tendências”, que o tom de terracota (uma espécie de bordô bem escuro que serve de cor de fundo do painel) é a cor-base para as possíveis combinações que podem ser feitas entre cores mais fortes e pastéis, anteriormente mencionadas. Ou seja, o preto ou carvão contrastando-se - em pares -, com o branco, com o azul-royal, com a cor areia e com o rosa-bebê (harmonias que estão localizadas na parte central inferior, sendo que a última cor não consta nas tabelas de cores da empresa).

Porém, outras sugestões de cores claras aparecem sobre esta base, ora contrastando-se entre elas, ora com cores um pouco mais escuras. Tais harmonias podem ser encontradas nos grupos que incluem o branco e o areia (na parte superior esquerda), o lilás escuro (cor que não aparece na cartela de cores feminina) e o azul royal (canto inferior esquerdo), os grupos de hortências com cinza e de lilás escuro, branco e cinza (harmonias que estão na parte central, à esquerda). Também aqueles de lilás, azul-royal com cinza (logo abaixo da sugestão anterior) e rosa-bebê com carmim em tom-sobre-tom (no canto inferior direito). Temos, ainda, os grupos de rosa-bebê, carmim e areia (que estão sobre a harmonia anterior), de rosa-bebê e amarel-cádmio (cor que aparece, somente, na cartela de cores masculina) e areia e ocre (estes dois últimos pares de harmonias localizados acima do grupo anterior).

As cores “realçadas e luminosas” também são ressaltadas do fundo terracota. Elas oscilam entre vermelho, fúscia, laranja, azul-cobalto e azul-turquesa.

Quanto à cartela de cores feminina, o tema restringe-se a suas harmonias dentro dos grupos de 7 a 12, 13 a 18 (exceto os números 15, azul-cerúleo e 18, azul-marinho) e 19 a 24 (exceto o número 22, cinza grafite). Os tons esverdeados e o amarelo cítrico, do grupo de 1 a 6, são totalmente descartados neste tema.

Materiais:

A "Volta à Burguesia" revela "tecidos sofisticados e de primeira qualidade". Na verdade, são tecidos que destacam-se pelo refinamento, brilho e leveza; como os "*shantung*s acetinados". Também aparecem tecidos "granulados", trançados monocromaticamente ou "mixados com cores", aspectos que podem ser encontrados nos tecidos chamados "*bouclés*". Estes, ainda, devem seguir (conforme o tema) a orientação do estilo "à la Chanel", sempre muito "luminosos" (devido às misturas com fios sedosos, sintéticos ou artificiais) e "volumosos". Os "*chinés*", com efeitos sofisticados dos fios" também são sugeridos, junto com "*ottomans*", "piquês" "crepes" e outros "granulados pequenos". As padronagens podem vir em "listras elegantes" ou estampadas, "à la Pucci ou no estilo neobarroco de Lacroix" (um estilista famoso). Essas últimas se distinguem pelo excesso de cores e desenhos de arabescos e formas florais. Tais estampas, no entanto, são propostas para a confecção de blusas construídas em "materiais sedosos".

Portanto, as características mais evidentes para os tecidos e padronagens deste tema residem na utilização de tecidos sedosos, acetinados, mas, principalmente, de superfícies irregulares, ao mesmo tempo delicadas e refinadas e com uma ausência quase total de motivos para estamparias (com exceção, obviamente, da sugestão dada para as estampas de blusas sedosas à "la Pucci" e "Lacroix"). Isto pode ser comprovado através das imagens que representam o tema, nos modelos encontrados na parte central do "painel de tendências". Com a exceção de um único modelo estampado (ao que parece, abstratamente), todos as propostas de conjuntos de saia e casaco (a grande maioria) e vestidos, aparecem em tecidos monocromáticos, cuja principal qualidade deve recair (pois não é possível ver em detalhes) nos efeitos de determinados fios e trançados têxteis (os quais, por sua vez, derivam tecidos mais encorpados, como os já mencionados *ottomans*, piquês, *shantung*s, *bouclés* e os diversos granulados).

Estilo:

Este tema retoma o estilo luxuoso da década de 50: "o foco está nos excessos sociais da moda dos anos 50, que resulta num cenário de pessoas inteligentes, voltadas para um

mundo materialista e vaidoso, com muitas jóias e cosméticos". Guiando-se por esse espírito (e, principalmente, pelo luxo de seus acessórios, como pérolas e pedrarias), o discurso temário, então, complementa os sinais estéticos com a proposta da "volta do clássico duas peças", do "elegante vestido *cocktail*" e "do terno". Ou seja, o "clássico duas peças" constitui-se de calça ou saia com blazer ou casaquinho (isto é, casaco curto); o "vestido *cocktail*", é elegante e um pouco formal (pois, apesar de ser muito usado, era mais restrito a eventos sociais nas décadas de 50 e 60), portanto, sem decotes profundos (sendo, geralmente, decote canoa) ou detalhes exibicionistas, e o terno segue o mesmo estilo masculino. Todas as peças (via de regra) devem ser ajustadas ao corpo, através de pregas, pences ou recortes, sendo que o comprimento de saias e vestidos deste estilo, é visto, atualmente, com um palmo acima dos joelhos. Essas formas podem, ainda, ser justificadas pelos tecidos que foram sugeridos pelo tema: *shantungs*, *bouclés*, *chinés*, *ottomans*, piquês e crepes. Todos materiais encorpados.

No entanto, o tema dá uma certa flexibilidade a todo esse estilo apresentado, ao permitir "incongruências com estilos mixados e decadentes", pois isto "reflete nossos conflitos e quebra o nosso relacionamento com o passado". Permite, assim, que as formas propostas possam adquirir o estilo moderno (atual), que adota tecidos já transformados tecnologicamente (através das várias misturas - já vistas - com fios sintéticos) e o que dá uma aparência nova às formas. Permite, ainda, que tais tecidos possam influenciar na modelagem e, dessa forma, construir roupas mais leves e soltas, justas, mas não necessariamente ajustadas (por detalhes de costura) ou, simplesmente, fluidas. Tais aspectos são, sem dúvida, a imagem da "moda mixada" e "decadente" (que mistura formas, tecidos e referências/influências), em que o tema também aposta, e cuja principal característica é a ausência total de detalhes nas peças (como recortes, pences e pregas).

Junto às imagens que temos no painel de tendências, podemos, então, visualizar a extensão estética que propõe o tema, através das possibilidades de comprimento, tecidos e formas.

Tema: “Linguagem do Corpo”

Influências:

Este tema da “Ciba” se integra em um ambiente esportivo que se orienta através do *welness* e o *fitness*. Ou seja, ambos não são modalidades esportivas, mas sim, conceitos sobre a ação esportiva, que visam a adequação de certos exercícios à capacidade física de cada um, individualmente.

Isto significa que a influência deste tema parte de uma postura pessoal, em relação a sua saúde física e mental: “...Nós nos concentramos em nós, ouvimos os próprios sinais do corpo, criamos, entusiasticamente, um cenário narcisístico e centralizado em nós mesmos...”. Mas, segundo o tema, há, também, um sentimento egocêntrico muito forte que se dirige não só ao bem estar e beleza físicos, mas à complementação desta condição, através de acessórios estéticos e eróticos (“...O esporte e o lazer representam, provavelmente, o potencial mais elevado em inovações e desenvolvimentos, pois o consumidor dirige-se não somente às atividades físicas, mas também recorre a componentes estéticos e eróticos...”). O prazer, o lazer e o esporte se mesclam, então, em um culto ao 'eu'. É o “...desejo de corromper-se, para dar prazer a si mesmo, perdendo-se um pouco de luxúria...”.

Sem dúvida, o discurso da “Ciba” vai nos conduzindo a um cenário que ampara pessoas voltadas única e exclusivamente para a excelência de seus próprios corpos e para a superação de suas expectativas de resistência, força física, beleza e prazer. Não é mais suficiente um corpo belo, é preciso ser o mais belo, o mais resistente, o mais capaz, o mais forte. É necessário exalar saúde... O poder da imagem pessoal, agora, também, vem revestido de uma aparência trabalhada, “malhada”. Artificialmente produzida pela nova lógica dos professores de academias de musculação e *personal trainers*, que induzem à realização de determinados exercícios e absorção de 'certas' vitaminas... É neste ambiente de intensa competição que, inclusive, “os ídolos do esporte tornam-se ditadores da moda”. Não só copiados em sua maneira de vestir, mas de ser, agir e, principalmente, 'malhar'...

Por outro lado, é preciso, também, aumentar o prazer... Não é mais suficiente atingir o êxtase pelos 'meios convencionais', é possível programá-lo e aumentá-lo, através de uma

extensa parafernália erótica. Acessórios e equipamentos vão desvendando um universo voltado para um desejo insaciável de se obter sempre mais.

É dessa forma que este tema surpreende, nos mostrando uma faceta, pouco explorada, da natureza humana. Mostra o outro lado do esporte, não mais aquele que se deriva de uma lógica a ser desvendada. Aquela que implica no conhecimento profundo de uma técnica, de onde parte o aperfeiçoamento de um talento e traz, como consequência, a perfeição física. Não. Este tema mostra o modo de alguns, mais especificamente as mulheres (embora isso não seja privilégio só deste sexo), em burlar toda essa trajetória, alcançando o único objetivo: o mencionado corpo perfeito. Como o próprio texto temário diz: "...esta atitude contrasta com o espírito de equipe, (dos esportes convencionais) consciente de responsabilidade e orientado para um comportamento comum. Individualismo, desejo de liberdade, independência e a fuga de papéis definidos são a manifestação do desejo pela diferenciação e individualidade".

Muito curiosamente, porém, a empresa parte de uma situação social genérica ("A linguagem do corpo é um novo foco sobre os aspectos físicos da vida: *welness* e *fitness* são parte deste tema...") e a dirige, exclusivamente, à orientação estética feminina. A "Linguagem do Corpo" passa a ser, então, não uma reivindicação feminina, mas a condensação de certos aspectos (beleza, perfeição, erotismo, prazer, etc.) que melhor se adequam ao perfil feminino. Tais aspectos, não só podem melhor delinear este perfil mas, compor outros, através deste mesmo padrão "estético" que, a partir de uma linguagem (discurso temário) se tornará um produto (a partir da criação de estilistas de confecção ou têxteis, exemplificado, de certa forma nas imagens das modelos do "painel de tendências"), talvez mais apto a ser consumido pelo segmento feminino, segundo a visão desta empresa.

Cores:

Cores "cintilantes, brilhantes e excêntricas"... Quando contrastadas com o "branco" "elas adquirem um *look* limpo e fresco, criando, ainda, um modo alegre, despretenso e otimista de ver o verão".

Como vemos, tais informações, provenientes do discurso temário, suprem, somente, o entendimento sobre a qualidade das cores e tons a serem utilizados e o seu (possível)

resultado. Ou seja, se faz necessário a combinação de certas cores - excitantes -, para a criação de uma imagem pessoal mais “despretensiosa” e “alegre”, que possa refletir, ainda, um sentimento otimista em relação à estação-alvo: o verão 97 (europeu).

Temos, portanto, que recorrer às cores colocadas no painel de tendências deste tema e na cartela de cores da empresa. Como primeira referência, temos uma cor base que predomina no fundo do painel de tendência: o verde-azeitona escuro. Esta contrasta-se - de maneira geral -, com cores fortes como o vermelho, o fúscia, o amarelo-ouro (que não consta em nenhuma das tabelas) e o preto. Algumas tonalidades de azuis e verdes também aparecem com muita importância como os azuis marinho, turquesa, royal (timidamente), cerúlio, cobalto e os tons de verdes garrafa, folha, limão e, com igual valor, a cor amarelo-ouro.

Os contrastes são feitos, na grande maioria, entre grupos de cores fortes (marinho/vermelho/cerúlio, no canto superior esquerdo; fúscia/cerúlio/marinho e marinho/cobalto/fúscia, no canto inferior esquerdo; verde-limão/fúscia, ao lado da harmonia anterior; verde-folha/amarelo-ouro, no centro inferior; verde-limão/garrafa/folha, no canto inferior direito; marinho/fúscia/verde-limão e verde-garrafa/fúscia/verde-limão, ambas as harmonias no canto superior direito). E numa proporção bem inferior, harmonias com cores mais fracas (como o branco/turquesa/vermelho/cerúlio, no centro à esquerda; hortêncian/fúscia/cobalto/branco, logo abaixo da harmonia anterior; hortêncian/fúscia/branco, no centro esquerdo; branco/hortêncian/azul-royal/amarelo-ouro/turquesa e amarelo-ouro/branco/turquesa, todos na região central, à direita).

É nítida, então, a orientação que se faz para utilização de cores e tons mais potentes. Podemos encontrar a maior parte deles na cartela de cores feminina, nos grupos de 1 a 6 (exceto o verde-azeitona claro e escuro, números 1 e 2, o amarelo-limão, número 3), 13 a 18 e, mais especificamente nas cores 10 (vermelho), 11 (fúscia), 23 (branco) e 24 (preto). O restante das cores e tonalidades, que se encontram na cartela, não interessa a este tema.

Materiais:

Os tecidos para este tema são “inovativos e funcionais”. Ou seja, estão de acordo com os novos padrões de “conforto e bem-estar”, ao mesmo tempo que respondem às

"exigências estéticas". "O foco", conforme o que nos conta o tema, "está nos sintéticos", pois são tecidos que "são usados de acordo com suas funções e propriedades, ajudando a fornecer um agradável e desejável manuseio, para o cuidado do desgaste e conforto da roupa". Este tipo de material também oferece efeitos em sua superfície, através de "reflexos metálicos" ou "brilhantes". É o caso do "*sparkling nylon*" (*nylon* cintilante), mencionado neste tema para ser usado em "efeitos futuristas" e, também, o "*space dying effects*" (efeitos de alteração de cores no tecido conforme a posição da pessoa), constituindo-se como um "importante elemento para o *design*". Esses materiais, ainda, "fornecem um *look* atrativo", quando "contrastados com superfícies móveis, relevos e impressões", como as superfícies plastificadas ou emborrachadas.

Mas o tema também considera relevante a ascensão das fibras naturais, as quais adquirem "maior importância e se tornam mais moda através de efeitos nas superfícies dos tecidos e quando são frequentemente misturadas com sintéticos".

Quanto às padronagens e estampas destes tecidos, não há qualquer sugestão encontrada neste tema. Há somente referências sobre cores - *gritantes* - as quais já exploramos no elemento anterior. No entanto, podemos visualizar alguma coisa nesse sentido no "painel de tendências" do tema. Lá, encontramos o estilo futurista, oferecido pelo padrão do macacão colante de uma modelo que está no centro do painel e no par de listras coloridas dos vestidos de outras duas, localizadas na parte central direita. Junto a elas, uma outra possibilidade de estamparia já, em uma outra direção, mais romântica: borboletas.

Estilo:

O tema "Linguagem do Corpo" volta-se "sobre os aspectos físicos da vida" mas, particularmente, o "*welness*" e o "*fitness*". Uma espécie de filosofia esportiva (já vista), que cultua um hábito esportivo (geralmente aeróbico) específico para cada tipo de pessoa. Este tema, no entanto, dirige-se, exclusivamente, para o segmento feminino, recaindo, portanto, sobre 'elas', o estilo proclamado. Como já vimos anteriormente (nas etapas que se referem às cores e materiais deste tema), um certo valor excêntrico é nutrido por tons *gritantes* e tecidos inovativos, (como os já mencionados, "*sparkling nylon*", o "*space dyeing*"

effects" e as várias misturas de naturais com sintéticos, no caso os fios elastanos/nylon). Assim, o estilo discutido só pode ser aplicado em roupas que tenham uma qualidade dinâmica (daí os tons vivos e gritantes), que sejam colantes, funcionais (que utilizam tecidos que proporcionam bem-estar e fácil cuidado) e que possam ser modeladas para se aderirem ao corpo e fornecer liberdade de movimentos. O resultado são peças idealizadas para a prática esportiva, ou seja, roupas para ginástica: calças, tops (mini-camisetas cavadas) e bermudas; todos colantes. Possibilidade que o fio elastano permite a este tipo de modelagem.

Este estilo pode, ainda, ser complementado por outras inovações, só que vindas agora, através de acessórios, como os tênis arrojados esteticamente e cheios de novidades (como amortecedores, novos sistemas de fechamento com velcro, etc). A força de algumas marcas americanas (como *Nike* e *Reebok*) servem como boas referências (isto tudo, porém, não foi mencionado pelo tema).

No entanto, muito embora o vestuário proposto integre algumas peças específicas, consideradas mais arrojadas esteticamente (pois delineiam e evidenciam as formas corporais), isto não significa que elas só possam ser encontradas no ambiente interno das academias de ginástica. Muito pelo contrário, o uso de tal vestuário estende-se à vida cotidiana das pessoas e, talvez, seja esse o motivo e a inspiração de alguns estilistas, em querer transportar esse mesmo espírito (o esportivo) às outras peças de roupa, como vestidos e saias. Exemplos que, aliás, podem ser vistos (juntamente com outros que representam este tema) nas imagens do "painel de tendências" deste tema.

Tema: "Entre a Água e o Céu"

Influências

Este tema da "Ciba", para o segmento feminino, estrutura suas influências em uma espécie de consciência moral mais clara e límpida. Neste tema, "... A clareza, a transparência, a honestidade e a confiança são valores básicos hoje..." – "... Da mesma maneira, os valores morais, tais como a lealdade, amizade, consciência, honestidade, responsabilidade e sinceridade não são falados apenas, mas também praticados...". Este

apelo, conforme ainda o que nos conta o discurso temário, emergiu juntamente a uma “discussão altamente fundamentalística sobre o ambiente do início dos anos 90...”, considerando o “respeito e a tolerância” próximos aos “problemas ambientais”. Tudo isso como “uma reação aos inescrupulosos anos 80”.

Sem dúvida, há uma preocupação no tema em trazer à tona alguns valores morais, imprescindíveis ao bom relacionamento do ser humano e, sobretudo, deste com o meio ambiente que o acolhe. As qualidades humanas, citadas pela empresa, parecem ser sublinhadas de forma que possam ser, realmente, entendidas para serem assimiladas, reacreditadas e incorporadas na prática do dia a dia das pessoas. Talvez, numa tentativa de se reforçar a reação contra o espírito egocêntrico que guiou grande parte das relações humanas da mencionada década de 80. Isso faz com que olhemos à nossa volta e percebamos o que vem se passando com os demais e tudo aquilo que nos rodeia. O tema, dessa forma, vai demonstrando – ao mesmo tempo –, uma tendência que se observa altruísta em sua essência e, consideravelmente, utópica. No entanto, ao final da década de 90, já acompanhamos algumas dessas transformações no ambiente empresarial, junto aos seus setores de recursos humanos, os quais vêm aplicando métodos que desenvolvam o Q.E. (quociente emocional) de seus funcionários. Novas estratégias, como o “ócio criativo”¹⁶¹ e o bom relacionamento entre os companheiros de trabalho e a harmonia do ‘eu’ (vida pessoal) com o mundo exterior, passam a ser vistos como a verdadeira matéria-prima da cadeia produtiva, pois, acredita-se que é o que gera maior qualidade a ela.

Desta nova postura social, então, parte uma orientação estética de roupas que sejam mais “simples e singelas”, que comprovam um “ar refinado e sofisticado”, que “envolvam um alto padrão técnico” e que apelem mais a uma imagem (um *look*) mais natural, em detrimento do “luxo, brilho e glamour”. Tal orientação, segundo o tema, baseia-se na “busca pela segurança e proteção”. Um jargão que define toda a insatisfação sentida por um mundo que é, ainda, constantemente ultrajado pela ambição e intransigência humanas.

¹⁶¹ O “ócio criativo”, desenvolvido pelo professor italiano de Sociologia do Trabalho da Universidade de Roma e consultor de empresas Domenico de Masi, prega que o tempo livre é a principal ferramenta das boas idéias. Para ele, numa era que ninguém tem tempo para nada, “a criatividade é o maior capital dos países ricos... As nações que geram mais patentes industriais e mais direitos autorais estão à frente da sociedade pós-industrial”, Mendes, Maria Luísa, “Por Mais Horas de Folga” in, *Exame*, São Paulo, Abril, edição 684, março, 1999, p.62.

Traça-se, assim, uma boa metáfora ao desejo do tema (o resgate de uma consciência social) através de uma orientação estética que privilegia aquilo que é verdadeiramente útil, simples e valioso. “Entre a Água e o Céu” representa as qualidades daquilo que é etéreo e translúcido, como a grandiosidade, a perfeição e a simplicidade que apreciamos na natureza (e que são exemplificadas em algumas das imagens do “painel de tendências” deste tema).

Um tema que propõe, de forma rigorosa, porém, sensível, como as mulheres devem trazer para sua aparência (representadas, também, nas modelos do “painel de tendências”) uma realidade que se discute mais digna.

Cores:

Muito efeito de luz e sombra é o que se verifica neste tema: “graduações monocromáticas de tons-sobre-tons e tons neutros e suaves assombreados”, sendo o azul (suas gamas/tonalidades) a cor predominante para todas essas indicações: “cores frescas da água que aparecem nas intensas harmonias de um camafeu...”.

São relevantes, então, as várias nuances (tonalidades) de azul (cerúlio, cobalto, hortência, azul-celeste, azul-royal...), as quais vemos serem combinadas, no “painel de tendências”, não só entre elas (cobalto/azul royal/hortência, no centro e extremidade esquerda, azul-cobalto e hortência, no centro inferior, marinho/cerúlio/turquesa, no canto inferior esquerdo), mas também com lilás (lilás com branco e azul royal, na extremidade central, à direita ou lilás com turquesa, no centro inferior), verde (cobalto, turquesa e verde-folha, no canto inferior direito), areia (areia com cinza e hortência, no canto superior direito) e preto (azul-cerúlio/turquesa/preto, no centro inferior esquerdo; cobalto/preto, logo abaixo à direita da harmonia anterior) e, ainda, uma combinação particular de preto com lilás e branco (no canto superior à esquerda). Todas essas cores, tonalidades e harmonias se destacam e se combinam com a cor que predomina ao fundo do “painel de tendência”: o azul-marinho.

Na cartela de cores feminina, identificamos algumas das cores e tonalidades sugeridas (pelo discurso temário, “painel de tendências” e por nós comentadas) acima, nos grupos de 13 a 18 e 19 a 24 (exceto o número 22, a cor grafite) e, ainda, a cor número 4, o verde-folha do grupo de 1 a 6. O restante das cores da cartela foi descartado por este tema.

Materiais:

Este tema também privilegia "materiais inovativos", no entanto, a forma de descrevê-los é muito mais poética que objetiva, direcionando-nos a poucas informações exatas sobre os tecidos a serem utilizados e nenhuma sobre padrões e estampas. Assim, segundo o tema, a já mencionada inovação dos materiais é apresentada como "a inesperada graciosidade (luminosidade, alegria) da existência" e pela "clareza (limpidez) e transparência do vidro e do ar e da refrescância da água". Os efeitos almejados são "sutis" e "brilhantes", como o reflexo da "luz na superfície da água" ou os "efeitos vívidos e móveis das ondas e dos rios", que ganham "uma qualidade dinâmica". Mas, o mesmo "brilho refinado e iridescente" pode, ainda, ser trazido "pelas conchas e escamas dos peixes".

As "transparências" (tecidos transparentes) são mencionadas através dos efeitos das "finas bolhas das espumas da água" e das "finas cambraias de algodão". Elas (as cambraias), segundo o tema, são "freqüentemente encontradas nas misturas com sintéticos, leves e transparentes, como um pergaminho", pois têm "um toque seco e crespo".

Outra sugestão apresentada dirige-se aos "fios cintilantes e tremeluzentes da viscose e poliamida", criando efeitos "tais como um céu infinito e estrelado ou como os lagos que se resplandecem no sol".

Nas imagens que temos deste tema, podemos visualizar (no seu respectivo "painel de tendências"), apenas três modelos com roupas que apresentam possíveis efeitos brilhantes (a espécie de casaco de uma modelo de cabelos curtos, que está na parte central superior, o vestido com decote aprofundado nas costas, na que está logo abaixo, à direita e o *blazer* (casaco curto) da modelo que está de costas, na mesma direção, também abaixo, da anterior).

Quanto às transparências, embora mencionadas no tema, não foram beneficiadas com ilustrações no "painel de tendências" deste tema, sendo só o que temos para um entendimento maior sobre que tecidos e estampas utilizar.

Estilo:

O estilo sugerido por este tema nasce, na verdade, da discussão (temária) sobre segurança e proteção. Assim, são propostas "roupas simples e singelas", as quais, no entanto, devem manter "um ar refinado e sofisticado". Complementando, o tema ainda ressalta que um "*look* mais natural", somado "a boa compatibilidade do material" e "um toque macio", "apelam mais do que luxo, brilho e glamour". O cuidado para a formulação desse estilo deve estar na adequação e escolha - apurada - dos tecidos e formas: "qualidade real e não efeitos imprudentes, é o critério de seleção".

É dessa forma, portanto, que a criação deve guiar-se: uma aparência *clean*, minimalista, (sem acessórios excêntricos ou ousados) que respeite a *qualidade* dos novos tecidos (sugestão do tema) e que saiba aplicá-los prudentemente nas formas. Novamente, então, recorreremos às proposições de materiais deste tema, para entendermos o que isto significa.

O discurso temário menciona as "finas cambraias de algodão" que são "freqüentemente, encontradas nas misturas com sintéticos, leves e transparentes, como um pergaminho", pois "apresentam um toque seco e crespo". São também mencionados os "fios cintilantes e tremeluzentes da viscose e poliamida", matérias-primas que derivam, na maioria das vezes, tecidos fluidos, escorregadios e transparentes ou levemente encorpados. Partindo, então, da orientação e interpretação destes materiais, as formas, certamente, ganham uma modelagem mais aconchegante, pois deslocam-se sobre o corpo com facilidade e conforto. Como a aparência, ainda, deve ser *clean*, além da ausência de acessórios, as formas devem ser cuidadosamente ajustadas (recorrendo, no máximo, à utilização de pences e pouquíssimos recortes, devido à fluidez pretendida pelos materiais e estilo propostos).

Esta silhueta (ajustada) é exemplificada nas imagens que temos deste tema, no entanto, elas apenas oferecem uma compreensão genérica daquilo que, realmente, pode ser construído enquanto roupa, a partir do que foi sugerido nos materiais .

CIBA/Segmento masculino

Tema: “Salão”

Influências:

Este tema, ao que parece, quer 'acertar as contas' com o culto ao racionalismo e à luxúria de nossa história moderna (...): “O nosso século é distinguido por um certo grau de razão e um definitivo gosto pelas coisas mundanas...”. No entanto, “...um pouco antes da virada do milênio, o tema de moda para o *menswear* (segmento que trabalha com roupas para homem) é, ainda, aquele que agrega os nossos códigos mais sensíveis e misteriosos”. É, nesse sentido, então, que o tema propõe a “substituição de alguns valores pelo conservadorismo e o tradicionalismo, os quais nos trazem a promessa de segurança e orientação, necessários para um ambiente incerto e turbulento” (dos tempos atuais).

Sem dúvida, o homem de hoje, através de *quebras de muros e discursos desatomizados*, tenta exorcizar a herança de atitudes humanas, consideradas irracionais e materialistas. Atitudes herdadas pela ambição desenfreada pelo conhecimento, lucro e vaidade, combatidos neste tema - através de “códigos mais sensíveis e misteriosos” e, sobretudo, através dos já citados “tradicionalismo” e “conservadorismo”. Na moda, porém, isso traduz-se no “renascimento da eterna elegância - um retorno daquela elegância formal...”, “...dos anos 30 e 40 e uma individual e pessoal interpretação de um estilo que se volta para o início do século, quando as pessoas se reuniam para conversar nos elitistas circuitos literários ou salões exclusivos...”.

Entendemos, assim, que a proposta do tema se complementa, ainda, através da formidável herança cavalheiresca (oriunda de um ambiente polido e elegante e muito bem representada pelas imagens centrais do “painel de tendências”), porém, já livre de seus vícios mundanos. Estes, porém, que se perpetuam até nossos dias e são os responsáveis pela louca rotina de nossas vidas, devem ser abafados (pelo menos na moda) para fazer valer os “nossos códigos mais sensíveis e misteriosos” (no entanto, tais “códigos”, só podem ser encontrados em sentimentos nobres, como amor e respeito, os quais, hoje em dia, são ridicularizados pela moderna personalidade humana).

Mas, como a moda tem o poder de relevar e revelar, o homem moderno tem a oportunidade de atuar (como um ator) neste cenário, ou melhor, neste “salão”, de maneira formal, educada e bem marcada, simplesmente, pelo uso de um terno (“Na moda, isto - a segurança e orientação -, se reflete no renascimento da “eterna elegância”, um retorno daquela elegância formal, sendo que o terno tem o papel principal...”) ou através de uma “individual e pessoal interpretação de um estilo que se volta para o início do século...”. Aquele dos “salões exclusivos”, onde perfilavam *dandys* e aristocratas. Assim, ele pode vestir uma imagem sem, necessariamente, ser fiel a ela, assegurando sua pseudo-individualidade, através daquilo que a indústria da moda pode oferecer (como atuais e inovativos materiais...) ou, simplesmente, imitando a referência de um determinado estilo.

Cores:

Segundo o discurso temário, as cores caracterizam-se pela sobriedade, pelos tons escurecidos e lisos (“sombras planas”) e pelas “discretas misturas de tom-sobre-tom”. No entanto, para visualizá-las e entendermos de quais cores e tonalidades se tratam e, também, as várias combinações que podem ser feitas a partir delas, devemos recorrer ao “painel de tendências” do tema.

Este nos mostra o cinza chumbo como a cor que serve de base (cor de fundo do “painel de tendências”) para todas as harmonias, como as gamas de caqui-militar e caqui-militar claro contrastadas com grafite, verde-garrafa, verde-musgo e branco (cores encontradas no canto inferior direito).

Outras combinações partem de tons escuros e acinzentados em que grafite e chumbo ora combinam-se com uma espécie de carmim mais claro (que não consta em nenhuma das tabelas de cores oferecidas pela empresa), branco e o areia (harmonias localizadas no canto e no centro superior direito), ora com tons azulados em suas várias gamas: hortências escuro, azul-cobalto e petróleo claro (canto e centro inferior esquerdo). Mas há também o azul petróleo que combina tanto com o alfazema, como com um azul petróleo mais clarinho (centro esquerdo, sendo que o tom dessa última amostra, não consta nas tabelas). Mais harmonias são encontradas, agora, entre cores mornas (na verdade, terrosas e pastéis), como marrom, carmim claro e a cor castor (canto superior esquerdo).

Junto à cartela masculina, identificamos somente algumas das cores e tonalidades acima comentadas: os números, 2 (cinza-chumbo), 3 (grafite), 4 (areia), 6 (caqui-militar), 20 (caqui-militar claro), 21 (verde-musgo), 7 (alfazema), 1 (branco), 10 (hortência escuro), 12 (azul-cobalto), 8 e 9, (azul-petróleo claro e azul-petróleo), 15 (marrom) e 16 (castor).

Materiais:

Neste tema, os materiais sugeridos privilegiam a qualidade das superfícies dos tecidos, quase todos irregulares, e a nobreza desses materiais, já retrabalhados pelas inovações tecnológicas. Assim, o tema coloca em evidência tecidos como a "lã", que vem misturada "com a seda, o linho e a viscose", os quais são "freqüentemente os mais encontrados", e as "sedas" que são, também, "bem populares - principalmente o *shantung* ou o *bourette*". Estes últimos, ainda (segundo o tema), podem vir com "misturas com duas ou três fibras diferentes" (possivelmente, sintéticas, mas de densidades diferentes). Quanto a esses, no entanto, a principal característica recai sobre a irregularidade de suas superfícies, pois ambos utilizam fios (de seda) retorcidos. É nessa mesma direção, portanto, que outras sugestões temáticas são apresentadas: "cuidadosos drapeados, tecidos macios em crepes, granulados frescos", "*grannités*" e "*bouclés*".

Sobre as padronagens, o tema propõe "materiais com características diagonais, tais como sarja e gabardine" ou "desenhos minis ou micros predominando". As imagens do tema demonstram, através de amostras de tecidos, algumas possíveis padronagens. São construções têxteis que apresentam linhas diagonais, xadrezes ou efeitos mesclados e ásperos, características dos *granités*, crepes, *bouclés* e granulados. Por outro lado, não podemos partir para um mesmo entendimento dos detalhes dos materiais nas roupas das figuras masculinas que estão no centro do "painel de tendências", pois são imperceptíveis.

Estilo:

O tema "Salão" propõe um retorno à elegância "formal" dos "anos 30 e 40 e uma individual e pessoal interpretação de um estilo que se volta para o início do século". O destaque principal, porém, fica por conta do uso do terno, "o qual é ainda aceito pela

maioria dos homens como a roupa de todos os dias". Verdade ou não, o fato é que este tema transporta e sugere ao homem moderno o mesmo estilo sofisticado e apurado que vestia aqueles de várias décadas passadas. O elemento diferenciador, no entanto, reside na "individual e pessoal interpretação" (vinda do "início do século" e, possivelmente, através de alguns acessórios, como lenços, abotoaduras, etc., ou tipos de padronagens e estampas de gravatas) e, sobretudo, no "conforto, bem-estar e praticidade" que podem ser encontrados em atuais e inovativos materiais (já vistos como sendo todos encorpados, mas portadores de uma certa flexibilidade devido às misturas de fios). Esse último fator, ainda, promove, seguramente, um novo caimento a este tipo (específico) de roupa, o que confere uma forma mais 'assentada' e maleável e, portanto, mais confortável (o que vem a incentivar o uso mais corrente dos ternos).

Nas imagens do tema, visualizamos algumas possíveis variações de ternos, expressas, sobretudo em suas lapelas (principal detalhe diferenciador de estilos entre as décadas) e estruturas dos tecidos.

Tema: "Rua"

Influências:

Um tema polêmico servindo de influência para a orientação estética da "Ciba" ao segmento masculino: "O *street fashion* (moda de rua) é uma mudança radical de direção. Originado das atitudes de protesto e recusa, onde se desenvolve um importante estilo que incorpora o desejo pela identificação e liderança."

O tema parte, ao que parece, de um sentimento inconformista que se revela como o inspirador de um perfil desbravador. Ou seja, um espírito que reafirma sua própria personalidade ("desejo pela identificação") e que, através de ações mutantes (comportamentos que surgem na sociedade de forma inusitada: "originado das atitudes de protesto e recusa"), destaca-se como o precursor de alguma coisa e, portanto, líder ou 'cabeça' dessas ações ("desejo pela...liderança").

Porém, é difícil imaginar que esta postura radical, esse 'sentimento inconformista' diante, possivelmente, de uma realidade social, possam ser concebidos a partir de novas

tendências esportivas... “...As influências vêm do setor do esporte e das jovens tendências esportivas, tais como futebol de rua, futebol de praia, o *skate-in-line*, *mountain bike*, *snowboarding*...” Esportes, inclusive, não tão radicais assim para nossa cultura, mas certamente reveladores de uma certa arrogância para os padrões sociais de uma cultura mais fechada e austera como, talvez, a européia (local onde este tema foi idealizado). Mas o tema, ainda, vai mais além. Ele também integra a esse rol de alfinetadas ao sistema, “elementos da subcultura, da *pop music*, da *ethnic music* e *folk music*, produzindo, muitas vezes um mix colorido, gritante e grotesco...”.

Trata-se, então, de um reforço marginal a todo este processo de rebeldia, que se situa latente no sentimento de uma “contra-cultura” e que se expressa, na maioria das vezes, em movimentos artísticos. Todas essas manifestações, não só esportivas como culturais, reeditam a formidável linguagem juvenil de contestação. Porém, esse novo jovem que protesta, não mais conduz um grito coletivo, mas individual, identificado através da prática dos esportes citados (quase todos individuais) e no gosto por determinados estilos (os quais vemos exemplificados nas imagens centrais do “painel de tendências” deste tema), sejam eles musicais ou não. Um grito que denuncia a pressão sofrida pela competição humana, exacerbada por uma sociedade moderna, mutante e sempre programada ao obsoletismo. É neste meio que este novo jovem contextualiza-se.

Dessa forma, (justifica o tema) “...a mensagem: “eu sou jovem, diferente e individualista”, torna-se o jargão mais importante deste tema”. Todo este sentimento de angústia e provocação aos ditames sociais pode ser contemplado, então, não só através das atitudes dos jovens, mas, principalmente, através de sua própria imagem pessoal. Uma imagem que acusa um vestuário específico, cheio de excêntricas e gritantes combinações cromáticas e cuja preferência está no abuso de materiais sintéticos, como os emborrachados e plastificados (vide, como exemplo, as imagens centrais do “painel de tendências” deste tema). Quanto maior for a desarmonia na composição estética, muito melhor. Muito melhor abusar dos vermelhos e dos verdes, dos pinks e dos pretos, da amplidão ou do extremo ajuste das peças ao corpo. Das estampas das camisetas grotescas e agressivas que podem personificar um extra-terrestre pouco simpático ou palavras de ordem... Misturar tudo isso também é válido, pois o resultado é a ‘marca da personalidade’, a característica pessoal.

Mas, um outro aspecto, também não menos importante neste ambiente de influências, é o fato de o tema mencionar que “as tendências de moda não são mais ditadas como antes - de cima -, mas, ao contrário, a inspiração procede de estilistas conceituados como Jean Paul Gaultier e, ainda, o mais recente, o belga Walter Van Beirendock, como o protagonista mais proeminente.”. Isso significa que o perfil destes dois estilistas (os quais detêm um estilo particularmente “transgressor” aos padrões estéticos europeus) se funde ao ideal contestador desses novos jovens e que suas lições de estética interagem tal e qual às manifestações de uma possível subcultura. Possível, porque, apesar de carregar em sua essência estilística os traços de uma rebelião social (própria da subcultura), se insere ao sistema fechado e elitista da criação francesa do “prêt-à-porter”, comprometendo, assim, a verdade de seus trabalhos.

Cores:

O discurso temário nos orienta que estes grupos de cores e tons caracterizam-se, principalmente, pelas “sombas”. Ou seja, cores escuras. Elas também pertencem na sua grande maioria a grupos “individuais”, utilizando-se limitadamente dos efeitos de tom-sobre-tom.

Vemos, portanto, a partir do “painel de tendências”, uma espécie de cinza-arezzo mais escuro, servindo de fundo para todas as harmonias: cores fortes e escuras sendo também contrastadas com cores fortes e escuras, como o grupo do azul-marinho com verde-bandeira e mostarda escuras (localizadas nas amostras da parte central direita, sendo que esta última cor não consta em nenhuma das tabelas), ou, ainda, verde-bandeira com ameixa, (também escuras e logo acima da harmonia anterior). O vermelho aparece com o ameixa e o castor (canto inferior direito). Gradualmente, então, as cores claras vão aparecendo, iluminando combinações mais intensas: vermelho, carmim e preto (na parte central inferior, à direita), azul-marinho, areia e verde-bandeira (centro inferior), laranja queimado, branco e preto (parte inferior, à esquerda).

Aos poucos, os tons suaves vão ganhando mais espaço e as combinações partem das cores claras para as escuras: amarelo-cádmio, alfazema e cinza chumbo (extremidade inferior esquerda), hortência escuro, carmim e ameixa (logo acima da harmonia anterior), o

areia com o caqui-militar claro e o caqui-militar escuro (harmonia da parte superior esquerda). Estes últimos, numa leve aparição de tom-sobre-tom, o qual insiste, também, no grupo de um marrom intenso e escuro que vem com cinza chumbo e branco (na parte superior direita). Aliás, o branco puro surge com uma importância singular sobre alguns grupos de cores, fazendo com que eles se destaquem dos demais, devido à discrição e beleza de suas combinações. Assim, é com os grupos, já citados, de branco, mostarda e preto (na parte inferior esquerda), o branco, cinza chumbo e marrom escuro (na parte superior direita) e o simples par de branco e mostarda escuro (na parte superior esquerda) .

Algumas das cores e tonalidades encontradas no painel de tendências (e aqui comentadas) encontram-se na cartela de cores masculina entre o grupo de 1 a 6 (com exceção do caqui, número 5 e do grafite, número 3) e, mais especificamente, os números 23 (que corresponde ao verde-bandeira), 11 (ameixa), 12 (azul-marinho), 13 (carmim), 15 (marrom), 16 (castor), 17 (laranja queimado), 18 (vermelho queimado), 19 (amarelo cádmio), 20 (caqui-militar claro), 7 (alfazema) e o 10 (hortência escuro).

Materiais:

Para este tema, a orientação é que se utilize materiais que possam comandar uma aparência futurista. Assim, são sugeridas estruturas totalmente sintéticas, como "neoprene, borracha, plástico e vinil". Para complementar, surgem os "efeitos de metais opacos, sugerindo ferro e aço enferrujados". A proposta é que o "brilho" seja encontrado em "efeitos iridescente e tremeluzente" e não mais sobre estruturas que sugerem "prata" e "alumínio".

Outra opção, também mencionada no tema, é mistura de materiais "altamente técnico" com o "altamente natural", "sendo que o foco está nos contrastes entre superfícies de estruturas macias, emborrachadas e superfícies ásperas "com aspecto de palha", o "vinil com o linho, estruturas salientes (com relevo) com tecidos calandrados e de pouco brilho".

O tema, infelizmente, não menciona qualquer informação sobre estampas ou seus possíveis padrões, mas, na imagem que temos deste tema, podemos encontrar alguma coisa nesse sentido. Algumas estampas de camisetas são oferecidas nos modelos que estão no centro e no canto inferior esquerdo do "painel de tendências". Muito embora não possamos

identificar muito bem as figuras, entendemos que todas elas remetem a um universo futurista. Também acompanhando essa característica, está o tecido vermelho - muito brilhante - (e, certamente sintético) do terno, no canto direito inferior.

Estilo:

Este tema, conforme o que nos diz o seu discurso, abre espaço para os "*ciber looks*", deixando para trás os "*looks* pesados", "os estilo étnicos" e o *workwear* de ontem", (estilos já derivados do *Street Fashion*, ou seja, "moda de rua" e de "tudo" - no que se refere aos aspectos de vestuário - que dela pode ser retirado: esportes, movimentos sociais, música). Também prescreve que "um *look* técnico e futurista - quase exagerado - prevalecerá no futuro".

Na verdade, o *ciber look* vem se impondo como uma importante referência estética (e por isso se encaixa neste tema), por estar amparando em suas peças de vestuário, não só de tecidos mais naturais, mas também, de materiais que evocam o estilo futurista, como os já citados pelo tema (e discutidos no elemento anterior), neoprene, borracha, plástico e vinil (e que irão servir, "no futuro", ao "*look* técnico e futurista - quase exagerado").

Talvez, o que o tema esteja alertando, é que, em estações posteriores, o visual será 100% construído pelos materiais considerados "futuristas". Um guarda-roupa que - genericamente -, mistura calças e bermudas, com uma modelagem normal (nem justa, nem muito ampla) ou levemente ajustada, (o que implica o uso de pences ou muitos recortes e pouquíssimo uso de pregas, pois essas não combinam com esse estilo), mas nunca colante. Isto devido à estrutura dos tecidos usados para a composição desse estilo: todos encorpados, pois muito embora encontremos, entre esses, tecidos que também se adaptam a uma modelagem mais colante, como os emborrachados e o neoprene, a sugestão do tema se dirige só para acabamentos ou peças soltas, como casacos (que também devem seguir a mesma linha das peças anteriores, com apenas alguns detalhes). O que faz parte deste estilo, também, são as camisetas e camisetões, (que encontramos facilmente em *cotton* - algodão -, ou *cotton* e sintético, atendendo às modelagens normal e mais ampla, ou 100% *nylon* para uma modelagem colante ao corpo, neste caso somente). As camisas, por outro

lado, parecem ter pouca presença, e quando aparecem, atendem a uma modelagem normal ou um pouco mais ampla.

O que deve ser ressaltado, no entanto, é o que tema diz sobre "combinações e interpretações altamente originais e imaginativas", pois são, "também, componentes muito importantes deste tema". Ou seja, combinações inusitadas, como as que encontramos nas imagens centrais do "painel de tendências" deste tema. Lá, visualizamos, através dos dois modelos centrais, algumas possibilidades de uso de camisetas colantes (com estampas chocantes) com calças em uma modelagem um pouco mais ajustada, confeccionadas em material "futurista", possivelmente plástico ou vinil. Temos, também, na parte inferior esquerda, um terno construído com o mesmo tipo de material "futurista". Já na parte central superior, o garoto do *skate*, apela para um visual mais solto: calça e camiseta amplos.

Tema: "Cena"

Influências:

O tema "Cena", também da "Ciba", é orientado exclusivamente para o segmento masculino.

Caracterizam-se, como influências, o *glamour* e a ostentação estética masculina, provenientes de uma atitude pessoal mais narcisista e totalmente egocêntrica.

Segundo o discurso temário, uma pesquisa revela que alguns homens se julgam "fashion conscientes" ou "aspiram por reconhecimento". Estes dois grupos foram descritos como "esperançosos por moda", "ambos igualmente dispostos a investir dinheiro em sua aparência, aceitando as inevitáveis mudanças da moda". Isto demonstra que, entre os homens, também existe uma considerável predisposição pessoal em ter uma imagem que garanta a mesma 'modernidade' que a moda oferece. Mas, segundo o tema, esse posicionamento não é suficiente para satisfazer este vaidoso homem. É preciso, também, que ele esteja à frente do tempo da moda, dos lançamentos sazonais... Assim, ele mesmo prefere lançar a moda e ser, como diz o discurso temário, um "trailblazer". Isto é, um visionário. Aquele que sente que pode criar seu próprio estilo e fazer com que seja copiado por outros. Porém, a extraordinária característica deste homem, está na sua vontade em

“investir dinheiro em sua aparência”. Para ele, sem dúvida, tudo o que brilha é ouro, seda e mais aquilo que possa refletir o *glamour* e a qualidade almejadas. A intenção é que tais materiais derivem uma “roupa luxuosa em forma de um autêntico *dandy*”¹⁶².

Tal ostentação na aparência, através de materiais “caros” (tecidos luxuosos) e “preciosos” pode, ainda, revelar a “egocêntrica atitude de nossa sociedade”, pois uma imagem impecável (no que diz respeito à maneira de vestir) além de imprimir veracidade ao estereótipo do cidadão de sucesso, reforça o fosso existente entre “alguns” e “outros”. Contudo, o ‘marketing pessoal’ (a auto-promoção), descrito aqui através do vestuário, parece não garantir a mesma nobreza nas relações pessoais...

O tema nos diz que, “...quase ninguém quer ser privado do prazer de estar bem vestido”. Esta afirmação, porém, é colocada no discurso temático como o *slogan* de uma tendência que pode ser observada junto às campanhas publicitárias de alguns produtos (também mencionados no tema), como “o perfume da Maison Chanel ‘Egoïste’”, o “*bestseller* ‘A arte de ser um egoísta’” ou, ainda, “a música do grupo The Princes ‘Você tem que ser um suíno neste mundo’”. Uma prova que um individualismo exacerbado, na maneira de ser e agir, vem interagindo, de forma repulsiva, sobre as relações humanas mais profundas (como respeito, solidariedade e afeto).

Mas, o que vale a pena ressaltar neste tema, é que um perfil masculino, assumidamente fútil, é colocado como um detonador de tendências, pois é a partir deste padrão de homem que a criação de moda deverá se inspirar (“...Como sismógrafos, eles registram os sinais que estão presentes no mercado da moda e os convertem, sempre atentos em estar entre os primeiros, principais e únicos”). Dessa forma, a única preocupação percebida para os profissionais da área (estilistas) que se inspiram neste tema, é a cuidadosa adequação deste ‘perfil-padrão’ de homem a um público-alvo, cujas características pessoais (no caso estilo de vida, personalidade, etc), também sejam consoantes, de forma que sejam ousados o suficiente para serem, mesmo em um segundo nível, mestres e não discípulos.

Tais características podem então ser traduzidas na moda, através dos exemplos dos modelos vistos no “painel de tendências” deste tema. Lá encontramos, portanto, alguns *looks* cultivados por gostos mais excêntricos e particulares (pois a essência é a criação

¹⁶²Um homem excessiva e ostensivamente refinado na maneira de vestir.

individual e a ousadia), numa tentativa de desafiar - elegantemente - padrões estéticos (e morais) considerados mais tradicionais e conservadores.

Cores:

Este tema utiliza-se de cores e tonalidades que refletem discrição, mas também refinamento e delicadeza, seja através de combinações cuidadosas ou, então, através do aclamado “tom-sobre-tom”. Nesse sentido, o discurso temário ainda coloca que as monocromias devem ser dosadas com “poucas notas de ênfase”, o que acaba por restringir uma utilização maior de cores fortes. Essas últimas, no entanto, podem ser vistas no painel de tendências em combinações de ameixa e verde-azeitona (nas amostras que se encontram no canto superior direito), ameixa e azul-cobalto (no canto superior esquerdo), vermelho queimado e carmim ou, ainda, vermelho e cinza chumbo (na parte central, à direita).

O restante do painel assegura uma boa quantidade de tons azulados, trabalhados em gamas (tom-sobre-tom): azul-petróleo sob hortências escuro (no centro esquerdo), azul-petróleo com lilás (canto esquerdo inferior, sendo que esta última cor aparece apenas na cartela de cores feminina), cinza chumbo entre azul-petróleo claro e alfazema (centro inferior). Outras combinações partem do grafite com carmim claro (que não consta em nenhuma das tabelas de cores) e das cores pastéis, carmim claro, branco e amarelo-cádmio (ambas as harmonias localizadas na extremidade inferior direita). Todas as harmonias, ainda, se apresentam sobre o azul hortências escuro, tom que predomina no fundo do painel de tendências.

A cartela masculina exemplifica somente algumas das cores e tonalidades comentadas acima (provenientes do discurso temário e do painel de tendências) e que correspondem aos seguintes números: 11 (ameixa), 24 (verde-azeitona escuro), 12 (azul-cobalto), 18 (vermelho queimado), 13 (carmim), 2 (cinza chumbo), 8 e 9 (azul-petróleo claro e azul-petróleo), 10 (hortências escuro), 7 (alfazema), 1 (branco), 3 (grafite) e 19 (amarelo-cádmio).

Da cartela feminina, o tema retira a cor número 20 (lilás) e traz para o seu “painel de tendências”.

Materiais:

Os materiais propostos para este tema são "preciosos, caros e agradáveis". Os tecidos são luxuosos e devem portar a mesma elegância, tanto do lado externo, quanto interno da roupa: "a mania pela informalidade é seguida por uma nova elegância: o conforto e a delicadeza estão sendo construídos internamente nas roupas". É nesse sentido, então, que o tema informa que os materiais estão "muito delicados, macios, mais leves e molengos": "lãs finíssimas, sedas elegantes, confortáveis misturas de lã com algodão ou viscose, linhos frios e muito macios ou algodões delicados". São propostas que destinam-se à construção de uma roupa altamente luxuosa e mais confortável, devido não só à preciosidade e inovação dos materiais descritos, mas subentendendo, obviamente, a mesma primazia para as técnicas de acabamento.

A outra atração que o tema traz são os "tecidos para camisas, que são feitos para assemelharem-se aos tecidos das camisas que acompanham ternos, de forma a combinar com os *looks* dos ternos feitos de espinha-de-peixe, *tweed* e *chevron*, todos muito leves". Ou seja, uma variação maior de tecidos destinados à confecção específica de camisas que acompanham ternos, também confeccionados com tecidos específicos (no caso, espinha-de-peixe, *tweed* e *chevron*). Infelizmente, o tema não informa quais são os tecidos possíveis para a construção de tais camisas.

Quanto às peculiaridades têxteis, no que diz respeito à padronagem ou estampa, somente os primeiros podem ser encontrados, quando visualizados nas imagens que representam o tema (na figura dos modelos que usam *blazers*, colete e calça com padrões xadrez e listrado) e na repetição das amostras de tecidos que encontramos em seu "painel de tendências".

Estilo:

Este tema combina "elegância formal e um *look* casual, das horas de lazer...". No entanto, para ambos os estilos, o tema propõe composições luxuosas e bastante refinadas, "em forma de um excêntrico *"dandy"*, com um *look* de muito brilho e *glamour*". Uma tendência que "no futuro" (conforme o discurso temário) alcançará ainda mais um "estilo

altamente sofisticado, luxuoso e pretensioso", cujo "despojamento", virá em forma de materiais preciosos.

É interessante lembrar que as referências para a construção deste estilo surgem - além de alguns sintomas sociais apontadas pelo tema - entre o próprio segmento masculino. No entanto, apenas uma parcela inventiva (chamado pelo tema de "*trailblazers*"), que experimenta combinações ousadas entre os vários símbolos de *status* que existem no vestuário. Códigos de luxo, que reverenciam a criatividade dos vanguardistas. Assim, peneiram-se ternos luxuosos, feitos com um corte diferente (mais ousados, com as lapelas curtíssimas, por exemplo), *blazers* confeccionados com materiais e padronagens inusitadas. Calças que alimentam um outro caimento, ao mesmo tempo que têm uma nova modelagem. Mais alegre, solta e, principalmente, possível, por causa das inúmeras misturas de fios (fios de lã com seda, fios de algodão com lã, etc). Por outro lado, um novo atrativo são as camisas, já propostas, também, com outras padronagens de tecidos, mais provocativas que formais. Enfim, são inúmeras possibilidades, que transformam o estilo sisudo de ternos e *blazers* em uma "mania pela informalidade" que, no entanto, não deixa de ser seguida "por uma nova elegância".

Algumas dessas possibilidades podem ser vistas no "painel de tendências" do tema, onde observamos as várias tipologias de ternos e *blazers*, assim como suas possíveis combinações com calças e camisas de diversos tipos.

Tema: "Sahara"

Influências:

Este último tema da Ciba, orientado também para ser exclusivo do segmento masculino, incide sobre algumas influências um tanto quanto confusas.

Primeiramente, o discurso temário alerta sobre o dualismo da moda, que se dirige para a focalização de uma influência que corresponde a dois segmentos de moda do *menswear*, sendo eles próprios geradores de tendências. Isto é, o estilo destes segmentos determinando propostas estéticas.

No caso, então, há um estilo revelado pelo segmento de uma “roupa elegante e formal” e outro, por um “*look* casual, simples e ‘à vontade’”. O tema reforça tais premissas, baseando-se na pesquisa já mencionada anteriormente em “Cena” (e que podemos ver no tema “Sahara” de forma mais abrangente), na qual se diz que um estudo mostrou que “45% dos homens preferem um estilo leve e individual” (o que corresponde ao “*look* casual, simples e ‘à vontade’”), descrito por eles mesmos como “*fashion* conscientes”, “38% estão a favor de um estilo correto e convencional e 13% aspiram por reconhecimento” (estes últimos correspondendo a uma “roupa elegante e formal”).

Assim, sem maiores explicações, o discurso prossegue convergindo unicamente às informações para o estilo “casual”, ou melhor, para o *casualwear* (“...O *casualwear* foi, no passado, influenciado enormemente por um lado, pelas tendências naturais e ecológicas e, por outro, pela funcionalidade das cores, materiais e estilo do *sportswear*”).

Ao que parece, então, o segmento de moda que reclama uma “roupa elegante e formal” e que faz parte, de certa forma, do tema “Cena”, foi abandonado, por se encaixar em outro contexto.

No que se refere à pesquisa apresentada, há apenas uma pretensão em comprovar a correspondência entre segmentos de moda apresentados e os segmentos de mercado predispostos a consumi-los.

A partir de então, temos um segundo momento na apresentação das influências do “Sahara”, que se inicia com uma demonstração maior dos elementos que formaram, especificamente, o *casualwear* “no passado” (isto é, em tendências anteriores, no entanto, o tema não diz a quais estações tais tendências se corresponderiam, o que configura em um campo de especulações tentarmos descobrir...). Este estilo, por sua vez, se apropriou da “funcionalidade das cores, materiais e estilo do *sportswear*” e, também, das “tendências naturais e ecológicas” de outrora (o tema, também, não expõe quais seriam as “cores, materiais e estilo”, nem tão pouco de onde exatamente se originariam as “tendências naturais e ecológicas”).

Mas, segundo o discurso temário, “os mais importantes parâmetros” para toda essa construção foi e continua sendo (embora em “graus diferentes”) a “...atração pela natureza de um lado e a aventura por outro”. A encarnação deste espírito é, então, representada pelo tema, através da *performance* do “homem de Marlboro”. másculo, destemido e aventureiro

("...que ora está balançando um laço, ora atravessando uma floresta, ou conquistando o deserto") e o qual ainda mantém o "modelo fascinante deste papel".

Observamos, portanto, que é este mesmo espírito que prevalece na essência deste tema e que acaba se estendendo às suas indicações sobre cores e materiais. Assim, os destacamos nesse momento, apenas para um melhor entendimento dessa idéia, pois esses elementos serão vistos separadamente em comentários posteriores: "No verão de 1997 (estação de que tratamos), esta fascinação pela natureza e masculinidade será interpretada, muito atrativamente, pelas sombras dos marrons empoeirados e mornos e pelos frescos e naturais verde-olivas...". Um "romântico safari" e as "reminiscências dos uniformes militares" também complementam, com aventura e virilidade, o discurso que se faz sobre algumas outras orientações de cores e materiais.

Ao final da apresentação deste tema, um outro dado também se destaca: a explicação de que o segmento de moda *casualwear* transformou-se em um segmento "eterno e imutável", gerado, não "apenas para jovens consumidores, mas para todos". O que significa que o despojamento no ato de se vestir vislumbra, agora, uma condição mais segura, que ampara o *status* de "imutável", estando sempre na moda. Além disso, o espírito viril que guia o *casualwear* (e, particularmente este tema) é ainda muito bem aceito pelos seus admiradores, sejam eles jovens, ou nem tanto...

Pode-se dizer, sinteticamente, então, que o tema "Sahara" reflete a personalidade viril do 'homem de Marlboro' e traduz-se na moda através da roupa simples do dia-a-dia (o *casualwear*) a qual, no entanto, deve apresentar um estilo que responda às suas características conceituais (de força, virilidade, etc.). Isto pode ser visto em alguns dos exemplos oferecidos nas imagens centrais do "painel de tendências" deste tema: camisas *jeans*, xadrez, chapéu, colete, blusões de couro, (etc.) que combinam e se mesclam ao visual rústico de desertos, cavalos, camelos e beduínos.

Cores:

Conforme o que nos diz o discurso temário, "a fascinação pela natureza e masculinidade" interpreta-se, "muito atrativamente", através das "sombras dos marrons

empoeirados e mornos e pelos frescos e naturais verde-olivas”, através das “...sombras queimadas da terra...” e, mais ainda, das “...gamas de caquis e verde-olivas...”.

Esta orientação (embora um tanto quanto limitada) pode ser ampliada se recorrermos ao "painel de tendências" deste tema, onde temos uma leque bem maior de sugestões cromáticas. Partimos, então, das já mencionadas "sombras queimadas da terra" (cores quentes) e dos "marrons empoeirados e mornos" (isto é, mais claros, desgastados), cuja cor é predominante no "painel de tendências" (pois serve de base para todas as harmonias). Compondo harmonias, no entanto, temos um marrom escuro (bem forte) que se combina com as cores quentes laranja e vermelho queimados (centro esquerdo). Já num outro grupo, encontramos, ainda, o mesmo marrom (intenso) dentro de uma harmonia com castor e hortências escuras (localizados logo acima da harmonia anterior) e, numa outra possibilidade, temos agora o castor (também da família do marrom) com azul-marinho e carmim (no canto superior direito) ou castor, laranja queimado, areia e amarelo-cádmio (no canto inferior esquerdo).

Em seguida, podemos avaliar os “frescos e naturais verde-olivas” e suas gamas. Na verdade, o que temos no painel é uma tímida harmonia com caqui-militar escuro e claro, juntamente com cinza chumbo (localizada no centro direito).

Sxistem, ainda, mais três tipos de grupos de cores:

- O das cores frias, de tonalidades azuis: como a harmonia com um azul hortências mais claro (que não consta em nenhuma das cartelas de cores), azul-cobalto e azul-petróleo (no canto superior esquerdo) ou com azul-royal (que consta somente na cartela de cores feminina), hortências claras, azul-cobalto e hortências escuras (no canto superior direito);
- O das cores totalmente claras: amarelo-cádmio, hortências claras e branco puro (no centro esquerdo);
- O grupo das cores claras com fortes: amarelo-cádmio com preto e areia, vermelho queimado com branco (centro direito inferior) ou verde-bandeira com mostarda claro e escuro (no canto inferior direito, sendo que estas duas últimas cores não constam em nenhuma das tabelas);
- E o das cores, cuja harmonia é particularmente mais forte: laranja queimado e azul-cobalto (centro inferior).

Encontramos a correspondência de algumas das cores/tonalidades citadas na cartela masculina, junto aos grupos de 19 a 24 (com exceção dos números 21, verde-musgo, 22, verde-oliva e 24, verde-azeitona), 13 a 18 (exceto 14, cinza-arezzo) e, ainda, os números 1 (branco), 2 (cinza-chumbo), 4 (areia), 6 (caqui-militar), 9 (azul-petróleo), 10 (azul-hortência escuro) e 12 (azul-cobalto).

O tema ainda empresta o azul-royal da cartela de cores feminina e o transporta para uma das amostras do "painel de tendências".

Materiais:

Tecidos naturais e mais rústicos caracterizam as propostas deste tema que apresenta uma particularidade: alguns dos materiais são sugeridos em cores específicas. Assim, quando o tema fala de "materiais firmes como sarja e lona", a proposta é que esses tecidos sejam nos tons das "sombras queimadas da terra", pois "mantém a promessa de um romântico safari" (ou seja, ao mesmo tempo que este aspecto influenciou essa sugestão, passa a servir de referência para a criação do vestuário). As "suaves gabardines e popelines" vêm em "gamas de caqui e verde-oliva" e "são as reminiscências dos uniformes militares" (da mesma forma, a influência guia a criação). Essa última proposta, ainda, acompanha combinações com outros tecidos: "linhos muito macios - frouxamente tecidos-" ou "jerseys elásticos". Como o estilo "natural" é muito ressaltado no tema, as superfícies dos tecidos ganham uma aspecto "móvel", como a "palha e esteira", ao mesmo tempo que têm uma aparência empoeirada e seca. Outros detalhes, como "pregas", "rugas" e "efeitos de encolhimento" são também "preferidos para as superfícies", pois criam uma "look ligeiramente usado, sem, no entanto, parecer surrado ou desleixado".

Tecidos inovativos e considerados "funcionais" pelo tema, tais como o "*easy care*" (fácil de cuidar) e o "*water repellency*" (impermeável) aparecem com destaque enquanto proposta, assim como os "encerados, oleosos e arenosos".

Não existe uma proposta para estampas ou possíveis padronagens, mas, novamente, nos reportamos às imagens do "painel de tendências" deste tema e encontramos padrões de listras e xadrez.

Estilo:

Este tema coloca como relevante o segmento de moda "*casualwear*", sendo, ainda, proposto para se integrar em um ambiente de "natureza e masculinidade" (do "homem de Marlboro").

No que diz respeito ao estilo, o "*casualwear*" (como o próprio nome diz) tem um "*look* casual, simples e à vontade" - despojado -, pois se utiliza, basicamente, de peças facilmente intercambiáveis, prontas para serem usadas no dia-a-dia. O discurso temário, no entanto, limita-se a discutir somente sobre os materiais e cores que podem ser trabalhados, sendo necessário revê-los para que, dessa forma, haja um entendimento sobre as formas de vestuário que podem ser construídas.

Temos, portanto, materiais encorpados. Tecidos "firmes", "como a sarja e a lona", as "gabardines e popelines", os "linhos muito macios - frouxamente tecidos" ou os maleáveis, *jerseys* elásticos. Temos, ainda, as "superfícies móveis que parecem palha ou esteira" e as quais têm um "*look* empoeirado e seco". "Pregas, rugas e efeitos de encolhimento são preferidos para as superfícies, criando um *look* ligeiramente usado, sem, no entanto, parecer surrado ou desleixado". Há tecidos funcionais, como o "*easy care* e o *water repellency*".

A partir, então, de todas essas informações, podemos, mesmo sem a experiência do discurso temário, construir o estilo do *casualwear*: calças e bermudas sarjadas ou em lona, podem combinar com coletes ou camisas do mesmo valor: cheias de bolsos e repartições internas (lembrando, sempre, que o estilo é o do "homem de Marlboro"). Para as primeiras peças, ainda, detalhes como pregas, recortes e pences acabam sendo de muita importância, pois estruturam a modelagem (isto é, dão suporte aos ajustes da roupa, ao mesmo tempo que combinam com esse estilo).

Da mesma forma, num *look* 'menos pesado', aparecem o estilo militar (em tecidos encorpados, porém um pouco mais leves, como a gabardine e a popeline) e o safari (através de tecidos mais firmes, como a sarja e a lona). No entanto, não só para esses, como para o restante dos materiais propostos, a lógica é que se siga as mesmas linhas estéticas: muitos bolsos para calças, bermudas, shorts, coletes, camisas... (e pregas, pences e recortes para os três primeiros). Como é uma moda 'básica', a modelagem, certamente, é normal, isto é,

nem muito larga, nem muito justa e isso vale, também, para as camisetas que complementam esse estilo. Rústico mas, comprovadamente, elegante. A prova disso são os modelos que vemos no "painel de tendências": sobreposições de jaquetão, camisa jeans (rústicos) e camiseta (homem no canto superior esquerdo). Calça com bolsos aparentes, combinadas com jaquetão (possivelmente de couro) e camiseta (homem no canto inferior esquerdo). Camisa sob colete, calça e chapéu, etc.

Enfim, várias possibilidades de se trabalhar o estilo proposto, com muita funcionalidade, utilidade e, também, criatividade (como, inclusive, o modelo que aparece na parte central, com uma espécie de vestimenta de beduíno).

DU PONT

Tema: “Fibroso”

Influências:

Podemos ver, na transcrição deste tema, que sua influência vem da “inesperada beleza” das “ressecadas texturas das folhas de tabaco”, das “fibras do coco” e das “superfícies irregulares com erosões”. Vemos, ainda, que tais “efeitos”, podem ser enaltecidos e “realçados pela iridescência do sol”.

Qual a sensação que temos, então, quando imaginamos a textura de uma folha (de tabaco) ressecada - com sua construção aparente -, os fios ásperos e arredios da casca do coco ou os sulcos, na terra, provocados pela erosão? Uma sutil rusticidade parece vir à tona, quando tocamos ou manuseamos tais elementos (mesmo que imaginariamente). Essa mesma sensação parece ser desejável à construção do vestuário, pois é, somente através de nossa sensibilidade, que percebemos a orientação que se faz sobre a utilização de determinados materiais, cores e formas. Aliás, sobre as cores e os materiais, supõe-se que um certo brilho recai sobre eles, pois o tema também nos conta que os “efeitos” são “realçados pela iridescência do sol”.

No entanto, é importante ressaltar que se faz necessária uma certa experiência profissional para compreender, mais seguramente, que somente alguns materiais têm o 'poder' de contribuir para um efeito mais 'rústico', que somente algumas cores se sobressaem neste 'campo' e, sobretudo, que somente algumas formas e estilos podem ser construídos. Tais aspectos, entretanto, serão vistos, separadamente, e melhor entendidos no desenvolvimento de seus elementos.

Aqui importa-nos compreender o que está por trás da influência que guia todo o tema "Fibroso" e que podemos definir através de uma única palavra: rusticidade. Porém, é uma rusticidade desenhada, trabalhada, delicadamente, através de efeitos, cuja inspiração, vem toda da natureza, como muito bem exemplifica a imagem translúcida de uma folha que encontramos neste tema.

Cores:

A orientação do discurso temário para cores é clara e objetiva: "Tons mornos do tabaco e da madeira". Indica, ainda, a utilização dos números 3, 4, 6, 17, 18, 19, 20, 21, 22 e 23 da cartela o que corresponde, respectivamente, às cores: areia escuro, verde-oliva, caqui-militar, laranja, siena (cor bem próxima ao ocre), cinza-arezzo, grafite, azul-petróleo, marrom e terracota.

No entanto, o tema orienta para a utilização das cores provenientes, não só da família cromática de cores mornas, mas também alguns tons da família de cores neutras e frias. Dessa forma, propõe, então, cores mais escuras, cuja intensidade é definida pela característica dos elementos que as compõem. Assim, derivam-se do tabaco, possivelmente, os tons esverdeados (4, verde-oliva e 6, caqui-militar) e acinzentados (3, areia-escuro, 21, azul-petróleo, 19, cinza-arezzo e 20, grafite) e da madeira, tons mais terrosos (17, laranja, 18, siena, 22 marrom, e 23, terracota).

Materiais:

O tema "Fibroso" propõe tecidos "preciosos", como o *shantung* e a seda áspera e, ao mesmo tempo, mais populares, como o cânhamo, o algodão seco, o linho, o panamá e o

canvas (espécie de lona), rústicos, mas elegantes. Também, sugere tecidos "de ponto duplo para a malharia e planos telados". Ou seja, tecidos com a trama dos fios bem aberta.

Nas imagens que temos do tema, encontramos tecidos encorpados, certamente mais pesados e compactos devido aos tipos das irregularidades vistas em suas superfícies (o que, por sua vez, demanda uma construção têxtil com vários fios). Fios cintilantes e desfiados, grãos, amassamentos, porosidades, tramas abertas, enrugamentos são alguns dos efeitos que podemos ver neste tema.

Quanto às estampas ou padronagens, não há qualquer indicação, permanecendo sobre esses efeitos as características mais importantes a serem ressaltadas nos materiais.

Estilo:

Este tema sugere "formas masculinas numa versão feminina". O estilo é "colonial com sabor cubano: ternos, pantalonas com túnicas, pantalonas e vestidos com novas proporções".

Os ternos ganham, então, formas femininas, mais ajustadas para se adaptarem ao corpo da mulher (através de recortes, pences ou pregas). Já as pantalonas, calças essencialmente mais soltas, são revistas através da modernidade de tecidos que podem oferecer uma estrutura mais leve. Essas, conforme a sugestão do tema, podem vir acompanhadas de túnicas. No entanto, as formas para essas peças já não respeitam as linhas dos anos 70 (quando surgiram e se tornaram uma referência estética para a época), em que os barrados e pontas das roupas eram excessivamente largos, mas atendem ao estilo agricultor, "colonial" e "cubano", reto e simples (portanto, sem tantos detalhes, nem excessos nos barrados e golas). Os vestidos acompanham, certamente, a mesma idéia, o que justifica a orientação do tema sobre "novas proporções (subentendendo tanto a utilização de tecidos encorpados como mais leves, ou até mesmo transparentes).

Nas formas desenhadas e oferecidas, enquanto imagem do tema, podemos visualizar - somente - algumas das roupas descritas, uma vez que as outras sugestões se dedicam mais a demonstrar as características dos tecidos em questão, do que formas de vestuário.

Tema: “Sculento”

Influências:

“A abundância desmedida da natureza, visualizada, manipulada e ampliada pela engenhosa criatividade humana, produz uma explosão de energia vital”.

Neste tema, a natureza oferece seus dons em outra direção... Desta vez ela se abre para demonstrar não somente alguns de seus recônditos aspectos, mas para a totalidade de sua obra. Pois, “a abundância desmedida da natureza” leva-nos ao encontro da diversidade de seu ecossistema... Leva-nos à riqueza das inúmeras formas, cores e texturas de suas plantas, flores, animais, frutas... Coloca-nos de frente a uma beleza singular e inexplicável. Talvez seja a explosão de vida, que o tema vislumbra remeter-nos e que, pretensiosamente, ousa sugerir que imitemos através da sofisticação tecnológica...

Mas, “Sculento” parece querer ainda extrair o néctar, a forma densa e compacta que é retirada das frutas e, talvez, numa metalinguagem, tenta assegurar essa mesma qualidade às outras evidências da natureza como a beleza das flores e a vegetação. É dessa forma, então, que o tema oferece a rica imagem de um pêssego maduro, uma rodela de laranja, *closes* de flores exuberantes e formas da folha e do caule da bananeira. Tudo num ambiente de muita cor e vivacidade. Qualidades que, ao serem transferidas para a moda, expressam-se com total sensualidade e alegria.

Cores:

“Cítricos, brilhantes e luminosos”. É com muita intensidade que este tema ilumina os “meio-tons vegetais” de flores, frutas e folhagens, elementos que ilustram e derivam as cores propostas.

Conforme o discurso temário, o grupo de cores quentes, ácidas e tonalidades de verdes, sugeridas na cartela, correspondem aos números 24 , 25, 26, 27, 28, 29 e 30: amarelo-ouro, laranja queimado, vermelho, pink, verde-folha, verde-limão e amarelo-limão, respectivamente.

Este tema, então, permanece única e exclusivamente com a família cromática da cores luminosas, brilhantes e intensas.

Materiais:

A intenção deste tema é propor tecidos (planos e malharia) e estampas provocantes, que lembrem as 'frutas tropicais'. Surgem, então, não só tecidos encorpados, com irregularidades nas superfícies: "plissados, enrugados, *ottomans*, piquês, crepes...", mas também "transparências" e "veludos".

Os "estampados" são "frescos, com motivos de frutas e flores exóticas e vegetação exuberante", sendo que (conforme o tema) "tudo brilha e cintila". Isto coloca em evidência, obviamente, certos tecidos que misturam o fio *lycra* em suas construções têxteis, elemento principal que caracteriza tais qualidades. Por outro lado, adverte que "não se distingue as fibras vegetais das sintéticas, nem as cores naturais das artificiais" (isto é, derivadas da informática) e, portanto, mais intensas. Com isso, os tecidos parecem naturais, quando, na verdade, têm uma construção artificial.

É dessa forma que podemos, então, visualizar nas imagens deste tema, certas construções têxteis com aspecto de um tecido de algodão ou cânhamo, devido a sua trama fechada e encorpada, mas (fatalmente) já modificada em sua superfície, devido às irregularidades apresentadas. Os efeitos pretendidos são aqueles iguais às superfícies das folhas e frutas, como algumas das figuras nos mostram. Outros já são, explicitamente, sintéticos, exuberantes ou discretos em sua construção têxtil.

Estilo:

As formas sugeridas partem em duas direções: através da sofisticação da "Alta-Costura" ou de "divertidas e vivas" construções. Devemos, então, nos guiar pelos tecidos propostos pelo tema: "plissados", "enrugados", "*ottoman*"s, "piquês", "crepes", "veludos" e "semi-transparências". Temos, portanto, uma grande maioria de materiais encorpados (os seis primeiros), a proposta de um tecido luxuoso e flexível (como os veludos) e, também, a sugestão de tecidos leves e fluidos ("semi-transparentes"). Tais características oferecem a

liberdade de se trabalhar tanto as formas mais ajustadas (provenientes dos materiais mais encorpados), quanto mais soltas e sensuais (advindas do veludo e das semi-transparências).

A sofisticação, sugerida através da "Alta-Costura" vem, portanto, em formas muito bem construídas, seja através de recortes, pences e outros detalhes de ajustamentos necessários em tecidos encorpados, como também, através do corte em viés, que deflagra o mesmo caimento (perfeito) às formas vindas de tecidos fluidos. As mesmas características de modelagem podem ser dirigidas às construções "mais divertidas e vivas" da moda, onde a ousadia e a provocação, (que pode ser alcançada através de decotes mais profundos, comprimentos criativos ou mesmo assimétricos e estampas ousadas) são os principais fatores de diferenciação entre esses dois estilos. Esse último, ainda, pode se voltar a um estilo lúdico e certamente sensual.

Quando, então, nos reportamos às imagens do tema, encontramos no desenho, que sugere formas, alguns exemplos de peças ajustadas: camiseta e calça/pantalona, vestido ou túnica com calça/pantalona. No entanto, tratam-se de referências que oferecem, apenas, as linhas (formas) gerais do tema. Outras sugestões também aparecem em fotos, identificando um estilo mais descompromissado, portanto, mais 'básico' e não pertinente aos ditames de sofisticação da alta-costura.

Tema: "Polido"

Influências:

Este tema nos traz "pedras" e "conchas marinhas" como influências. "Polidas, lustradas e naturais". Para então, percorrermos este caminho de sensações que, incessantemente, nos remetem os discursos temáticos da "Du Pont", devemos imaginar o contato com tais superfícies...

O 'toque' agradável, macio, às vezes escorregadio ou levemente abrupto das pedras (polidas ou não) e conchas nos mostra a qualidade espetacular da natureza em se mostrar bela, surpreendente e simples. Superfícies que, ainda, se mostram ora porosas, ora extremamente lisas, ora lindamente desenhadas - rendadas -, com relevos e contrastes como das pequenas conchinhas. Essas também oferecem o 'seu outro lado', com nuances

peroladas, rosas, violáceas. Mas as variações de cinzas, marrons, pretos - mesclados muitas vezes com tons claros -, das pedras também concorrem neste formidável leque cromático. Podemos, inclusive, visualizar a textura destes elementos nas imagens da pedra e do caramujo que o tema nos oferece, fazendo-nos admirar o transplante sensível que é feito à formulação das idéias que integram este tema... E é justamente este mesmo empréstimo de sensações e beleza indescritível (que é retirada desses pequenos elementos da natureza, quase irreconhecíveis e por nós ignorados) que, agora, já plenificam nosso espírito e nos deixam aptos ao entendimento das outras etapas que irão se referir às cores, aos tecidos (materiais) e às formas (estilo) deste tema.

Cores:

Neste tema as “matizes são neutras e frias” e vão dos “pálidos perolados às sombras escuras, lavadas e apagadas”. As cores e tonalidades da cartela, indicadas pelo discurso temário para caracterizarem este tema, compreendem os números de 1 a 8 e correspondem, respectivamente, às cores areia, branco, areia escuro, verde-oliva, cinza, caqui-militar, cinza-chumbo e verde-bandeira. Este grupo fica também restrito somente à sua família cromática.

Temos aqui, portanto, tons e cores sóbrias e discretas que são derivados de elementos, como pedras e conchas marinhas, as quais podem oferecer padrões cromáticos escuros e iridescentes.

Materiais:

Os materiais deste tema podem ser definidos como mais elegantes e discretos. Os tecidos são “lavados e esculpados, de textura irregular, mas sempre lisos e uniformes”. Os “drapeados” são “consistentes”, “os ligamentos fechados”, as superfícies são “opacas ou acetinadas”, o “toque de papel”.

A novidade gira em torno do fio *lycra*, pois se tratando todos de tecidos encorpados, este tipo de elemento, quando misturado a outros fios (naturais, sobretudo), “assegura construções compactas, dando densidade sem, no entanto, acrescentar peso”.

As imagens do tema justificam tal orientação, através dos tecidos exemplificados. Não há, contudo, qualquer menção sobre tipos de estampas a serem trabalhadas. Prevalece, portanto, os padrões monocromáticos.

Estilo:

Este é um estilo que se proclama "impecável", numa "busca constante pela perfeição", sendo que "a dimensão dos volumes é importante, tanto para a alta-costura, como para os tipos mais casuais, esportivos".

Como os tecidos, sugeridos pelo tema, são encorpados, a construção das formas deve privilegiar detalhes, como recortes e pences, que ajustam a silhueta e oferecem, ao mesmo tempo, um estilo limpo, tão necessário às roupas com "volumes" (como sugere o tema). O resultado pode aparecer através do refinamento de roupas mais clássicas (como, por exemplo, saias, vestidos, calças e blusas com esmero em sua confecção e acabamento), que se dirigem à alta-costura, ou por intermédio de uma modelagem igualmente elegante, porém mais simples (menos chique, principalmente nos acabamentos), proposta a segmentos mais informais, como o *casualwear* e o *sportswear*.

Nas imagens do tema, temos, nos desenhos oferecidos, algumas peças possíveis de serem trabalhadas pelos segmentos mais informais: calça/pantalona e túnica/vestido de alça, blusa fechada, saia simples, um pouco acima do joelho. Nota-se, no entanto, através de dois exemplos de vestidos, como a dimensão dos volumes - sugerida pelo tema - pode ser dirigida à alta-costura (um vestido - muito típico dos anos 50 - com decote canoa e saia ampla, provocada por efeitos de 'pregas fêmeas' e, certamente, forros internos e tipologia de tecido encorpado) e ao segmento informal (vestido com decote redondo e saia evasê, resultado dos recortes e do corte em viés).

Tema: “Espumante”

Influências:

Este tema emerge de um “ambiente vaporoso, imaterial, efêmero, como a crista de uma onda. Um mundo etéreo e mágico, onde o que vemos nos escapa das mãos” e, certamente, pouco explorado por nossa distraída (e ocupada) percepção. Pois, não são poucas as vezes que contemplamos, mais profundamente, o ritual das ondas que se calam na praia? E não são raras as vezes que atentamos para as milhares de bolhinhas que se formam e viajam nessas ondas, brincando a todo momento, de se formar e estourar?

Talvez seja esse caráter efêmero de existir, esse desempenho claro, preciso e extremamente simples, lúdico, das bolhinhas das ondas (ou, como diz o discurso temário, da “crista de uma onda”), que faz com que alcancem - neste tema - o *status* de serem etéreas, inatingíveis e, portanto, mágicas, ilógicas (...“um mundo etéreo e mágico, onde o que vemos nos escapa das mãos...”). Talvez, ainda, seja esse mesmo o objetivo deste tema. Ser influenciado pela simplicidade, pela fugacidade daquilo que não se pode levar para casa; aquilo que não se pode consumir. Aquilo que, somente, nos dá a sensação de paz e que parece pertencer a um outro mundo, silencioso, tranquilo, carinhoso e que pode ser refletido - através da moda - em cores pacíficas, tecidos confortáveis e formas (estilo) simples. Como, aliás, muito bem demonstram as imagens deste tema, que remetem ao espetáculo de uma onda quebrando, nos transportando ao ambiente fabuloso da profundidade do mar...

Cores:

As cores deste tema oscilam, conforme a orientação do discurso temário, de “pálidos nebulosos e vaporosos” aos “tons aquáticos da flora marinha”. Tais cores e tonalidades correspondem (ainda segundo o discurso temário) aos números 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16 da cartela de cores. Assim, temos, respectivamente, a seguinte definição cromática: areia, branco, areia escuro, verde-oliva, marfim, gelo, pêssego, verde-azeitona claro, rosa, lilás, azul-royal e azul-turquesa.

Este grupo de cores situa-se entre as famílias cromáticas das cores "neutras e frias" e "aquáticas e aquareladas". Trata-se, então, de cores e tons pastéis, mais delicados, suaves e discretos, fáceis de serem combinadas (devido a sua neutralidade) não só entre eles, mas com outros mais fortes. Aliás, a única exceção deste grupo é o azul turquesa, tom que se define um pouco mais intenso que, no entanto, integra-se com muita harmonia nesta sugestão.

Materiais:

As principais características dos materiais deste tema são: "telas não tecidas, espumantes, esponjosas, pontos abertos nas malhas, *buclés* e atoalhados. Superfícies com efeitos tridimensionais pequenos ou bem marcados...". "Tecidos ondulantes, plissados, gofrados e franzidos; malharia com ponto duplo". "Aspectos realçados pela qualidade retrátil da *lycra*". Isto significa, então, que muito embora todos esses materiais sejam encorpados e altamente irregulares nas superfícies, eles garantem uma certa leveza e maleabilidade através do fio de *lycra*. O propósito do tema é que tais efeitos possam refletir "o lado alegre, fantástico e mesmo delirante da moda", tanto em tecidos planos como em malharia.

Nas imagens que temos deste tema, podemos entender alguns desses efeitos, como os plissados (tecido azul-marinho), os esponjosos (que aparecem juntamente em três gamas de bege) e os pontos abertos (tecidos azul-claro).

Dessa forma, devido a este tipo de qualidade, de efeitos excessivamente irregulares (tridimensionais) sobre suas superfícies, é compreensível, aqui, a ausência de propostas de estampas. Não caberia (esteticamente), portanto, mais ornamentos sobre um tecido, já bastante 'esculpido' em sua superfície.

Retornando às imagens, no entanto, observamos uma única exceção a respeito de padronagem, que pode ser vista num tipo de desenho formado por um bordado (certamente, feito à máquina).

Estilo:

O estilo "espumante" privilegia formas "minimalistas" ou "mais extravagantes e divertidas, tanto em tecidos planos como em malharia".

As formas sugeridas, então, nos conduzem a roupas simples, com ausência total de detalhes, minimalistas. Isto se deve, sobretudo, à sobrecarga de efeitos sobre as superfícies dos materiais sugeridos por este tema. Por outro lado, ao se aproveitar de tais efeitos, a criação pode garantir, também, um estilo excepcionalmente debochado, divertido e provocativo e, portanto, (considerando o 'espírito' do tema), mais voltado para as formas lúdicas ou sensuais. A ousadia, na construção das peças e na maneira de combiná-las com outras, torna-se grande desafio para trabalhar as formas deste tema.

Infelizmente, não há como visualizar tais possibilidades, uma vez que o tema só disponibiliza em imagens, alguns exemplos que se voltam, mais especificamente, a demonstrar as características dos tecidos envolvidos (que, apesar de sugerirem - no discurso temário tecidos planos e malharia, o que se vê nas imagens são somente os últimos). Junto aos desenhos de formas, no entanto, podemos observar alguns exemplos de roupas aptas a receber tal estilo: casaquinho comportado, vestidinho simples (mas engraçadinho); frente-única, camiseta manga-longa.

Conclusão

Esperamos que, após todo esse percurso, todo aquele que olhar para uma nova tendência de moda, perceba que, ali, há, intrínseca, a discussão sobre quatro elementos fundamentais.

Foi estruturado sob esses quatro pilares que, então, pudemos traçar um diagnóstico sobre o significado das tendências de moda da estação primavera/verão 97, em uma primeira instância: a da lógica comercial. Dessa forma, percebemos alguns detalhes que atuam com grande importância por trás desses pilares, o que já verificamos em nossas discussões anteriores. No entanto, é interessante observar, através dos temas criados por cada empresa e, sobretudo, da forma como são conduzidos em seu discurso e expressos em imagens, a alma, a vivência daquele que os concebeu.

No caso do "Promostyl", especificamente, tivemos a oportunidade de conhecer o idealizador dos temas do escritório (e aqui explorados por nós): o jovem Benjamin de Diesbach. Através dele, conseguimos nos transportar a lugares, eventos e sensações próprias de sua geração, pois pudemos ver, com seus olhos, o mundo que o rodeia.

Fica claro perceber, então, que os temas do "Promostyl" estão muito próximos ao estilo de vida europeu e, sobretudo, aos desafios, carências, desejos e expressões do jovem europeu e que, diante dele, se delineia um horizonte cada vez mais confuso. Inseguro o bastante para deter-se em atitudes agressivas e alienantes, como muito bem marcam o comportamento dos *holligans* e o movimento *techno*. Ambos trabalhados por Benjamin, em suas tendências.

Fica clara, também, a forma com que a "Ciba" desenvolve as suas próprias sugestões. De forma igualmente sensível, mas altamente pragmática, uma vez que a empresa (e, possivelmente o seu idealizador (a)) mantém uma narrativa mais contida. Ponderada e astuta no tratamento de seus temas e mais apropriada ao perfil de uma multinacional européia, (considerando que o local onde foram organizados e criados os temas foi a Suíça). Deixa visível, no entanto, a semelhança de idéias (e o possível intercâmbio) com alguns dos temas tratados pelo "Promostyl" e, ainda, a base que os fundamenta: os grupos emergentes descritos pelo mesmo "Promostyl".

Já a "Du Pont" prefere abster-se completamente de qualquer envolvimento social, político, econômico (etc.), para formular seus temas e enquadrar suas tendências. Por outro lado, explora de modo formidável, os recursos naturais pouco observados por nós e de onde retira suas principais idéias.

Acreditamos, então, que a cada análise e comentário que fizemos sobre os quatro elementos dos temas dessas três empresas, o leitor tenha podido, não só estar mais próximo de todas essas particularidades, mas, acima de tudo, observar as tendências de moda sob um novo prisma. Não mais a partir do fim, da roupa pronta, mas da sugestão da criação dessa roupa.

Porém, o intuito maior deste capítulo é direcionar as informações que encontramos e discutimos sobre os quatro elementos a um só resultado. Uma prescrição estética que seja fruto das características predominantes desses mesmos elementos, os quais foram disponibilizados em 16 temas e para ambos os sexos.

Sendo assim, houve a necessidade de reorganizá-los, para que pudéssemos chegar nesse ponto; tarefa que o leitor poderá acompanhar, logo em seguida.

Portanto, no elemento influências/inspirações", nosso objetivo foi o de buscar um "perfil temário", o qual traçamos a partir das similaridades e disparidades encontradas em seus respectivos ambientes e, sempre, atentando para as possíveis diferenças que foram dirigidas aos segmentos feminino e masculino adultos.

Já nos elementos "cores", "materiais/padronagens" e "estilos", nós organizamos as informações dentro de uma abordagem que chamamos ser uma "orientação geral" (no que diz respeito às informações provenientes do "Bureau Promostyl" e delimitadas por uma orientação genérica, isto é, para ambos os sexos e, geralmente encontradas no tópico "materiais, cores e propostas de utilização" de alguns de seus temas) e específica aos segmentos masculino (onde somente consideramos as propostas exclusivas vindas da "Ciba" e do "Promostyl", quando existiram) e feminino (às quais enquadrámos todas as sugestões da "Du Pont" e as específicas da "Ciba" e do "Promostyl").

No entanto, convém lembrar, mais uma vez, que a prescrição estética que pretendemos será necessária à segunda parte desta dissertação, pois vamos confrontá-las com uma que será feita no ambiente televisivo dos programas de moda, analisadas através de seus discursos e imagens e dos mesmos quatro elementos.

Influências e Similaridades

Dessa forma, no que diz respeito às influências que guiam os temas das tendências de moda, encontramos (dentro de seus discursos) algumas características (com relação ao ambiente ou ambiência que cerca tais influências) comuns entre eles e algumas bem singulares, possibilitando-nos a delinear um "perfil temário" em cada um deles.

Por exemplo, os temas "Raízes" ("Promostyl"), "Cultura Negra" ("Ciba"/segmento feminino), "Sahara" ("Ciba"/segmento masculino) e "Fibroso" ("Du Pont"), detêm em seu contexto, um ambiente primitivo, rústico, que, no entanto, se diferem em sua essência ideológica.

O tema "Raízes", dirigido para ambos os sexos, e cuja influência parte das culturas africana e oriental, empreende um discurso mais agonizante, agressivo, no que diz respeito aos parâmetros de sua construção simbólica. Evidencia o exotismo, a ornamentação do espírito primitivo, ao mesmo tempo que o coloca em um mesmo nível, o período sombrio da Idade Média e o comportamento dos "cavaleiros modernos". Evidencia, assim, os grupos emergentes (delineados pelo escritório) "Smiling Losers" e "Burning Jungle", devido à agressividade dos *holligans* (os "deuses do estádio") e as características de ornamentação pessoal (as inúmeras tatuagens) desses últimos. Ambos, porém, bem próximos ao espírito arredo e muito particular deste tema.

Já o "Cultura Negra", da "Ciba", para o segmento feminino, embora também cultive a mesma essência primitiva do tema "Raízes", examina com um outro olhar o que a empresa chama de "continente negro" (englobando, assim, não só a cultura africana, mas também toda aquela que se encontra neste continente), atentando para as suas mazelas, belezas e riquezas. Nesta proposta, não vemos qualquer relação com os traços mais violentos do tema anterior, pois destina-se, principalmente, a transplantar os traços mais misteriosos e místicos para o segmento feminino.

O tema "Sahara", por sua vez, da mesma empresa, só que dirigido para o segmento masculino, ressalta as condições rudes de um ambiente inóspito: os "intermináveis desertos". Local que o "homem de Marlboro", símbolo máximo deste tema, domina com sua virilidade.

A "Du Pont" aparece, então, e exalta no tema "Fibroso", alguns elementos da natureza: a folha seca do tabaco, a casca de coco, os sulcos na terra, provocados pela erosão, pois o que a empresa pretende é evidenciar seus efeitos rudes, mas certamente belos e exóticos. Outro ponto importante é o caráter de todas as suas informações, que se dirigem exclusivamente ao segmento feminino.

É nítida, portanto, a rusticidade "agressiva" que percorre o tema do "Promostyl"; a rusticidade "sensível" que abrange o tema feminino da "Ciba" - "Cultura Negra" -; a rusticidade "viril" que ecoa por todo o ambiente do "Sahara" ("Ciba"/masculino) e a rusticidade "trabalhada", "desenhada", entendida em seu aspecto mais natural, do tema "Fibroso", da Du Pont.

Mas, seguindo esse mesmo raciocínio de similaridades no parâmetro das influências, temos, por outro lado, um ambiente nostálgico, conservador e bastante romântico, comum em três temas. É assim, com o "Cultures" do "Promostyl", "Volta à Burguesia" da "Ciba"/segmento feminino e "Salão", "Ciba"/segmento masculino.

No tema "Cultures" (para ambos os sexos), encontramos um ambiente que se volta, exclusivamente, para o romantismo dos anos 20 e 30, em que a proposta é a exaltação desse mesmo "romantismo" e ainda do "naturalismo"... Essa reciprocidade de intenções românticas, verificamos, também, em dois dos grupos emergentes mencionados pelo "Promostyl": os "Emigre" e os "New Bourgeois". Ao considerá-los, então, como importantes ingredientes na formação deste tema, podemos acrescentar outras décadas ao entendimento deste contexto temário, pois o grupo "Emigre" remete às décadas de 40, 50 e 60 e os "New Bourgeois", embora não determinem uma época específica, proclamam os "valores burgueses" de outrora. Consideramos, ainda, as imagens deste tema, que também incluem referências dos anos 50, 60 e 70.

O tema "Cultures", então, pode ser considerado como, o já mencionado, "reservatório de referências retrógradas" que, em seu bojo conceitual, tem valores como o conservadorismo romântico, sua maior representação.

Nessa mesma direção, temos o "Volta à Burguesia" da empresa "Ciba" para o segmento feminino, exaltando, por sua vez, o "renascimento dos costumes burgueses", a "volta do bom estilo", "do comportamento polido" e de "uma linguagem civilizada". É o retorno aos valores tradicionais, aos costumes e estilos burgueses, onde o foco são "os

excessos sociais dos anos 50" e o desejo pelo "esteticismo, elegância, beleza, decoração...". Porém, muito interessante é a menção que o tema faz, também, sobre a "quebra de nosso relacionamento com o passado", à medida que mixamos a esse contexto, "estilos decadentes", tornando-nos, assim, modernos e cientes de nossos conflitos contemporâneos. Isso parece isentar o tema (e, conseqüentemente, a empresa) de promulgar uma tendência essencialmente fugaz. O fato é que tal fugacidade é o objeto de maior relevância neste tema, dada a quantidade de referências elitistas e, sobretudo, por ser direcionado só para as mulheres...

Se considerarmos a essência dos valores burgueses e tradicionais da década de 50, o mesmo pode ser visto no tema "Salão", dessa mesma empresa. Porém, já direcionado para os homens. Este, da mesma forma que o grupo emergente do "Promostyl", "Emigre", coloca o conservadorismo e o tradicionalismo como a "promessa de segurança e orientação, necessários para um ambiente incerto e turbulento". O foco são os anos 30 e 40, "quando as pessoas se reuniam para conversar, nos elitistas circuitos literários ou salões exclusivos...", resgatando para o homem moderno, um comportamento que lhe dê a possibilidade de ser um pouco mais polido e cortês.

A "Ciba", então, através dos temas "Volta à Burguesia" e "Salão", para os segmentos feminino e masculino, coloca-se no desafio de sugerir um mesmo ambiente, uma mesma tendência - retrógrada -, para dois sexos diferentes. Deve-se reconhecer que ela empreende esta tarefa com uma sutil desenvoltura, à medida em que destina ao segmento feminino os "excessos sociais da década de 50" (e uma série de outras etiquetas) e, para o masculino, o "conservadorismo e o tradicionalismo", prescritos em alguns dos antigos hábitos burgueses.

Um posicionamento que, no entanto, não prejudica o consenso do "culto ao passado", existente entre as duas empresas ("Promostyl" e "Ciba") nos temas apresentados ("Cultures", "Volta à Burguesia" e "Salão").

Temos, ainda, semelhantes em seu ambiente, só que agora esportivo, o tema "Performances" do "Promostyl", mais o "Linguagem do Corpo" e o "Rua" da "Ciba", para os segmentos feminino e masculino, respectivamente.

Porém, o que vemos no tema do "Promostyl", dirigido para homens e mulheres, é a polarização que se faz entre esportes radicais e elitistas, como o "golfe", a "caça" e a

"pesca" ao "estilo inglês e irlandês", os esportes "náuticos", o "*snowboard*", o "patins na cidade" (patins *in line*) e outros radicais que estão implícitos no discurso do tema. E o que enriquece, ainda mais, o seu entendimento, é a menção que se faz, mais uma vez, aos "deuses do estádio" e o conhecimento prévio dos grupos emergentes, definidos pelo escritório. Todos ("Tough Adventure", "New Bourgeois", "Emigre", "Smiling Losers"), exceto o grupo "Burning Jungle", se integram perfeitamente ao contexto temário, no que diz respeito às suas propostas ideológicas, pois reforçam através de suas atitudes, a já mencionada polarização.

Já o tema "Linguagem do Corpo", da empresa "Ciba", embora também situado dentro de um panorama esportivo, propõe exclusivamente para as mulheres, o culto ao corpo através do *welness* e do *fitness*. Esclarece, ainda, que acompanhado a estes novos conceitos esportivos, que ressaltam o perfil narcisístico humano, está o culto ao prazer, ligado ao erotismo e ao lazer. Este mesmo ideal, porém, não é compartilhado pelo outro tema da empresa, que inclui referências esportivas e que se dirige para o segmento masculino. No tema "Rua", as influências nascem não só de "jovens tendências esportivas, tais como o futebol de rua, de praia, o *skate-in-line*, *mountain bike*, *snowboarding*...", mas também, de "elementos da subcultura" como a *pop*, *ethnic* e *folk music*. O que é ressaltado pelo tema, ainda, é a atitude de "protesto e recusa" e a forma egocêntrica de expressar-se ("eu sou jovem diferente e individualista, tornou-se o jargão mais importante deste tema"), de onde originam tais manifestações e que acabam colocando o tema dentro de um contexto mais radical. Principalmente se levarmos em consideração o perfil dos três últimos esportes citados. Todos radicais e muito próximos de um dos pólos esportivos propostos pelo tema "Performances", do "Promostyl".

É interessante, também, que toda essa militância proposta por manifestações de uma nova ordem esportiva e cultural (que vemos no tema "Rua"), se insere, especificamente, à orientação do universo masculino, reforçando a tendência da empresa "Ciba" em conferir um perfil mais frívolo ao segmento feminino e um mais robusto ao segmento masculino.

O fundamental, porém, é que nestes três temas, o hábito esportivo não é mais visto só como uma prática que nos relaxa e exercita. Mas, sobretudo, como um estilo de vida que nos domina ao se demonstrar - através de nossas atitudes - agressivo, elitista, narcisístico e egocêntrico.

Deixa-nos dúvida, porém, os temas “Ícones” e “Espumante” no quesito “lúdico”, uma vez que ambos se situam em um ambiente irreal, efêmero. No entanto, como veremos mais adiante, estes temas serão colocados separadamente devido ao caráter real que ampara seus respectivos elementos estéticos, diferente de seus perfis temáticos.

Esse último (possível) consenso entre temas conclui nossa discussão sobre similaridades no campo das influências, pelo menos no que diz respeito (como já dissemos) ao ambiente que os situam e, conseqüentemente, ao perfil que os delineia. Um perfil que, no entanto, é regido por sentimentos primitivos, de agressividade, de exotismo, erotismo, individualidade, egocentrismo, conservadorismo, luxúria, romantismo e que acabam sendo o espelho do comportamento social moderno, o qual, através da moda, será confinado dentro de uma roupa.

Influências e Disparidades

Quanto ao restante dos temas, o que é visto é um conjunto mais heterogêneo em sua estrutura conceitual.

Assim, partindo do “Promostyl”, encontramos o único tema que detém um perfil essencialmente mais futurista, voltado para “geração virtual”. Essa é a proposta do tema “Ícones” para os segmentos feminino e masculino, que inclui, principalmente, desde as “avalanches de computadores”, a “música *techno*” (o que dá um “tom” lúdico ao tema) e a linguagem dos HQs.

Numa outra direção, voltamos à empresa “Ciba”, com o tema “Entre a Água e o Céu” para o segmento feminino. Este se volta aos valores morais, como “honestidade”, “transparência” e “confiança”. A clareza das relações humanas se reflete num ambiente límpido da água, do céu, do vidro. É um tema cujo perfil pode ser considerado “idealista”.

Porém, muito longe deste sentimento “ético”, está o tema “Cena” também, da “Ciba”, só que dirigido ao segmento masculino. Neste, a luxúria, a excentricidade e o individualismo, na maneira de ser e agir “reflete a egocêntrica atitude de nossa sociedade”. E, também, o perfil temático: igualmente egocêntrico.

Mais, surpreendentes, são os temas da “Du Pont” que nunca entram no mérito de questões morais ou filosóficas e que, com a mesma competência, conseguem abstrair da

natureza as principais influências para suas propostas estéticas, (só que exclusivamente dirigidas para o segmento feminino). O que temos, então, são elementos inesperados, extremamente sensíveis e belos.

É assim, com o tema "Suculento" que vem da "explosão de vida" e da beleza das frutas, flores e vegetações da natureza. Como muito bem define o próprio tema: é a "abundância desmedida da natureza". Portanto, devido às suas principais características, temos aqui um tema cujo perfil é "vivo", insinuante, explicitamente mais sensual.

Já o tema "Espumante" surge das bolhinhas que se formam na crista de uma onda, num "ambiente vaporoso, imaterial, efêmero...". Ostenta, assim, um perfil mágico, graciosamente lúdico, muito próximo do tema "Ícones", no que se refere à proposta de um ambiente irreal, e muito diferente na essência de seus conteúdos.

O tema "Polido", por sua vez, nos remete às pedras e às conchas marinhas: "polidas, lustradas e naturais". A aparência simples, no entanto, não esconde a beleza de suas formas e superfícies. É um tema revelador, de perfil minimalista, discreto, mas autenticamente belo e refinado.

Estes foram os temas que consideramos diferentes em sua essência temática. O que pode ser traduzido em sentimentos individualistas, idealistas, lúdicos, provocativos e egocêntricos que acabaram por se misturar entre as sensações que alguns elementos da natureza oferecem e que, nem por isso, deixam de ter capital importância na orientação estética do vestuário.

Considerando nossa "prescrição estética", somos capazes de identificar a predominância dos seguintes perfis temáticos:

Para ambos os sexos, temos os seguintes perfis:

- o **perfil rústico e primitivo**: encontrado em quatro temas ("Raízes", "Cultura Negra", "Sahara" e "Fibroso");
- o **perfil romântico e retrógrado**: em três temas ("Cultures", "Volta à Burguesia" e "Salão");
- o **perfil esportivo**: também em três temas ("Performances", "Linguagem do Corpo" e "Rua");
- o **perfil futurista (mas, lúdico e asséptico)**: em um tema ("Ícones").

Para o segmento masculino, o perfil:

- **egocêntrico/excêntrico**: um tema ("Cena").

Para o segmento feminino:

- o perfil **idealista**: um tema ("Entre a Água e o Céu");
- o perfil **sensual**: um tema ("Suculento");
- o perfil **lúdico e mágico**: um tema ("Espumante");
- o perfil **discreto**: um tema ("Polido").
- o perfil **egocêntrico/narcisístico**, um tema ("Linguagem do Corpo).

As empresas e suas cores

Nós encontramos, entre os 16 temas estudados e comentados, grupos de cores e tonalidades que vamos classificar, agora, quanto a sua intensidade; como o grupo de cores **ácidas** (cores diferentes, mas comuns em sua intensidade de brilho e, portanto, excessivamente luminosas e brilhantes); **pastéis** (cores diferentes, mas comuns na pouca intensidade de luz, ou seja, bem clarinhas) e, também, quanto a sua família. Como as cores **quentes** (cores diferentes, mas consideradas como "quentes", por integrarem nesse grupo, os amarelos, vermelhos, laranjas, bordôs, etc.); **terrosas** (que incluem cores provenientes da terra, como os marrons, os castanhos e todas as suas tonalidades/gamas, sejam elas mais claras ou escuras); **azuladas** (provenientes das cor azul, o que inclui todos os tons/gamas de azuis); as **violáceas** (provenientes da cor violeta, incluindo os seus tons/gamas); **esverdeadas** (provenientes da cor verde, incluindo seus tons/gamas) e **acinzentadas** (os cinzas, mais seus tons/gamas); além da cor **branca**, **preta** e das consideradas "**cores diversas**".

Convém lembrar que todos os grupos de cores encontrados foram retirados do discurso temário das três empresas, das amostras do "painel de tendências" da "Ciba" e das cartelas de cores da "Ciba" e "Du Pont". Nós, então, comparamos e nomeamos todas as cores encontradas nesses três últimos instrumentos, conforme a cartela de cores

"Pantone®"¹⁶³, que oferece um padrão mundial.

Assim, podemos visualizar a grande maioria das cores junto ao "painel de tendências" dos temas (da "Ciba") e cartela de cores (da "Ciba" e "Du Pont"). É bom lembrar que, no caso da "Ciba", muitas das cores vistas em seus "painéis de tendências" não constam em suas respectivas cartelas.

Dessa forma, temos no "Promostyl", no tema "Raízes", (e a partir de seu discurso temário uma orientação geral, destinada para ambos os sexos), os grupos de cores **pastéis** ("cores frescas, leves..."), os grupo de cores e tonalidades **esverdeadas** ("...verdes-garrafa"), cores **quentes** ("bordô", "camelo" e "amarelo"), **violáceas** ("...violeta") e **terrosas** ("tabaco", "...cor fina da estação, caqui...").

No tema "Cultures", da mesma empresa (também para os dois segmentos, feminino e masculino), as gamas dos grupos **terrosos** ("castanhos", "beges") e da cor **pastel** "cor-de-rosa", as cores "**diversas**" particularmente mais nobres ("ouro" e "castanho dourado"), e o grupo de cores **quentes**, destinadas só para homens ("vermelhos", "fúscia" e "framboesas").

Já no tema "Performances" (também do "Promostyl" e dentro de uma orientação geral), encontramos os grupos de cores **quentes** ("vermelho opaco", o "vermelho e suas gamas", o "laranja" e o "amarelo"), as tonalidades **esverdeadas** ("azeitona" e "caqui-militar"), as cores "**pastéis**", os tons **azulados** ("gamas de azuis"), **terrosos** ("bege" e "caqui"), as cores **ácidas** ("cores quentes", mas "brilhantes"), o "**branco clean**" e as cores "naturais", isto é, "escuras" (dentro do grupo de "**cores diversas**").

No tema "Ícones" (ainda do "Promostyl", para ambos os sexos), temos as cores **pastéis** e **ácidas** conjuntamente ("pastéis frescos e ácidos"), as **terrosas** ("bege" e "marrom escuro") e as **azuladas** ("marinho" e "petróleo"), sendo que esta última família - a **azulada** -, também se estende com alguns tons específicos só ao segmento masculino (como os "cobaltos" e os "azuis", que acreditamos serem de vários tipos, inclusive os citados anteriormente), mais os tons **esverdeados** ("verdes") e as tonalidades de uma só cor **quente** ("amarelos").

¹⁶³ *Pantone® Textile Color Guide Inc.*, Los Angeles, Contemporary Exhibitions, LACE-Los Angeles, (February, 27 – April, 12), 1995, Catálogo. Como as cores são nomeadas através de números, nós os substituímos pelos nomes das cores, dadas pelos profissionais brasileiros na época, com a ajuda da professora Mariluce Ferreira, da FATEC (Americana/SP).

A "Ciba" conta para o segmento feminino no tema "Cultura Negra" com os seguintes grupos de cores e tonalidades: tons **esverdeados** (verde-azeitona claro e escuro, verde-folha e verde-garrafa), terrosos (terracota, ocre e areia), cores **quentes** (laranja, vermelho, amarelo-cádmio e carmim), tons **azulados** (azul-cobalto, turquesa, royal, marinho e cerúlio), mais as cores **branca e preta**.

Para o tema "Volta à Burguesia", os grupos são de tonalidades **terrosas** (terracota, ocre e areia), cores **quentes** (bordô, carmim, amarelo-cádmio, laranja, vermelho e fúscia), tons **azulados** (azul-royal, hortência, azul-cobalto e azul-turquesa) e, mais ainda, a cor **pastel**, rosa-bebê, a **violácea** lilás escuro, o cinza (**acinzentada**) e a cor **branca**.

No tema "Linguagem do Corpo", temos grupos de tons **esverdeados** (verde-azeitona escuro, verde-garrafa e verde-folha), de cores **quentes** (amarelo-ouro, vermelho e fúscia), de tons **azulados** (azul-marinho, turquesa, hortência, cerúlio, cobalto e um pouquinho de azul-royal), mais as cores **branca, preta e a ácida**, verde-limão.

O tema "Entre a Água e o Céu" exhibe somente um grupo de tons, os **azulados** (azul-cerúlio, cobalto, hortência, royal, marinho e turquesa) e, particularmente, as cores lilás (**violácea**), verde-folha (**esverdeada**), areia (**terrosa**), cinza (**acinzentada**), **preta e branca**.

Para os homens, a empresa programou no tema "Salão", os grupos de tonalidades **esverdeadas** (caqui-militar, caqui-militar claro, verde-garrafa e verde-musgo), **acinzentadas** (cinza-chumbo e grafite), **terrosas** (areia, marrom e castor), **azuladas** (hortência escuro, azul-cobalto, azul-petróleo e azul-petróleo claro, além de outra tonalidade de azul-petróleo bem mais clarinho e alfazema), mais a cor **pastel**, carmim claro e a cor **branca**.

No tema "Rua", temos grupos de tons **esverdeados** (verde-bandeira escuro, caqui-militar claro e escuro), de cores **quentes** (mostarda e mostarda escuro, ameixa, vermelho, laranja queimado, amarelo-cádmio e carmim), de tons **terrosos** (castor, areia e marrom escuro), **azulados** (azul-marinho, hortência escuro e alfazema), mais as cores cinza (**acinzentada**), **preta e branca**.

Em "Cena", aparecem grupos de cores **quentes** (ameixa, vermelho e vermelho-queimado, carmim e amarelo-cádmio), os tons **azulados** (azul-cobalto, azul-petróleo e azul-petróleo claro, hortência escuro e alfazema), **acinzentados** (cinza-chumbo e grafite) e,

ainda, as cores lilás (**violácea**), carmim claro (**pastel**), verde-azeitona (**esverdeada**) e a cor **branca**.

Por último, o tema "Sahara" vem com os grupos de cores **quentes** (laranja e vermelho queimados, carmim, amarelo-cádmio, mostarda claro e mostarda escuro), os tons **azulados** (hortência escuro e claro, azul-marinho, cobalto, petróleo e royal), **esverdeados** (caqui-militar claro e escuro e verde-bandeira), **terrosos** (marrom escuro, castor e areia), mais as cores cinza-chumbo (**acinzentada**), **branca** e **preta**.

A "Du Pont" finaliza (dirigindo-se ao segmento feminino), com os grupos de tonalidades **terrosas** (terracota, marrom, siena, areia escuro, tabaco e madeira), **esverdeadas** (verde-oliva e caqui-militar), **acinzentadas** (grafite e cinza-arezzo), mais as cores laranja (**quente**) e azul-petróleo (**azulada**) do tema "Fibroso" e também com o grupo de cores **quentes** do tema "Suculento" (amarelo-ouro, laranja queimado, vermelho e pink), mais as cores **ácidas**, amarelo-limão e verde-limão e, ainda, uma **esverdeada** (o verde-folha).

A empresa tem, ainda, o tema "Polido", com grupos de tonalidades **esverdeadas** (verde-oliva, caqui-militar e verde-bandeira) e **acinzentadas** (cinza e cinza-chumbo), mais as cores areia (que pertence ao grupo de cores das tonalidades **terrosas**) e a **branca**; e o tema "Espumante", com grupos de tonalidades **terrosas** (areia e areia escuro), **esverdeadas** (verde-oliva, verde-azeitona claro), **azuladas** (azul-royal e turquesa) e as cores **pastéis** (marfim, gelo, pêsego e rosa), além das cores lilás (**violácea**) e **branca**.

As cores do verão 97

Para o "Promostyl", as cores se diluem, principalmente, em **quentes**, **pastéis** e tons **terrosos**, pois estão presentes em todos os seus temas. Os **esverdeados** são também muito importantes, não constando, apenas, em um de seus temas, o "Cultures". Discreta, porém, é a aparição dos tons **azulados** e das cores **ácidas** (apenas nos temas "Ícones" e "Performances"), das cores **branca** ("Performances") e **violeta** ("Raízes") e das cores "ouro" e "castanho dourado" ("**diversas**"), ("Cultures").

Já a "Du Pont" coloca, com maior importância, os tons **esverdeados** (presentes em todos os seus quatro temas) e os tons **terrosos** (em três dos temas, "Fibroso", "Polido" e

"Espumante"). No entanto, as cores **quentes** ("Fibroso" e "Suculento"), assim como os tons **azulados** ("Fibroso" e "Espumante"), os **acinzentados** ("Fibroso" e "Polido") e a cor **branca** ("Polido" e "Espumante") são moderadamente sugeridos, estando à frente, apenas, das cores **ácidas** ("Suculento"), das **pastéis** ("Espumante") e da **violácea** lilás ("Espumante"), os quais tem uma mínima aparição.

A "Ciba", por outro lado, coloca em total relevância a cor **branca** e os tons **azulados** (predominantes em todos os seus oito temas), seguidos, em boa parte, pelos tons **esverdeados** (sete temas, "Cultura Negra", "Linguagem do Corpo", "Entre a Água e o Céu", "Salão", "Rua", "Cena" e "Sahara").

Os tons **terrosos** ("Cultura Negra", "Volta à Burguesia", "Entre a Água e o Céu", "Salão", "Rua" e "Sahara"), os **acinzentados** ("Volta à Burguesia", "Entre a Água e o Céu", "Salão", "Rua", "Cena" e "Sahara") e as cores **quentes** ("Cultura Negra", "Volta à Burguesia", "Linguagem do Corpo", "Rua", "Cena" e "Sahara") são igualmente importantes, uma vez que estão presentes em seis dos oito temas da empresa, à frente, apenas, da cor **preta**, (em cinco temas, "Cultura Negra", "Linguagem do Corpo", "Entre a Água e o Céu", "Rua" e "Sahara").

No entanto, ficam restritos a poucos temas, as cores **pastéis** (três temas, "Volta à Burguesia", "Cena" e "Salão"), as **violáceas** (três temas, "Volta à Burguesia", "Entre a Água e o Céu", "Cena") e as **ácidas** ("Linguagem do Corpo").

O que temos, portanto, no que diz respeito à predominância das cores escolhidas em todos os temas (das três empresas), é uma maioria de tons **esverdeados** (predominado em 14 dos 16 temas das empresas). Em seguida, aparecem os **terrosos** (13 dos temas), as cores **quentes** e os tons **azulados** (12 dos temas), especificamente a cor **branca** (em 11 dos temas), os tons de **acinzentados** e as cores **pastéis** (em 8 temas), a cor **preta** e os tons **violáceos** (5 temas), as cores **ácidas** (4 temas) e, particularmente, as cores "ouro", "castanho dourado" e as "escuras" ("**diversas**", em um dos temas).

Devemos, ainda, considerar que, entre alguns temas, são sugeridas cores e tonalidades exclusivas para homens e mulheres. Isso acontece com os temas "Cultures", "Ícones" e "Performances" do "Promostyl" e todos da "Ciba", onde existe uma divisão entre os sexos. No caso da "Du Pont", porém, as suas informações são exclusivas para as mulheres.

Entretanto, como as cores e tonalidades encontradas são semelhantes entre todos os temas, podemos constatar que, ao final das contas, há uma compensação cromática entre ambos os segmentos. Isto significa que, guardadas as devidas proporções sobre as aparições e o número de cores ou tonalidades de um mesmo grupo (**ácidas, quentes, violáceas, terrosas**, etc.) dentro de um tema, a distribuição é quase que pulverizada. Por exemplo, o "Promostyl" sugeriu determinadas cores quentes para os homens no tema "Cultures", "Performances" e "Ícones" e tons **esverdeados** e **azulados** no tema "Performances" e "Ícones". Os mesmos tons e cores, no entanto, podem ser encontrados dentro de uma orientação geral em temas do "Promostyl" (o que acaba incluindo as mulheres) e para o segmento feminino, em temas da "Ciba" e "Du Pont". O fato é que, podemos encontrar temas diferentes entre os sexos, mas semelhanças quanto à sugestão de cores e tonalidades.

Portanto, encontramos, entre os temas, as seguintes prescrições sobre cores e tonalidades, voltadas para os segmentos masculino, feminino (e dentro de uma orientação geral do "Promostyl"), em ordem de predominância:

Cores esverdeadas: segmento masculino: caqui-militar, caqui-militar escuro, caqui-militar claro, verde-garrafa, verde-musgo, "verdes", "verde-azeitona", verde-bandeira escuro, verde-bandeira;

segmento feminino: verde-azeitona claro, verde-azeitona escuro, verde-folha, verde-garrafa, verde-oliva, caqui-militar;

orientação geral: "cores frescas e leves", "...verdes-garrafa...", "azeitona", "caqui-militar".

Cores terrosas: segmento masculino: areia, marrom, marrom escuro, castor;

segmento feminino: terracota, ocre, areia escuro, areia, marrom, siena, tabaco, madeira;

orientação geral: "caqui", "tabaco", "castanho", "beges", "marrom escuro".

Cores quentes: segmento masculino: mostarda, mostarda claro, mostarda escuro, ameixa, vermelho, vermelho queimado, laranja, laranja queimado, amarelo-cádmio, carmim, "vermelhos", "fúscia", "framboesas";

segmento feminino: laranja, laranja queimado, vermelho, fúscia, pink, bordô, amarelo-ouro, amarelo-cádmio, carmim;

orientação geral: "bordô", "amarelo", "camelo", "vermelho opaco", "vermelhos", "vermelho e suas gamas".

Cores azuladas: segmento masculino: azul-hortência claro, azul-hortência escuro, azul-royal, azul-cobalto, azul-petróleo, azul-petróleo claro, azul-petróleo clarinho, alfazema (o mesmo que azul-piscina), azul-marinho, "cobaltos" e "azuis";

segmento feminino: azul-cobalto, azul-turquesa, azul-royal, azul-marinho, azul-cerúlio, hortência, petróleo;

orientação geral: "gamas de azuis", "marinho", "petróleo".

Cor branca: segmentos masculino, feminino e orientação geral.

Cores acinzentadas: segmento masculino: cinza, cinza-chumbo, grafite;

segmento feminino: cinza, cinza-chumbo, cinza-arezzo, grafite;

orientação geral: não há.

Cores pastéis: segmento masculino: carmim claro,

segmento feminino: rosa-bebê, rosa, marfim, gelo, pêssego;

orientação geral: "cores frescas e leves...", "cor-de-rosa", "pastéis", "pastéis frescos e ácidos".

Cor preta: segmentos masculino, feminino e orientação geral.

Cores violáceas: segmento masculino: lilás;

segmento feminino: lilás, lilás escuro;

orientação geral: "violeta".

Cores ácidas: segmento masculino: "cores brilhantes para o futebol";

segmento feminino: verde-limão, amarelo-limão;

orientação geral: "cores quentes, mas brilhantes", "pastéis frescos e ácidos".

Cores diversas: "ouro", "castanho dourado", "escuras": orientação geral.

As empresas, seus tecidos e padrões

Vamos, então, considerar, aqui, os tecidos encontrados nos temas (oriundos de seus discursos temários, já devidamente explorados por nós e, em alguns casos, de suas imagens) quanto a sua constituição física e algumas de suas qualidades. Relevaremos, dessa forma, as características mais técnicas, não entrando em detalhes sobre a construção têxtil (tipologia dos fios envolvidos) dos materiais apresentados, salvo, somente, se as informações obtidas partirem de tais detalhes e forem imprescindíveis para uma melhor conclusão. Assim, e de uma maneira mais geral, nós os classificamos em: tecidos **encorpados** de qualidade **rústica** (geralmente naturais, como o algodão, linho, cânhamo ou detentor de um aspecto mais forte, como as lonas, também chamadas de "canvas", etc.) ou **luxuosa** (leia-se, este, "luminosos", devido à mistura de fios sintéticos, artificiais ou mesmo natural), **fluidos**, de característica **maleável** ou **transparente** (tecidos escorregadios por "natureza", que podem ser somente maleáveis, como também maleáveis e transparentes), tecidos **colantes** (tecidos puramente sintéticos, 100% *nylon*, geralmente usados para a confecção de *lingerie* e roupas de ginástica, sendo que vamos considerar, ainda, materiais como o neoprene e os emborrachados), **malharias** (todos os tipos de malhas), tecidos considerados **inovativos** (como o neoprene, os emborrachados, o vinil, os plastificados, 100% *nylon*, etc.) e as **sedas**. Essas últimas, ainda, vamos considerar quanto aos aspectos de **rusticidade** ou **nobreza**.

Todos eles, também, são acompanhados de suas respectivas padronagens (obviamente, quando mencionadas pelo tema), estampas ou construção têxtil específica (como os adamascados, as listras, os xadrezes, etc.) que acabam por ilustrar - desenhar -, as superfícies desses materiais.

O que temos, portanto, no tema "Raízes" do "Promostyl" é a demonstração de materiais **encorpados**, de qualidade **rústica** (genericamente apontados, isto é, para ambos os sexos) como as "madras", que devem manter um aspecto mais primitivo (devido à

rusticidade dos fios retorcidos) e os "linhos", com "orientações orientais e ricos desenhos, em tons de ouro e cores quentes" (cores que, no entanto, foram consideradas por nós como quentes e terrosas: "camelo e tabaco, respectivamente). A mesma orientação de padronagem serve, também, para as "**sedas nobres**", outro material genericamente sugerido no tema. Mas existem ainda os tecidos **fluidos** e **transparentes**, como os "*voiles*" (genericamente sugeridos), cuja padronagem sugere "desenhos primitivos, com tendências *techno*" e outros "leves", "vaporosos" e transparentes (já específicos ao segmento feminino, assim como, novamente, a menção às rústicas "madrás"). As estampas destes últimos, no entanto, giram em torno de "flores exóticas" e "*cashemires*", além da "inspiração indiana", sugeridas às camisetas femininas.

Para os homens, há uma indicação de padrões de estamparias (propostas isoladamente) que inclui "listras" e "diferentes xadrezes" **masculinos**, "padrões marroquinos", "adamascados", "gravuras", "folhagens" e "bordados".

No tema "Cultures", também do escritório, a sugestão está em torno de tecidos **encorpados**, tanto **rústicos** ("tecidos naturais", mais a "suedine" e a "camurça de *stretch*", apontados genericamente, e "camurças" e "couro", só para os homens), como **luxuosos** ("adamascados", genericamente sugeridos), mais os **inovativos** e as **malharias** ("*nylon*" e "tricô rústico – tipo feito à mão", só para homens) e os tecidos **fluidos** e **transparentes** (propostos de forma genérica e bastante superficial: "transparências"). O tema, ainda, ressalta o significativo detalhe de "revelar o aspecto retrógrado dos tecidos", talvez através de alguns materiais (como, por exemplo, empregando o uso dos "adamascados" ou desenhos específicos). Nesse sentido, as padronagens apontam - de uma maneira geral -, para motivos florais ("flores gigantes até muito pequenas, leves e doces"), "folhagens", "arabescos", "minigeométricos", "desenhos de gravatas", "marroquinos", "vitrais", "geométricos" e "abstratos" (todos muito pequenos) e, só para as mulheres, desenhos de inspiração masculina, como as "traminhas listradinhas" e as "xadrezinhas", propostos para serem "tecidos muito femininos" (fluidos? encorpados?). Além disso, a característica de "fluidez" (subentendida a materiais e estilo) é muito ressaltada a este segmento.

O tema "Performances" também envolve - de maneira geral -, tecidos **encorpados** de característica **rústica** ("piquê" e "piquê com *nylon*"), como **fluidos** e **transparentes** ("piquê com efeito de transparência"). Mas, existem, ainda (dentro da mesma orientação,

para ambos os sexos), os tecidos **inovativos** (superficialmente mencionados como "materiais tecnológicos", sempre "gráficos e dinâmicos", e "materiais que registrem bem-estar, suavidade, que tenham *lycra* e sejam anti-transpirantes") e as **malharias** (especificamente os "bilés" que são as "malhas estruturadas com muito *nylon* em sua formação", o "piquê em moleton" e as "malhas de neoprene") com uma orientação específica – sobre este último – ao segmento masculino ("malha grossa").

Para os homens, então, acrescentam-se os tecidos **colantes** ("neoprene", junto com tecidos de "dupla face" e "brilhantes", características principais dos tecidos sintéticos que se destinam à prática do futebol, como o tema sugere) e, sobre as padronagens, os "desenhos e formas geométricas bicolores" (para a "moda golfe").

Já para as mulheres (também para a "moda golfe"), os padrões remetem às listras verticais, sendo vistas, também, dentro de uma orientação mais geral, em "forma de bandeira" (no "estilo *clubbwear* em tons-sobre-tons"), "foscas" (quando o "espírito é mais refinado") ou "leves" (para um "*look* mais citadino").

E, ainda, genericamente, temos os motivos escandinavos (estrelas grandes e estilizadas), os "grafismos", os "circuitos eletrônicos" (ambos para o *snowboard*) e os "grafismos egípcios" (que, apesar de serem exclusivamente sugeridos para os "deuses do estádios"- subentendendo o segmento masculino – e para atender ao estilo do "*streetwear*", encontra-se ligado a uma orientação geral).

No tema "Ícones" (finalizando com o "Promostyl"), temos apenas tecidos **inovativos**, (como os mencionados pelo tema de forma mais geral, "novos materiais tecnológicos" e os "de plástico" e as "redes", só para os homens). Quanto às padronagens, temos, genericamente, a orientação da linguagem gráfica dos HQs., "onde os desenhos misturam colagem e futurismo", além dos xadrezes e quadriculados "frescos" e , só para o universo masculino, os "figurativos" que se tornam "ópticos", as "texturas e padrões gigantes com impressões fotográficas", além de uma forte "influência gráfica".

Junto à "Ciba", encontramos no primeiro tema, "Cultura Negra", que se refere ao segmento feminino, somente tecidos **encorpados** e **rústicos** ("linho", "cânhamo", "panamá", "*seersucker*", "*cloqué*", "*knop*", "*grannité*", "*flammé*" e "piquê"), com a acentuada característica de irregularidade nas superfícies (resultando em efeitos de "favos

de mel", "escamas", "manchas" e "nervuras"). Já as padronagens evocam os "simbolismos e sinais místicos" da "arte africana".

O outro tema feminino da empresa, "Volta à Burguesia", também sugere os **encorpados rústicos** ("*ottomans*", "piquês" e "granulados monocromáticos", "coloridos" e "pequenos"), assim como **encorpados luxuosos** ("*shantungs* acetinados", "*bouclés* luminosos" e "*chinés* com efeitos sofisticados dos fios"), os **fluidos e maleáveis** ("crepes") e os tecidos **sedosos** (no entanto, propostos somente para blusas e mais apropriados, neste tema, para serem "**sedas nobres**"). Aliás, a padronagem desses últimos remetem às "listras" ou estampas à "La Pucci" ou "Lacroix".

Já o tema "Linguagem do Corpo" (o outro tema feminino da "Ciba") prefere os tecidos sintéticos de "desejável e agradável manuseio" e com "reflexos metálicos e brilhantes" (características dos tecidos puramente sintéticos). Vamos considerá-los, então, como sendo parte do grupo de tecidos **colantes**, uma vez que se orientam para o *fitness* e o *welness* e, portanto, preferíveis para fazer ginástica. Mas há, ainda, a menção específica sobre os tecidos **inovativos** (e "funcionais, de acordo com os novos padrões de conforto e bem-estar", como o "*sparkling nylon*" e o "*space dying effects*", e as superfícies que podem compor detalhes emborrachados e plastificados) e, particularmente, as fusões de materiais naturais com sintéticos (os quais, por sua vez, podem remeter a inúmeras variáveis de tecidos, não mencionados pelo tema e que, aqui, não iremos explorar).

Por último, encontramos no tema "Entre a Água e o Céu", a conclusão sobre os materiais femininos, possibilidades que se agrupam a tecidos **inovativos** ("inovativos materiais, embora o tema não menciona quais), tecidos **fluidos e transparentes** (como as "finas cambraias de algodão, freqüentemente encontradas em misturas com sintéticos") e, por fim, "os fios cintilantes e tremeluzentes da viscose e da poliamida", que podem se encaixar tanto no parâmetro de tecidos **fluidos e maleáveis** (devido à qualidade dos fios, artificiais e sintéticos, finos e brilhantes), como a tecidos **encorpados**, sejam eles mais **rústicos** ou **luxuosos** (dependendo do efeito que se pretende obter). O fato é que, se considerarmos também as imagens deste tema, podemos prestigiar, nos modelos expostos, uma grande maioria de tecidos **encorpados** (**rústicos** e **luxuosos**), além daqueles que se demonstram **fluidos e maleáveis**. No entanto, não vamos incluí-los nesta síntese, por não ser possível identificá-los, nem classificá-los com precisão).

Para os homens, a empresa programou, no tema "Salão", tecidos **encorpados** de qualidade **rústica** ("lã com linho", os "granulados", "*grannités*", a "sarja" e a "gabardine", estes últimos, ainda, apresentam um certo tipo de padronagem em suas superfícies, que desenha linhas diagonais) e **encorpados luxuosos** (os "*bouclés*", o "*shantung*" e o "*bourette*", sendo estes dois últimos, "com mais duas ou três fibras diferentes" o que pode lhes dar uma qualidade mais maleável) e **fluidos e maleáveis** ("crepes", "lã com seda" e "lã com viscose"). As padronagens indicadas neste tema são os desenhos "micro" ou "minis".

No tema "Rua", os tecidos que se destacam são, também, os **encorpados rústicos** ("linho", tecidos "naturais", tecidos de superfície áspera, com aspecto de "palha" e "estruturas salientes"), os **inovativos** ("plástico", "vinil", "neoprene" e "borracha", sendo que esses dois últimos também podem ser **colantes**). Também no tema "Cena", os tecidos **encorpados rústicos** têm presença garantida ("algodão", "lã com algodão" e "linho"), assim como os **encorpados luxuosos** ("espinha-de-peixe", "*tweed*" e "*chevron*", sendo estes sugeridos para a fabricação de ternos), os **fluidos e maleáveis** ("lãs com viscose", "lãs finíssimas") e, ainda, as **sedas** (que dentro deste tema, vamos considerar como "**nobres**"). Todos os materiais, no entanto, são extremamente finos e macios.

No último tema masculino da Ciba, o "Sahara", a importância continua recaindo sobre os **encorpados rústicos** ("tecidos naturais", "sarja", "lona", "gabardines", "popelines", "linhos" e tecidos com efeitos de encolhimento e aspecto móvel, como "palha" e "esteira"), mas também sobre os **inovativos** (tecidos funcionais, o "*esay care*" e o "*water repellency*") e, no caso, os **fluidos maleáveis** ("*jerseys* elásticos"). As padronagens podem ser apenas sugeridas a partir das imagens do tema, com listras e xadrez.

A "Du Pont" coloca (para o segmento feminino) como relevantes no tema "Fibrosos", os tecidos **encorpados rústicos** ("cânhamo", "algodão", "linho", "panamá", "canvas"/lona, "telados" e tecidos com "irregularidades nas superfícies"), **encorpados luxuosos** ("*shantung*" e outros luminosos que podemos acompanhar nas imagens), as malharias ("malharia com pondo duplo") e a **seda mais rústica** ("seda áspera"). Também no tema "Suculento", aparecem os **encorpados rústicos** (tecidos com efeitos "plissados" e "enrugados", "*ottomans*", "piquês") e os **encorpados luxuosos** ("veludo"), assim como os tecidos **fluidos e maleáveis** ("crepes") e os **fluidos transparentes** ("semi-transparências"). Este tema, porém, sugere tecidos brilhantes e cintilantes que, hipoteticamente, devido a sua

construção têxtil, com fios sintéticos e artificiais (ou mesmo naturais, se provenientes da seda), podem (certamente) tanto se enquadrar em padrões de tecidos **encorpados** mais **luxuosos**, como **fluidos** (**maleáveis** ou **transparentes**), **colantes** (sendo pouco prováveis neste tema) ou, ainda, nas **malharias**. As imagens do tema, no entanto, demonstram, apenas, tecidos **encorpados** mais **luxuosos** (devido ao brilho) e um pouco de **malharia**. A indicação sobre padronagem aparece com os "estampados frescos com motivos de frutas, flores exóticas e vegetação exuberante".

O mesmo acontece com o tema "Polido", que alerta sobre a superfícies dos tecidos, "opacas ou acetinadas", mas não indica claramente os tecidos. No entanto, se recorrermos às imagens deste tema e às informações de seu discurso, fica fácil perceber que, aqui, tratam-se de tecidos **encorpados rústicos** (pois apresentam efeitos que dão densidade ao tecido, como "drapeados consistentes", "ligamentos fechados", "construções compactas"), mas também, **encorpados luxuosos** (devido ao fio *lycra* e, possivelmente, outros sintéticos, que imprimem uma aparência mais luminosa aos tecidos apresentados).

Enfim, no último tema da empresa, "Espumante", se considerarmos, também, as imagens e o discurso temário, entendemos que os tecidos abordados tratam-se, quase que totalmente, de **malharias** e, muito pouco de tecidos **encorpados rústicos** (como o tema sugere). Isto, talvez, devido à qualidade dos efeitos propostos por este tema ("ondulações", "plissados", "gofrados", "efeitos tridimensionais", "atoalhados", etc.) que, apesar de poderem ser aplicados tanto em tecidos planos como em malhas, revelam-se muito mais interessantes e irreverentes nestes últimos (conseqüentemente, vêm atender muito melhor às demandas deste tema).

Os tecidos do verão 97

Entre o "Promostyl", aparecem com igual importância em três dos temas, os tecidos **encorpados** de qualidade **rústica** e os tecidos **fluidos transparentes** ("Raízes", "Cultures", "Performances"). Em seguida, com igual valor, estão os tecidos **inovativos** ("Cultures", "Performances", "Ícones") e, com menor importância, as **malharias** ("Cultures" e "Performances"), os tecidos **colantes** ("Performances"), as **sedas nobres** ("Raízes") e os **encorpados luxuosos** ("Cultures").

É interessante dizer, ainda, que algumas indicações do escritório são dirigidas somente para os homens, como a sugestão de certos tipos de materiais **encorpados rústicos** ("camurça" e "couro"/"Cultures"), **colantes** (os tecidos de "dupla face" e "brilhantes", de "neoprene" e da própria sugestão de "colantes", todos no tema "Performances"), inovativos ("plástico" e "redes"/"Ícones", "nylon"/"Cultures", "neoprene"/"Performances") e **malharias** ("malha grossa"/"Performances", "tricôs rústicos"/"Cultures").

O mesmo acontece com o segmento feminino, com tecidos **encorpados** de qualidade **rústica** (as "madras"/"Raízes") e os **fluidos transparentes** ("leves", "vaporosos", "transparentes"/"Raízes").

A "Ciba" também se interessa mais pelos tecidos **encorpados** e **rústicos**, presentes em seis de seus oito temas (as exceções são os temas femininos "Linguagem do Corpo" e "Entre a Água e o Céu", afirmação que não podemos fazer com segurança devido às sugestões do tema. De uma forma mais ponderada, no entanto, são sugeridos os tecidos **fluidos** e **maleáveis** (que podem ser encontrados em quatro temas: "Volta à Burguesia", "Salão", "Cena" e "Sahara"), seguidos pelos **inovativos** (também em quatro temas, "Linguagem do Corpo", "Entre a Água e o Céu", "Rua" e "Sahara"), os **encorpados luxuosos** (vistos em três temas, "Volta à Burguesia", "Salão" e "Cena"), as **sedas** mais **nobres** (dois temas, "Volta à Burguesia" e "Cena") e os tecidos **colantes** (dois temas, "Rua" e "Linguagem do Corpo") e, por último, os **fluidos** e **transparentes** (um tema, "Entre a Água e o Céu"). Não aparecem, portanto, as **malharias**, salvo a sugestão que se faz ao tecido - a "malha de algodão" - para confeccionar as camisetas masculinas, no tema "Cena".

É relevante, porém, que entre os temas, todos os tecidos são igualmente propostos para os segmentos feminino e masculino. As únicas exceções giram em torno das orientações da "Ciba", que se refrem aos tecidos **fluidos** e **transparentes** ("cambraias finíssimas"), sugeridos só para as mulheres (no tema "Entre a Água e o Céu") e os **colantes** (emborrachados e neoprene, no caso, tema "Rua") só para homens.

A "Du Pont" finaliza, mantendo a mesma preferência por tecidos **encorpados** e **rústicos** ("Fibroso", "Suculento", "Polido" e "Espumante") mas também, variando as opções com tecidos **encorpados** e **luxuosos** (encontrados nos mesmos temas anteriores, exceto "Espumante") e, numa proporção menor, então, com as **malharias** ("Espumante" e

"Fibroso"), tecidos **fluidos**, **maleáveis** e **transparentes** ("Suculento") e com as **sedas rústicas** ("Fibroso").

Assim, pode-se dizer que o verão de 97, pode ser caracterizado pela predominância dos tecidos **encorpados**, considerados **rústicos** (presentes em 13, dos 16 temas) e, de certa forma, pelos **encorpados luxuosos**, pois também estão em quase a metade deles (7 temas). Muito importante, porém, é a característica de irregularidade na superfície da maioria desses tecidos, como os efeitos de enrugamentos, amassamentos, granulados, plissados, de ondulações, escamas, nervuras, etc. Outros aspectos significativos são as tramas "teladas", em que os ligamentos da construção têxtil são muito abertos e "móveis", dando a aparência de rústicas esteiras de palha a alguns dos materiais e, ainda, o padrão "empoeirado", desgastado e envelhecido que pretendem denotar vários deles.

Mas, um outro tipo de tecido, de igual valor que os anteriores, são os **inovativos** (presentes também em 7 temas) mostrando a força de novos produtos, de onde se retira, sem dúvida, beleza, qualidade, conforto e inusitadas utilizações.

Em seguida, aparecem, juntos, os tecidos **fluidos maleáveis** e **fluidos e transparentes** (em 5 temas), também demonstrando muita importância neste contexto e, certamente, não só devido às características de conforto e caimento, mas, sobretudo, pela capacidade tecnológica de imprimir outros fios (sintéticos, na maioria) à construção têxtil. Tal qualidade, no entanto, não é privilégio só dessa tipologia de material (**fluido maleável**), pois também foi encontrada em outros tipos de tecidos (**encorpados rústicos e luxuosos**, por exemplo).

Vale dizer, ainda, que a tecnologia têxtil vem ampliando o leque de tecidos e a sua conseqüente aplicação, o que, anteriormente, restringia muito a adequação da construção têxtil e a modelagem da roupa (ou seja, quando, há algum tempo, encontrávamos, por exemplo, somente, "crepes" mais duros, portanto, mais encorpados, hoje encontramos o mesmo tecido extremamente mais leve e macio, estendendo, assim, a utilização deste tecido em camisas, ou mesmo calças e vestidos mais "soltinhos" e confortáveis).

Estes materiais, portanto, ficam à frente, apenas, das **malharias** (4 temas), das **sedas nobres** (3 temas), dos tecidos **colantes** (3 temas) e das **sedas** consideradas mais **rústicas** ("ásperas", 1 temas).

Temos, assim, entre os temas, os seguintes tecidos em ordem de predominância:

Encorpados rústicos: segmento masculino: "lã com linho", "granulados", "*grannités*", "gabardine", "linho", tecidos "naturais", tecidos de superfícies áspera com aspecto de "palha" e "estruturas salientes", "algodão", "lã com algodão", "sarja", "lona", "popelines", "tecidos com efeitos de encolhimento e aspecto móvel como palha e esteira", "camurças", "couro";

segmento feminino: "linho", "cânhamo", "panamá", "*seersucker*", "*cloqué*", "*knop*", "*grannité*", "*flammé*", "piqués", "*ottomans*", "granulados monocromáticos, coloridos e pequenos", "algodão", tecidos com efeitos "plissados", "enrugados", "drapeados consistentes", "ligamentos fechados", "construções compactas", efeitos como "ondulações", "plissados", "gofrados", "efeitos tridimensionais", "atoalhados", "madras", tecidos com "irregularidades nas superfícies", "telados", "canvas";

orientação geral: "madras", "linhos", "tecidos naturais", "suedine", "camurça de *strecht*", "piqué", "piqué com *nylon*".

Encorpados luxuosos: segmento masculino: "*shantung*", "*bouclés*", "*bourette*", "espinha-de-peixe", "*tweed*", "*chevron*" (estes três últimos para a fabricação de ternos);

segmento feminino: "*shantungs* acetinados", "*bouclés* luminosos", "*chinés* com efeitos sofisticados dos fios", "veludos";

orientação geral: "adamascados".

Inovativos: segmento masculino: "plástico", "vinil", "neoprene", "borracha", "*easy care*", "*water repellency*", "*nylon*", "de plástico", "redes";

segmento feminino: "inovativos materiais", "funcionais, de acordo com os novos padrões de conforto e bem-estar", "*sparkling nylon*", "*space dying effects*";

orientação geral: "materiais tecnológicos", "materiais que registrem bem-estar, suavidade, que tenham *lycra* e sejam anti-transpirantes", "novos materiais tecnológicos".

Fluidos e maleáveis: segmento masculino: "lã com seda", "crepes", "lã com viscose", "lãs finíssimas", "*jerseys* elásticos";

segmento feminino: "crepes";

orientação geral: não há.

Fluidos e transparentes: segmento masculino: não há.

segmento feminino: "finas cambraias de algodão frequentemente encontradas em misturas com sintéticos", "semi-transparências";

orientação geral: "*voiles*", "transparências", "piquê com efeito de transparência".

Malharia: segmento masculino: "tricô rústico, tipo feito à mão", "malha grossa";

segmento feminino: "malharia com ponto duplo", malharia com efeitos "tridimensionais", "ondulações", "plissados", "gofrados", "*bouclés*";

orientação geral: "bilés, malhas estruturadas com muito *nylon* em sua formação", "piquê em moleton", "malhas de neoprene".

Tecidos colantes: segmento masculino: "neoprene", "borracha", tecidos com "dupla face e brilhantes";

segmento feminino: tecidos "sintéticos", "com desejável manuseio", "reflexos metálicos" e "brilhantes" (características dos tecidos 100% *nylon*);

orientação geral: não há.

Sedas nobres: segmento masculino: "sedas" (subentendendo o caráter do tema "Cena");

segmento feminino: "sedosos" para blusas (subentendendo o caráter do tema "Volta à Burguesia");

orientação geral: "sedas nobres".

Sedas rústicas: segmento masculino: não há;

segmento feminino: "seda áspera";

orientação geral: "não há".

As Padronagens do Verão 97

Embora tenhamos uma abundância de sugestões sobre materiais, o mesmo não acontece com as padronagens, que parecem não figurar entre as maiores preocupações das tendências de moda das empresas (e, sendo assim, não vamos colocar em ordem de predominância entre os temas, somente divisão entre os sexos). Vale ressaltar, ainda, que algumas das padronagens estão ligadas a um tecido ou tipo específico de estilo.

Assim, considerando as sugestões mais relevantes (que encontramos em poucos temas), vemos que os principais motivos (desenhos e estampas) estão em torno de:

Motivos primitivos africanos (primitivos) e orientais:

segmento masculino: "padrões marroquinos";

segmento feminino: "simbolismos e sinais místicos da arte africana", "inspiração indiana para camisetas...", "*cashemires*" para os *voiles*";

orientação geral: "ricos desenhos em tons de ouro e cores quentes" para os "linhos" e as "sedas nobres", e "grafismos egípcios" para o "*streetwear*".

Motivos florais: segmento masculino: não há;

segmento feminino: "flores exóticas", "estampados frescos (...) com motivos de (...) flores exóticas";

orientação geral: "flores gigantes até muito pequenas, leves e doces...".

Motivos de vegetação: segmento masculino: "folhagens";

segmento feminino: "estampados frescos (...) e vegetação exuberante...";

orientação geral: "folhagens".

Motivos rebuscados ou barrocos: segmento masculino: "padrões adamascados", "bordados";

segmento feminino: "estampas à la Pucci" ou "Lacroix" para blusas em tecidos sedosos;

orientação geral: "arabescos".

Motivos miniaturizados: segmento masculino: desenhos "micro" ou "minis" e a própria construção têxtil da sarja e gabardine, "padrões marroquinos";

segmento feminino: "desenhos de inspiração masculina", como as "traminhas listradinhas" e as "xadrezinhas";

orientação geral: "minigeométricos", "desenhos de gravatas", "marroquinos", "vitrais", "geométricos" e "abstratos", todos "muito pequenos".

Listras diversas: segmento masculino: as listras, conforme a imagem do tema "Sahara", "listras masculinas";

segmento feminino: "listras verticais" para "a moda golfe", "listras elegantes";

orientação geral: "listras verticais" em "forma de bandeira no estilo *clubbwear*, em tom-sobre-tom", "listras foscas" para um "espírito mais refinado" e "listras leves" para um "*look* mais citadino".

Xadrezes: segmento masculino: diferentes xadrezes masculinos", o xadrez considerando as imagens do tema "Sahara";

segmento feminino: "madrás";

orientação geral: "madrás", "xadrezes e quadriculados frescos".

Motivos escandinavos (estrelas): somente orientação geral.

Motivos de "circuitos eletrônicos" para o snowboard: orientação geral.

Motivos de "grafismos" e "gráficos e dinâmicos", para os materiais tecnológicos e "grafismos egípcios" para o *streetwear*", todos para orientação geral.

Motivos de "linguagem gráfica dos HQs., onde os desenhos misturam colagem e futurismo", para orientação geral.

E, especificamente para o segmento feminino, os motivos de frutas "...estampados frescos com motivos de frutas..." e, para o masculino, as "gravuras", "os figurativos" que se tornam "ópticos", as "texturas e padrões gigantes com impressões fotográficas" e "influência gráfica", e os "desenhos e formas geométricas bicolores" para a "moda golfe".

As empresas e os estilos

Aqui nós organizamos, dentro de alguns segmentos de moda, os vários estilos observados nos temas estudados, através de seus discursos e imagens. Assim, vamos encontrar um estilo que se adequa ao **clássico**, quando verificarmos as roupas para ocasiões mais formais e que acabarão integrando também a Alta-Costura; o **rústico**, que vai amparar padrões étnicos, militares, safari e outras propostas vindas de um ambiente mais inóspito ou exótico; **retrô**, que irá remeter a estilos de décadas passadas; **futurista** e **lúdico**, às roupas de *design* arrojado, que incluem o segmento *ciber* e *clubberwear*, mas também aquele divertido e provocativo; **minimalista**, leia-se estilo *clean*, limpo, uniforme; o **casual** ao estilo da roupa do dia-a-dia (que inclui o segmento do *casualwear*); o **esporte**, a roupa mais esportiva, descompromissada, ou diretamente relacionada a algum tipo de esporte (remetendo, conseqüentemente, ao *sporstwear*) e o **sensual**, que remete às roupas fluidas que delineam o corpo e, portanto, mais dirigidas ao segmento feminino.

O "Bureau Promostyl" apresenta, portanto, sugestões que se voltam ao tema "Raízes", para o estilo **rústico**, no qual propõe o *utilitywear* (que respeita a funcionalidade de roupas como "vestidos, casacos, blusões, coletes, calças, com muitos bolsos e tendo como influência as roupas de pesca e dos pilotos de caça"), atendendo a ambos os sexos, e o *comfortwear* ("camuflagens militares", "silhueta longilínea/militar" e as "enormes jaquetas com capuz"), somente para os homens e, para as mulheres, os padrões étnicos – chiques – e o "afro-clean". Os acessórios são genericamente sugeridos num estilo **retrô**, através dos calçados ("Bico quadrado. Sempre.") e, também, das "sandálias que parecem envelopes".

No tema "Cultures", o "Bureau" orienta a criação através do estilo **retrô** (para as mulheres "calças compridas, longas, rendilhadas, retrôs", que nos remete à década de 70 e, para os homens, o "chique e o natural com leves referências aos anos 70"); do **sensual** ("fluidez", só ao segmento feminino) e **minimalista** (para o masculino). Quanto aos acessórios, o estilo **retrô** predomina, pelo menos para as mulheres ("salto alto e bico quadrado").

O tema "Ícones" (ainda do "Promostyl") sugere o estilo **minimalista** e o propõe dentro de uma orientação geral ("*clean*, limpo, de efeito uniforme, as roupas parecem de laboratório"), mas também só para o segmento feminino ("conforto, funcionalidade e *design* limpo). Também inclui - com muita importância neste tema - o estilo **lúdico**, tanto de forma genérica ("corrente *tecnho*, moda andrógena, *clubbwear*"), como especificamente para o segmento feminino ("*clubbwear*" e a "liberdade frou-frou: minibabadinhos, rendinhas, bordadinhos" e "cigarretes") e masculino ("*clubbwear*", "blusinhas" e o "corte arredondado" - nos barrados e golas - e, ainda, as camisetas superpostas - "superposição de redes" -, para deixar a silhueta aparente), além de sugerir nos acessórios, o mesmo estilo "*clubber*", como as "sandálias bem coloridas" e os solados de cortiça para as meninas e os "tênis, sapatos sem cadarços com velcro" e os "chinelos compensados", para os meninos.

No último tema do "Promostyl", o "Performances", os estilos se restringem ao **esporte**, o **futurista** e o **retrô** nos acessórios.

O primeiro segmento de moda, porém, divide-se em 'esportes elitistas', os quais são direcionados genericamente ("moda náutica", "caça e pesca no estilo inglês e irlandês"); também para as mulheres (cricket/"feminilidade com sofisticação", "golfe"/"vestidos polos" com "listras verticais", "*fitness*"/"cores e formas mais duras"); em esportes considerados 'mais radicais', propostos, de forma geral, ("*skillwear*"/"inspiração nos cosmonautas e pilotos de Fórmula I" e "*snowboard*") e somente ao segmento masculino ("*streetwear*"/"novos acolchoados/"deuses do estádio" e as "vestimentas dos treinos de box"); e outros (ainda exclusivos para os homens, futebol/"dupla face e colantes, brilhantes e com maxi blusas com neoprene", surf/"gorros muito grandes", *mountain bike*/"trajes do guerreiros antigos", basket/"malha grossa", alterofilismo).

Quanto aos acessórios, o tema prefere os estilos **futurista** ("sapatos com vertentes tecnológicas, tipo cosmonauta, que parecem patins" e tênis "Pumma") e **retrô** ("sapatos com bico quadrado - anos 60).

Nos temas femininos da "Ciba", o "Cultura Negra", embora aponte que o estilo a ser trabalhado deva ser "autêntico e original, sem ser rústico ou grosseiro", concluímos que devido aos tecidos utilizados (todos encorpados e rústicos), o que se propõe é, justamente, um estilo mais **rústico**. No entanto, mais delicado e pessoal (detalhadamente construído) uma vez que o segmento a que se dirige é o feminino. Já o "Volta à Burguesia" vislumbra tanto o estilo **clássico**, como o **retrô**, pois as peças de vestuário mencionadas pelo tema trazem de volta da década de 50, o "clássico duas peças", o "terno" e o "vestido *cocktail*".

Por outro lado, os temas "Linguagem do Corpo" (como remete ao universo esportivo *fitness* e *welness*), se adequa ao estilo **esporte** e o "Entre a Água e o Céu" ao **minimalista** (das "roupas simples e singelas...").

Os temas masculinos da empresa voltam-se para os estilos **clássico** e **retrô** ("elegância formal dos anos 30 e 40" e "uma individual e pessoal interpretação que se volta para o começo do século") em "Salão"; o **futurista** ("*ciber looks*", "*look técnico e futurista...*", "interpretações altamente originais e imaginativas"), no "Rua"; **clássico** e um **casual** mais refinado em "Cena" (pela possibilidade de extensão de tecidos mais luxuosos a este último); e, por último, a repetição do estilo **casual**, no "Sahara", no entanto, mais rústico e confortável, (devido aos tecidos utilizados - a maioria encorpados e rústicos -, e à menção que se faz aos estilos militar e safari).

A Du Pont apresenta em seus temas "Fibroso" (considerados ao segmento feminino), um estilo **rústico** (proveniente do "estilo colonial com sabor cubano" e "pelas novas proporções" que vem em "formas masculinas numa versão feminina", os ternos, pantalonas, vestidos e túnicas); "Suculento", os estilos **clássico** (das "formas sofisticadas" da "Alta-Costura..."), possivelmente, o **casual** (se considerarmos as formas estéticas/silhuetas que o tema desenhou em imagens); o **lúdico** e o **sensual** ("...ou bem divertidas e vivas", devido ao caráter do tema, cores e materiais sugeridos); "Polido", os estilos **clássico** ("...a dimensão dos volumes são importantes tanto para a Alta-Costura..."), o **esporte** ("...como para os tipos esportivos...") e o **casual** ("...ou para os mais casuais"); e, no "Espumante", estilos **minimalista**, e também, (muito possivelmente), o **casual**

(considerando os desenhos de silhuetas do tema), mais os estilos **lúdico** e **sensual** ("confeções extravagantes e divertidas tanto em tecidos planos como em malharia").

Os estilos do verão 97

O que vemos acontecer, então, de uma forma sintética, é uma pulverização de estilos diferentes (sempre dirigidos para ambos os sexos, onde se vê uma única exceção, do estilo **sensual** só para mulheres) entre os temas.

No entanto, prevalece em sete deles, o estilo **clássico** ("Raízes" para o segmento masculino, "Volta à Burguesia", "Cena", "Salão", "Suculento" e "Polido") e o **retrô** ("Cultures" para ambos os sexos, "Volta à Burguesia" e "Salão", mais os acessórios sugeridos a ambos os sexos nos temas do "Promostyl", "Raízes", "Performances" e "Cultures") e, se levarmos em consideração mais as nossas suposições (nos temas "Suculento" e "Espumante"), o estilo **casual** vem logo em seguida completando, assim, cinco temas ("Polido" e "Cena", para um *casual* mais refinado e "Sahara", mais rústico).

Também aparecem com muita importância o estilo **minimalista**, em quatro temas ("Ícones", segmento feminino e dentro de uma orientação geral, "Cultures", só para homens, "Entre a Água e o Céu" e "Espumante", ambos para o segmento feminino). Logo atrás vêm os estilos **futurista** ("Rua", segmento masculino; mais os acessórios dos temas "Performances" e "Ícones"); **esporte** ("Performances" para os segmentos feminino e masculino, "Linguagem do Corpo" e "Polido", só para o feminino); o **rústico** ("Raízes" para ambos os sexos, "Cultura Negra" e "Fibroso"); o **sensual** (encontrado no "visual fluido" do tema "Cultures", para o segmento feminino; e nos temas "Suculento" e "Espumante") e o **lúdico** ("Ícones", segmentos masculino e feminino e dentro de uma orientação geral, "Espumante" e "Suculento").

Temos, portanto, por ordem de predominância, os seguintes estilos:

Estilos clássico e retrô: segmento masculino: "clássico básico mais moderno", o "chique e o natural com leve referência aos anos 70" mas, "refinados sempre", a "elegância formal dos anos 30 e 40" e uma "individual e pessoal interpretação que se volta para o começo do

século", "o terno", a "elegância formal", as "composições luxuosas e bastante refinadas, em forma de um autêntico *dandy*", "*look* sofisticado, luxuoso, pretensioso";

segmento feminino: "calças longas, rendilhadas, retrôs", o "estilo luxuoso da década de 50", o "clássico duas peças", o "vestido *cocktail*", o "terno" feminino, "formas sofisticadas da Alta-Costura", "a dimensão dos volumes são importantes tanto para a Alta-costura...".

orientação geral: não há;

acessórios: nos calçados, o "bico quadrado" e as "sandálias envelopes", "salto-alto", "bico quadrado", "sapatos com bico quadrado (anos 60)".

Estilo casual: segmento masculino: "um *look* casual das horas de lazer" (mais nobre) e "*casualwear*" do homem de Marlboro (mais rústico, comportando ainda o estilo militar e safari);

segmento feminino: "a dimensão e os volumes são importantes (...) para os tipos mais casuais...",

orientação geral: não há.

Estilo minimalista: segmento masculino: "minimalista",

segmento feminino: "funcionalidade, conforto, estilo para um *design* limpo, *clean*...", "visual minimalista, roupas simples e singelas, mas refinadas e sofisticadas", "confeções (...) minimalistas";

orientação geral: "*clean*, super limpo e de efeito uniforme. Roupas que parecem de laboratório".

Estilo futurista: segmento masculino: "*streetwear*/merecem um estilo futurista com grafismos egípcios e novos acolchoados", "*ciber looks*", "*look* técnico e futurista, quase exagerado no futuro", "interpretações altamente originais e imaginativas";

segmento feminino: não há;

orientação geral: não há;

acessórios: "chinelos", "sapatos que perdem cadarços, o fechamento é rápido, com velcro", "muito velcro", "sapatos com vertentes tecnológicas, tipo cosmonauta, que parecem patins", "tênis Pumma";

Estilo esporte: segmento masculino: "*streetwear*...", "vestimentas dos treinos de box", "o futebol/dupla face, brilhantes e colantes, maxiblusas com neoprene", surf/"aspectos mórbidos, gorros muito grandes", "*bikers*/trajes dos guerreiros antigos. Motocross", "basket/malha grossa", "todo um estilo que enaltece os músculos será forte, tendo como referência o alterofilismo. Essa roupa vai valorizar o corpo sem ser grudenta";

segmento feminino: "criquet/feminilidade com sofisticação", "golfe/vestidos polos com listras verticais", "*fitness*/com cores e formas mais duras", "*welness*", "*fitness*", "a dimensão e os volumes são importantes..." nos "...tipos esportivos".

orientação geral: "moda náutica", "caça e pesca no estilo inglês e irlandês", "*skillwear*/inspiração nos cosmonautas e pilotos de Fórmula I", "*snowboard*".

Estilo rústico: segmento masculino: "*comfortwear*/camuflagens militares, enormes jaquetas com capuz, silhueta longilínea/militar";

segmento feminino: "afro-clean", "étnico-chique", "estilo autêntico e original, sem, no entanto, ser grosseiro ou rústico", "estilo colonial com sabor cubano, ternos, pantalonas com túnicas, pantalonas e vestidos com novas proporções, formas masculinas numa versão feminina";

orientação geral: "*utilitywear*/vestidos, casacos, blusões, coletes, calças, com muitos bolsos, tendo como influência as roupas de peaca e dos pilotos de caça".

Estilo lúdico: segmento masculino: "estilo *clubbwear*: pequenas blusinhas usadas com chinelos compensados", corte arredondado para os homens", "há superposição de redes deixando, quase sempre, as silhuetas transparentes";

segmento feminino: "liberdade frou-frou: mini babadinhos, rendinhas, bordadinhos", "cigarretes", "babadinhos", "funcionalidade, conforto, estilo (...) gozado e funcional ao mesmo tempo", "...formas (...) bem divertidas ou vivas...", "...confeções mais extravagantes e divertidas, tanto em tecidos planos como em malharia.";

orientação geral: "espírito *clown*, estilo biônico ("bionic"), importante ato da corrente techno";

acessórios: "...chinelos compensados...", "cortiça nos acabamentos e nos saltos de sandálias bem coloridas.

Estilo sensual: segmento masculino: não há;

segmento feminino: "...formas (...) ou bem divertidas ou vivas", "...confecções mais extravagantes e divertidas, tanto em tecidos planos como em malharia.", "fluidez";

orientação geral: não há.

Considerações Finais

O panorama que temos, portanto, para a primavera/verão 97, é a formatação de alguns ambientes que passam a abrigar as suas respectivas tendências dentro daquilo que chamamos ser um perfil rústico (ou mais primitivo), romântico, esportivo, sensual, discreto, lúdico, futurista, minimalista, idealista, excêntrico e egocêntrico. Todos, hipoteticamente, vindos de sentimentos humanos (carências sociais) e que intuem a adequação de determinados materiais, cores e estilos.

Muito importante, porém, é (ao considerarmos os temas) o direcionamento das tendências de moda que se faz para ambos os sexos. O que vemos, então, é que os perfis **rústicos/primitivos** (“Raízes”, “Cultura Negra”, “Sahara” e “Fibroso”), **romântico** e **retrógrado** (“Cultures”, “Volta à Burguesia”, “Salão”), **futurista**, **lúdico** e **asséptico** (“Ícones” e “Espumante”), **esportivo** (“Performances”, “Linguagem do Corpo” e “Rua”), **egocêntrico/excêntrico/narcisístico** (“Linguagem do Corpo” e “Cena”), **lúdico** (“Ícones”, “Suculento” e “Espumante”) parecem caber muito bem aos segmentos masculino e feminino. No entanto, uma essência temária mais **sensual** (“Suculento”), **idealista** (“Entre a Água e o Céu”) e **discreta** (“Polido”) se adequa, somente, ao sexo feminino.

No entanto, entre as cores, todos os tons apresentados se apropriam para ambos os sexos e, quanto aos materiais, o consenso nas sugestões só não foi total devido à única proposta de **“seda áspera”**, dirigida às mulheres.

As padronagens e estampas acompanham quase o mesmo raciocínio, sendo que as únicas divergências se verificam nas **estampas de frutas** (“Suculento”), propostas só para as mulheres e as **“gravuras”** (“Raízes”), os **“efeitos ópticos”** (“Ícones”) os **“padrões fotográficos gigantescos”** (“Ícones”), e as **“formas geométricas”** (“Performances”) só para os homens. E, temos, ainda, o elemento “estilo” que, mesmo dividindo-se em alguns segmentos de moda, é facilmente encontrado para os dois sexos: **clássico**, **retrô**, **casual**, **esporte**, **rústico**, **lúdico**, **minimalista**. Porém, o **“estilo sensual”** (cuja principal característica é o visual “fluido”, “lânguido”, escorregadio) é dirigido exclusivamente para o segmento feminino e, o **futurista**, somente ao masculino.

É interessante também notar que, a partir dos estilos sugeridos, podemos entender (e mesmo prever) os segmentos de moda que são propostos para ter uma vida útil mais

“durável” (portanto, menos suscetíveis às “alterações” sazonais) e aqueles que estão fadados à rapidez das mudanças da moda. Pois, uma vez de acordo com os cronogramas de fabricação do vestuário (vide a organização necessária demonstrada por Carlos Simões, na página 51), as roupas básicas têm ciclos longos de fabricação; as tradicionais e clássicas, ciclos médios; e as criadas para a vanguarda, ciclos curtos.

Dentro dessa lógica, então, os estilos rústico/primitivo, **minimalista** e casual ficam dentro da fabricação de peças básicas; o romântico e o retrô, dentro das peças tradicionais e clássicas, e os estilos futurista, lúdico, sensual e esporte, dentro da fabricação de peças de vanguarda, sendo que estes dois últimos (além do retrô), **podem**, ainda, se adequar perfeitamente ao ciclo longo, das peças consideradas básicas.

Quanto às imagens que nos são oferecidas como apoio à **imersão** discursiva das tendências de moda, podemos, ainda, afirmar que a grande maioria funciona como um quinto elemento: o de ilustração dos temas das tendências de moda.

No caso do “Promostyl”, são quatro “painéis” que representam (através de uma montagem com várias fotografias) o espírito de seus temas, portanto, o seu “perfil temário”, subentendendo (somente aos profissionais da área) o estilo a que corresponde o seu respectivo segmento de moda: mais esportivo, mais rústico, romântico, divertido... E, talvez, materiais e cores, uma vez que esses elementos estão **intrínsecos** às roupas e figuras apresentadas.

A “Du Pont” vem com este mesmo objetivo, representando seus temas através de fotografias. Figuras que possam, não só lembrar o perfil temário, **mas também** se aproximar às características físicas dos tecidos sugeridos para serem produzidos. Nesse sentido, então, apesar de **demonstrarem** um pouco das silhuetas que podem ser trabalhadas, há uma concentração maior de fotos de tecidos, cujas superfícies são bem apresentadas nas fotos. No entanto, **nada** muito esclarecedor, uma vez que apresentam um leque reduzido de opções visuais.

A “Ciba”, no entanto, em seus “painéis de tendências” parece **querer** demonstrar um pouco de tudo: influências, cores, estilos e materiais/padronagens (os últimos, porém, considerando os tecidos que são vistos nas roupas). Fica em débito, **entretanto**, a precisão desta demonstração, pois os únicos elementos esclarecedores são as várias cores e harmonias disponibilizadas nas fotografias das amostras de tecidos dos “painéis”

(utilizadas, por sua vez, para demonstrar somente cores e não tecidos). As montagens feitas a partir das fotografias que se encontram ao centro dos “painéis de tendências”, sem dúvida, remetem ao “espírito” de cada tema (portanto, ao seu “perfil temário”) e a alguns dos estilos proclamados. Ou melhor, à idéia desses estilos. No entanto, são imagens pequenas e inacessíveis a detalhes e, assim, mais ilustrativas que explicativas.

O mesmo podemos dizer das cartelas de cores (da “Ciba” e “Du Pont”), as quais oferecem, somente, um resumo das principais famílias cromáticas com que os profissionais podem trabalhar.

Assim, as imagens apresentadas - dentro deste contexto ilustrativo - (e, oriundas do campo comercial/industrial) são fotografias ou composições fotográficas sintetizadas e organizadas em um ambiente específico, no caso, um tema determinado, portanto, funcionando como um suporte ao discurso sobre tendências de moda apresentado pelas empresas.

Tal como podemos observar, então, as sugestões estéticas oferecidas pelas três empresas (através de belos discursos e imagens) nada mais são do que estratégias mercadológicas, que visam a condução criativa e eficaz das tendências de moda (através dos temas) em toda a sua produção hierárquica e cronológica.

Nesse sentido, ainda, se considerarmos as propostas das tendências de moda (e seus temas) do “Promostyl”, pensadas com 30 meses de antecedência à estação primavera/verão 97 (estrangeira) e 14 meses, as das multinacionais químicas, entendemos o contexto predatório que se situa a criação da moda e o qual restringe e delimita parâmetros para a construção estética de uma roupa.

Além disso, se nos situarmos um pouco mais para trás (cronologicamente), quando se inicia a demarcação de estratégias para as tendências entre as várias empresas, com 36 meses de antecedência à estação, é muito estranho imaginarmos que estamos vestindo uma roupa com uma defasagem estética de 3 anos, portanto, uma roupa já “fora de moda”. Ora, “ela” foi idealizada levando-se em consideração o momento de sua contemporaneidade, e lançada com o devido “atraso” - necessário -, à sua organização (o que subentende organizar os quatro elementos que a constituirão), concepção e distribuição.

Talvez, então, esse campo de “prescrições estéticas”, apesar de ser altamente gerenciado seja, ao mesmo tempo, um campo minado de inseguranças sobre aquilo que

(realmente) possa vir a se tornar “moda” (aqui entendida como uma “febre” passageira) ou não. Conseqüentemente, a “colheita” do produtor será farta, ou não, conforme o *score* de acertos nos elementos que utilizou para a composição de sua coleção. Daí a importância cronológica e conceitual de certos setores para a confirmação de tendências (feitas em um primeiro nível, portanto dirigidas aos fabricantes e criadores da moda), e que se verifica com maior alcance¹⁶⁴ - nas propostas (mesmo que absurdas) das passarelas dos grandes estilistas (já num segundo nível, portanto, servindo como principal referência, não só a confeccionistas que não têm acesso aos setores comerciais internacionais, mas ao restante das pessoas interessadas).

Talvez, ainda, nesse último estágio - de divulgação do vestuário -, se adeque a teoria de Gilles Lipovetsky sobre o conceito das tendências de moda: “...a idéia inédita de um costureiro, muitas vezes tímida e pouco explorada no início, é então muito rapidamente reconhecida como tal, captada, transposta, desenvolvida pelos outros, nas coleções seguintes. É assim que muda a moda: em primeiro lugar por tateios e balões de ensaio, depois por sedimentações e ampliações “miméticas” e, no entanto, particulares a cada vez...”¹⁶⁵.

A “idéia inédita”, porém, não existe se considerarmos o leque de propostas (influências e estilos) e, principalmente, os elementos físicos (cores, tecidos, padrões, estampas) disponibilizados pela indústria (para o “prêt-à-porter” e, numa certa medida, para a “alta-costura”¹⁶⁶) que, em maior ou menor grau, encontrarão ecos nas coleções que se seguem conforme a “lógica da demanda”. Uma lógica que é, antes de tudo, definida pela mídia, pois é nesse ponto que encontramos os dados brutos sobre tendências (e oferecidos pelas empresas), já lapidadas de maneira formidável por toda uma estrutura que deve garantir sua sobrevivência até a próxima estação. Neste último estágio, a gerência das tendências de moda passa, então, a situar-se em um outro domínio, uma vez que são “capturadas” e transformadas pela lógica dos programas e de suas notícias: as notícias de

¹⁶⁴ A confirmação das tendências, além da mencionada (que amplifica as informações sobre aquilo que deverá ser usado e que é realizado pela mídia), podem ser encontradas através dos cadernos de tendências dos “Bureaux”, uma vez que sintetizam os elementos já discutidos entre as empresas interessadas e, também, no “Première Vision” e na “Interstoff”, onde se disponibilizam informações e insumos de uma determinada estação. Estes dois últimos setores, no entanto, são restritos aos profissionais da área.

¹⁶⁵ Lipovetsky, Gilles, *O Império...*, p. 99.

¹⁶⁶ Pois, para a alta-costura, os tecidos são produzidos conforme a solicitação dos estilistas.

moda.

Nós finalizamos este capítulo, e a primeira parte deste trabalho, com uma prescrição estética pré-determinada pelo campo comercial e industrial de moda e pela focalização dos ambientes gerados às idéias e sugestões desta prescrição. Isto tudo, porém (insistimos), dentro de um primeiro nível, que detona os recursos e os elementos necessários para a criação de tendências de moda. Nossa proposta continua na segunda parte, através do resgate desses mesmos elementos no ambiente televisivo selecionado.

No entanto, o caminho já percorrido deixa-nos com a sensação que, salvo as grandes transformações tecnológicas para a fabricação de tecidos¹⁶⁷ e os criativos apelos do "marketing de griffes"¹⁶⁸, não podemos, realmente, afirmar nada de novo para a moda neste fim de século.

O tédio criativo, além de ser percebido nas coleções destes últimos 10 anos, parece, também, ter gerado uma "provocação" que vem sendo vista no fechamento de alguns desfiles (nacionais e internacionais e que pode ser observada como a principal - e única -, mensagem do filme "Prêt-à-Porter", de Robert Altman), em que as manequins se apresentam nuas.

"Privilégio" que, no entanto, parece ser essencialmente feminino, uma vez que ainda não resolveram oferecê-lo aos manequins masculinos, através desse mesmo padrão de vestuário: a nossa própria pele. Aquela que nos cobre e nos despe de toda artificialidade inventada para a projeção do eu.

Será, então, que essas tímidas demonstrações, vislumbram antecipar um possível modismo?

¹⁶⁷ Este setor tem empreendido sérias mudanças nos antigos - mas ainda vigentes - conceitos de "restrições estéticas", os quais estabelecem condições para a adequação de um modelo às características físicas de seus materiais. Atualmente, porém, essas barreiras vêm sendo quebradas com a possibilidade de inserção de vários fios na construção têxtil e, muito mais na capacidade funcional e atrativa desses fios. Isso, sem dúvida, flexibiliza não só a criação, mas a construção de toda e qualquer peça, já sem o "estigma" de sua limitação física. Este aspecto pôde ser visto em vários temas da "Ciba", principalmente nos elementos sugeridos em "Entre a água e o Céu", que oferece várias aplicações para as suas sugestões estéticas.

¹⁶⁸ Que apela para a exacerbação promocional - em grande escala - das marcas dos estilistas famosos.

Parte I

Bibliografia

Aumont, Jacques, *A Imagem* (tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro), Campinas, Papirus, 1995.

Simões, Carlos, *Apostila do Curso de Desenvolvimento Criativo, Pesquisa, Orientação de Moda e Desenvolvimento de Coleções* (org. Carlos Simões), São Paulo, FAAP-Moda, 1994 (não publicada).

Barros, Fernando, *Pierre Cardin, Passado, Presente e Futuro*, São Paulo, FAAP-Moda, 1994.

Fibras y Textiles: Dimensiones del poder de las Empresas Transaccionales, Estudio de La Secretaria de la UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), Genebra, 1996.

Kohler, Karl, *História do Vestuário*, (tradução de Jefferson Luís Camargo), São Paulo, Martins Fontes, 1993.

Laver, James, *A Roupas e a Moda*, (tradução de Glória Maria de Mello Carvalho), São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

Lipovetsky, Gilles, *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*, (tradução de Maria Lúcia Machado), São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

Mafessoli, Michel, *O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*, (tradução de Maria de Lourdes Menezes), Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1987.

Vincet-Ricard, Françoise, *As Espirais da Moda*, (tradução de Maria Inês Rolim), Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.

Outros

Catálogos Primavera/Verão 97 "Ciba", Suíça, 1995.

Primavera/Verão 97 "Du Pont", 1995.

Catálogo Pantone® Textile Color Guide Incs., Los Angeles, Contemporary Exhibitions, LACE-Los Angeles (February, 27), April-12, 1995.

Informe Fernando de Barros, São Paulo, Ano 6, 58, 1997.

Manual do Curso de Tecnologia Têxtil do Departamento de Fibras Têxteis da Du Pont, Setembro, 1991 (não publicada).

Palestras: Diesbach, Benjamin, Centro Têxtil, São Paulo, abril/1997.

Marques, Amauri, Abravest, São Paulo, junho/1997.

PARTE
II

Capítulo IV

Os Programas de Moda

Nesta segunda parte, vamos explorar as tendências de moda (os 4 elementos) no campo midiático por nós proposto: os programas de moda das TVs por assinatura.

Este capítulo, então, tratará, inicialmente (e de maneira sintética), de situar o campo televisivo dentro de uma abordagem entendida como o campo da "informação visual" (como veremos logo em seguida) e, ainda, dentro do ambiente técnico e histórico que deflagrou as TVs por assinatura.

Após isso, vamos chegar ao ambiente dos programas de moda, onde iremos elencar aqueles que foram encontrados durante "a pesquisa de campo" (1997), comentando um pouco sobre suas estruturas ("Os Formatos dos Programas de Moda") e oferecendo as justificativas ao leitor pela escolha de dois deles para as nossas análises.

Logo em seguida, então, o leitor encontrará as suas respectivas transcrições verbais (já com um dos programas, o americano, devidamente traduzido), as quais têm como objetivo isentar quaisquer dúvidas de entendimento dos áudios dos programas (após, obviamente, assisti-los), para que, assim, seja possível partir para o capítulo V com total conhecimento (e envolvimento) do conteúdo dos programas escolhidos.

No entanto, é importante ressaltar que o intuito em explorar o campo televisivo - enquanto projeto - nasceu (como visto na "Introdução") da forte influência que os vídeos comercializados sobre desfiles de moda internacionais exerciam sobre os "criadores" brasileiros. Vimos, também, que não demorou muito para este tipo de instrumento entrar em declínio, à medida em que cresceu - vertiginosamente -, o mercado das TVs por assinatura e, uma vez que neste ambiente, a "criação" de vestuário encontrou mais facilmente (e com maior diversidade) aquilo que estavam acostumados a buscar: os desfiles internacionais de moda. Tal mecanismo selou, então, a interdependência entre produto (os programas de moda, via "TVs por assinatura") e consumidor (confeccionistas, estilistas e público interessado), assim como efetivou a ação de um sistema sobre outro: a influência dos estilistas internacionais sobre os nacionais, já, também, estendido ao público "leigo". Sucesso completo!

Nesse sentido, então, é que colocamos em relevância especificamente nesta dissertação, o instrumento TV, uma vez que dentro deste contexto introdutório, vem de

encontro à essa discussão, o seu perfil "funcionalista"¹⁶⁹, o qual, por sua vez, coloca-se com extrema eficiência - a serviço da moda¹⁷⁰ - e, portanto, consoantes aos nossos objetivos de análise.

Algumas Considerações sobre a Televisão

A TV se insere no grupo dos "meios" (fotografia, cinema e informática) que atuam na esfera da "informação visual". "Puros mundos de percepção"¹⁷¹ (aqui, referindo-se somente a TV e cinema), onde se efetiva a fusão entre uma realidade e uma realidade inventada, sendo que a primeira sempre é submissa à segunda: "São mundos imaginários os que, ao sobredeterminar o real imediato incorporando-o a eles e incorporando-se a ele, constituem o que chamaremos esfera da informação visual"¹⁷².

A "informação visual" também acelera o nosso entendimento em relação à mensagem discursiva (verbal) apresentada, à medida em que já temos uma "primeira impressão" (o aspecto visual) sobre a veracidade daquilo que está sendo exposto em discurso. Nesse sentido, nos rendemos "à representação que nossos contemporâneos fazem de si mesmos e do mundo"¹⁷³ e "ao conjunto de técnicas"¹⁷⁴ que habilmente articulam.

"A informação visual, em virtude da potência propriamente técnica que emana e da precisão das imagens concretas que produz, impõe-se aos indivíduos com uma força que

¹⁶⁹ No entanto, quando nos apropriamos do termo "funcionalista", estamos nos referindo à possibilidade de a TV se colocar a serviço da moda, através de seus vários recursos técnicos/imagéticos na descrição visual de uma roupa, como, aliás, vamos explicar com o prosseguimento de nossa abordagem introdutória. Portanto, não caberiam neste caso e neste contexto as idéias dos primeiros teóricos de TV que fundaram a "escola funcionalista", colocando-a como um instrumento de supervisão e controle do Estado sobre o sistema social.

¹⁷⁰ É imprescindível ressaltar, mais uma vez, que o objetivo desta dissertação é o estudo da fórmula encontrada para a difusão das tendências de moda ("como" e "o que") e que pode ser entendida como "mensagem" da moda, pois se deriva das explicações oferecidas sobre as tendências de moda. Isso significa que vamos descrever e analisar o conteúdo manifesto de discursos e imagens das tendências de moda. Portanto, convém ressaltar que não entraremos dentro de uma abordagem estruturalista (semiótica), nem tão pouco trataremos do meio e seus efeitos sobre o público (com análises de audiência e segmentação de mercado), ficando tais assuntos dentro de uma perspectiva futura de análise, a partir dos resultados deste trabalho.

¹⁷¹ Nuttin, J., in, "A Informação Visual e sua Ação sobre o Homem", in, Cohen-Séat, Gilbert e Fougereyrollas, Pierre, *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, USP, 1985, p.356.

¹⁷² Cohen-Séat e Fougereyrollas, Gilbert, "A Informação Visual e sua Ação sobre o Homem", in, Cohn, Gabriel, *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, USP, 1985, p.357.

¹⁷³ Ibid., p.358.

¹⁷⁴ Idem, *ibidem*.

jamais possuíram as formas de expressão do passado”¹⁷⁵. E é justamente essa força, que faz com que a TV intensifique e reproduza mais e melhor a “ideologia estética” que supre as mensagens dos programas de moda. “Força” essa que encanta e dá brilho ao discurso televisivo: “(...) a televisão tem uma vantagem sobre a cobertura da mídia impressa – só a TV pode exibir a textura, o balanço, o caimento das roupas de forma viva e precisa, mostrando como a roupa fica no corpo”¹⁷⁶.

Sobre isso, também, a apresentadora do programa de moda “Style” da CNN, Elsa Klensch, em entrevista à revista de programações da TVA, disse: “(...) acho que a TV é a única maneira de se mostrar a moda. Televisão é cor, movimento. Permite que as mulheres vejam exatamente o que o estilista quer com o vestido e a sua coleção e permite que as mulheres vejam todos os ângulos da roupa. O espectador vê muito mais”¹⁷⁷.

Mas, se a “fórmula” televisiva responde com excelência à “ideologia estética” da moda (através da hábil ilustração do discurso com imagens das roupas), o sistema das TV’s por assinatura vem, especificamente, complementar essa lógica com a sua capacidade de instaurar um valor quase sincrônico à cobertura dos desfiles. Permite, assim, que as grandes coleções sazonais cheguem ao público interessado tão logo sejam lançadas, portanto, oferecendo as “última notícias” a respeito... Privilégio que a “TV aberta”¹⁷⁸ (com raríssimas exceções) não se predispõe a oferecer. Também não temos (pelo menos) na “TV aberta” brasileira, programas de moda nos formatos daqueles encontrados nas “TVs fechadas”. O que vemos, nesse sentido, são somente algumas rápidas inserções do assunto em programas essencialmente femininos ou telejornais diurnos.

As “TVs por assinatura”, assim, vêm a oferecer um ambiente fecundo para o nosso campo de estudo, visto a diversidade de programas de moda¹⁷⁹ que aparecem a todo momento. Talvez, ainda, tal diversidade se derive da necessidade de se produzir cada vez mais “produtos” (no caso, programas) que possam atender a este novo mercado: o das “programadoras” das “TVs fechadas”. Emissoras que distribuem os sinais dos satélites e das redes que operam em um determinado sistema, e que carecem (de diferentes

¹⁷⁵ *Idem, ibidem.*

¹⁷⁶ “Moda em 4 Canais”, in, *Revista TVA*, outubro, 1995, p.10.

¹⁷⁷ Klensch, Elsa, in, “A Repórter da Moda”, *Revista TVA*, outubro, 1995, p.10.

¹⁷⁸ É a televisão a qual recebemos a programação gratuitamente.

¹⁷⁹ Estes, por sua vez, definidos como aqueles que são produzidos com o objetivo de oferecer informações específicas sobre moda de vestuário e afins.

fornecedores, na maioria das vezes, as próprias programadoras) de uma programação infinitamente maior do que a que conhecíamos antes, com a “TV aberta”. Um mercado que, segundo César Bolaño¹⁸⁰ configura-se como primário nos meios de comunicações, pois o secundário, seria aquele que as próprias programadoras gerenciam e, o qual, se abre não só à exploração publicitária, mas também - novidade do sistema -, à de seus próprios assinantes, que pagam para receber determinados tipos de programação.

Como vemos, então, diferente da “TV aberta”, temos, ainda, o fator “segmentação de mercado”, o qual deflagra um público específico de audiência, ainda considerado, no parâmetro brasileiro, elitista em sua essência. Mas não importa o sistema, se “fechado” ou “aberto”, o fato é que “estamos lidando” com difusão de mensagens (através de discursos verbais e imagens) e, essa (a difusão), ainda, conforme Bolaño, “dá-se basicamente por aprendizado, e não por seleção e é afetada principalmente pela interação entre as indústrias dominadas pelos fornecedores e os respectivos fornecedores especializados (...)”¹⁸¹. Aspecto que muito nos interessa, uma vez que estamos acompanhando, através deste trabalho, a didática que a “moda” empreende para o escoamento de suas tendências, dentro de um ambiente não só dominado pelas indústrias que produzem informações e matéria-prima de vestuário mas, também, de comunicação, com as empresas que monopolizam as transmissões via TV’s por assinatura e o fornecimento dos programas de moda, ambientes que situam nosso estudo.

Nesse sentido, vamos conduzir o leitor à esfera específica destes últimos, com os programas de moda, mas situando-o, antes, no contexto das “TV’s por assinatura” e, assim, explorando sinteticamente as bases técnicas desse novo sistema.

Um Sistema Complexo

Inicialmente, o que é “TV por assinatura”?

¹⁸⁰ César Ricardo Siqueira Bolaño é professor da Universidade Federal de Sergipe e autor de várias obras sobre o mercado e a política das telecomunicações.

¹⁸¹ Bolaño, César Ricardo Siqueira, Mercado Brasileiro de Televisão, Aracajú, Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECA, 1988, p. 50.

“É a transmissão de programações exclusivas que só podem ser captadas pelos usuários que pagam pelo serviço”¹⁸².

A transmissão para as casas, por sua vez, pode ser feita — tecnicamente — de algumas maneiras:

- **direto de satélite em banda KU**: “neste os canais são transmitidos direto do satélite em alta frequência (10,7 a 12,2, gigahertz) e podem ser captados por antenas de 60 cms. de diâmetro, que podem ser instaladas nas varandas dos apartamentos”¹⁸³;

- **direto do satélite em banda C**: “os sinais descem direto do satélite na faixa de frequência de 5,9 a 6,4 gigahertz (50 vezes mais alta do que a frequência das rádios FM) e são captados por antena parabólica comum, de 1,8 m de diâmetro. Como é TV paga, os sinais descem em código e exigem decodificador”¹⁸⁴;

- **LMDS**: “significa “Local Multipoint Distribution System (distribuição local a partir de vários pontos). Sinais de voz, imagem e dados são distribuídos em altíssima frequência (28 gigahertz) e podem ser captados por antenas pouco maiores do que um cinzeiro (15 cms. x 15 cms.)”¹⁸⁵;

- **MMDS**: “significa Multipoint Multichannel Distribution System (sistema de distribuição multicanal a partir de vários pontos). A empresa operadora capta os sinais de satélites na faixa de frequência de 2,5 a 2,6 gigahertz”¹⁸⁶.

- A “**Cabo**”: neste sistema, é necessário uma empresa operadora para retransmitir os sinais. Assim, “captam as imagens de satélites por parabólicas e as transmitem para o assinante por cabos de fibra óptica ou cobre (coaxial)”¹⁸⁷.

¹⁸² “Brasil se Abre ao Mundo e entra em Nova Era das Comunicações”, in, *Folha de S. Paulo-Encarte Especial*, 01/08/95, p.2.

¹⁸³ *Idem, ibidem*.

¹⁸⁴ *Idem, ibidem*.

¹⁸⁵ *Idem, ibidem*.

¹⁸⁶ *Idem, ibidem*.

¹⁸⁷ *Idem, ibidem*.

É interessante ressaltar que a "TV por assinatura" nasceu, na verdade, a partir deste último sistema de transmissão - a cabo (coaxial, no caso) - , em 1948, nos E.U.A , "(...) em resposta a uma necessidade real então ocorrida (...)”¹⁸⁸.

Naquela época, o desafio era o de fazer com que os sinais da rede de televisão local de uma determinada cidade, chegasse onde a recepção não era possível, devido ao bloqueio de uma montanha. “Inicialmente, isso foi feito para servir apenas alguns amigos e vizinhos. Assim, como a idéia era boa, após várias tentativas e erros, o sistema foi melhorado e expandido para o atendimento de toda uma área. A TV via cabo surgia assim, como alternativa interessante para a resolução de programas de recepção de TV em localidades não atendidas”¹⁸⁹.

O escoamento das programções pelos sistemas citados é feito de forma bastante complexa¹⁹⁰ por poucas empresas. Pode-se dizer que no Brasil existem atualmente duas que monopolizam o sistema de transmissão “via cabo”, “MMDS”, direto de satélite em “banda C” e “KU” (uma vez que o sistema “LMDS” ainda está sendo testado no Brasil e, também, considerando que somente em 1998, a Tec Sat ganhou o direito de transmitir sinais pela banda KU, juntamente com a Igreja Universal do Reino de Deus, operando, portanto, com pouca cobertura e pacotes de programação menos elitizados¹⁹¹): a “Net Brasil”(também conhecida como “Sky”) e a TVabril (mais conhecida como “Direct TV”). Ambas são partes de *joint-ventures*.

Conforme Luís Guilherme Duarte¹⁹², a “Net Brasil”, que é uma empresa das “Organizações Globo”, está ligada às empresas americanas “News Corporation” e “TCI” e, ainda, à mexicana “Televisa”. Já a “TVA” aliou-se à, também americana, “Hughes Communication” e às empresas mexicanas, “Multivision” e “Organizacion Cisneros”.

O sistema por nós utilizado para a gravação dos programas de moda (entre 1996 e 1997), na cidade de Campinas (em São Paulo), foi a transmissão "a cabo" (coaxial), cuja operadora é uma "repetidora de sinal" (Net Campinas) da empresa "Net Brasil".

¹⁸⁸ “A necessidade Real como Origem da TV via Cabo”, in, *Apostila de Treinamento Técnico Interno da Multicanal*, São Paulo, 1995, p.1 (não publicada).

¹⁸⁹ *Idem, Ibidem*.

¹⁹⁰ Convém ressaltar que não iremos entrar em qualquer discussão sobre a política de mercado e de concessão das programadoras pelo Estado e, sim, apenas situar o leitor no campo das empresas que fornecem as programações.

¹⁹¹ Dados de 1998, conforme o jornal "Cable Report", Ano 1 - número 5.

¹⁹² Duarte, Luís Guilherme, *É Pagar para Ver: A TV por Assinatura em Foco*, São Paulo, Summus, 1996.

Na época, o panorama dos programas de moda exibidos era o seguinte:

- "Fashion File": de língua inglesa, mas de produção canadense, exibido pelo canal "The Superstation";
- "Style": de língua inglesa, de produção americana, exibido pela "CNN";
- "Perfecto": de língua francesa, de produção canadense, exibido pela "TV5";
- "Enfoques de Moda": de língua espanhola, de produção americana, exibido pela "CNN en Español";
- "Bazar": programa que exibia apenas desfiles de moda, sem qualquer locução (apenas música em *off*). A produção do programa não era clara, pois exibia somente a logomarca da produtora. Exibido no canal espanhol "Todo Notícia";
- "86-60-86": programa de língua e produção portuguesas, exibido pela "RTPi";
- "GNT Fashion": de língua portuguesa e de produção brasileira, exibido pelo "GNT";
- "Moda Esporte Clube": língua portuguesa, produção brasileira, exibido pela "MTV".

Os Formatos dos Programas de Moda

Todos os programas, basicamente, têm uma mesma estrutura para a organização de suas informações. A única exceção é o "Bazar", um programa realmente atípico e muito interessante, cujo tempo de 30 minutos presta-se a consagrar, exclusivamente, aos desfiles internacionais da temporada, não apresentando qualquer comentário discursivo ou intervenção de apresentadores (pois não existem). Há, apenas, música em *off* ("música de fundo"), o que faz com que sua exibição acabe se tornando um pouco cansativa.

Quanto aos outros, o conteúdo informacional se organiza da seguinte forma: Todos os programas oferecem, no início, um resumo dos principais assuntos que serão tratados por eles e, somente os brasileiros "GNT Fashion" e o "Moda Esporte Clube", não os finalizam demonstrando o que será visto na próxima edição.

Assim, sinteticamente, os respectivos apresentadores (pois todos têm um, sendo que o "Perfecto" apresenta, às vezes, dois ou três) os introduzem com os desfiles mais importantes do momento (ou da semana), oriundos do eixo Paris, Londres, Milão e Nova York, e/ou desfiles provenientes de alguns dos países de origem dos programas.

Os programas brasileiros referem-se aos estilistas nacionais, somente, em ocasião de eventos tradicionais no circuito de moda nacional, como o "Phitoervas Fashion" e o "Morumbi Fashion".

Também apresentam em seu conteúdo uma diversidade de matérias com assuntos diretamente ligados à moda (concursos de Top Model, manequim em evidência, fotografos de moda, aspectos comuns encontrados entre os desfiles, acessórios de moda, etc.) ou, cuja temática possa chamar a atenção para o perfil de algumas pessoas que desenvolvem algo interessante, como produtos, culinária, *design*, etc.

Especificamente, os programas "Fashion File", "Perfecto" e "86-60-86", produzem reportagens "curiosas" que, no entanto, remetem também ao mundo *fashion*, como publicidade de moda, pessoas diferentes que fazem sua própria moda, etc. Já o "Style" inclui os temas gastronomia e *design* de interiores, entre os assuntos que se relacionam diretamente com moda. O "Enfoques de Moda", por sua vez, segue exatamente com a mesma estrutura do "Style". Eles têm como apresentadores, Tim Blanks, Ângelo Cadet, Sofia Aparício, Elsa Klensch e Noele Garcia, respectivamente.

O brasileiro "Moda Esporte Clube", apresentado pela manequim Carolina Sá, oferece dicas e informações exclusivas ao segmento jovem, com reportagens, em pequenos blocos, pertinentes à moda ("dicas do Sommer", "manequim do mês", etc.) ou que atendam a sua demanda (como entrevistas com cantores). Ele tem em comum com o programa português "86-60-86", a apresentação do "Clip Moda" (em que é proposto um estilo, no caso brasileiro, - *clubbwear*, *activewear*, *sportswear*, *surfwear*, etc. - em suas várias possibilidades de uso e combinações das peças de roupa). O "Moda Esporte Clube" só apresenta desfiles de moda (seja nacional ou internacional) em ocasião de um evento importante.

Já o "GNT Fashion", segue a mesma estrutura jornalística dos demais: matérias relacionadas à moda ou afins. É um programa que, apesar de ser brasileiro, agrega somente reportagens estrangeiras (salvo, novamente, algum acontecimento específico e notório sobre moda no país). Possivelmente, seja reproduzido a partir de um "original" da emissora americana "GNT" e elaborado com a produção e apresentação de Betty Lago, uma ex-manequim.

A escolha dos programas para as nossas análises (apesar de não vislumbrarmos, neste trabalho, a análise do público) baseou-se na capacidade de abrangência do programa (ao nível de sua possível audiência) e na qualidade das notícias de alguns deles perante o público (não só o brasileiro, mas também internacional). No entanto, outros detalhes também nos levaram a delimitar o campo estudado.

A princípio, nosso desejo foi o de escolher um programa de língua portuguesa, um de língua francesa e outro de língua inglesa, acreditando que isso cobriria o quesito "abrangência" do público.

Porém, pela necessidade de limitarmos - ao máximo - o campo de estudo, em função da grande quantidade de informações encontradas, nos restringimos aos programas de línguas portuguesa e inglesa. Nesse sentido, o que mais nos importou, foi a possibilidade de os programas (e suas "mensagens") serem entendidos através de nosso próprio idioma e outro que fosse mundialmente aceito (no caso, o idioma inglês). Visto isso, o nosso leque de opções já se reduzia aos programas de língua inglesa "Fashion File" e "Style" e, de língua portuguesa, "Moda Esporte Clube", "GNT Fashion" e "86-60-86".

Entre os primeiros, muito embora os dois tivessem uma qualidade técnica indiscutível e, também, mesmo sendo o "Fashion File" considerado por nós, mais "solto" e "descontraído" no tratamento de suas reportagens, nós optamos pelo "Style" pelo seguinte motivo: a apresentadora Elsa Klensch é muito respeitada na área jornalística de moda, escrevendo editoriais, por muito tempo, para as revistas americanas "Vogue" e "Harper's Bazaar". O seu "pulo" para a TV, com um programa só seu, fez com que suas opiniões fossem desmedidamente ampliadas, sendo que no Brasil, o "Style" é considerado como uma referência na "pesquisa" de tendências. Conforme Walter Rodrigues¹⁹³, "Elsa é a pioneira na história de moda na TV. Ela merece crédito por ter acesso aos estilistas mais famosos"¹⁹⁴. Sendo assim, o segundo quesito, "seriedade no conceito de transmissão das notícias" estava sendo atendido.

Da mesma forma, pensamos sobre os programas de língua portuguesa e embora os dois se demonstrassem bastante competentes na condução de suas matérias jornalísticas (no que diz respeito à temática das informações) e, operassem com igual destreza, a técnica de

¹⁹³ Famoso estilista brasileiro.

¹⁹⁴ Rodrigues, Walter, in *Folha de S. Paulo/TV-Folha*, 24/08/97, p. 8.

suas produções, escolhemos o "86-60-86" (português) devido a algumas "falhas" encontradas nos outros dois. Detalhes que, para nós, seriam de imprescindível importância no resultado de nossas análises.

No caso do "Moda Esporte Clube", apesar de ter uma mesma estrutura de produção que os demais (chegando mesmo a igualar-se ao "86-60-86" na atração "Clip Moda"), é um programa voltado - exclusivamente - ao segmento jovem. Nossa proposta de estudo, apesar de incluir o jovem, deve abranger em seu conteúdo um potencial maior de "mensagens estéticas" (as quais, conseqüentemente, remetem a uma pluralidade de estilos) e não restringir-se, somente, ao ambiente juvenil.

O "GNT Fashion", por sua vez, teve dois pontos importantes que nos fizeram descartá-lo. Em primeiro lugar, por seu conteúdo ser uma espécie de reedição de algum programa estrangeiro de moda de língua inglesa. Portanto, a partir daí, já não mereceria nossa atenção, uma vez que (como mencionado, algum evento importante) não se presta (ao menos) a imprimir uma possível identidade nacional ao programa (salvo, é claro, as legendas em português no "rodapé" da tela). É apenas um "repetidor" de acontecimentos (100% estrangeiros), segundo a ótica equivocada de Betty Lago (caindo, então, no que diz respeito ao conceito de qualidade de suas transmissões).

Em segundo lugar, devido ao período de gravação dos programas que, durante a época da coleta de dados da estação escolhida para o estudo (maio a outubro de 97). Enquanto todos os outros já exibiam as coleções da primavera/verão 97, o "GNT Fashion" (e, também, o programa "Bazar", até o último mês de coleta de dados), ainda exibia desfiles do outono/inverno 96/97 europeu (que, no entanto, correspondia à época em que estávamos vivendo o nosso inverno, mas na qual já acompanhávamos as soluções de vestuário para a nossa primavera/verão).

Quanto à escolha das respectivas edições dos programas que selecionamos para os nossos "estudos de casos", ressaltamos que ela foi exclusivamente aleatória, não privilegiando, dessa forma, qualquer tipo de informação encontrada em seus conteúdos.

Respaldados, portanto, por todas essas variáveis, nós asseguramos nossas escolhas dentro de um raciocínio plausível às necessidades de análise.

A partir, então, deste panorama inicial do campo televisivo, nós vamos passar, em seguida, à apresentação do discurso verbal dos programas "86-60-86" e "Style" com suas

spectivas transcrições e traduções (no caso do “Style”), a fim de que, com o clarecimento sobre aquilo que é ouvido (e agora lido), possamos partir para o capítulo V, em todo o processo de análise das tendências de moda.

Também ressaltamos ao leitor que a dissertação acompanha uma fita de vídeo, onde estão as gravações dos respectivos programas.

As Transcrições dos Discursos dos Programas de Moda

"86-60-86"

Data de apresentação: 23/09/97

Apresentadora: Sofia Aparício

Duração: 30'

Sofia Aparício: "Olá, bem-vindos a mais um 86-60-86. O único programa que semanalmente lhe dá a conhecer o que há de melhor da moda portuguesa e internacional. Hoje, vamos acompanhar a *drag-queen* nacional Jenny Tavares, numa viagem até o mundo dos espetáculos dos travestis; conhecer um pouco mais sobre a origem e a carreira da *designer* de moda inglesa Vivienne Westwood, das (.....) que acumulam 20 anos de carreira do criador francês Jean Charles de Castelbajac; conhecer os concorrentes da quinta edição do concurso de jovens talentos realizado no teatro da curadoria nacional e, por último, deixar-se seduzir pelas imagens de nosso clip moda, dedicado, desta vez, às peças de roupas em branco total.

Eu sou Sofia Aparício, e como de costume, vamos prosseguir pela próxima meia hora. Não saia daí e eu volto já com o bloco das "últimas notícias".

(intervalo)

Sofia Aparício: "A mais recente criação publicitária da "Levi's", já em exibição nas televisões nacionais, é mais um exemplo da responsabilidade com que esta etiqueta americana nos tem surpreendido em suas campanhas. Aqui para promover o jeans "501 - Shrink to Fit", um "Oscar" premiado, o realizador francês Michel Contrie, o mesmo que filmou o vídeo de Bjork, "Human Behavior", captou essas belíssimas imagens que narram a história elídica de um naufrágio. O filme realizado num arquipélago de Malta, em gigantes tanques aquáticos da "MS Studios", conta com o brilhantismo e competentíssimo manequim inglês, Paul Scoffar e com o desempenho das três, Bridjie, Janevière e Laura. Quanto ao jeans, cuja principal novidade é de quando molhados se ajustarem ao corpo de quem os veste, ganhando a sua forma, é a sua novidade de verão do grupo "Levi's".

A "expo 98", no âmbito do "festival dos 100 dias", vai produzir o espetáculo musical, "O Rapaz de Papel", com música de Pedro Bunhosa e encenação de Joana Fomm. Para tal, procuramos pessoas com experiência em canto, dança ou representação, ou simplesmente bonitas. Se estiver interessado, contatem a produção através dos telefones 812-4028 ou 812-4044.

Hoje, para começar, convidamos a acompanharmos numa reportagem aos bastidores dos espetáculos de travestis. Amantes incondicionais das imagens de moda exageradas e hiper-sexys, os travestis ou, se preferir, as *drag queens*, há muito que são os principais animadores de algumas das discotecas da capital. Nós convidamos a lindíssima Jenny Tavares, *drag queen* há cinco anos, para se fazer de repórter. Fique, então, com esta primeira parte de nossa ida ao bar "Finalmente".

Jenny Tavares: "Olá, eu sou Jenny. Comecei a trabalhar aqui, com "Finalmente" há cerca de cinco anos e, comecei a trabalhar com "Hulks". Trabalhei com ela quase três anos. Tivemos que mudar por causa dos problemas, depois eu voltei para cá outra vez e comecei a trabalhar com o Fernando Santos, para em (.....), para o atendimento. Trabalhava numa discoteca com bailarinos. Convidaram-me para fazer entrevistas com colegas meus. Nós estamos aqui, no "Finalmente" e vamos agora entrevistar os nossos colegas e vamos conhecê-los um bocado melhor. Um bocado do mundo deles. Como eles vivem".

Mário ("Marlene"): "Tudo começou com uma brincadeira. Foi num carnaval em que eu me vesti e comecei a divertir-me portando vestido, não é transformado. Entretanto, apareceu uma oportunidade de eu trabalhar fazendo espetáculos e, desde então, eu comecei e nunca mais parei".

Jenny: "Que roupa você usa no seu espetáculo. Que tipo de cor de roupa tu gostas mais de usar?".

Mário ("Marlene"): "O tipo de espetáculo que eu faço e que eu escolhi para mim é mais sensual e erótico. Daí que, por estranho que pareça, quem faz o meu guarda-roupa é minha

mãe e um costureiro. De fato que é (.....), portanto, eu dou **minhas** idéias e depois quando é minha mãe ela faz e deixam minhas e, depois é só confeccionar".

João Carlos ("Nima"): "Comecei aqui no bar, também, como uma brincadeira de carnaval, vestido de mulher e, bom, achei que poderia ganhar dinheiro assim e **também** por um certo gosto que me deu, não sei, de ser mulher, mas de ter capacidade de **poder** ser um homem. Transformar em mulher e usar seus movimentos e poder ser uma **mulher** no palco e, tanto, que nós podemos depois voltar a ser homens, nos dá um imenso prazer e pronto, continuar de novo através da brincadeira. Ser uma cara sério e bem temperado".

Carlos ("Paloma"): "Tenho 48 anos, sou casado há 25 - bodas de prata -, tenho dois filhos, um de 31 e outro de 34, tenho dois netos lindíssimos. O guarda-roupa... O guarda-roupa tem que ter muito, muito, muito a ver com aquilo que eu vou fazer..."

Jenny: "Que as pessoas possam identificar logo?"

Carlos ("Paloma"): "Identifica logo aquilo que você vai fazer".

Sofia Aparício: "Responsável pelo aparecimento das imagens *punk* do início da década de 70, Vivienne Westwood é uma das mais surpreendentes e irreverentes *designers* de moda das últimas décadas. É ela a nossa escolha para a rubrica "criadores deste século". Fique, então, conhecendo **melhor** o trabalho deste nome ímpar da moda mundial:

Nascida no norte da Inglaterra, Vivienne Isabel Straiel, Vivienne Westwood, mudou-se com os pais para Londres quando tinha 12 anos. Nessa altura, estava ainda longe de querer um dia vir a ser *designer* de moda. Com 21 anos, casa-se pela primeira vez, tendo um filho e junta a seu nome um apelido que ainda hoje é muito conhecido, "Westwood". No início da década de 70, vinha a ser aquele que se tornaria o seu *companheiro* por mais de treze anos, o famoso *manager* do grupo "Sex Pistols": Malcolm MacLaren e abre com ele o número 430, da agitada "King's Road", da sua primeira loja. Loja esta dedicada à venda de discos de segunda mão e de *t-shirts*, inicialmente transformadas por ela e, posteriormente com *design* próprio. Foi exatamente com a ajuda de Malcolm MacLaren que Vivienne

Westood criou o movimento *punk*, associado na sua origem com a banda de rock "Sex Pistols". Com a ânsia incondicional dos jovens rebeldes ingleses, é esta a **imagem** que se impunha contra o conservadorismo britânico, Westood decide definitivamente trocar o tom ambicioso de seu curso de literatura na Universidade por uma carreira como **estilista**.

Com a morte de "Sid Vicious", Vivienne abandona as **imagens** fortemente anticonformistas e rebeldes, e parte à procura de inspiração na pintura e na **literatura** e na roupa de outros tempos, no fundo as áreas a que sempre deu prioridade na sua **formação**".

Vivienne Westood: "Há só uma maneira de explicar isso. Eu sou pintora. **Quando** um pintor pinta uma mulher vestida, idealiza o conjunto... Há uma perfeita fusão entre a **mulher** e suas roupas. E são as roupas que revelam os seus gestos e os seus movimentos. **As roupas** fazem parte da mulher viva. Faço coisas assimétricas para dar **movimentos** às roupas. Tudo aquilo que ela pode fazer."

Sofia: "Hoje, passados mais de 25 anos desde os seus primeiros passos **no** mundo às imagens de moda, Vivienne Westood mantém-se fiel ao seu discurso **inicial**. Para ela a criação de roupas é como a criação de um aroma, de uma sensação. A **sua** missão de *glamour* continua próxima à noção de nostalgia, fazendo parte da própria **idéia** que ela tem da cultura humana. Se bem que repleta de referências das imagens do passado, as suas propostas sintetizam atitudes que só os nossos dias podem se ouvir e se fazer **sentir**".

Sofia: "E depois de saber um pouco mais sobre Vivienne Westood, **voltamos** **agora** ao bar "Finalmente", onde Jenny Tavares vai continuar a nos apresentar um dos **travestis** mais famosos da capital".

Marco ("Samantha Rock"): "Ah, eu comecei a fazer espetáculos há, possivelmente 10 anos".

Jenny: "Que tipo de **roupa** gostas de usar? Curtas, largas, justas, decotadas? **Que** roupas tu vestes para fazer o seu **espetáculo**?"

Marco ("Samantha Rock"): "Dentro dos números que eu faço, portanto, os números sensuais e não sei quê, vestidos compridos, travados o mais possíveis, com decotes ou fechados até em cima, conforme o número. Conforme o número é que eu vejo depois, depois... Mas geralmente vestidos travados, compridos e ou, um ou outro, curto, assim, acima do joelho".

Jenny: "Que tipo de linha gostas mais de fazer? Sensual, provocante... Diz:".

Orlando ("Patrícia Russel"): "Neste momento, com a idade que eu tenho, gosto de fazer uma mulher bonita, sensual; provocadora também".

Jenny: "E seus trajes, são curtos, justos, longos, largos... Segues lá uma tendência de moda ou inventas tudo? Cria seus próprios trajes?".

Orlando ("Patrícia Russel"): "Eu crio os meus trajes. Sou bastante versátil, portanto, posso ter um traje longo, largo, como muito curto, bem decotado. Sou muito versátil. Eu não tenho um estilo próprio. Tenho vários a meu gosto".

("Patrícia Durmond"): "Comecei no "Tramis" em março do ano passado. Eu vou fazer um ano".

Jenny: "Me diga cá uma coisa, o que gostas de usar? Voce faz os seus trajes, ou gostas de utilizar algum pronto de estilista. Como é que é? ".

("Patrícia"): "É, sim, costumo tirar alguns modelos de algumas revistas, depois faço algumas alterações. Outras coisas são trajes inventados por mim, depois com aplicações, portanto, ficam coisas originais. São idéias minhas. Depende. Depende muito. Costumo usar mais trajes compridos. Já numa outra linha, são vestidos curtos, justos".

Sofia: "E com essa viagem aos bastidores dos espetáculos de travestis, vamos agora fazer aqui um pequeno intervalo. Fique por aí, nós voltamos já!".

(Intervalo)

Sofia: "Conhecido pela sua obsessão à pintura naïf, aplicado ao vestuário, o criador francês, Jean Charles de Castelbajac, aproveitou a apresentação de sua coleção para o próximo verão e comemorou seus 20 anos de carreira. Nós fomos até a "Câmara de Paris"¹⁹⁵, a uma das maravilhosas salas deste magnífico edifício e aproveitamos a presença de sua mais recente mulher para falar com ela sobre este nome consagrado da moda francesa".

Tascha: "Ele é um artista... E ele vai nos mostrar coisas que nós nunca vimos antes. Eu penso que agora é o momento dele no mundo da moda".

Entrevistadora: "Jean Charles, escolheu um lugar extraordinário para o seu desfile. Pode dizer-nos onde estamos e por quê?".

Jean Charles: "Estamos na "Câmara de Paris" e pedi à Madame Tiberi e ao presidente da "Câmara" que me deixassem fazer o desfile aqui. Curiosamente, é a primeira vez que receberam um pedido destes. Só com boas condições podemos atingir a perfeição. A minha casa faz 20 anos, no mais belo edifício de Paris. Para mim, Paris é a cidade mais bonita do mundo, é um lugar simbólico que sempre me inspirou, sobretudo porque eu era um jovem provinciano. Além disso, esta coleção é uma etapa muito importante, porque é uma coleção muito clara, não é uma coleção espetáculo, nem diferente na sua essência, mas sim uma coleção muito colorida, com formas muito bem pensadas e que se dirigem ao grande público. É uma coleção de imagens, precisa. Concentrei-me no que sei fazer, isto é, num bom "sportswear". Modelos desportivos para o fim de tarde. Há uma evolução concentrada na feminilidade. Tentei criar uma feminilidade desportiva. Algo que não seja afetado, pretencioso. É uma coleção onde vamos encontrar rosas de seda bordadas e tutus típicos dos cós das calças dos Andes. É uma coleção onde a elegância é contornada, mas onde a mulher encontra facilmente o seu lugar, porque é o alvo da coleção".

Entrevistadora: "Tascha foi uma grande inspiração para si, não foi?".

¹⁹⁵ Este lugar corresponde a "Câmara Sindical da Alta-Costura de Paris".

Jean Charles: "Sim, não só enquanto minha esposa, mas sobretudo como mulher. Fez-me olhar para as mulheres de outra maneira, isto é, deixei de tentar protegê-las com meus sentimentos cavaleirescos, para passar a sublimá-las. Creio que foi, também, ao captar o seu olhar. Mas ela tem uma característica muito importante. Nunca tentou modificar-me. Na vida, muita gente tentou fazer com que eu mudasse. Aliando o meu talento a um belo sorriso, surgiu esta coleção, de que me orgulho muito".

Entrevistadora: "Na coleção, percebemos que se inspirou menos nos modelos e mais na arte".

Jean Charles: "Sim, isso foi para mim uma tomada de consciência. Comecei a pintar há um ano. Fiz um desenho animado que vai ser divulgado no mundo inteiro e escrevi um livro onde exprimo, através da arte e expressão artística, todos os aspectos frustrantes que a moda pode ter. Por isso, estou aqui hoje, acima de tudo, como criador de moda e não como um artista que faz roupa".

Entrevistadora: "Muito obrigada, Jean Charles".

Jean Charles: "Obrigado. Digamos que estes 20 anos, foram o primeiro capítulo".

Sofia: "A revista "Máxima" e a rádio FM "Radical" realizarão na antiga fábrica da curadoria nacional, a quinta edição do concurso de *design* de novos talentos. Mas alguns dias antes, o "86-60-86", convidou os participantes a vestirem duas manequins com suas propostas, inspiradas na internet. Quanto ao vencedor, irá conhecê-lo no próximo domingo".

Alexandre Osório: "As linhas simples deste cognato pretendem ilustrar a facilidade de acesso a Internet".

Ana Monteiro: "Muitos fios coloridos para boas ligações de bons momentos que a gente faz".

Bela Gens: "Fui à internet e fui buscar os esportes radicais".

Brígida Ribeiro: "Nas minhas criações, sempre procurei dar, sobretudo, um ar divertido - por que não -, à informação e efeitos especiais".

Carlos Raimundo: "Neste trabalho, a burguesia é atacada pelo vírus da informática".

Estela Azevedo: "Baseei-me na internet, na simplicidade, em imagens distorcidas e manchadas".

Gabriela Viana: "Do interior dos computadores retiram-se os chips para este cognato".

Isabel Tomas: "Baseei-me numa linha simples, usando transparências e usei recortes costurados à mão que dá uma certa individualidade".

Maria João Alves: "Meu cognato foi inspirado na cultura da internet, em que ela é uma escrava da informação, disposta a entrar no mundo virtual".

Nuno Baltazar: "Inspirei-me nos cenários de guerra. Guerra fria vista pelo lado dos computadores via internet".

Nuno Vieira: "Chamo-me Nuno Vieira, minha inspiração do cognato foram de duas realidades completamente distintas que agem no tempo e no espaço, que coexistem no mesmo sítio".

Patrícia Pinto: "O meu cognato tem formas basicamente minimalistas, mas já reflete todos os bits da internet".

Paulo Cravo: "Inspirei-me nos jogos de computadores, no dinamismo das personagens e no divertimento que eles transmitem".

Sonia Matos: " Este cognato simboliza o relacionamento e o contato entre outros povos via internet".

Sofia Aparício: "E depois das propostas, algo originais destas novas esperanças da moda nacional, estamos agora à altura de assistirmos a mais um "Clip Moda", produzido e realizado pela nossa equipe. E hoje, o destaque vai inteirinho para as roupas brancas, apresentadas aqui de forma pouco usual. Ora veja!".

Sofia Aparício: "E com as múltiplas projeções de nosso "Clip Moda" desta semana, nos despedimos de mais um "86-60-86". No próximo domingo, já sabe, pode esperar o princípio da tarde na "RTPi". Até lá e tenha uma ótima semana. Fique bem!".

"Style"

Data de apresentação: junho de 97

Apresentadora: Elsa Klensch

Duração: 30'

Elsa: "Style" e eu sou Elsa Klensch falando sobre os papéis do designer na moda e na decoração. Hoje, mostrarei a coleção primavera de acessórios "Chanel" em Paris e John Bartlett com a coleção masculina, a qual ele chama de "fashion-mania". Mas, primeiro, a coleção da designer que faz roupas que cobrem e embelezam o corpo da mulher.

"Banho de Rosas"!!! É o que anuncia Anna Molinari de Milão, que gosta de ser chamada de "rainha das rosas", ao final da apresentação de sua coleção de primavera. Molinari começou com vermelho, branco e azul, misturando e combinando as cores, mostrando silhuetas justas. Então, foi para os tons pastéis, marrom-terra e preto. Além das flores, Molinari também usou formas abstratas. Ela disse que tudo foi feito pensando na leveza e na praticidade - buscando o lado feminino da personalidade da mulher".

Tradutora de Anna Molinari: "A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica. Depois do clássico vermelho, azul e branco, eu usei todas as cores femininas. Todos os tons de lilás, violeta e vinho, mármore; também azul-claro e verde. Mas eu também acredito que marrom-terra e preto são cores complementares para a maioria das mulheres".

Elsa: "Quando voce diz romântica, voce diz colado ao corpo?".

Tradutora: "Eu não me concentrei somente em fazer formas coladas ao corpo, mas também que tivessem leveza e suavidade sobre o corpo. Elas ainda reforçam a silhueta feminina, mas não são tão coladas, como segunda pele. Na verdade, é a silhueta longilínea - penso eu - que faz a mulher ficar muito bonita".

Elsa: "Molinari usa tecidos super leves - aos quais ela diz "preciosos".

Tradutora: "Ao final do século XX e se aproximando do ano 2000, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então procurei os materiais para criar o "clima" que desejava. Tecidos forma bordados com muito *chiffon* e *cashemire*, algodão natural e sedas. Mas também com *jersey* (*stretch*) e também lãs leves, misturadas com seda, que são super femininas e atraentes".

Elsa: "Fale-me dos acessórios? "

Tradutora: "Os sapatos de Anna Molinari são *clean*. São altos e mostram o calcanhar nu, sem tiras, como se fossem chinelo (mules). Os colares têm aparência *antiga*. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás. Colares de esmeraldas e rubis caem gentilmente ao redor do pescoço. Tudo muito delicado e feminino, complementando as roupas".

Elsa: "Anna Molinari com sua coleção de primavera.

Sinta-se à vontade com Ellen Tracy - coleção de primavera da *designer* novaiorquina Linda Allary - a qual mostra um retrato clássico das cores da primavera. Também a coleção masculina de John Bratlett. O homem na moda, de John Bartlett, tem Cuba em sua mente. Depois do intervalo".

(intervalo)

Elsa: "Em Paris, a coleção dos acessórios de primavera "Chanel" tem uma nova luminosidade. Essa é a mensagem de Gilles Durfour. Ele diz que há um *glamour*, desde as brilhantes bijouterias com hologramas, até as bolsas de mão, feitas de borracha, passando pelos sapatos de tecidos atalhados. Gilles Durfour, que faz sua coleção de acessórios com Karl Lagerfield, me conta que eles mantêm o espírito de Coco Chanel vivo quando trabalham".

Gilles Durfour: "Isso é fácil, porque ela era uma inspiração para nós e todo mundo, que não é difícil captar a genialidade dela. Sempre, sempre tenho em mente as camélias, as

correntes e os laços. Esta temporada é das séries de hologramas. Nós usamos maravilhosos hologramas de plástico e papel para fazermos braceletes, camélias e colares. Essa era a idéia principal".

Elsa: "Eles são extravagantes!".

Gilles: "São mais ou menos extravagantes, mas nós queríamos quebrar as regras de fazer sempre do mesmo jeito. Nós tentamos achar novas formas de se fazer jóias".

Elsa: "As forças que inspiraram as flores de porcelana coloridas vieram diretamente de Coco Chanel".

Gilles: "Era a flor da década de 60, como ela (Chanel) mesma fez. Nós encontramos a flor na loja antiga. Então, a fizemos de uma maneira nova, usando diferentes cores e formatos".

Elsa: "Gilles Durfour fez um bracelete com influências egípcias. Ele diz que as correntes são sempre um importante acessório "Chanel". Nesta temporada, elas são simples".

Gilles: "As correntes são de plástico. É um novo sinal. E os "logos" (logotipos) são em plástico. Muita transparência, até mesmo nos sapatos, nos saltos. Todos os sapatos são feitos de plástico. Nós fizemos uma coisa engraçada: nós fizemos um sapato de salto alto de tecido bordado e ele foi um sucesso no desfile".

Elsa: "Gilles me diz que a nova bolsa de mão "Chanel" é diferente das de outras temporadas, mas ainda conservam um tipo de forro interno".

Gilles: "Para esses tipos de bolsas, as cores foram muito importantes. Nesta temporada, nós usamos todos os tipos de vermelho, pink e as cores pastéis, como dos sorvetes. Mas sempre com um toque de brilho - que as tornam mais modernas".

Elsa: "Óculos de sol? ".

Gilles: "Nós fizemos óculos de sol excêntricos; uma homenagem à Kim Novack. São redondos e grandes, com pequenos e delicados "logos" ao redor, nas laterais. Então, fizemos esses óculos invertidos, criando um efeito estranho".

Elsa: "Quais conselhos você daria para as mulheres quando forem escolher acessórios?".

Gilles: "Nada deve ser inventado. Tudo deve ser feito de acordo com a hora do dia. Por exemplo, você não pode usar broches durante o dia, mas para noite são excelentes. Mas tudo depende muito de cada pessoa".

Elsa: "Este é Gilles Durfour com a coleção de acessórios de primavera "Chanel".

Agora o clássico das cores e formas. Roupas leves e frescas para a mulher se sentir bem no calor. Isso é o que Allary - New York - , nos diz sobre a coleção de primavera. Ela mistura cores, estampas e pequenas partes do corpo à mostra aqui e ali. Ela afirma que tudo se resume no corte".

Linda Allary: "Voce sabe que Ellen Tracy é conhecida pelo corte clássico. A coleção tem muito do esporte-clássico, mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada. Então, temos um corte suave, levemente acima da linha do quadril, dando um efeito alongado. Bolsos mais altos e casacos acima da linha do quadril, dão um "ar" mais feminino às mulheres".

Elsa: "Quais os tecidos usados? ".

Linda: "Muita seda e texturas misturadas, mas, principalmente, muita seda. Eu gosto da leveza da seda, na primavera-verão e nas mulheres, veste muito bem".

Elsa: "Há alguma idéia específica sobre as cores na sua coleção?".

Linda: "Voce sabe que eu amo cores, portanto, sempre vai haver cores. Existem, cores neutras maravilhosas. Nós começamos com prata, indo para tons maravilhosos e suaves de cinza, com muito metal neles. Suéters e mangas metalizadas, casacos metalizados e

pequenas pontas metálicas aqui e ali. Daí passamos para tons de cores como, azul, azul-marinho até o índigo, indo para o champagne pálido até o vermelho. Você sabe que eu adoro vermelho, portanto, também há o escarlata e suas variações. Tons de gerânio, muito "quentes", até tons mais pálidos de gerânio indo até tons pastéis, suaves".

Elsa: "Estampas florais é uma parte forte na coleção, batendo recortes e enfeites. Roupas de noite são mais sensuais?".

Linda: "Eu gosto da noite com transparências, mas transparências sutis".

Elsa: "E os acessórios? "

Linda: "Sandálias maravilhosas. Gosto de plataformas com tiras e saltos pesados. É moderno. Pouca bijouteria, mas muitos lenços e echarpes".

Elsa: "O cabelo e a maquiagem?".

Linda: "Muito, muito bonita. Eu gosto de garotas bonitas. Eu penso que as mulheres gostam de se sentirem bonitas e nós fizemos um rosto pálido com sombras prateadas e cabelos presos para cima por pequenos enfeites".

Elsa: "Esta é Linda Allary com Ellen Tracy, coleção de primavera.

Daqui a pouco, a casa na montanha de Yoshiaki Yuki. Ele é um artista que possui uma galeria em um restaurante. Mas, acima de tudo, ele gosta de recepcionar em sua casa. Conheça-o, assim que voltarmos".

(intervalo)

Elsa: "Yuki é um homem de muito talentos, muitos humores e muitos amigos. Mas um de seus amores é a pintura. Ele possui duas galerias, em dois restaurantes. Um restaurante e galeria são em Tóquio, os outros são nas montanhas, a duas horas de viagem da cidade. É

parte de um preciosa casa cheia de tesouros colecionados ao longo de décadas. Aqui Yuki adora receber seus amigos para comemorar antigos festivais. O favorito, em março, é o festival das garotas”.

Tradutor de Yoshiaki Yuki: “O festival das garotas tem acontecido por séculos e não é realmente para jovens, mas para jovens mulheres. Elas se encontram para celebrar e mostrar as bonecas que elas colecionam para elas e para o festival”.

Elsa: “Quão antigas são as bonecas que estão aqui hoje?”.

Tradutor: “A maioria são do período “adulto” e as expressões faciais são desenhadas a mão. Através dos anos, os costumes mudaram, então nós criamos um *display*/mostrador dividido em cinco partes. Normalmente, no topo, ficam o casal real, o rei e a rainha. Abaixo deles, nós temos as damas de honra, depois os músicos e, finalmente, duas fileiras de móveis laqueados. Normalmente, em minha sala de jantar eu faço meus próprios arranjos usando mais peças, mas normalmente eu coloco somente as bonecas no topo”.

Elsa: “Junto com as bonecas você também tem suas “escritas”. As “escritas” trazem palavras especiais para o festival. Por exemplo, “alegria” e “danças”.

Tradutor: “Eu gosto de recepcionar pessoas. É por isso que eu uso *minhas* “escritas” atrás dos arranjos. É muito divertido”.

Elsa: “Agora, a outra sala de jantar é bem maior e você pode dar grandes festas”.

Tradutor: “Sim, posso recepcionar até vinte pessoas. Eu também uso-a para mostrar meu trabalho. E, neste momento, o que mais se encontra lá, são pratos. Eu tenho pratos de porcelana do período “adulto” e tigelas laqueadas.

Elsa: “Yuki me conta que durante os festivais ele gosta de combinar sua paixão pelas antigüidades com sua paixão pela comida japonesa tradicional”.

Tradutor: “Por exemplo, eu começo servindo um prato que consiste de tiras de “tofu” frito, cenouras, cogumelos japoneses secos, camarão, ovos, pepinos em conserva e feijão, junto com arroz com temperos; seguido de um caldo de mariscos com um tipo de salsinha conhecida como “mitsuba”.

Elsa: “Claro que não pode faltar peixe”.

Tradutor: “Charles” é um peixe de água doce que eu gosto muito. Eu sirvo com pepinos cortados e nabo. Entre o peixe e o prato que vem depois, eu também preparo brócolis marinado com lombo de porco polvilhado com (.....). Daí vem o prato com frango e um peixe japonês conhecido como “Canal”. Eu faço também uma travessa de sushi que é muito decorativa para a mesa. É feita com camarão, cogumelos japoneses secos e ovos”.

Elsa: “Depois vem a truta!”.

Tradutor: “Truta grelhada e marinada, servida com creme de mexilhões e recheada com ovas de peixe. Também sirvo batatas cozidas com mel e cogumelos”.

Elsa: “E para o futuro?”.

Tradutor: “Bom, eu já tenho duas galerias, uma em restaurante e outra num belo retiro nas montanhas. Cuidar de tudo isso toma muito tempo, portanto, no momento, eu vou me concentrar nas minhas “escritas”. Eu não quero pensar em outros negócios, eu prefiro me preocupar em ser criativo”.

Elsa: “Este foi Yoshiaki Yuki. Temos mais, depois do intervalo, com a coleção masculina de primavera de John Bartlett. Ele é o homem da moda, no momento. Veja sua fantástica coleção, logo a seguir”.

(intervalo)

Elsa: “Sonhando em Cuba. Este é o tema de primavera para a coleção masculina do designer novaiorquino John Bartlett. Ele pendura ventiladores de teto e veste camisas cubanas, chapéu de palha e se balança numa rede acima da passarela, durante o show”.

Jonh Bartlett: “Eu chamo meu desfile de “dança/mania de moda”. Homens bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação”.

Elsa: “Mas quão justas são as roupas?”.

John: “São bastante coladas ao corpo. Os ternos são retos e não há bolsos aparentes. As calças são retas e estreitas. Também temos algumas roupas, como calças mais folgadas, com camisas justas. Um pouco de proporção. Os calções de banho são colados ao corpo”.

Elsa: “John Bartlett acredita que os homens devem estar tão confortáveis de ternos, quanto de jeans. Os ternos têm corte italiano”.

John: “Nós mudamos muito de nossa produção para a Itália porque a maioria dos nossos tecidos são italianos. Eles fazem um bom trabalho. Então, tudo é muito reto, sem muitos bolsos. Nós estamos mostrando um terno italiano, mas também um jeito americano. Um pouco de ambos”.

Elsa: “E como são os ternos italianos, as cores?”.

John: “Muito marrom escuro, preto com branco, abotoaduras listradas e muita lã-*stretch*. Muito simples. Marrom, marinho, preto, caqui. Todas as cores masculinas”.

Elsa: “Então, os homens podem tanto usar jeans quanto ternos?”.

John: “Exato. Eu comecei um pouco devagar com as roupas casuais, das sextas-feiras. Mas eu já fiz as pazes com isso e agora tanto faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta”.

Elsa: “Por que você é fascinado por Cuba? “.

John: “Eu não sei ao certo. Existe todo um aparato militar em Cuba e é um país militar mesmo. Então, eu me servi da idéia de roupas de verão tropical com um toque de campo militar nelas”.

Elsa: “O que você me diz dos cabelos e do jeito dos manequins?”.

John: “Eles têm um jeito bem masculino, bem cuidado. Os cabelos são um pouco desarranjados. É um tipo natural, como se tivessem acabado de acordar”.

Elsa: “Há um ditado que diz que as roupas femininas são mais interessantes do que as masculinas. Você acredita nisso? “.

John: “Claro que sim. Mas, finalmente, as coisas estão mudando. Os homens estão preocupados com eles e estão desenvolvendo seus próprios conceitos”.

Elsa”: Isso é muito saudável? “.

John: “Eu penso que sim. É muito divertido. Não só as mulheres devem se divertir, mas os homens também”.

Elsa: “Este é John Bartlett, com sua coleção masculina de primavera. Isso é tudo, por hoje. Semana que vem, voltaremos com novos direcionamentos de Tóquio. As inovações de Yoji Yamamoto lhe valeram uma recepção entusiástica”.

Yoji Yamamoto: “(.....)”.

Elsa: “Depois, lhes mostraremos uma casa que é coisa de outro planeta. Quem assina é a parceira de Yoji, e tudo em seu tema é macio e espaçoso”.

Kathryn Findly: “A forma da casa é macia. Os vários tecidos nas partes internas dão uma leveza ao ambiente. Mas é pelo telhado que se sente toda a possibilidade do ar entrar pela casa. Ele é todo em vidro com árvores aparentes, criando uma sensação de natureza e ar”.

Elsa: “Também uma coleção com temas de vampiro, do *designer* Jum Takahashi. Até breve, e fiquem comigo em “Style”. Eu sou Elsa Klensch”.

Capítulo
V
As Notícias de Moda

Neste capítulo, nós vamos analisar as tendências de moda a partir dos discursos e das imagens apresentadas nos programas de moda selecionados (e cuja transcrição de seus discursos verbais colocamos no capítulo anterior).

Nosso objetivo inicial será o de detectarmos e colocarmos em relevância as sugestões específicas para a primavera/verão 97 e direcionadas para o vestuário, as quais, como já vimos na "Parte I", vêm através de quatro elementos: influências/inspirações, cores, materiais (com suas padronagens/estampas) e estilos. Isso, certamente, fará que nos concentremos em determinadas partes do programa, as quais chamaremos "blocos".

Dessa forma, para facilitar o entendimento do leitor a respeito da metodologia por nós utilizada para a localização dos quatro elementos das tendências de moda, julgamos ser necessário, em primeiro lugar, o conduzirmos a uma descrição daquilo que foi encontrado não só no discurso verbal de cada programa mas, também aquilo que foi visto representando tal discurso, já a partir de uma separação de cada conteúdo informacional em partes. Ou seja, dividindo-os em "blocos" conforme o assunto a que vão se remeter e de forma que possamos entender - mais claramente - as imagens que corresponderam a seus respectivos discursos.

Portanto, teremos, nesses "blocos", uma seqüência sobre a intenção do que será acompanhado no "próximo assunto" dos programas, bem como as fórmulas discursivas e imagéticas utilizadas. Aqui, então, iremos recorrer - algumas vezes - aos enquadramentos e efeitos de câmera, assim como de edição, no que se refere a certas alterações provocadas no ritmo de cada programa e de seus assuntos (e vistas em imagens), através de uma linguagem mais técnica¹⁹⁶.

Ressaltamos, porém, que a divisão do conteúdo informacional dos programas em blocos, juntamente com as descrições daquilo que foi encontrado em discursos e imagens, têm como objetivo maior, além de facilitar o entendimento do leitor quanto a localização das tendências de moda (os 4 elementos) - e o que será feito logo em seguida, nas "Notícias de Moda" - demonstrar como tais tendências foram dissimuladas. Para isso iremos comentar um pouco sobre o caráter das notícias veiculadas e a sua lógica de "informação

¹⁹⁶ Para a linguagem técnica de enquadramentos e efeitos de câmera e de edição, utilizamos as propostas pela Apostila de Squirra, Sebastião, *Comunicação Jornalística e Editorial do Departamento de Jornalismo e Editoração*, ECA/USP, São Paulo, 1988 (não publicada) e, também, das anotações feitas durante o "Curso de Roteirização de Filmes Publicitários", da Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 1988.

visual" (entendida aqui, como a correspondência entre o que é dito e representado visualmente).

A partir de então, já em um segundo momento de descrições e análises - na parte que se intitula "As Tendências de Moda" -, vamos conduzir o leitor a um entendimento mais apurado sobre como as tendências de moda foram explicadas ao público. A metodologia para isso consistirá em destacarmos, inicialmente, e, separadamente, as imagens e discursos (os conteúdos manifestos e o que chamaremos de descrições "discursivas" e "imagéticas", respectivamente) específicos sobre as tendências de moda em cada uma das coleções dos estilistas encontradas nos programas (e que são em número de 4). Ou seja, descrevendo os 4 elementos que constroem os seus trajes. Depois, iremos realizar uma descrição (que chamaremos de "sincrônica" e ainda sobre os mesmos 4 elementos) em que verificaremos o que foi dito e visto a respeito de cada elemento ao mesmo tempo.

Assim, com as primeiras descrições ("discursivas" e "imagéticas"), vamos entender o que nos foi oferecido em informações sobre tendências e, com as últimas ("sincrônicas"), compreender a lógica televisiva, portanto, de "informação visual", empreendida para a sua demonstração.

Dessa forma, então, será descrito aquilo que nos foi oferecido (tanto separadamente, como conjuntamente) em discurso e imagem a respeito das influências/inspirações, cores, materiais/padronagens e estilo que construíram um traje, uma vez que em cada uma dessas descrições encontraremos informações diferentes para as nossas discussões (as fórmulas elaboradas pelo programa para a explicação das tendências de moda).

É importante dizer, ainda, que outras orientações - mais específicas - serão oferecidas ao leitor sobre a metodologia por nós empregada nesta etapa ("As Tendências de Moda").

Com todo esse percurso concluído, chegaremos, então, aos objetivos finais deste capítulo: uma prescrição estética formada pelos quatro elementos disponibilizados nas tendências de moda, verificando a articulação de suas imagens e discursos empreendidos pelos programas, encerrando o capítulo V dessa dissertação, com o entendimento de como as tendências de moda foram conduzidas pela mídia televisiva em seu aspecto de "notícia de moda" e, portanto, de "informação visual". Isso nos possibilitará - na "Conclusão" -

avaliarmos a correspondência (ou não), com as prescrições estéticas oferecidas pelas empresas na Parte I e o funcionamento da difusão de tais prescrições em ambos os campos: "Bureaux"/indústrias e "TVs por assinatura".

Programa "86-60-86"

Descrição do Conteúdo em Blocos

Abertura: Vinheta de abertura do programa

Bloco 1 (Introdução do Programa): Sofia Aparício aparece (em "Meio Primeiro Plano"¹⁹⁷) e dá abertura ao programa, dizendo que é o único programa que pode oferecer o conhecimento sobre o que há de melhor na moda nacional e internacional. Em seguida, já em *off*¹⁹⁸, ela apresenta os principais assuntos do programa: a imagem, a princípio, de uma negra dançando em câmera lenta, é explicada através da narração de Sofia, que fala sobre a reportagem, sobre os espetáculos de travestis da capital de Portugal e que será conduzida pela "drag queen" Jenny Tavares.

Logo depois, aparecem imagens rápidas de desfiles de moda que são explicadas por Sofia (ainda em *off*) como sendo respectivas às reportagens sobre a vida e o trabalho de Vivienne Westwood e os 20 anos de carreira do estilista Jean Charles de Castelbajac. Também com imagens (em efeitos de edição) de alguns jovens, seguidas pela demonstração de algumas manequins com roupas brancas, e a narração da apresentadora, sabemos que se trata do "concurso de jovens talentos" e o "Clip Moda" do programa, com "roupas em branco total" (em câmera lenta).

Sofia retorna, então (ainda em "MPP"), e falando diretamente ao telespectador, que vai prosseguir pela "próxima meia hora" e que volta rapidamente com o bloco das "últimas notícias".

Bloco 2: (As "Últimas Notícias"): Em *off*, Sofia fala sobre a campanha da marca "Levi's" e os aspectos de produção da propaganda feita para o jeans "Shrink to Fit", um produto específico para ser lançado no verão de 97. As imagens, no entanto, são todas sobre o processo de produção desta propaganda. Como é um jeans que (conforme informações de Sofia em *off*) deve ser molhado para se moldar aos contornos do corpo, o que vemos, então, são rápidas imagens sobre aspectos de produção e a estória da propaganda, com os tanques

¹⁹⁷ Plano em que a câmera enquadra a pessoa da cintura para cima, geralmente evidenciando gestos.

¹⁹⁸ Em *off*, significa que a pessoa continua falando mas já não aparece na tela, pois foi substituída pela demonstração de imagens. Ela, portanto, se situa ao "fundo" das imagens que se apresentam.

aquáticos montados para a simulação de um naufrágio, em que três "sereias" tentam tirar a calça de um rapaz submerso (todos os manequins de reconhecimento internacional).

Logo em seguida, Sofia (ainda em *off*), fala sobre a "Expo 98", onde serão selecionadas pessoas para participar de um espetáculo musical ("O Rapaz de Papel"). A imagem que ilustra esta parte específica é "abstrata", com caracteres¹⁹⁹ informando sobre aspectos do evento e processo de seleção do espetáculo, com telefones para contato.

Bloco 3 (Introdução da 1ª reportagem): Sofia aparece (em "Primeiro Plano"²⁰⁰) e introduz o assunto da primeira reportagem do programa: o espetáculo dos travestis de Lisboa e que será conduzido pela "drag queen" Jenny Tavares, no bar "Finalmente". Sofia, ainda, destaca que os travestis são "amantes incondicionais das imagens de moda exageradas e hiper-sexys" e que - atualmente -, são "os principais animadores das discotecas da capital".

Bloco 4 (1ª reportagem: "Travestis"): Jenny, diretamente ao público (em "PP") se apresenta e fala sobre o seu trabalho no bar "Finalmente" e em outros locais. No entanto, algumas imagens dela (em um desfile e dançando em câmera lenta), são intercaladas rapidamente e, nestes momentos, sua locução vai para *off*.

Ela, então, retorna falando diretamente ao público (em "PP"), dizendo que vai apresentar os seus amigos. Neste momento, aparecem imagens muito rápidas de um homem. Este é Mario ("Marlene") que, logo aparece com o seu rosto totalmente enquadrado na tela (em *close*²⁰¹), dando seu depoimento de vida a Jenny (que está fora da tela). Em seguida, a locução de Mario vai para *off*, e imagens de seu espetáculo aparecem. A locução de Mario é interrompida à medida em que o fundo musical de seu espetáculo vai aumentando de volume.

Mario retorna no mesmo enquadramento anterior (em "close"), enquanto Jenny (fora da tela) lhe pergunta sobre o tipo de roupa que ele mais gosta de usar no espetáculo. À medida em que responde, dizendo que em seu espetáculo usa um estilo mais "sensual e erótico", outras imagens são sobrepostas à sua locução e esta vai para *off*, mostrando alguns momentos de seu show.

¹⁹⁹ Caracteres são as palavras que aparecem escritas na tela.

²⁰⁰ Plano em que a pessoa é enquadrada dos ombros para cima. Também conhecido como "Plano Próximo".

²⁰¹ Enquadramento de câmera, cujo plano evidencia o rosto da pessoa, para se perceber as emoções.

Em seguida, entra a imagem de um outro homem (em “PP” e câmera lenta) maquiando-se com uma locução (falando sobre o início de carreira) em *off*. É João Carlos (“Nima”) que aparece com seu rosto enquadrado na tela (em “PP”) agora dando o seu depoimento a Jenny (fora da tela) e já “travestido”, falando sobre o começo de seus espetáculos como travesti. Sua locução vai para *off*, quando iniciam-se a apresentação das imagens de seu número que finaliza-se com a música que canta subindo em volume, juntamente com os aplausos recebidos.

Rapidamente aparece Carlos (“Paloma”), um outro homem dando seu depoimento a Jenny (enquadrado da mesma forma que João Carlos, em “PP” e com Jenny fora da tela), falando sobre sua idade, estado civil, filhos, netos, etc., quando imagens de seu espetáculo são introduzidas juntamente com um diálogo em *off* entre ele e Jenny. Eles conversam sobre o tipo de indumentária escolhida pelo travesti em seu número.

Corte para vinheta do programa.

Bloco 5 (Introdução da 2ª reportagem): Sofia aparece (em “Plano Americano”²⁰²) falando diretamente ao telespectador, a respeito de Vivienne Westwood como sendo “uma das mais surpreendentes e irreverentes *designers* de moda das últimas décadas” e que foi ela a escolhida para a “rubrica criadores deste século”.

Bloco 6 (2ª Reportagem: “A vida e a obra de Vivienne Westwood”): A reportagem se abre com imagens (em câmera lenta) dos desfiles de Vivienne Westwood (com música em *off*) e com a locução de Sofia (em *off*) contando sobre a vida da estilista britânica que, ao casar-se nos anos 70 com Malcolm MacLaren - o produtor do grupo *punk* “Sex Pistols” -, introduziu-se no comércio de discos antigos e venda de camisetas, inicialmente transformadas por ela e, depois, com o seu próprio *design*. Neste momento, as imagens de desfiles da estilistas que estavam sendo apresentadas, dão lugar a uma das apresentações do grupo “Sex Pistols”, com todos os seus componentes enquadrados na tela em (Plano Médio²⁰³). Ao mesmo tempo, Sofia (ainda em *off*) diz que, com a influência de Malcolm,

²⁰² Plano em que a pessoa é enquadrada a partir dos joelhos.

²⁰³ Enquadramento em que a pessoa aparece por inteiro (em pé).

Vivienne fundou o movimento *punk* (devido ao contato direto com a banda "Sex Pistols") e deixou seu curso de literatura na Universidade, se lançando como uma estilista oposicionista ao conservadorismo britânico. As imagens da apresentação (que cantam uma pequena parte de uma de suas músicas mais conhecidas, "God Save The Queen", de 1977) do grupo permanecem, então, por alguns instantes sem a interferência da locução (em *off*) de Sofia.

Mas a apresentadora retoma rapidamente sua locução (sempre em *off*) e, ainda com as imagens do grupo (e com a música que cantam agora já em tom mais baixo), vai explicando que, com a morte do vocalista da banda, a estilista partiu "à procura de inspiração na pintura e na literatura e na roupa de outros tempos" que, segundo a apresentadora, eram "áreas a que sempre deu prioridade em sua formação acadêmica".

As imagens da mesma apresentação do grupo ainda aparecem na tela, permanecendo, assim, sem intervenção da locução de Sofia por alguns segundos, até que são interrompidas pela imagem da própria estilista que, enquadrada em "close", fala sobre si mesma. Ela diz, então, que, como pintora, idealiza uma mulher vestida em todo o seu conjunto.

Logo em seguida, o que vemos são alguns de seus modelos nos desfiles, porém, a narração de Vivienne (agora em *off*) continua falando sobre o mesmo assunto. No caso, que "existe uma perfeita fusão entre a mulher e suas roupas", porque "revelam os seus gostos e os seus movimentos. As roupas fazem parte da mulher viva". Ela diz, ainda, que se utiliza de muitos aspectos assimétricos na construção das roupas femininas para permitir às mulheres liberdade de movimentos. As imagens de um de seus desfiles ainda permanecem na tela, quando Sofia retorna (em *off*) avalizando as idéias da estilista, e dizendo que Vivienne se mantém "fiel ao seu discurso inicial", pois a "criação de roupas" - para ela -, "é como a criação de um aroma, de uma sensação" e, que a "sua missão de *glamour* continua próxima à noção de nostalgia". O que "é parte da própria idéia que ela tem da cultura humana". Sofia, então, conclui, dizendo que tais referências, "das imagens do passado" (e da "nostalgia") sintetizam - através de suas propostas -, "atitudes que só nos nossos dias podem se ouvir e se fazer sentir".

A locução (em *off*) de Sofia dá espaço para uma música (em *off*) que conduz o término da reportagem, já com imagens de finalização de um dos desfiles de Vivienne, onde ela caminha por entre a passarela e é aplaudida por todas as suas manequins.

Corte para vinheta do programa

Bloco 7 (Finalização da 2ª reportagem e retorno à primeira): Sofia aparece finalizando o bloco anterior e falando diretamente ao telespectador (em "PA") sobre a oportunidade de se conhecer um pouco mais sobre Vivienne Westwood e introduzindo o próximo bloco, através da volta ao bar "Finalmente", com Jenny Tavares e a reportagem sobre os travestis da capital.

Bloco 8 (Continuação da 1ª reportagem: "Travestis"): O bloco inicia com a imagem de Jenny e um homem que está maquiando-se em frente ao espelho (ambos enquadrados na tela em "MPP"). Há uma fusão²⁰⁴ com uma outra imagem, onde vemos o mesmo homem e mais um, também se maquiando. Há somente uma música em *off*, que permanece até o momento em que o primeiro homem (Marco/"Samantha Rocks") retorna, totalmente enquadrado na tela (em "PP"), e dando seu depoimento a Jenny (fora da tela) sobre o início de sua carreira. Rapidamente essa imagem dá lugar a sua performance no seu número. A locução (em *off*) - neste momento -, é conduzida por Jenny que lhe pergunta sobre o tipo de roupa que ele gosta de usar nos espetáculos. A resposta vem através da imagem de Mario, enquadrado em "close" na tela (completamente centralizado), explicando a Jenny (que permanece fora da tela) que, em espetáculos mais sensuais, ele usa "vestidos compridos, travados o mais possível, com decotes ou fechados até em cima" e que esses mudam conforme o número. Seu depoimento chega ao final, rapidamente, ao mesmo tempo que sua imagem em "close", dá lugar a sua apresentação (já em um plano mais aberto, "PG"), na qual aparece cantando uma música que estava em *off* durante essa parte.

Em câmera lenta (e efeitos de câmera de aproximação e distanciamento de imagens: "zoom in" e "zoom out", respectivamente), aparecem imagens (em "PP") de uma outra

²⁰⁴ Efeito de edição que corta uma imagem através da fusão com outra. No entanto, pode ser feito também através de duas câmeras, o que, certamente, não foi o caso.

pessoa (Orlando/"Patrícia Russel") se maquiando em frente ao espelho. Ao mesmo tempo, temos música e locução de Jenny (ambos em *off*) perguntando sobre o tipo de "linha" que ele gosta de fazer. A resposta, da mesma forma que anteriormente, vem através de Orlando já enquadrado na tela (em "P.P". e com Jenny fora dela) e, também, já maquiado, explicando que, com "a idade que tem", prefere fazer um tipo de "mulher bonita, sensual; provocadora também". Neste momento, as locuções de ambos vão para *off* e a imagem que se segue é a de sua apresentação. A entrevista prossegue (ainda em *off*) com revelação dos trajes utilizados pelo travesti no seu número ("longo, largo, como muito curto, bem decotado") e que lhe conferem um estilo mais versátil. No entanto, nesta última parte, a imagem de seu rosto em close (dando depoimento a Jenny) é intercalada algumas vezes à de sua apresentação, finalizando com a conclusão de seu espetáculo.

Prosseguindo, uma nova imagem é introduzida com outro travesti ("Patrícia Durmond"), que aparece já maquiado e com seu rosto todo enquadrado na tela (no canto direito, em "PP"), dando seu depoimento a Jenny (fora da tela) sobre o início de sua carreira. Sua locução vai para *off*, no momento em que ele aparece se apresentando em seu espetáculo, sendo que logo em seguida, Jenny retorna (em *off*) fazendo-lhe algumas perguntas sobre o que ele gosta de vestir nos números e, se ele mesmo faz suas roupas ou se é feito por algum estilista. A resposta vem, através da interrupção da imagem de seu número e o retorno da anterior, com seu rosto (em "close"). Ele diz, então, que retira sua idéias de revistas e que outras vezes os trajes são inventados por ele e que todos são muito originais. Para finalizar sua parte, são intercaladas as imagem de sua apresentação (quando está enquadrado em um "Plano Geral"²⁰⁵ e quando sua locução vai para *off*) e o "close" de seu rosto (tal como a parte que conclui o depoimento de Orlando).

A reportagem sobre os travestis se conclui, quando imagens rápidas de Jenny se apresentando em um desfile (em "Plano Geral"), seguida pela apresentação conjunta de todos os travestis entrevistados (em várias seqüências de planos: de "Detalhe", "Geral") aparecem na tela.

²⁰⁵ O "Plano Geral" da E.S.P.M. corresponde ao "Plano de Conjunto" da ECA/USP. Em ambos, a intenção é mostrar o cenário e um ou mais personagens.

Bloco 9 (Finalização da 1ª reportagem e intervalo): Sofia retorna (em "PP"), avisando que "com essa viagem aos bastidores dos espetáculos dos travestis" o programa fará uma pequena pausa.

Corte para vinheta

(Intervalo)

Corte para vinheta

Bloco 10 (Introdução da 3ª reportagem e do 1º desfile: Jean Charles de Castelbajac): Sofia aparece (enquadrada em "PA"), falando sobre o criador francês, Jean Charles de Castelbajac que ficou conhecido por sua obsessão à pintura naïf aplicada ao vestuário e que ele aproveitou o "próximo verão" (o de 97) para comemorar os seus 20 anos de carreira, apresentando sua coleção. Diz, ainda, que o programa foi até a "Câmara de Paris", a uma "de suas maravilhosas salas deste magnífico edifício" e aproveitou para falar com a sua mais recente esposa.

Bloco 11 (3ª reportagem e 1º desfile: Jean Charles de Castelbajac): Algumas imagens de seu desfile aparecem rapidamente na tela através de vários enquadramentos de câmera e efeitos de edição, com música em *off* (e caracteres no rodapé da tela, indicando que se trata da coleção de "verão 97 de Castelbajac"). Logo em seguida, aparece a imagem da esposa de Castelbajac (com caracteres "Tasha") que, enquadrada pela câmera em "close" (portanto, tomando todo o espaço da tela), diz que "ele é um artista". Ao completar a frase, outras imagens em efeitos do desfile são inseridas (sempre com música em *off*). Tasha, então, retorna (no mesmo enquadramento anterior, em "close") e acrescenta que "ele vai nos mostrar coisas que nós nunca vimos antes (...)". Novamente, as imagens do desfile aparecem (música em *off*) e são interrompidas pela imagem de Tasha (ainda em "close") que afirma que "agora é o momento dele no mundo da moda". Seguem, depois, imagens (rápidas) do desfile e do próprio Castelbajac que aparece na tela (em "MPP"), sendo questionado por alguém (com voz feminina e que está fora da tela) a respeito da escolha e realização de seu desfile na "Câmara de Paris". Ele lhe responde que "somente com boas condições pode atingir a perfeição", ressaltando que sua "casa" está fazendo 20 anos, no

"edifício mais belo de Paris", uma vez que para ele "Paris é a cidade mais bonita do mundo, um "lugar simbólico" que sempre o inspirou, sobretudo, porque era "um jovem provinciano". Acrescenta, ainda, que sua coleção não é uma coleção "espetáculo", mas nem tão pouco "diferente em sua essência" e, sim, uma "coleção muito colorida". Neste momento, concentram-se várias imagens²⁰⁶ de seu desfile para o verão 97 (variando sempre de enquadramentos de câmera e com música em *off*), no entanto, o seu discurso sobre a sua coleção, e cuja locução, agora, está em *off*, prossegue dizendo que trata-se de "formas muito bem pensadas" e que se "dirigem ao grande público". Acrescenta, ainda, que é uma "coleção de imagens, precisa", em que ele concentrou-se em fazer aquilo que sabe fazer "de melhor, isto é, num bom *sportswear*: modelos desportivos para o fim de tarde". Entretanto, tentou criar uma "feminilidade desportiva". Algo que não fosse "afetado", nem "pretencioso...". Em que, segundo o estilista, "...a elegância é contornada, mas onde a mulher encontra facilmente o seu lugar, porque é alvo da coleção".

As imagens do desfile ainda permanecem na tela quando a entrevistadora lhe pergunta (em *off*) se sua esposa "Tasha" serviu-lhe de inspiração. A resposta vem juntamente com a imagem do estilista enquadrado de forma mais fechada pela câmera (em "Primeiro Plano"), momento em que ele afirma positivamente à entrevistadora, dizendo que ela fez com que ele "olhasse para as mulheres de uma outra maneira", deixando de "protegê-las", para "sublimá-las". É um momento, também que ele declara toda a sua admiração por ela, ressaltando que, "aliando" o seu "talento a um belo sorriso surgiu esta coleção", que ele muito se "orgulha".

²⁰⁶ As imagens do desfile de Castelbajac, assim como as dos outros que veremos no programa "Style", seguem, sempre, uma mesma lógica de enquadramentos e movimentos de câmera e cortes. Geralmente, a câmera se fixa em algum dos pontos da (o) manequim - rosto, calcanhares ou pés na grande maioria das vezes -, o que configura-se, na linguagem técnica de roteiro de TV/cinema - como um "Plano de Detalhe", "PP" ou "close" (no caso, destes dois últimos, de focalizar o rosto) e vai descortinando o corpo através de "Panorâmicas" (movimentos de câmera de cima para baixo ou ao contrário, no caso). Também pode enquadrar a (o) manequim em um "Plano Geral" ou "Médio" e, à medida em que ela (e) avança em direção à lente da câmera, vai sendo enquadrada em algum "Plano de Detalhe", "PP", "close" (calcanhares, pés, rosto). O mesmo, também, pode ser visto de forma contrária. A câmera se fixa em um determinado enquadramento (que, no entanto, é mais aberto), como aquele que enquadra a (o) manequim dos joelhos para cima ("Plano Americano") ou da cintura para cima ("Meio Primeiro Plano") e à medida em que ela (e) se afasta da lente da câmera, vai demonstrando outros aspectos da roupa, como os da parte das costas, assim como permite a visualização de outras (os) manequins chegando. Para os cortes feitos entre uma imagem e outra de um (a) manequim, é utilizado, somente, o recurso das "fusões", feitas, certamente, no momento da edição. Porém, é importante ressaltar que, no desfile de Castelbajac, não temos "Planos de Detalhes" que se iniciam a partir dos pés de suas manequins, dificultando, assim, a visualização de suas sandálias ou sapatos. Entretanto, nos outros

Poucos momentos antes de finalizar essa última frase, as imagens do desfile retornam, dando ênfase a sua coleção. A entrevistadora (em *off*), então, lhe remete mais uma pergunta sobre a inspiração das roupas de sua coleção, as quais (conforme o seu entendimento) foram influenciadas "menos nos modelos e mais na arte". E, com as imagens ainda fixadas na exposição do desfile, Castelbajac não só lhe responde (em *off*) que "sim", mas também acrescenta que isso foi "uma grande tomada de consciência", uma vez que realizou um desenho animado e escreveu um livro onde expressiu "através da arte e da expressão artística, todos os aspectos frustrantes que a moda pode ter". É um momento, também, que as imagens do desfile demonstram alguns detalhes das roupas, como os barrados dos vestidos com estampas em estilo naïf. A isto segue (ainda em *off*) a afirmação do estilista sobre si mesmo: "(...) Por isso que estou aqui hoje, acima de tudo, como criador de moda e não como um artista que faz roupa".

A entrevista chega ao final (ainda em *off*), através de cumprimentos entre ambos e com a última frase do estilista dizendo que "estes 20 anos foram o 1º capítulo". As imagens do desfile ainda permanecem por alguns segundos na tela, somente com música em *off*, mostrando o momento de conclusão de seu desfile, onde o estilista aparece na passarela recebendo os aplausos do público.

Corte para vinheta do programa

Bloco 12 (Introdução da 4ª reportagem: "Jovens Designers"): Sofia reaparece (agora agachada, mas enquadrada na tela em "PA"), introduzindo o assunto do próximo bloco que irá se dirigir ao concurso de "*design* de novos talentos" e que o programa convidou os participantes a "vestirem duas manequins com suas propostas inspiradas na internet". Há música eletrônica em *off*.

Bloco 13 (Abertura da 4ª reportagem: "Jovens Designers"): Introduzem-se montagens de imagens (incluindo todos os participantes) tomando toda a tela e com caracteres indicando o assunto: "tema", "internet", "...concurso...", "design", "novos...", "talentos". Logo em

desfiles (de Anna Molinari, Linda Allary, Chanel e John Bartlett) que acompanharemos logo em seguida, no programa "Style", veremos que tal enquadramento será respeitado.

seguida, intercalam-se imagens abstratas (e mais trabalhadas por efeitos de edição, possivelmente), com as de todos os participantes juntos na tela. Há somente a mesma música eletrônica em *off*, do bloco anterior.

Bloco 14 (4ª reportagem: "Jovens Designers"): Com a mesma música eletrônica do início do bloco 12, vemos durante toda a parte dessa reportagem, a manutenção de um mesmo ritmo de enquadramentos de câmera e um mesmo padrão de edição. Dessa forma, é mostrada em seqüência, uma "imagem de apresentação", onde enquadra-se em "primeiro plano" (às vezes com movimentos de câmera irregulares) o participante falando sobre o que significa a sua proposta. Também aparece em "caracteres", os nomes do participante e da sua proposta. Logo em seguida, vem a apresentação de sua proposta, (sempre com dois ou três enquadramentos de câmera diferentes, geralmente "Planos" "Médio", de "Detalhe", "Primeiro Plano", "MPP", "Plano Americano" e movimentos de câmera em efeitos diagonais, "panorâmicas" ou de edição, "câmera lenta"). Nesse momento (de exposição das roupas) não há qualquer locução, somente a mesma música eletrônica que aumenta de volume.

Há, também, entre os participantes Carlos Raimundo e Estela Azevedo, uma inserção muito rápida de outros efeitos de edição e câmera, nos mesmos moldes do bloco 13.

Nós vamos, então, sucessivamente, apontar o nome e a proposta de cada candidato, assim como a descrição de cada traje elaborado por eles, a que chamam, também de "fato" ou "cognato":

Alexandre Osório: a proposta é usar "linhas simples" que "pretendem ilustrar a facilidade de acesso a internet". Seu traje parece ser uma espécie de vestido (ou saia e blusa) comprido estampado (na parte da frente superior e na cor preta), com um motivo de placa de sistema de computador. É de estilo *clean*, limpo. Branco;

Ana Monteiro: acredita nos "fios coloridos para boas ligações de bons momentos que a gente faz". Apresenta uma roupa esportiva e colorida através de um vestido "regata" (de alças) listradinho, com jaqueta em duas cores (vermelho queimado e preto);

Bela Gens: diz que foi na "internet" que buscou a inspiração sobre "os esportes radicais". Seu modelo é uma espécie de vestido ajustado e comprido, feito por material "inflado" (possivelmente neoprene), de alças, usado com uma camiseta colante (100% *nylon*) e sapatos de alpinista. Tudo misturando as cores laranja e azul-cobalto;

Brígida Ribeiro: recorreu a um "ar divertido" na "informação e nos efeitos especiais". Seu modelo combina uma blusa justa, com aplicação no busto e saia cinza ajustada até os joelhos, com detalhes de bolso lateral (aplicado) em formato redondo. Tudo usado com meia-calça listrada;

Carlos Raimundo: sua proposta: "a burguesia atacada pelo vírus da informática". É representada por um modelo que combina "sobretudo"²⁰⁷ preto com bustiê e saia prata. Ambos, no entanto, são transparentes nas costas.

Estela Azevedo: baseou-se na "internet" e na "simplicidade" de "imagens distorcidas e manchadas". Seu traje é um vestido transparente leve e fluido, delineado ao corpo da manequim e bem colorido, usado com casaco prateado;

Gabriela Viana: ela "retirou do interior dos computadores os chips" a inspiração para o seu "cognato": um vestido transparente (em tecido fluido), de cor bege e ajustado ao corpo, estampado por figuras de chips. É usado com uma espécie de suéter curtinha e bem colorida de cores vermelho-queimado, azul-royal, verde-oliva e amarelo-cádmio, bem clarinho;

Isabel Tomás: sua proposta baseou-se em uma "linha simples", em "transparências" e "recortes costurados a mão", que segundo ela (conferem uma "certa individualidade"). Apresenta dois modelos: um composto por casaco de plástico transparente (cheio de recortes), usado com um vestido preto, possivelmente em material sintético, recortado assimetricamente por faixas de plástico transparente e prateado. O outro é um macacão colante e inteiriço, de cores marrom e estampas azuis. Acompanha dois casacos, um mais

²⁰⁷ Espécie de casaco grande e comprido.

fino (nos mesmos tons do macacão) e outro, visivelmente mais grosso e peludo (inteirinho azul);

Maria João Alves: a inspiração veio da "cultura da internet" onde "ela" (talvez a manequim?), é uma escrava da informação, disposta a entrar no mundo virtual". A roupa apresentada é um "duas peças" de saia e bustiê, ambos dourados e colados ao corpo. Apresenta detalhes de chips presos às roupas;

Nuno Baltazar: inspirou-se na "guerra fria vista pelo lado dos computadores na internet". O modelo apresentado por ele é um casaco pesado em tom castor "desbotado" (de tecido "granulado") e de estilo militar, até os joelhos, usado com vestido de igual comprimento com estampa - ao que parece - abstrata, em tons amarelo e vermelho ("desbotados");

Nuno Vieira: suas inspirações vêm de "duas realidades completamente distintas que agem no tempo e no espaço" e "que existem no mesmo sítio". O modelo que apresenta é uma espécie de saia-longa ou vestido, levemente evasê (mais larga na barra), com mangas imensamente amplas. Tem ainda uma mini-jaquetinha em jeans, sobre o traje. Destaca-se o tipo de padronagem da superfície da saia e das mangas, abstratas, de cor verde-oliva;

Patrícia Pinto: apresentou formas "minimalistas" que pretendem "refletir todos os bits da internet". Seu modelo é um vestido semi-transparente branco, até os joelhos e de mangas curtas, que tem detalhes prateados na gola e no barrado das mangas e aplicações sobre o vestido em forma de bolas;

Paulo Cravo: inspirou-se no dinamismo dos "jogos dos computadores, no dinamismo das personagens e no divertimento que eles nos transmitem". Apresenta uma calça justa e um bustiê, ambos em tom azul-royal com estampas em azul-cobalto, usado com um casaco preto, cujas mangas - em tecido transparente -, revelam bolinhas minúsculas de isopor colocadas na peça;

Sonia Matos: sua proposta quer simbolizar o "relacionamento e o contato entre outros povos via internet". Seu modelo é composto por uma espécie de vestido com saia ampla,

inflada com detalhes em espuma e cuja parte da "blusa" é feita com metal trançado para cobrir o busto. As cores são verde e roxa.

Vinheta do programa

Bloco 15 (Conclusão da 4ª reportagem e introdução do "Clip Moda"): Sofia retorna (em "MPP"), concluindo o bloco anterior e introduzindo o "Clip Moda", que virá "inteirinho" com propostas de roupas brancas, demonstradas de "forma pouco usual".

Bloco 16 ("Clip Moda"): Através de música em *off* e imagens variadas, trabalhadas por diferentes posicionamentos, movimentos e enquadramentos de câmera (câmera alta/diagonais/ panorâmicas/"PA"/"PD"/"PP"/"MPP"/"close"), efeitos de edição (câmera lenta) e criados no próprio ambiente de estúdio (com a reflexão de imagens nas roupas - brancas - das manequins), vão sendo apresentados os trajes e suas várias possibilidades de uso, formas e tecidos. No entanto, devido à "sofisticação" técnica empreendida para a demonstração das roupas, é impossível ver com precisão tais detalhes de construção das roupas.

O "Clip Moda" permanece por um momento na tela e é finalizado, à medida em que entram os caracteres dos confeccionistas/estilistas que (possivelmente) cederam as roupas para a sua produção.

Bloco 17 (Conclusão do "Clip Moda" e do programa): Sofia (enquadrada em "MPP") finaliza o "Clip Moda" da semana, despedindo-se. Lembra o telespectador sobre a próxima edição do programa.

Encerramento: Música do programa em *off* e imagens do desfile de Castelbajac, juntamente com os caracteres da produção do programa.

Programa "Style"

Descrição do Conteúdo em Blocos

Abertura: Vinheta de abertura do programa

Bloco 1 (Introdução do programa): A apresentadora, Elsa Klensch, que está enquadrada em "Primeiro Plano", fala que o programa trata sobre os "papéis dos *designers* na moda e na decoração". Sua locução vai para *off* (ao mesmo tempo que entra uma música de fundo, também em *off*) apresentando os principais assuntos do programa: a coleção de acessórios da "*maison* Chanel" e a coleção masculina de John Bartlett. As imagens correspondentes aparecem em dois rápidos momentos: no primeiro, a própria apresentadora aparece juntamente com mais um homem (em "PA"), no segundo, introduz-se a imagem de um manequim desfilando (em "MPP").

Mas, logo em seguida, ela retorna, no mesmo enquadramento, dizendo que vai mostrar, inicialmente, a "coleção de uma *designer* que faz roupa que cobre e embeleza o corpo da mulher".

Bloco 2 (1ª reportagem e 1º desfile: Anna Molinari): Com os caracteres na tela: "Anna Molinari/ Spring 97/Milan, CNN/ Style", vemos a finalização do desfile da estilista, com uma imagem (em "Plano Geral" e com "música ambiente", do próprio lugar) que conta com a visualização do conjunto de seu trabalho, através de todas as manequins, entrando na passarela, em fila (usando vestidos floridos, a maioria em tons de rosa/fúscia e verde) e aplaudindo a estilista que, por sua vez, vem andando no meio delas. A apresentadora (em *off*), fala que o desfile é um "Banho de Rosas" e que a *designer* (estilista) gostou de ser chamada de "rainha das rosas" ao final de seu desfile, em Milênio e momento, são apresentadas imagens em vários enquadramentos ("Plano Geral", "Plano Médio", "Plano de Detalhe" com "panorâmicas" de cima para baixo e, também ao contrário; "Primeiro Plano", etc.). Em *off*, Elsa vai comentando sobre as cores e as estampas usadas por Anna Molinari: "Molinari começou com vermelho, branco e azul, misturando e combinando cores; mostrando silhuetas justas. Então, foi para os tons de pastéis, marrom-terra e preto. Além

das flores, Molinari também usou formas abstratas. Ela disse que tudo foi pensando na leveza e na praticidade - buscando o lado feminino da personalidade da mulher".

Anna, então, aparece em "Primeiro Plano" falando - em italiano - sobre o estilo e as cores de sua coleção a uma entrevistadora (que, no entanto, está excluída do campo de visão da tela). Rapidamente uma tradutora entra em *off* (com música do programa, também em *off*) e as imagens do desfile retornam (da mesma forma que antes, em vários enquadramentos). O discurso da estilista que segue - agora, através da tradutora - fala que a "feminilidade está viva e de volta" e que a "direção é pós-minimalista e muito romântica". Diz, ainda, que, "depois do clássico vermelho, azul e branco" ela usou "todas as cores femininas. Todos os tons de lilás, violeta e vinho, mármore, também azul-claro e verde" e que acreditou, ainda, "no marrom-terra e preto" que "são cores complementares para a maioria das mulheres".

Ainda com imagens do desfile, Elsa lhe pergunta (em *off* e com música também em *off*) se, quando ela diz "romântica", isso significa "colado ao corpo". A resposta vem (em *off*, dada primeiro pela estilista - em italiano - e, depois, através da tradutora) com as imagens do desfile sendo apresentadas. A estilista ressaltou, porém, que ela "não se concentrou somente em fazer formas coladas ao corpo, mas que tivessem leveza e suavidade sobre o corpo". Disse, ainda, que tais formas "reforçam a silhueta feminina", todavia, elas não são mais "tão coladas", como uma "segunda pele", pois acredita que o que torna uma "mulher muito bonita" é a "silhueta longilínea".

Ainda, com as imagens do desfile (e com música e locução em *off*), a apresentadora conduz à explicação dos tecidos usados pela estilista: "Molinari usa tecidos super leves - os quais ela diz "preciosos". Neste momento, é mostrada a superfície de uma roupa (através de um "Plano de Detalhe", com a câmera bem próxima ao corpo da manequim), cujo tecido, no entanto, apesar de ser luxuoso, não tem uma característica "leve", mas sim pesado, encorpado. Desta vez, porém, a fala de Anna não é inserida e a tradutora fala em seu lugar a respeito dos materiais: "(...) ao final do século XX e, se aproximando do ano 2000, eu queria retornar um século de moda e pensei que isso seria possível com tecidos, então eu procurei os materiais para criar o "clima" que desejava: tecidos foram bordados com muito *chiffon* e *cashemire*, algodão natural e sedas, mas também com *jersey/stretch* e também lãs leves misturadas com seda, que são super femininas e atraentes". Da mesma forma de

demonstração de imagens, Elsa também questiona sobre os acessórios escolhidos por ela, e com a fala de Anna em italiano substituída pela sua tradutora, responde que eles são "clean", "altos" e que mostram o "calcanhar nu, sem tiras, como se fossem chinelos/mules" e que os colares "têm aparência antiga", pois foram inspirados nas "jóias que a realeza" teria "usado séculos atrás". Nesse momento, são apresentadas imagens do desfile que, no entanto, se prendem a alguns detalhes que demonstram os acessórios mencionados. O que vemos, em seguida, são as modelos entrando na passarela em fila (em "PM"). É o momento em que a apresentadora (ainda em *off*) anuncia a conclusão do assunto: "Anna Molinari com sua coleção de primavera". Ao terminar sua locução, a "música ambiente" que toca ao fundo do desfile e, que entrou juntamente com essa parte final, é ouvida mais claramente.

Bloco 3 (Introdução dos assuntos do próximo bloco e 1º intervalo): Elsa retorna em "Primeiro Plano" e introduz os próximos assuntos: a coleção de primavera de Ellen Tracy. Logo em seguida, sua locução vai para *off* (com música do programa também em *off*) e o que vemos é uma imagem rápida deste desfile (em "PG" e através de "panorâmica" de cima para baixo e vice-versa). Elsa, então, completa dizendo que é uma coleção feita por Linda Allary e que ela mostra "um retrato clássico das cores da primavera". Vemos, também, a imagem de um manequim desfilando ("panorâmica de baixo para cima). Desta vez, a apresentadora (ainda em *off* e com música diferente da anterior), diz que se trata da coleção de John Bartlett, o qual tem "Cuba em sua mente".

(intervalo)

Bloco 4 (2ª reportagem: coleção de acessórios da "maison Chanel"/caracteres "Chanel Spring 97 - Paris): Com música e a locução da apresentadora em *off*, são vistas imagens do desfile de "Chanel" (em "PP", "PM" e "panorâmicas"). Logo em seguida, apresentam-se (em "PD") alguns acessórios (bolsas, braceletes, tênis, bijouterias, etc.), mais separadamente (fora do desfile). Elsa diz, então, que a coleção de acessórios para a primavera da Chanel tem "uma nova luminosidade" e que é essa a mensagem do *designer* Gilles Durfour. Mas ele complementa, também, que "há um glamour, desde as brilhantes

bijouterias, até as bolsas de mão - feitas de borracha -, passando pelos sapatos de tecidos atalhados".

Neste momento, aparecem Durfour e Elsa - em uma imagem ("PA") - em que ele experimenta um colar na apresentadora. Imagem que é interrompida para mostrar - em detalhe ("PD") - o holograma da marca "Chanel". A locução (em *off*) que se segue, é de Elsa falando que Durfour faz sua coleção juntamente com Karl Lagerfield (estilista da *maison*) e que ambos "mantêm o espírito de Coco Chanel vivo quando trabalham".

Gilles Durfour aparece, então, enquadrado em "Primeiro Plano" na tela, completando a fala da apresentadora: "Isso é fácil, porque ela era uma inspiração para nós e todo mundo" e "que não é difícil captar a genialidade dela". Logo em seguida, sua locução vai para *off* e o que vemos são seqüências de imagens que mostram (através de P.D. e "panorâmicas") as famosas bolsinhas de mão da Chanel, as camélias, os colares com hologramas, cintos em correntes, tênis, sandálias, colares, braceletes; tudo evidenciando o holograma da *maison*. O discurso de Durfour explica que "sempre, sempre" tem em "mente as camélias, as correntes e os laços" (características marcantes do estilo "Chanel") e que esta "temporada" é a "das séries de hologramas" ("...Nós usamos maravilhosos hologramas de plástico e papel para fazermos braceletes, camélias e colares..."). Mas Elsa (em *off*) o interrompe para exclamar que eles (os hologramas) são "extravagantes", enquanto que o *designer* se defende dizendo (em *off*) que "são mais ou menos extravagantes (...)".

As imagens ainda são dos acessórios, outros tipos de colares, braceletes e cintos (aparentemente de plástico), quando a locução de Elsa (em *off*) intervém, dizendo que "as forças que inspiraram as flores (as camélias) de porcelana coloridas vieram diretamente de Coco Chanel". Aqui, porém temos algumas imagens que ressaltam as flores, mostrando-as sobre um chapéu estampado de cores pastéis, também sobre uma bolsa, além daquelas vistas em colares/gargantilhas. Gilles, agora, (e ainda em *off*) explica que a camélia era "a flor da década de 60", como ela (Chanel) mesmo fez. Ele acrescenta, também, que encontrou a flor na loja antiga e que, então, a fizeram "de uma maneira nova, usando diferentes cores e formatos".

Elsa interrompe (ainda em *off*) e fala, agora, sobre um bracelete feito por Durfour com "influências egípcias". A imagem (sempre em "P.D.") apresentada é de uma pulseira

em forma de mola e material dourado, seguida por outra que mostra, possivelmente, uma corrente dobrada e algumas bolsas. Ela diz, também, que o *designer* considera que as "correntes" (outra característica marcante da marca "Chanel" e muito usada nas alças de bolsas, cintos e colares), "são sempre um importante acessório Chanel" e que nesta "temporada elas são simples", de "plástico". Durfour acrescenta (em *off*) que as correntes e os "logos" são em "plástico" e que isso "é um novo sinal": o de que haverá muita "transparência, até mesmo nos sapatos, nos saltos" e que "todos os sapatos são feitos em plástico". Mostra-se - em um "Plano de Detalhe" mais aproximado -, um sapato de salto alto transparente e uma bolsa, trançada (possivelmente com algum tipo de arame) de forma a tornar visível o que existe em seu interior. Logo em seguida, temos novamente as imagens do desfile da "Chanel", tentando exibir os sapatos das manequins. O *designer* nos conta (em *off*) que eles fizeram "uma coisa engraçada", através de um "sapato alto de tecido bordado" que "foi um sucesso no desfile".

Elsa, então, interrompe e introduz um comentário sobre as "bolsa de mão": "Gilles me diz que a nova bolsa de mão Chanel é diferente das de outras temporadas. Mas, ainda conservam um tipo de forro interno" (a "bolsa de mão" é outra peça marcante do estilo "Chanel", quase sempre confeccionadas em matelassê). As imagens são dos vários tipos de bolsas, mas o que as antecede é, justamente, a imagem - em detalhe - do holograma "Chanel" que, bem próximo à câmera, aparece rapidamente. Essa parte, no entanto, enfatiza as novas formas, cores e texturas das bolsas e especificamente, sobre esses dois últimos elementos (as cores e os materiais), Durfour diz, que nesta "temporada" as "cores foram muito importantes", pois usaram "todos os tipos de vermelho, rosa, pink e as cores pastéis, como as dos sorvetes" e os materiais (tecidos, no caso) apresentaram "um toque de brilho", tornando-as "mais modernas".

A apresentadora, agora, o questiona a respeito dos "óculos de sol". Nós os vemos, então, entre e sobre algumas bolsas e através de imagens variadas que demonstram (em "Planos de Detalhes", ora mais próximos, ora mais afastados) os seus diferentes formatos e algumas de suas peculiaridades, ao mesmo tempo que o *designer* responde dizendo que eles "fizeram óculos de sol excêntricos", numa "homenagem a Kim Novack" e que eles são "redondos e grandes com pequenos e delicados logos nas extremidades, criando um efeito estranho".

Elsa também aproveita para lhe perguntar (ainda em *off*) que conselhos ele daria para as mulheres, quando fossem escolher acessórios. Neste momento, são oferecidas imagens de colares, broches e bolsas, etc. (em "PD"), enquanto Durfour responde (em *off*) que "nada deve ser inventado" e "que tudo deve ser feito de acordo com o dia e a hora do dia". Ele adverte, ainda, que não se "pode usar broches durante o dia, mas para noite eles são excelentes". No entanto, ele completa: "mas tudo depende de cada pessoa".

Com a imagem do desfile de "Chanel" ("panorâmica a partir de "PD", de baixo para cima e vice-versa), Elsa retorna, então (e ainda em *off*), finaliza a matéria: "Este é Gille Durfour, com a coleção de acessórios de primavera "Chanel".

Bloco 5 (3ª reportagem e 2º desfile: "Linda Allary para "Ellen Tracy"): Elsa (em "PP") fala sobre aquilo que será a próxima atração: "agora o clássico das cores e formas". Imagens variadas do desfile aparecem ("PM"/"PP"/"MPP", "panorâmica", "*zoom out*"), enquanto sua locução (em *off*, juntamente com música - de fundo - do programa e caracteres, "Ellen Tracy, Spring 97 - New York) revela se tratar de "roupas leves e frescas para a mulher se sentir bem no calor. Isso é o que Allary - New York - nos diz sobre a coleção de primavera. Ela mistura cores, estampas e pequenas partes do corpo à mostra, aqui e ali, afirmando que tudo se resume no corte". A voz de Linda Allary, então, entra logo em seguida (também em *off*), dizendo que "Ellen Tracy é conhecida pelo corte clássico" e que "a coleção tem muito do esporte-clássico", mas também, um "toque de leveza e feminilidade". Neste momento, a *designer*, aparece (em "PP") e completa dizendo que "...é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada".

Logo em seguida, imagens do desfile são intercaladas com algumas outras, dos bastidores. O que temos, porém, em discurso, é um diálogo entre ambas (apresentadora e estilista que acontece em *off*), explicando alguns aspectos das roupas da coleção apresentada. A princípio, Linda comenta sobre o estilo (formas e características das roupas): "temos um corte suave, levemente acima da linha do quadril, dando um efeito alongado". Também "bolsos altos e casacos acima da linha do quadril", os "quais "dão um ar mais feminino às mulheres". Elsa, então, lhe pergunta (em *off*), a respeito dos tecidos usados, sendo vistos - rapidamente - lances dos bastidores (com a preparação das modelos, sendo penteadas) e, depois, com imagens do desfile (agora enquadrando as roupas de forma

mais afastada, para ser possível visualizar o caimento delas). Linda fala (em off), que há "muita seda e texturas misturadas mas, principalmente, muita seda" e que gosta da leveza deste tecido para a "primavera/verão", porque, "nas mulheres veste muito bem". O diálogo continua e o que apresentadora (em off) questiona à estilista agora é sobre as cores. Há, aqui, uma sequência de imagens sobre o desfile, mostrando as roupas, ora de forma mais afastada (em "Plano Geral" ou "Plano Médio"), ora mais próximas ("MPP", "PA", "PP", com "panorâmica", "PD", com "panorâmica", etc.) sendo que, ainda, intercalam-se lances dos bastidores do desfile. Ao mesmo tempo, a *designer* responde à apresentadora, revelando a sua paixão sobre cores: "...você sabe que eu amo cores, portanto sempre vai haver cores". Ela também chega a definir aquelas utilizadas para a sua coleção, assim como a adequação de determinadas cores às peças: "...Existem cores neutras maravilhosas, nós começamos com prata, indo para tons maravilhosos e suaves de cinza, com muito metal neles", se referindo aos "suéters metalizados", às mangas e aos casacos "com pequenas pontas metálicas, aqui e ali. Daí passamos para tons de cores como azul, azul-marinho até índigo, indo para o champagne pálido até o vermelho", cor que a *designer* "adora". Portanto, existem, ainda, "o escarlate e suas variações", assim como os "tons de gerânio, muito quentes", ou os "tons mais pálidos de gerânio até tons pastéis, suaves".

Elsa retorna (em off) e fala que as "estampas florais são uma parte forte da coleção, batendo recortes e enfeites". Logo em seguida, porém, a apresentadora questiona Allary, sobre as "roupas de noite", se "são mais sensuais". Neste momento, vemos alguns modelos de roupas que mostram calças em tecidos transparentes, e o que a *designer* nos diz, é que, para a noite, ela gosta de "transparências, mas transparências sutis".

Alguns detalhes são oferecidos em imagens ("PD") que apresentam as sandálias das manequins, brincos, lenços, sendo que Allary nos diz que as "sandálias são maravilhosas" e que ela gosta de "plataformas com tiras e saltos pesados", pois "são modernos". Ela também acrescenta que o estilo pode se completar com "poucas bijouterias" e mais "lenços e echarpes". Aqui temos, novamente, as imagens dos bastidores do desfile, com as modelos sendo maquiadas, oportunidade para apresentadora e *designer* (ambas, em off) conversarem sobre isso. Allary diz, então, que "prefere um rosto pálido com sombras prateadas e cabelos presos para cima, por pequenos enfeites". Ela considera que as "mulheres gostam de se sentir bonitas" e que este tipo as deixa "muito, muito bonitas".

Na imagem que segue ("PP" e *zoom out* até "PA"), temos o final do desfile com a *designer* – ao centro da passarela – recebendo os aplausos de suas *manequins*. Elsa, (ainda em *off*), finaliza: “Esta é Linda Allary com Ellen Tracy, coleção primavera”.

Bloco 6 (Introdução do assunto do próximo bloco e 2º intervalo): A apresentadora retorna (em “PP”) abordando o assunto do próximo bloco, após o intervalo: a casa e o trabalho do artista japonês Yoshiaki Yuki. Ele aparece em rápidas imagens (em “PM” e “PA” e, agora, com música em *off*), pintando e mostrando algumas de suas obras (aparecem caracteres: “Interior Design: Yoshiaki Yuki”).

(intervalo)

Bloco 7 (4ª reportagem: “Estilo de Vida de Yoshiaki Yuki”): Com a imagem de Yoshiaki Yuki mostrando alguns pratos a Elsa (em “PA”), a apresentadora (em *off*, juntamente com música em *off*) vai dizendo que ele é um “homem de muitos talentos, muitos humores e muito amigos”. Rapidamente, então, a imagem muda e o que vemos agora, é o Sr. Yuki pintando sobre um balcão e, logo depois, outras imagens detalham o interior de um de seus restaurantes e toda a paisagem ao redor da casa (em “PG” e “panorâmicas”). A locução (em *off*) da apresentadora explica que ele é o proprietário de duas galerias e dois restaurantes: “(...) um restaurante e uma galeria são em Tóquio, os outros são nas montanhas, a duas horas de viagem da cidade”. Ela completa dizendo que este último restaurante (o qual também agrega uma galeria de arte), “é parte de uma preciosa casa cheia de tesouros colecionados ao longo de uma década” e que lá é o local que ele adora receber seus amigos “para comemorar antigos festivais”. O favorito dele é o “festival das garotas”.

Yuki, neste momento, aparece tomando toda a tela (em “PP”) e dando seu depoimento em japonês a Elsa (que está fora da tela). Quando um tradutor entra com sua locução em *off* e se coloca no lugar de Yuki. As imagens que seguem (em “PP”) são de algumas bonecas e dos vários detalhes que decoram o interior de sua casa/restaurante/galeria (como quadros, painéis, porcelanas, etc.). A câmera vai descrevendo-os lentamente (com vários cortes feitos em “fusões” e enquadramentos e efeitos de câmera, como “panorâmicas”, “*zoom in*” e “*zoom out*”). A explicação de Yuki -

através do tradutor - revela do que se trata o “festival das garotas”: um evento que acontece por séculos, quando elas se reúnem para “...celebrar e mostrar as bonecas que colecionam para elas e para o festival”. Elsa (em *off*) lhe pergunta, então, sobre a idade dessas bonecas: “Quão antigas são as bonecas que estão hoje aqui?”. E com a locução de seu tradutor (em *off*), explica-se que elas são do “período adulto” e que a disposição em que são colocadas é conforme o seu grau hierárquico. Também fala sobre a sua sala de jantar, onde ele faz os seus próprios arranjos e a maneira como são colocadas as bonecas (“no topo”). Elsa, agora lhe pergunta (em *off*) sobre os “escritos” que ele faz e coloca entre as bonecas, pois eles se referem a palavras especiais para o festival como “alegria” e “danças”. A resposta vem através de seu tradutor (em *off*), dizendo que é uma maneira divertida de recepcionar as pessoas. Neste momento, são mostradas imagens (em “PG” e lentas “panorâmicas”) de uma ampla sala de jantar, assim como seus detalhes (em “PD”). Elsa fala (em *off*) que este ambiente é bem maior (que aquele mostrado no início da reportagem) para oferecer grandes festas. Yuki (através de seu tradutor em *off*) acrescenta que é um lugar onde ele pode recepcionar até 20 pessoas e que, geralmente, o usa para mostrar o seu trabalho e coisas antigas, como por exemplo “pratos de porcelana” e “tigelas laqueadas”. Logo em seguida, vemos imagens mostrando detalhes de uma mesa preparada para um possível jantar (“PD”, “panorâmicas”, câmera alta, *zoom out*). Elsa fala (em *off*) que Yuki gosta de combinar a “(...) sua paixão pelas antiguidades com sua paixão pela comida japonesa tradicional”. Assim, com as imagens das refeições, o tradutor de Yuki descreve tudo aquilo que está sendo apresentado: peixes, grãos, legumes, molhos e iguarias japonesas e, o que temos nesta parte, é um diálogo (sempre em *off*) entre Elsa e o tradutor de Yuki (que substitui as respostas de Yuki) sobre a variedade dos peixes japoneses servidos. As imagens apresentadas nesse momento (em “PD” e “panorâmicas”), são dos vários detalhes das porções de comida que estão sobre a mesa e as formas com que são decoradas, sendo somente interrompidas quando Elsa (em *off*) lhe pergunta sobre o “futuro”.

O que vemos, então, é o Sr. Yuki trabalhando em suas obras, pintando (em “PG” e “panorâmica de cima para baixo”, “PD” e “PG”) um grande painel fora de sua casa/restaurante/galeria. Ele (em *off*) responde a Elsa (em japonês e rapidamente substituído pelo tradutor) dizendo que, com “duas galerias e um restaurante e um belo retiro nas

montanhas” são suficientes para mantê-lo bem ocupado e que sua preocupação momentânea está concentrada em seus “escritos” e em “ser criativo”.

Elsa finaliza o assunto (ainda em *off*) dizendo que “este foi Yoshiaki Yuki”, mostrando imagens dele trabalhando em seus painéis e, também, de ambos conversando entre os seus vários objetos (em “PA” e momento em que a música que estava todo momento em *off*, encerra-se).

Bloco 8 (Introdução do assunto do próximo bloco e 3º intervalo): Elsa aparece em “Primeiro Plano”, introduzindo o próximo bloco, que será visto após o intervalo. Com imagens de um manequim masculino (e Elsa e música em *off* e enquadramentos a partir de “PP” e “panorâmica” de cima para baixo e vive-versa), temos a explicação que trata-se da coleção masculina de primavera de John Bartlett e que “ele é o homem da moda, no momento”.

(intervalo)

Bloco 9 (5ª reportagem e 3º desfile: “John Bartlett”): Com imagens do desfile (em “PM” e “panorâmica” de baixo para cima, a partir dos pés em “PD” e caracteres: “John Bartlett, spring 97 - New York”, Elsa (em *off* e com música também em *off*), vai falando sobre o tema da coleção masculina de primavera do novaiorquino John Bartlett, “Sonhando em Cuba”. Ela diz que ele “pendura ventiladores de teto e que veste camisas cubanas, chapéu de palha e se balança numa rede acima da passarela durante o show”. O que vemos, então, são os ventiladores colocados no teto e uma rede suspensa com um homem entre várias cortinas transparentes (uma lenta “panorâmica” de cima para baixo descreve essa imagem). Um manequim, ao centro da passarela, balança a rede vagarosamente. Como a imagem é vista um pouco de longe (através de um “Plano Geral”), o corpo do manequim também é descrito com uma lenta panorâmica de cima para baixo.

Neste momento, John Bartlett entra com sua locução em *off*, dizendo que ele chama o seu desfile de “dança/mania de moda” e que os homens apresentados são “bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação”. Elsa, então, intervém (em *off*) e lhe pergunta o quanto “justas são as roupas?”. Ele responde, já

enquadrado na tela (em "PP" e com Elsa fora dela) que elas "são bastante coladas ao corpo" e que "as calças são retas e estreitas".

Temos, a partir daí, mais imagens do desfile (em "PA", *zoom out* e "PM", com a apresentação de calças com camisas e blusas de malha e calção de banho), com Bartlett prosseguindo a explicação sobre as peças de roupa de sua coleção e as formas (silhuetas) que foram dadas a elas ("algumas roupas, como calças mais folgadas com camisas justas", "um pouco de proporção". "os calções de banho, no entanto, são colados ao corpo").

Numa outra parte do desfile, apresentam-se imagens ("PD" a partir dos pés e "panorâmica" de baixo para cima até "PP"/"PA"/"MPP") de alguns tipos ternos. Elsa (em *off*) diz que o estilista "acredita que os homens devem estar tão confortáveis de ternos, quanto de jeans" e, ainda, que os "ternos têm corte italiano". Bartlett, então, reforça essa explicação dizendo (em *off*) que "nós mudamos muito da nossa produção para a Itália, porque a maioria dos nossos tecidos são italianos". Isto porque, segundo o *designer* "eles fazem um bom trabalho". Mas, outros detalhes sobre o estilo dos ternos são também apresentados por ele: "...então, tudo é muito reto, sem muitos bolsos. Nós estamos mostrando um terno italiano, mas também um jeito americano. Um pouco de ambos". Em imagens do desfile ("PM"/"MPP"/"PD" dos pés e "panorâmica de baixo para cima até "PP"/"PM" com correções de câmera apontando para os sapatos/"PP"/"PM"), outras peças de sua coleção são vistas também entre os ternos, como jeans, camisetas cavadas, short, jaqueta e calças mais esportivas. No entanto, uma certa ênfase à construção dos ternos é dada pela apresentadora que, agora, pergunta ao Bartlett sobre as cores por ele utilizadas nessas roupas: "...e como são os ternos italianos, as cores?". O que se segue, então, é uma nova explicação do estilista (em *off*) falando não só de cores, mas também acessórios, tecido e os estilo deles: "...marrons escuros, preto com branco...", "...abotoaduras listradas e muita *lã-stretch*. Muito simples. Marrom, marinho, preto, caqui. Todas as cores masculinas".

Mas Elsa ainda insiste em lhe perguntar (em *off*) se os homens "...podem usar tanto jeans quanto ternos" e, muito embora, as imagens não ofereçam a visualização de jeans, mas apenas de um modelo de terno (usado mais esportivamente com camiseta polo) e um modelo de calça esportiva usada com blusa de malha, o estilista responde com segurança à dúvida da apresentadora: "Exato, eu comecei um pouco devagar com as roupas casuais, das

sextas-feiras. Mas eu já fiz as pazes com isso e agora tanto faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta”.

A apresentadora, então, lhe remete agora, uma pergunta sobre a sua “fascinação” por Cuba. O que vemos, neste momento, é a continuação do desfile com a demonstração dos manequins usando, ora uma roupa mais descontraída (calça esporte com camisa de malha ajustada), ora encarnando um possível estilo militar (calça esporte e camisa ajustada com apliques nos ombros, parecendo dragonas militares usada com gravata). Também segue a resposta de Bartlett (em *off*) sobre a sua atração por Cuba e a explicação sobre a influência do país no estilo de sua coleção: “Eu não sei ao certo. Existe todo um aparato militar em Cuba e é um país militar mesmo. Então, eu me servi da idéia de roupas de verão tropical com um toque de campo militar nelas”.

Em seguida, Elsa lhe pergunta, também sobre os cabelos e o jeito dos manequins que desfilam. Temos, aqui, imagens do desfile (no mesmo padrão de enquadramentos das demais, mas em alguns momentos, mais próximas aos manequins e em câmera lenta). John Bartlett (em *off*) indica que os manequins “têm um jeito masculino, bem cuidado” e que “os cabelos são um pouco desarranjados... Eles encarnam o que *designer* chama de “...um tipo natural, como se tivessem acabado de acordar”.

O diálogo entre a apresentadora e Bartlett ainda continua sob as imagens (em “PM”/“PD” dos pés e “panorâmica de baixo para cima até “PP”/“PM”) do desfile e chega ao final com Elsa lhe remetendo mais algumas perguntas: “Há um ditado que diz que as roupas femininas são mais interessantes do que as masculinas. Você acredita nisso?”. Embora o estilista lhe responda positivamente ele diz que, no entanto, “as coisas estão mudando” e que “os homens estão preocupados com eles e estão desenvolvendo seus próprios conceitos”. Elsa, então, lhe devolve uma última questão, agora perguntando se ele considera ser “isso saudável”. A conclusão do estilista é que “sim”, pois isso “é muito divertido. Não só as mulheres devem se divertir, mas os homens também”.

A apresentadora finaliza o desfile (em *off*) dizendo: “Este é John Bartlett com sua coleção masculina de primavera”.

Bloco 10 (Finalização do programa com os assuntos da próxima edição): Elsa retorna (em “PP”), concluindo o programa e apresentando as atrações da “próxima semana”. Imagens

mostram (em "MPP"/"panorâmicas" e "PA"), neste momento, o desfile de Issey Miyake (para o inverno de 97/98) e de Yohji Yamamoto (também para a mesma estação). Este último, então, aparece num rápido "close" dando algum depoimento (pois não foi possível compreender o que disse), quando imagens de seu desfile ("PD" e "panorâmicas") retornam. Segue, também, a matéria sobre "interior design" de "Kathryn Findly", sendo apresentada por Elsa através de imagens (em "PM", "zoom out" e panorâmica) do interior de uma casa: "...lhes mostraremos uma casa que é coisa de outro planeta: quem assina é a parceira de Yohji e tudo em seu tema é macio e espaçoso".

A *designer* entra com sua locução em *off* e vai descrevendo alguns detalhes que são mostrados ao mesmo tempo: "A forma da casa é macia. Os vários tecidos nas partes internas, dão uma leveza ao ambiente...". Na seqüência, Kathryn aparece enquadrada na tela (em "PP", com caracteres "Kathryn Findlay, architect") e completa, "...mas é pelo telhado que se sente toda a possibilidade do ar entrar pela casa". A imagem que vemos (em "panorâmica" de cima para baixo) mostra um jardim interno na casa. A *designer*, então, explica (em *off*) que o telhado "... é todo de vidro com árvores aparentes criando uma sensação de natureza e ar".

Elsa retorna, agora com imagens (em "PM"/"PD" e "panorâmicas") de um outro desfile, explicando em *off* (e com "música ambiente" do próprio desfile) que trata-se de uma coleção "...com temas de vampiro do designer Jum Takahashi". Caracteres mostram: "Undercover Fall 97/Tokyo". Logo em seguida, a apresentadora reaparece (em "Primeiro Plano") despedindo-se: "Até breve e fiquem comigo em Style. Eu sou Elsa Klensch".

Fim do programa com vinheta e música de encerramento.

As Notícias de Moda

Nós pudemos acompanhar, através da descrição do discurso e das imagens de ambos os programas, “86-60-86” e “Style”, uma grande diversidade do que podemos chamar, “matérias jornalísticas” ou reportagens, uma vez que as entendemos como um levantamento de informações a respeito de um determinado assunto. Portanto, matérias que, por sua vez, estão dentro de um formato de “programas de informação”, conforme o que nos afirma Arlindo Machado, pois é como a “...tevê fornece enunciados a respeito de eventos que ocorrem independentemente dela...”²⁰⁸.

Vimos, então, que o primeiro programa, (dentro de nossa metodologia) estava com seu conteúdo organizado em 17 blocos, nos quais foram abordados os seguintes assuntos:

Bloco 1: a introdução do programa;

Bloco 2: informações descritas como as “últimas notícias”;

Bloco 3: uma introdução para a primeira reportagem;

Bloco 4: a primeira reportagem sobre os “travestis”;

Bloco 5: uma introdução para a segunda reportagem;

Bloco 6: a segunda reportagem, sobre a vida e a obra da estilista Vivienne Westwood;

Bloco 7: uma finalização para a segunda reportagem e o retorno à primeira, sobre os travestis;

Bloco 8: continuação da primeira reportagem sobre os travestis;

Bloco 9: uma finalização para a primeira reportagem e uma pausa para o intervalo;

Bloco 10: uma introdução para a terceira reportagem e o seu desfile;

Bloco 11: a terceira reportagem com a apresentação do desfile de Jean Charles de Castelbajac;

Bloco 12: uma introdução para a quarta reportagem;

Bloco 13: uma abertura para a quarta reportagem;

Bloco 14: a quarta reportagem sobre “jovens talentos”;

Bloco 15: uma finalização para a quarta reportagem e uma introdução para o “Clip Moda”;

Bloco 16: o “Clip Moda”;

Bloco 17: uma finalização para o “Clip Moda” e conclusão do programa.

²⁰⁸ Machado, Arlindo, *A Arte do Vídeo*, São Paulo, Editora Brasiliense S.A., 1988, p.83.

As reportagens do programa "86-60-86" vieram, portanto, através de vários assuntos diferentes, no entanto, sempre remetendo ao assunto "moda" (1ª, 2ª, 3ª e 4ª reportagens). Vimos, também, somente um direcionamento específico para o assunto sobre tendências de moda da estação proposta para o nosso estudo (primavera/verão 97) e que se situaram no desfile comemorativo de 20 anos do estilista francês, Jean Charles de Castelbajac (portanto, na 3ª reportagem). Além disso, acompanhamos algumas informações "extras" nos Blocos 2 e 16.

A estrutura do programa apresenta uma lógica de introdução, demonstração e finalização de um determinado assunto a ser tratado num bloco, mantendo uma linguagem técnica própria de enquadramentos e movimentos de câmera (para demonstrar a apresentadora e algumas atrações do programas, como o "Clip Moda", o concurso de jovens talentos e o desfile de moda), efeitos de edição e outros criados em linguagem informática e estúdio (no caso do "Clip Moda", na abertura do concurso de jovens talentos e na seleção dos candidatos para o espetáculo "Rapaz de Papel") oferecendo, portanto, um diferencial atrativo às matérias a que correspondem (e de modo a torná-los mais interessantes).

O que temos, então, são assuntos/reportagens tratados em um "programa de informações". Na verdade, um "telejornal" mais atraente e descompromissado em abordar questões sociais, políticas, econômicas, ambientais, etc., polêmicas ou muito profundas, justamente porque se destina a trabalhar com elementos que possam ser abordados sob a ótica da moda. Motivo que faz com que algumas matérias, que poderiam ser abordadas idoneamente, sem se referirem a algum aspecto sobre moda, acabem convergindo sempre em um mesmo eixo. Isso podemos ver nas matérias sobre a produção da propaganda, no caso, a conhecida marca de calças "Levi's" e a respeito dos travestis, em que os diálogos sempre mantêm uma mesma pergunta sobre o vestuário usado por eles nos espetáculos.

Mas, no que se refere ao conteúdo jornalístico desta edição do "86-60-86", vemos que além de alguns "serviços" prestados pelo programa, com o "anúncio" sobre a seleção de candidatos para a formação de um espetáculo e a "cobertura" do concurso de "jovens talentos", o programa ofereceu-nos a oportunidade de conhecermos, ainda, a vida e a obra da estilista britânica Vivienne Westwood, sabermos como alguns dos travestis da capital de Portugal ganham sua vida (e, obviamente, o que usam em seus números), conhecermos um

pouco sobre o processo de produção da campanha da marca “Levi’s” e, sobretudo, acompanharmos o desfile de moda comemorativo de 20 anos de trabalho, do estilista francês Jean Charles de Castelbajac e, também, um pouco dos aspectos de sua vida e trabalho.

Assim, sempre em tom simpático e amistoso, o programa vai, inicialmente, delineando o perfil da conhecida e polêmica estilista Vivienne Westwood, muito conhecida no ambiente de moda no “mundo inteiro”.

Conforme o que o programa nos mostrou, e o que correspondeu superficialmente à sua história de vida e trabalho, ela, já em Londres, abandonou seu curso de literatura na Universidade para seguir a carreira de estilista, já ao lado de Malcolm McLaren, o produtor do grupo inglês de *rock punk* “Sex Pistols”. Mas, também segundo o programa, ambos (Vivienne e Malcom) “fundaram” o movimento *punk*, juntamente com o grupo. Na verdade, inventaram (literalmente) um grupo que pudesse corresponder aos seus objetivos comerciais. Também mencionou que – após a morte de “Sid Vicious” – (que supostamente, assassinou sua namorada e logo depois morreu de overdose, informações não oferecidas pelo programa), a estilista voltou-se à busca de referências provenientes da “pintura”, “literatura” e na “roupa de outros tempos”, que lhe pudessem oferecer um ambiente de inspirações para suas criações.

Infelizmente, o que o programa não contou, é que Vivienne precisou desligar-se rapidamente da imagem - nociva e decadente - que o grupo “Sex Pistols” ganhou, e que se agravou ainda mais (mesmo com a dissolução do grupo), com a morte - fatal - de “Sid Vicious”, baixista da banda e ícone do movimento punk. Desassociação necessária para mantê-la no mercado de moda inglês que, apesar de ser sempre visto como o mais “rebelde” nas criações que oferecem através de seus estilistas (entre os mercados europeu e americano), é cuidadoso no respeito ao tradicionalismo de suas “relações” comerciais (produtor/consumidor). Ou seja, a rebeldia britânica sempre correspondeu aos desfiles e ao que é colocado nas vitrines de suas lojas e, não exatamente ao que é vendido no interior delas. Na verdade, isso sempre fez parte de uma das estratégias mercadológicas realizadas pelos criadores ingleses (e também franceses e italianos, os quais também primam pelo exibicionismo), o chamado “marketing de *griffes*”, que já mencionamos no final da “Parte I”. Dessa forma, já integrada ao meio *fashion*, não perdeu tempo em sugar alguma coisa de

seu próprio conhecimento intelectual, imprimindo às suas roupas (ao que sabemos) – somente – as cansativas referências retrógradas (vindas, no entanto, do século XVIII e anos 70). Únicos temas explorados (e esgotados) pela estilista.

Um outro assunto colocado pelo programa, de valor igualmente interessante e curioso, foi o da reportagem sobre os travestis de Lisboa.

Apreciando a reportagem, cultivamos o respeito por um trabalho feito com profissionalismo e - talvez -, muita dedicação, uma vez que o próprio ambiente os condiciona a encarnar (o melhor possível) os sentimentos e comportamentos femininos. O que, no entanto - através do programa -, parecem fazer com alegria e divertimento. Dessa forma, não fomos levados a conhecer o possível desgosto de suas almas, quando são desrespeitados como seres-humanos, já no ambiente de sua realidade cotidiana (e não fictícia, do “espetáculo”), nem tão pouco o desprezo de alguns pelo tipo de trabalho que fazem. O apego às questões que nos incomodam socialmente foi relegado pelo programa.

Uma mesma desconsideração mais profunda dos fatos, valeu para a reportagem sobre a vida e a obra de Jean Charles de Castelbajac. Um dos “magos” da década de 70 que, juntamente com outros estilistas renomados (Pierre Cardin, Yves Saint-Laurent, Paco Rabanne, etc.), construiu alguns conceitos instaurados para a moda e o “prêt-à-porter”. Como, por exemplo, o da criação da indumentária justificada pela legítima oposição aos sistemas de vestuário (e, conseqüentemente de comportamento), vigentes na época, com o desenvolvimento do “*sportswear*”.

No entanto, o que vimos, (para a decepção de qualquer profissional de moda que conheça a trajetória da carreira do estilista, quando o programa apresentou o seu desfile comemorativo de 20 anos de trabalho) não correspondeu àquilo que sua mais recente mulher nos disse que ele iria expor: “...mostrar coisas que nós nunca vimos antes”. O que acompanhamos, foi um resumo “histórico” e, sem dúvida, adaptado a uma realidade de mercado mais coerente, de roupas e estilos construídos ao longo de sua trajetória como estilista. O que, porém, não desmereceu - em hipótese alguma - o valor de seu trabalho e sim, nos fez entender - melhor - a sua presunção, quando ele se autodenominou um “criador de moda e não um artista que faz roupa”. Fato que, infelizmente, nos foi apresentado dentro de um contexto tão superficial, quanto fragmentado pela inconsistência e rapidez da

quantidade das informações levantadas e oferecidas. Portanto, nos mostrando, ao mesmo tempo, muito e nada a seu respeito.

Mas, muito embora o “86-60-86” possa se demonstrar como um programa de cunho “jornalístico”, justamente por levantar os assuntos em formas de reportagens e, portanto, informar, através de uma narração discursiva de uma notícia com a sua respectiva demonstração imagética e, ainda, a elaboração de entrevistas com as pessoas envolvidas com tais notícias, um aspecto se colocou com transparência sobre a essência de suas informações: a parcialidade. Aquela que sacrifica a sua (possível) opinião em função de uma conveniência. No caso: a da abordagem da vida vista por um ângulo mais fácil, alegre, divertido, colorido, corajoso, sedutor e outros tantos mais adjetivos que possam qualificar-se ao eixo do programa: a moda. O programa, então, apesar de revelar suas informações dentro de um caráter informacional, teve como principal objetivo, somente, nos entreter através de assuntos os mais agradáveis possíveis. Assuntos que, no entanto, estão (de uma forma geral) sempre ligados a algum aspecto que coloque em relevância não só as tendências de moda (cores, materiais/padronagens, estilos, influências) de sua época, mas também outros que possam refletir qualquer coisa que seja oriunda do mundo *fashion*, em seu sentido amplo (imagem pessoal conforme o vestuário utilizado, estilo de vida dos modelos, curiosidades do meio, concursos de beleza, etc.), ou, ainda, algo que seja simplesmente atraente para ganhar o *status* de “notícia” dentro deste contexto. Dessa forma, vemos a moda em seus vários “formatos”. Não como estamos acostumados a associá-la, através de desfiles de moda e entrevistas de estilistas, mas, sobretudo, por intermédio de suas várias veias periféricas, com assuntos relativos ao mundo da moda.

Nesse conjunto de informações, ainda, temos a correlação entre o que é nos oferecido em discurso e imagem. Nesse sentido, a sincronicidade entre ambos, insere-se na lógica de produção (técnica e narrativa) do programa (com seu ritmo de cortes, enquadramentos e efeitos de câmera e edição), através da composição dos blocos com os assuntos amparados pelo discurso da apresentadora e seus “convidados” e as imagens que servem às respectivas representações. O que temos, então, entre esses dois suportes, é o fato que nem sempre encontramos nesta correspondência, uma representação plausível (que realmente possa oferecer subsídios imagéticos para o entendimento de um determinado assunto) sobre aquilo que está sendo discutido e sim, uma representação “ilustrativa”,

meramente de apoio ao discurso, em seu sentido mais genérico e superficial possível. Na verdade, são fragmentos de imagens, tão rápidos quanto inconsistentes e que aparecem como sendo a única oportunidade de visualizarmos o discurso. Esse nível de “não-representação” imagética do discurso, portanto, faz recair sobre esse último a missão especial de explicar e apontar àquilo que está sendo oferecido em imagens e o que significa que só sabemos o que o programa quer que saibamos (e compreendamos o conteúdo das informações – vindo através dos discursos -, sem necessariamente, estarmos vendo uma representação fiel sobre aquilo a que se sobrepõe verbalmente). Ou seja, aquilo que devemos ter uma atenção maior e aquilo para que devemos olhar.

Nesse sentido, estamos verificando não só a forma com que o “86-60-86” conduziu a sua “narrativa” técnica (discursiva e imagética) e de conteúdo, mas também, na medida em que continuamos nossa discussão com o programa “Style”, se se trata de uma lógica do meio, no que diz respeito à difusão de sua “mensagem” de moda.

“Style”

O programa “Style”, por sua vez, no que diz respeito ao seu conteúdo estrutural, apresentou 10 blocos disponibilizados, da seguinte forma:

- Bloco 1: introdução do programa com alguns de seus assuntos (inclusive a 1ª reportagem/desfile);
- Bloco 2: 1ª reportagem com o 1º desfile: “Anna Molinari” e sua finalização;
- Bloco 3: introdução dos assuntos do próximo bloco e 1º intervalo;
- Bloco 4: 2ª reportagem: “coleção de acessórios da Maison Chanel” e sua finalização;
- Bloco 5: 3ª reportagem e 2º desfile: “Linda Allary para Ellen Tracy” e sua finalização;
- Bloco 6: introdução do assunto do próximo bloco e 2º intervalo;
- Bloco 7: 4ª reportagem: “estilo de vida de Yoshiaki Yuki” e finalização;
- Bloco 8: introdução do assunto do próximo bloco e 3º intervalo;
- Bloco 9: 5ª reportagem e 3º desfile: “John Bartlett” e finalização;
- Bloco 10: Finalização do programa com os assuntos da próxima edição”.

Apresentou, portanto, da mesma forma que o programa anterior, uma lógica para o entendimento do ritmo do programa, embora não exatamente igual à do "86-60-86". Isso significa que o "Style" também se preocupou em introduzir e finalizar seus assuntos, só que dentro de seus respectivos blocos e não separadamente, como o "86-60-86". No entanto, tal como o programa português, o "Style" foi introduzido por sua apresentadora revelando o resumo dos assuntos abordados durante a edição, mas o finalizou diferente dele, demonstrando as reportagens da "próxima" semana.

Mas, ainda contrário ao programa português, o "Style" apresentou somente uma reportagem de caráter mais "diverso", relacionado ao estilo de vida (o que incluiu assuntos relacionados à *design* e gastronomia) do Sr. Yoshiaki Yuki e quatro matérias específicas sobre tendências de moda, dirigidas para a primavera 97, e que corresponderam aos desfiles de Anna Molinari, Linda Allary, John Bartlett e, ainda, a coleção de acessórios de Gilles Durfour.

Nós tivemos, portanto, mais oportunidades de conhecermos as novidades sobre tendências de moda, oriundas das coleções de vestuário e acessórios através de reportagens dirigidas especificamente ao levantamento de informações sobre as influências, estilo, cores e materiais trabalhados pelos estilistas Gilles Durfour, Anna Molinari, Linda Allary e John Bartlett.

O programa, então, não ofereceu - como o "86-60-86" -, qualquer tipo de informação "adicional", que funcionasse como um serviço de "utilidade pública", nem tão pouco, demonstrou algumas peculiaridades do mundo da moda, através de sua publicidade ou outros assuntos do gênero. No entanto, abordou em um longo bloco, o estilo de vida do Sr. Yoshiaki Yuki, em que explorou (igualmente ao "86-60-86") de forma amigável e simpática, o perfil deste homem. Conhecemos, assim, - através do programa - um pouco da personalidade de uma pessoa que vive do outro lado do mundo (no Japão) e, ainda, um pouco do trabalho que faz, além dos empreendimentos e lazeres que mantem. Como seu estilo de vida não é muito comum ao restante das pessoas (não só orientais, como também ocidentais), ele certamente se tornou uma "notícia" agradável ao programa, na medida em que pôde fornecer (através de discursos e imagens) e refletir o ideal do programa: informações sobre "*design* de moda e decoração". No entanto, apesar do bloco sobre o Sr. Yuki enquadrar-se neste último segmento do programa, a sua entrevista proporcionou

muito mais que isso, pois não só abordou o seu lado artístico e a decoração interior de um de seus restaurantes/galerias (o "das montanhas"), como também o seu perfil gastronômico, empresarial e de lazer. Refletiu, portanto, sua diversidade de "talentos", juntamente com a vida agradável e incomum que leva. Uma vida que, diferente de milhares de outras, preocupa-se, "no futuro", somente em "ser criativa".

Novamente, então, temos o lado alegre, agradável, quase lúdico, da vida sendo tomado pelo ideal do programa que, igualmente ao programa português, isenta suas informações de questões mais profundas, ideológicas ou mais críticas para que possam ser acondicionadas em um "telejornal" de moda. Este, por sua vez, deve sempre girar em torno do perfil de "entretenimento" suave e agradável e assim (e, mais uma vez), ser parcial, sacrificando (como já dissemos) a sua (possível) opinião em função de uma conveniência.

O programa, também, em seu aspecto técnico - e tal como o "86-60-86" - não apresentou uma boa correspondência entre o que foi oferecido em discurso e aquilo que foi representado respectivamente em imagem. Portanto, não importou ao programa a coerência entre ambos e sim a maneira explicativa que se permearam palavras e imagens e que foram tramadas dentro de uma técnica televisiva. Uma técnica que funciona de forma a articular a realidade conforme a óptica de seu ideal enquanto TV, a qual procura manter a explicação de suas informações o mais distante possível de sua representação fiel e mais próximas de uma "ilustração". Portanto, mais fictícia e pertinente a sua função de "informação visual".

Mas, o que, talvez, seja o maior trunfo dos programas na "explicação" de suas notícias de moda e, conseqüentemente, de suas tendências, é o fato de que, mesmo que não haja um acordo entre discurso e imagens mais verdadeiro (e, portanto, mais próximo à realidade), o próprio modo com que as informações são articuladas (através da documentação imagética de entrevistas, comentários, etc.), faz conceder (subjettivamente) o poder de imprimir o valor de "veracidade" a elas. Faz-nos, assim, acreditar em um mundo irreal, totalmente lapidado pela produção de informações que melhor se adequam ao caráter televisivo, através da seleção e invenção de um discurso convincente e da escolha da imagem que melhor possa representar tal paradigma. No entanto, não aquela que melhor informe, mas sim a que melhor ilustre.

As Tendências de Moda dos Programas

Portanto, em meio à variedade de informações oferecidas por ambos os programas, nós encontramos uma divisão de conteúdos orientada por "notícias" consideradas como "diversas" (assuntos de "utilidade pública" e que se relacionam a alguns aspectos do mundo da moda, assim como "estilo de vida" e onde destaca-se elementos de *design* e decoração) e aquelas que abordam, essencialmente, a moda em seu conceito de "novidades", através das sugestões de influências, cores, materiais (e suas possíveis padronagens) e estilos dirigidas para o vestuário e delimitadas por uma estação, consideradas, então, como as notícias especialmente dirigidas às tendências de moda. Essas últimas, portanto, encontram-se diluídas - embora em graus diferentes - no conteúdo dos dois programas.

Dessa forma, nós pudemos localizar as tendências de moda - enquanto discurso - através das propostas sobre influências, cores, materiais/padronagens e estilos feito pelas apresentadoras e estilistas no momento da demonstração das matérias que se dirigem aos desfiles de moda dos dois programas e, enquanto imagem, naquelas sugestões que atuam intrínsecas aos trajes vistos (e oferecidos nestes mesmos desfiles e que foram oferecidas dentro de um padrão de enquadramentos e efeitos de câmera, com angulações mais abertas ou, ainda, através da fixação da câmera sobre determinados aspectos do desfile - portanto em "PD"- em alguns momentos específicos).

No entanto, como veremos logo a seguir, com a análise de cada coleção apresentada, os quatro elementos foram "tratados" de diferentes formas pelos apresentadores e estilistas, conforme a relevância destinada a cada um deles. Ora enfatizando cores e estilos, ora influências, etc., tanto nos discursos, quanto nas imagens apresentadas.

Assim, para o entendimento desta etapa (sobre a análise das tendências de moda), nós ressaltamos que, metodologicamente, vamos oferecer, a princípio, uma descrição sobre aquilo que nos foi apresentado a respeito dos quatro elementos de construção das tendências de moda, dirigidos, exclusivamente, para o vestuário (o que excluirá a coleção de primavera de acessórios de Gilles Durfour para Chanel, do programa "Style") e encontrados no bloco 11, do programa "86-60-86" (com o desfile de "Jean Charles de Castelbajac", para o segmento feminino) e nos blocos 2, 5 e 9 do programa "Style" (com os

desfiles de "Anna Molinari", "Linda Allary" para Ellen Tracy, ambas para os segmentos femininos e "John Barteltt", para o masculino).

Neste momento, então, nós vamos destacar (primeiramente) - somente - o que foi encontrado para os mesmos quatro elementos (e dentro das mesmas coleções apontadas acima) enquanto "discurso verbal" (e que foram propostos pelas apresentadoras e estilistas sobre os 4 elementos) e, depois (em segundo lugar), enquanto imagens (a partir dos trajes desfilados em cada uma das coleções). Porém, neste último, é importante dizer que vamos nos restringir a descrever a representação visual dos trajes somente aos elementos "estilo" (formas/silhuetas, comprimentos, detalhes de acabamentos, etc.), "materiais" (com suas padronagens, quando houverem) e "cores", uma vez que não houve como descrever a representação visual do elemento "influências/inspirações" de cada traje, pois este só pode ser entendido através da idéia (visual) do conjunto da coleção e, às vezes, dos discursos de estilistas e apresentadoras. É importante ressaltar, no entanto, que vamos nos ater somente aos trajes cuja visualização nos foi satisfatória (para empreendermos as descrições) e que no elemento "cores", estaremos nomeando-as tomando como base as cartelas da "Ciba" (para ambos os segmentos, masculino e feminino) e da "Du Pont" (para o segmento feminino) e disponibilizadas na Parte I²⁰⁹.

No entanto, nós vamos, ainda, estar atentos à correspondência entre discurso e imagem que foi elaborada para apresentação das influências/inspirações, cores, materiais e estilos de cada coleção, o que, também, irá nos valer uma descrição (e a qual chamaremos de "descrição sincrônica" dos 4 elementos).

Nas primeira e segunda etapas, então, nós estaremos deslocando os elementos de seus discursos e imagens, com o objetivo de descrevê-los separadamente, não nos

²⁰⁹ Muitas vezes, porém, uma mesma cor (e, portanto, com um mesmo nome, por exemplo "carmim"), apesar de ser vista em cartelas de empresas e segmentos diferentes, não apresenta exatamente a mesma tonalidade, quando visualizada não só em nossa dissertação (a qual as reproduziu através da impressão gráfica), mas também em seus originais. Isso se deve porque as cores disponibilizadas nas cartelas são oferecidas em amostras de tecidos (e tecidos diferentes). No caso das cartelas da "Ciba" (lãzinha, para o segmento masculino, e uma espécie de sarja sintética/brilhante, para o feminino) e reprodução impressa, no caso da "Du Pont". Por isso, nós vamos descrever as cores encontradas nos trajes oferecidos em imagens, tomando como base tais cartelas, nomeando-as segundo as que mais se aproximam de determinados tons das amostras. Assim, hipoteticamente para a cor "carmim", encontrada em uma determinada peça de roupa, no momento de sua descrição, vamos considerá-la como sendo um "carmim" referente ao número "tal", de "tal cartela de cores" ou, simplesmente, tomando como base a cor "tal" de "tal cartela de cores", quando for alguma cor que não corresponde àquela encontrada em determinada cartela, mas cuja família é próxima. O leitor, no entanto, poderá entender melhor o que isso significa no momento da exposição descritiva dos trajes, que será feita logo em seguida.

preocupando com a sincronicidade programada para ambos os suportes (discursivos e imagéticos) da mensagem televisiva e, sim, apenas, aos levantamentos que estão sendo propostos; uma vez que temos com objetivo (e aqui lembramos novamente) chegarmos a uma prescrição estética proporcionada pelo ambiente televisivo aos quatro elementos de construção de tendências de moda.

Assim, para essa etapa, vamos considerar em nossas descrições alguns parâmetros já definidos na Parte I e que delimitam os quatro elementos dentro de um **perfil temário** (que agora, no entanto, será delineado a partir do elemento "estilo" e não mais das "influências", como no caso das empresas analisadas na "Parte I"); dentro de **famílias cromáticas** (cores ácidas, pastéis, quentes, terrosas, azuladas, violáceas, esverdeadas, acinzentadas, além das cores branca e preta e aquelas consideradas "diversas"); dentro de alguns tipos de **materiais** (encorpados rústicos ou luxuosos, inovativos, fluidos e maleáveis ou fluidos e transparentes, malharias, tecidos colantes, sedas nobres e rústicas); **estilos** (clássico, rústico, retrô, futurista, lúdico, minimalista, casual, esporte e sensual); e **estampas/padronagens** (já definidas, também na "Parte I", em motivos primitivos, africanos e orientais, motivos florais, de vegetação, rebuscados/barrocos, miniaturizados, listras, xadrezes, escandinavos, grafismos, de frutas, etc.), além - é claro - , de outros perfis, cores, materiais, estilos e estampas, possivelmente, encontrados nas sugestões dos estilistas.

Na terceira etapa, no entanto, vamos acompanhar a cada coleção aquilo que foi dito e visto sobre os 4 elementos, além de um entendimento melhor sobre os trajes apreciados.

Após todo esse levantamento, vamos, finalmente, apontar a prescrição estética feita pelos estilistas e empreender uma discussão (com análises e comentários) sobre a fórmula televisiva encontrada para a apresentação das tendências de moda (da primavera/verão 97) e que partiram do conteúdo manifesto da descrição "sincrônica" de imagens e discursos propostos para os quatro elementos. Isto nos indicará, portanto, de que forma as tendências de moda foram levadas ao entendimento do público. Ou seja, as explicações que delas (as tendências) se derivaram.

A conclusão da Parte II, portanto, nos proporcionará o conhecimento de alguns ideais estéticos (oriundos da prescrição estética idealizada nas coleções dos estilistas, ou seja os perfis temários, as cores, materiais, padronagens e estilos por eles utilizados e propostos para ambos os segmentos) e, ainda, a "fórmula" televisiva encontrada para a

difusão de tais ideais, e que nada mais é do que os quatro elementos propostos para as tendências de moda da primavera/verão 97, no entanto, já inseridos dentro de uma outra lógica, a da TV.

É importante mencionar, também, que em nossas descrições e discussões, estaremos utilizando algumas palavras com significados específicos e, para que não haja qualquer interpretação errada, nós as indicamos nesse momento: isso se aplicará, então, a palavras como **traje**, quando nos referirmos não só para a descrição de uma peça de roupa ("calça", "vestido", "paletó", "blusa", etc.), como também quando combinada com outra ("calça com blusa", "casaco com saia e camisa", "vestido com casaco", etc.); com a palavra **modelo**, referindo-se à forma, silhueta de uma roupa e **manequim** como sendo os jovens (tanto mulheres como homens) que desfilam.

Programa "86-60-86"

Coleção de verão/97 para o segmento feminino de Jean Charles de Castelbajac

Descrição Discursiva dos 4 Elementos

Influências

(Castelbajac): "Para mim, Paris é a cidade mais bonita do mundo, é um lugar simbólico que sempre me inspirou, sobretudo porque eu era um jovem provinciano"

(Entrevistadora): "Tasha foi uma grande inspiração para si, não foi?"

(Castelbajac): Sim, não só enquanto minha esposa, mas sobretudo como mulher. Fez-me olhar para as mulheres de outra maneira, isto é, deixei de tentar protegê-las com meus sentimentos cavalheirescos, para passar a sublimá-las. Creio que foi, também, ao captar o seu olhar... Aliando o meu talento a um belo sorriso, surgiu esta coleção, de que me orgulho muito".

(Entrevistadora): Na coleção, percebemos que se inspirou menos nos modelos e mais na arte".

(Castelbajac): "Sim, isso foi para mim uma tomada de consciência. Comecei a pintar há um ano. Fiz um desenho animado que vai ser divulgado em todo mundo e escrevi um livro onde exprimo, através da arte e expressão artística, todos os aspectos frustrantes que a moda pode ter..."

Cores

(Castelbajac): "...mas sim uma coleção muito colorida,...".

Materiais

(Castelbajac): "...rosas de seda bordadas..."

Padronagens

(Apresentadora): "...Conhecido pela sua obsessão à pintura naïf, aplicado ao vestuário..."

Estilo

(Castelbajac): "...com formas muito bem pensadas e que se dirigem ao grande público. É uma coleção de imagens, precisas. Concentrei-me no que sei fazer, isto é, num bom *sporstwear*. Modelos desportivos para o fim de tarde. Há uma evolução concentrada na feminilidade. Tentei criar uma feminilidade desportiva. Algo que não seja afetado, pretencioso. É uma coleção onde vamos encontrar rosas de seda bordadas e tutus típicos dos cóis das calças dos andes. É uma coleção onde a elegância é contornada, mas onde a mulher encontra facilmente o seu lugar, porque é o alvo da coleção".

Descrição imagética dos 4 elementos:

Traje 1: calça “multicolorida” com blusa “caqui”

Calça

Cores: perna esquerda: azul-cobalto (cor que corresponde a de número 6, da cartela de cores da "Ciba"/segmento feminino)

perna direita: verde-bandeira (cor 8/cartela "Du Pont")

bolso: amarelo-limão (cor 30/cartela "Du Pont")

cós: pink (cor 27/cartela "Du Pont")

Material: encorpado luxuoso (acetinado)

Padronagem: não há

Estilo: calça esporte, com bolsos embutidos, reta, levemente ajustada nas pernas.

Blusa

Cor: caqui-militar (cor 6/cartela "Du Pont")

Material: encorpado rústico (provavelmente algum tipo de "camurça")

Padronagem: não há

Estilo: curta, ajustada/mangas curtas, decote redondo/minimalista

Traje 2: Blazer “multicolorido” (paletó)

Cores: gola: verde-folha (4/"Ciba"/segmento feminino) e vermelha (10/"Ciba"/segmento feminino)

mangas: azul-cobalto (16/"Ciba"/segmento feminino)
corpete: pêssego escuro (tom próximo ao 11/"Du Pont")
costas corpete: pink (27/"Du Pont")

Material: encorpado luxuoso (acetinado)

Padronagem: não há

Estilo: gola esporte/de modelagem ajustada por pences

Traje 3: blusa “marfim” com saia “caqui”

Blusa

Cor: marfim (9/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: gola esporte/com ajustes provocados por fechamentos feitos com tiras/mangas retas e compridas

Saia

Cor: caqui (5/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: recortes assimétricos/levemente ampla

Traje 4: blusão “jeans” (com gola “mostarda claro”)

Cores: gola: mostarda claro, com aspecto desgastado (cor muito próxima a cor "mostarda claro", da amostra do tema "Sahara", localizada no canto inferior esquerdo: 2ª amostra da esquerda para a direita)

corpo e mangas: índigo (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico (jeans para o blusão e provavelmente sarja para a gola)

Padronagem: não há

Estilo: blusão esporte de modelagem ampla/mangas compridas/gola simples (sem colarinho)/decote em "V"/levemente evasê²¹⁰ no barrado/bolsos na altura do busto

Traje 5: blusão “mostarda-claro” (com gola em “jeans”) sobre camisa “vermelha”

Blusão

Cores: gola e parte do abotoamento: índigo (18/"Ciba"/segmento feminino)

corpo: mostarda claro (idem a cor da gola do traje anterior)

Materiais: encorpado rústico (provavelmente sarja para o blusão e jeans para a gola)

Padronagem: não há

Estilo: blusão esporte de modelagem ampla/mangas compridas/gola "colarinho"/decote em "V"/levemente evasê no barrado/bolsos na altura do busto

Camisa

Cor: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: miniaturizada (em branco)

Estilo: ajustada/gola "colarinho"/sem detalhes/ minimalista

Traje 6: vestido com capa “vermelhos”

Vestido

Cor: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: miniaturizada (em branco, idem à camisa do "traje 5")

Estilo: sensual (cujo modelo chama-se "combinação americana")/ decote em "V", bem pronunciado/levemente evasê no barrado/sem detalhes, minimalista

Capa

Cor: vermelha (26/"Du Pont")

Material: inovativo (de aspecto "oleoso")

²¹⁰ "Evasê, modelagem usada para saias, vestidos e barrados de blusas, em forma de uma triângulo ao contrário, cujo barrado se abre no comprimento.

Padronagem: não há

Estilo: reto/mangas compridas/simples/minimalista

Traje 7: casaco fechado “amarelo-limão” com detalhes de aplicações de rosinhas “multicoloridas” nos bolsos

Cores: casaco: amarelo-limão (30/"Du Pont")

bolso direito superior: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

bolso direito inferior: rosa claro (mais claro que o 13/"Du Pont")

bolso esquerdo superior: azul pastel (não consta nas cartelas de cores)

bolso esquerdo inferior: cor indefinível

Materiais: encorpado luxuoso (acetinado)

Padronagem: não há

Estilo: reto/ajuste provocado por cinto/ mangas retas e compridas/modelagem normal (nem muito ampla, nem muito justa)/bolsos grandes e retangulares no busto e no quadril, com aplicações de rosinhas/de estilo esporte

Traje 8: casaco de “ursinho”

Cores: mangas: amarelo-limão (30/"Du Pont")

ursinhos aplicados: laranja queimado (25/"Du Pont")

Materiais: encorpado luxuoso (acetinado) para o tecido das mangas

Padronagem: não há

Estilo: mangas retas e compridas/modelagem normal/gola "padre"/ursinhos aplicados na parte frontal do corpete/de comprimento curto/ de estilo esporte e lúdico

Traje 9: casaco “com fotos”

Cores: mangas e detalhes de abotoamento: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

corpo: fotografias dentro de material transparente

costas, corpo e mangas: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

Materiais: encorpado rústico e inovativo

Padronagem: não há

Estilo: mangas retas e compridas, levemente amplas/fotos aplicadas na parte frontal do corpete/esporte e lúdico

Traje 10: casaco com camisa “brancos” e mini-saia “jeans”

Casaco

Cores: branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: amplo/gola simples (sem colarinho), porém grande/mangas amplas e compridas/esporte

Camisa

Cor: branca (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico (possivelmente algodão)

Padronagem: miniaturizado (em preto)

Estilo: camisa esporte tradicional/gola "colarinho"

Mini-saia

Cor: índigo (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico (jeans)

Padronagem: não há

Estilo: cós²¹¹ pela cintura/detalhes: tira no mesmo tecido na cintura, como sendo uma espécie de cinto e apliques de chapinhas metalizadas nas laterais

Traje 11: casaco “branco” com top (bustiê) e short “vermelhos”

Casaco

Cor: branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

²¹¹ O "cós" é tudo aquilo que fica na região do ajuste da cintura. Pode, no entanto estar abaixo da cintura ("cós baixo") ou acima dela ("cós alto").

Estilo: esporte/gola simples (sem colarinho), porém grande e com **pontas arredondadas**/de modelagem ampla/mangas amplas e compridas/ comprimento até o **quadril**

Top

Cor: vermelho (26/"Du Pont")

Material: colante/*lycra*

Padronagem: não há

Estilo: curtinho/de alças/decote redondo/detalhe no meio do busto

Short

Cor: vermelho (26/"Du Pont")

Material: colante/*lycra*

Padronagem: não há

Estilo: curtinho/"cós baixo"

Traje 12: casaco "azul" com top (biquini) e caleçon "pretos"

Casaco

Cor: azul-cobalto (16/"Ciba"/ segmento feminino)

Material: fluido e transparente

Padronagem: não há

Estilo: esporte-clássico/gola "colarinho"/de modelagem ampla/mangas **amplas e compridas**/ comprimento até o quadril

Top biquini

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: colante/*lycra*

Padronagem: não há

Estilo: alças **finas**/decotado/presilha no centro do busto

Caleçon

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: colante/lycra

Padronagem: não há

Estilo: cós na cintura/detalhe de material brilhante (possivelmente plástico) na cintura

Traje 13: camisa e saia “listradas e multicoloridas”

Camisa

Cores: listras em verde-bandeira (8/"Du Pont")

branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

azul-cobalto (16/"Ciba"/segmento feminino)

amarelo-limão (30/"Du Pont")

vermelho-queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

pink (27/"Du Pont")

Material: fluido e maleável

Padronagem: letrinhas, símbolos e desenhos estampados sobre as listras multicoloridas

Estilo: camisa esporte tradicional/gola "colarinho"/modelagem normal/mangas longas

Saia

Cores: (idem a camisa)

Material: idem à camisa

Padronagem: idem à camisa

Estilo: simples/ reta/modelagem normal/ minimalista

Traje 14: casaco sobre vestido “brancos” com estampa de “casinha”

Casaco

Cores: branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: casaco esporte com capuz/modelagem ampla/mangas compridas e levemente amplas

Vestido

Cores: branco (1/"Ciba"/ segmento masculino)

Material: encorpado rústico (possivelmente algum tipo de tecido de algodão leve)

Padronagem: estampa de casinha e árvore nas cores predominantes vermelho-queimado (18/"Ciba"/ segmento masculino) e verde-bandeira (8/"Du Pont")

Estilo: modelagem ampla/de alças finíssimas/decote redondo discreto/minimalista/casual

Traje 15: vestido “preto”

Cor: preto (24/"Ciba"/ segmento feminino)

Material: fluido e transparente

Padronagem: não há

Estilo: clássico/ajustado e transpassado na parte do corpete, o que provoca um decote próximo ao pescoço/sem mangas/saia ampla e rodada

Traje 16: Casaco com saia, ambos em “preto e branco” e blusinha “vermelha”

Casaco

Cor: preto (24/"Ciba"/ segmento feminino) e branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: detalhes de listras no corpete

Estilo: esporte/gola esporte/amplio/mangas compridas, levemente amplas/comprimento até o quadril

Saia

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) e branco (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: detalhe de estampa no barrado com árvore, cachorrinho e homem

Estilo: simples/minimalista/casual/evasê/comprimento um pouco acima dos joelhos/cós pela cintura

Blusinha

Cor: vermelho queimado (18/"Ciba"/segmento masculino)

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: ajustada/decote redondo próximo ao pescoço (decote “careca”)

Traje 17: Vestido “evasê” preto”, com estampa “vermelha”

Cores: preto (24/“Ciba”/segmento feminino) e vermelho para a estampa (18/“Ciba”/segmento masculino)

Material: encorpado luxuoso

Padronagem: estampa de homem em bicicleta antiga e vegetação ao fundo

Estilo: casual e clássico/de alças grossas/decote redondo discreto/evasê/comprimento um pouco abaixo dos joelhos

Traje 18: casaco “amarelo e caqui”

Cores: amarelo “skol” (não consta nas cartelas) e caqui (3/“Du Pont”)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: esporte e retrô (estilo anos 50)/gola esporte ampla, com pontas arredondadas, mas pontudas/mangas compridas, amplas/modelagem ampla/comprimento até o quadril

Traje 19: blusão “azul-pastel”

Cor: azul-pastel (não consta nas cartelas de cores)

Material: fluido e maleável

Padronagem: palavras escritas

Estilo: clássico e esporte/modelagem ampla/ reto/fechado na frente e nas costas/mangas, retas, amplas e compridas/gola larga no comprimento (vista somente pela parte das costas)/comprimento até o quadril

Traje 20: vestido de noiva

Cor: branco (1/“Ciba”/segmento masculino)

Material: encorpado rústico e inovativo (para os detalhes que aparecem em material plastificado)

Padronagem: não há, mas há detalhes em material transparente (plástico)

Estilo: clássico e moderno/modelagem justa na parte do corpete (cuja parte das costas é transparente)/saia ampla/ mangas curtas/transpassado/decote em “V” discreto

Descrição "Sincrônica" dos 4 Elementos

Nós encontramos, na apresentação do desfile da coleção feminina de verão de Jean Charles de Castelbajac, um discurso conduzido pela apresentadora e pelo estilista, em que colocaram em relevância - como principais influências -, a cidade de Paris (Castelbajac: “... para mim, Paris é a cidade mais bonita do mundo, é um lugar simbólico que sempre me inspirou, sobretudo porque eu era jovem provinciano...”); também a própria mulher de Castelbajac (entrevistadora: “...Tasha foi uma grande inspiração para si, não foi?”. Castelbajac: “...Sim, não só enquanto minha esposa, mas sobretudo como mulher...” e, seu belo sorriso (Castelbajac: “...então, eu creio que, aliando o meu talento a um belo sorriso, surgiu essa coleção, de que me orgulho muito...”), e, ainda, a arte (entrevistadora: “...na coleção, percebemos que se inspirou menos nos modelos e mais na arte...”. Castelbajac: “Sim, isso foi para mim, uma grande tomada de consciência...”).

Em imagens, no entanto, não encontramos uma representação que remetesse a tais inspirações, salvo, é claro, se considerarmos a aparição indireta de Tasha (esposa de Castelbajac), em outros momentos do programa (quando foi entrevistada e afirmou a genialidade do trabalho e da coleção de seu marido, não havendo, porém, uma interdependência entre a imagem de Tasha e o discurso que a apontou como uma de suas “inspirações” na criação da coleção de Castelbajac). E salvo, também, o momento em que se abordou o assunto de sua inspiração artística e onde foram focalizados alguns ângulos dos trajes apresentados do desfile, aparecendo exemplares de estampas escritas e desenhadas sobre as roupas criadas por ele. Essa parte, talvez, tenha sido a única oportunidade para observarmos - no âmbito das influências/inspirações - uma possível relação entre discurso e imagem.

O programa, ainda, na sequência da demonstração artística de Castelbajac, quis reforçar a idéia que o estilista fez de si mesmo e que era relativa a sua capacidade criativa (“...por isso que estou aqui hoje acima de tudo como criador de moda e não como um artista que faz roupa...”). Visualmente, pudemos acompanhar através da permanência das imagens

do desfile, já, no entanto, não mais demonstrando detalhes que pudessem remeter às obras artísticas estampadas nas roupas.

Já no que se refere aos materiais, tivemos, somente, uma única citação em discurso - feita pelo próprio estilista -, a respeito de um tipo de tecido: "seda", que confeccionou as "rosas bordadas". Detalhe mostrado, talvez, algum tempo depois dessa declaração, através da imagem de um casaco fechado (em tom amarelo-limão) com bolsos coloridos e várias rosinhas aplicadas sobre eles.

Por outro lado, através das imagens e dos trajes apreciados (e que já foram por nós descritos), verificamos a presença de tecidos encorpados rústicos (em alguns tipos de blusões, casacos, vestidos e camisas que não "fluem" com o andar das manequins e que podem ser tecidos como algodão - mais leve -, sarja e mesmo jeans), encorpados luxuosos (em casacos, blazers, calça, vestido), fluidos maleáveis (camisa, saia e blusão), fluidos transparentes (casaco e vestido "de noite"), colantes (roupa para praia) e inovativos, através de materiais transparentes (provavelmente plástico) vistos em alguns detalhes das roupas.

Quanto às padronagens e estampas, tivemos em discurso uma única menção (indireta) da apresentadora do programa (que se fez no início do bloco), sobre o seu desfile ("conhecido pela arte naïf aplicado ao vestuário"). Em imagens (de nossas descrições dos trajes), porém, pudemos verificar algumas estampas neste estilo (casinha com árvore, homem com cachorrinho, homem em bicicleta), além de outras em padrões miniaturizados, listrados ou escritos.

Já o "estilo" proclamado para a "mulher Castelbajac", foi, sem dúvida, mais evidenciado que os outros elementos no discurso que conduziu o desfile do estilista. Assim, encontramos o criador se referindo às silhuetas dos modelos como sendo "formas muito bem pensadas e que se dirigem ao grande público. É uma coleção de imagens, precisas...". Aqui tivemos um bom "casamento" entre o que foi dito e visto, pois foi o momento em que as imagens do desfile apresentaram algumas de suas peças, permanecendo assim, até que ele completasse o seu discurso sobre a sua proposta de estilo e, o que supôs um entendimento um pouco melhor sobre aquilo que estava sendo falado: "Concentrei-me no que seu fazer, isto é, num bom *sportswear*. Modelos desportivos para o fim de tarde. Há uma evolução concentrada na feminilidade. Tentei criar uma feminilidade desportiva. Algo

que não seja afetado, pretencioso. É uma coleção onde vamos encontrar rosas de seda bordadas e tutus típicos dos cóis das calças dos Andes. É uma coleção onde a elegância é contornada, mas onde a mulher encontra facilmente o seu lugar, porque é o alvo da coleção".

Mas, muito embora ele justificasse que se tratava de uma "coleção de imagens, precisa...", portanto, supostamente inteligíveis para o telespectador compreender o que ele dizia a respeito das formas de sua coleção, as imagens que o programa selecionou a demonstraram, genericamente, não remetendo, exatamente, ao que poderiam se referir algumas de suas declarações. Como por exemplo, quando mencionou que se tratava de uma coleção "...onde vamos encontrar rosas de seda bordadas e tutus típicos dos Andes.". Momento em que a imagem que - possivelmente - ilustrasse o discurso sobre as "rosas de seda bordadas" se encontrava muito bem depois e, sendo que aquelas sobre os "...tutus típicos dos Andes"²¹², não foram sequer inseridas.

Nós nos concentramos, então, para entendimento sobre "estilo", nas explicações oferecidas no discurso do estilista, que apontaram para a criação de uma "...feminilidade desportiva" e no seu conceito de um "...bom *sportswear*", cujos modelos foram descritos como "...desportivos para o fim de tarde" e os quais se dirigiram para a construção de detalhes (estilísticos) que exaltassem os traços - femininos - das mulheres (como os que pudemos ver em imagens através de decotes, comprimentos, cinturas marcadas, etc.). Tudo, no entanto, sem ser "...afetado, pretencioso", em que a "...elegância" (geralmente exacerbada nos desfiles franceses, por modelos impraticáveis e inviáveis), estivesse sendo "...contornada...", mas onde a mulher pudesse encontrar "...facilmente o seu lugar...", porque não só, era o "...alvo da coleção", mas também parte "...do grande público". O que levou-nos a concluir, então, que a coleção deveria atender a um número maior de mulheres e, como tal, despojar-se - através dos trajes vistos em sua coleção -, de certos artifícios usados para incrementar os desfiles, tornando-se, assim, (numa certa medida) em um desfile mais objetivo.

²¹² "Tutus" são, na verdade, uma forma graciosa de se referir aos babadinhos aplicados ou encontrados em efeitos nas roupas (de forma ondulada). No caso, os tutus se derivam de um tipo de calça, "dos Andes", em que o seu modelo - "*clochard*" - tem a cintura (cóis) alta e reta (sem ajustes), ultrapassando o limite da cintura (em cerca de 10 cms.). É, então, utilizado um cinto que faz com que se ajuste a cintura, deixando que o cóis (o "restante" da calça acima da cintura) provoque um efeito ondulado (devido ao excesso de tecido), parecido a um "tutu".

Por isso, ele mesmo disse que não se tratava de uma coleção "espetáculo" (apesar de, ainda, insistir em seus "casacos de ursinhos" - marca registrada" do estilista - e outro de "fotografias", o que deu um "toque" inusitado à coleção), e sim uma "coleção muito colorida". A qual, porém, deteve em sua essência, não só uma diversidade de cores (e o que objetivou, talvez, um verão europeu mais alegre), mas também um leque de estilos muito mais amplo que aquele que o estilista definiu como um "...bom *sportswear*". Pelo menos, foi o que nos comprovou alguns de seus modelos vistos em imagens do desfile e que foram descritos por nós, anteriormente.

Nós, então, identificamos não só um estilo que pudesse se adequar ao "*sporstwear*" e que, em grande parte, pôde ser observado em detalhes, como as golas esportes dos casacos e as golas do tipo "colarinho" das camisas ou blusões em tecidos encorpados (sarjas, jeans), mas ainda um estilo mais clássico (identificado através dos tecidos escolhidos, como encorpados luxuosos e fluidos e transparentes e, sobretudo, nas formas encontradas neles, através de vestidos mais clássicos, para "noite") ou mesmo casual (com modelos simples de saias com camisas ou camisetinhas com casacos sobrepostos). Houve, também, uma forte tendência minimalista, em que detalhes como bolsos e aplicações, recortes e pregas foram inexpressivos e evidenciados, ao que parece, somente a título de "ilustração" do desfile (como o casaquinho de ursinhos, as rosinhas aplicadas nos bolsos de um blazer e o casaco de fotografias). Mas juntamente com o minimalismo (também percebido através do estilo das manequins: todas de cabelos presos, com ausência de acessórios e maquiagem discreta), tivemos um "toque" de modernidade, que o estilista deu à sua coleção à medida em que misturou materiais, considerados "inovativos" (como os plastificados) a alguns de seus modelos (casaco com fotos e vestido de noiva).

Assim, então, através de misturas de materiais e estilos, pudemos experienciar, o que, aos olhos desatentos não seria possível entender, a fusão de certos elementos estéticos e a confluência deles, na construção de um só estilo (o "*sportswear*"). No entanto, devemos entender a coleção de Jean Charles de Castelbajac, como o resumo dos seus 20 anos de trabalho: o "primeiro capítulo", como ele mesmo disse. Assim, vimos que os frutos dessa importante etapa vieram não através de trajes "pretenciosos" ou "afetados", mas sim já amadurecidos pela sua capacidade de criar roupas mais práticas, claras e "precisas", ao mesmo tempo que consoantes ao seu espírito de estilista: livre. Talvez, então, seja por isso

que ele reconheça o seu próprio valor (talento) e se auto-defina como "...um criador de moda e não um artista que faz roupa". Aquele que alcançou a maturidade de entender as necessidades de vestuário da mulher moderna e que, nem por isso, deixou de exercer sua criatividade com muita eficácia.

Por outro lado, retemos que, através do programa, pouco se disse sobre a sua obra, realizada em 20 anos de trabalho. Além disso, muitos outros detalhes que enriqueceram a coleção do estilista, só puderam ser encontrados e descobertos após as respectivas descrições, uma vez que as imagens e discursos propostos para sua demonstração foram superficialmente explicados e geridos.

Programa "Style"

Coleção de verão/97 para o segmento feminino de Anna Molinari

Descrição Discursiva dos 4 Elementos

Influências

- Para os tecidos

(Molinari): "Ao final do século XX e se aproximando do ano 2000, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então, procurei materiais para criar o "clima" que desejava."

- Para os colares

(Molinari): "Os colares têm aparência antiga. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás".

- Possível temática

(Elsa): "Banho de Rosas! É o que anuncia Anna Molinari de Milão, que gosta de ser chamada de "rainha das rosas", ao final da apresentação de sua coleção de primavera."

Cores

(Elsa): "Molinari começou com vermelho, branco e azul, misturando e combinando as cores... Então, foi para os tons pastéis, marrom-terra e preto."

(Molinari): "Depois do clássico vermelho, azul e branco, eu usei todas as cores femininas. Todos os tons de lilás, violeta e vinho, mármore; também azul-claro e verde. Mas eu também acredito que marrom-terra e preto são cores complementares para a maioria das mulheres".

Materiais

(Elsa): "Molinari usa tecidos super leves - aos quais ela diz 'preciosos'".

(Molinari): "Ao final do século XX e se aproximando do ano 2000, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então, procurei materiais para criar o "clima" que desejava. Tecidos foram bordados com muito *chiffon* e *cashemire*, algodão natural e sedas. Mas, também, com *jersey (stretch)* e também lãs leves misturadas com seda que são super femininas e atraentes".

Estampas e Padrões

(Elsa): "Além das flores, Molinari também usou formas abstratas".

Estilo

(Molinari): "A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica".

(Elsa): "Quando você diz romântica, você diz colado ao corpo?".

(Molinari): "Eu não me concentrei somente em fazer formas coladas ao corpo, mas também que tivessem leveza e suavidade sobre o corpo. Elas ainda reforçam a silhueta feminina, mas não são tão coladas, como segunda pele. Na verdade, é a silhueta longilínea - penso eu - que faz a mulher ficar muito bonita".

Acessórios

(Tradutora de Anna Molinari): "Os sapatos de Anna Molinari são *clean*. São altos e mostram o calcanhar nu, sem tiras, como se fossem chinelos (mules). Os colares têm aparência antiga. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás. Colares de esmeraldas e rubis caem gentilmente ao redor do pescoço. Tudo muito delicado e feminino, complementando as roupas".

Descrição imagética dos 4 elementos

Traje 1: vestido rendado "fúscia claro"

Cor: fúscia claro com forro branco (um tom mais claro que o fúscia número 11/"Ciba"/segmento feminino)

Material: rendado, fluido e transparente

Padronagem: rendado ("bordado") por motivos florais

Estilo: vestido minimalista/decote em "V"/sem mangas/modelagem levemente ajustadas na cintura/barrado levemente evasê/comprimento um pouco abaixo dos joelhos

Acessórios: colar com pedras "esverdeadas" (possivelmente esmeraldas)

Traje 2: conjunto de blusa "preta" com saia "vermelha"

Blusa

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia em tricô

Padronagem: não há

Estilo: decote em "V" rente ao pescoço/mangas compridas e retas/comprimento até a cintura/ modelagem normal

Saia

Cor: vermelha (10/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia em tricô, com pontos "abertos".

Padronagem: padrão rendado

Estilo: minimalista/ modelagem ajustada na cintura, mas evasê no barrado/comprimento um pouco abaixo dos joelho

Acessórios: brincos em pingentes longos, pretos/presilha e pena vermelha na cabeça/anel com pedra azul (possivelmente água-marinha)

Traje 3: casaco "gelo" e calça "carmim"

Casaco

Cor: gelo (10/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/estilo oriundo das décadas de 50/60/mangas "7/8" (um pouco abaixo dos cotovelos)/levemente amplo, mas reto/comprimento abaixo do quadril (altura das coxas)/gola simples, sem colarinho/ detalhe de "cinto" nas costas

Calça

Cor: carmim claro (um tom mais claro que o carmim número 7/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: levemente ampla, mas reta

Traje 4: vestido com estampa "abstrata"

Cores: do vestido: branco (23/"Ciba"/segmento feminino), estampa em terracota (mas considerando a cor terracota vista no painel de tendências da "Ciba" para o segmento feminino e dentro do tema "Cultura Negra", correspondendo às amostras que se encontram no canto superior direito).

Material: fluido e maleável

Padronagem: Estampa com motivo considerado "abstrato"

Estilo: minimalista/de alças/ decote quadrado tanto na parte da frente (bem pronunciado) como na parte das costas (mais profundo)/levemente ajustado no busto e cintura, mas evasê no barrado/comprimento abaixo dos joelhos.

Traje 5: dupla de vestidos iguais, mas com cores diferentes: “areia claro” e “azul-petróleo claro” com casaquinhos de malha “estampados”

Vestidos

Cores: areia claro (tons mais claros que o número 3/"Du Pont") e alfazema (7/"Ciba"/segmento masculino)

Materiais: fluidos, ao mesmo tempo maleáveis e transparentes

Padronagens: não há

Estilos: minamilistas/retos, mas levemente evasês no barrados/comprimentos, logo abaixo dos joelhos/decotes "retos" (possivelmente "toma que caia" ou com alcinhas finíssimas)

Casaquinhos

Cores: areia (4/"Ciba"/segmento masculino) e terracota, para as estampas (23/"Du Pont")

Materiais: malharia em tricô

Padronagem: estampas florais

Estilo: minimalista/modelagem normal/mangas 7/8/de comprimento curto (até a cintura)

Acessórios: colar (em uma das manequins) e brinco de pingente longo (em outra)

Traje 6: "twin-set" (casaquinho de mangas compridas com blusa) e saia

Twin-set

Cores: branco (2/"Du Pont")

Materiais: malharia em tricô

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/modelagem ajustada/ decote "careca" (redondo, rente ao pescoço)/mangas compridas (visível somente para o casaquinho)

Saia

Cor: carmim claro (muito mais claro que o carmim número 7/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: Estilo anos 50/60/modelagem com ajuste na cintura e evasê no barrado/comprimento na altura dos joelhos/detalhe de prega "fêmea" na parte frontal

Acessórios: pulseiras prateadas e colar de pedrarias

Traje 7: saia e casaco “pretos”

Saia

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) com forro branco

Material: fluido e transparente

Padronagem: rendado (possivelmente por motivos florais ou de folhagens)

Estilo: minimalista/ajustada na cintura e evasê no barrado, assimétrico (com pontas irregulares)/comprimento até os tornozelos

Casaco

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/mangas compridas/gola esporte, mas bem aberta, deixando os ombros aparentes/modelagem justa ao corpo mas com mangas "normais"/ detalhe de recorte frontal, pela altura dos quadris

Acessórios: brincos em longos pingentes (pretos) e anel com pedra

Traje 8: casaco “azul-royal” com calça “alfazema”

Casaco

Cor: azul-royal (15/"Du Pont")

Material: encorpado luxuoso (possivelmente algum tipo de tafetá)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista, mas cujo estilo segue um padrão usado nas décadas de 50/60/gola "simples", sem colarinho/de modelagem reta e levemente ampla/comprimento até as canelas/mangas 7/8/detalhe de "cinto" na parte das costas

Calça

Cor: alfazema (7/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado luxuoso

Padronagem: não há

Estilo: modelagem reta, mas levemente ampla

Acessório: pena roxa da cabeça

Traje 9: vestido estampado com “forro florido”

Cor: vestido areia (4/"Ciba"/segmento masculino), com estampas (no forro) em cor predominante terracota (23/"Du Pont")

Material: fluido e transparente

Padronagem: estampas florais (para o forro)

Estilo: minimalista/reto, mas levemente amplo/mangas curtas/comprimento até as canelas/detalhe do forro "aparente" no barrado, mais comprido que o vestido.

Acessórios: colar de pedrarias

Traje 10: vestido “preto” de alcinhas finas com barrado de forro "aparente"

Cor: preto (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: forro rendado

Estilo: Minimalista/modelagem levemente ajustada e evasê no barrado/comprimento acima dos joelhos/decote redondo preso por amarração em forma de "gota"/detalhe de barrado rendado "aparente"/comprimento abaixo dos joelhos

Acessórios: colar de pedrarias, pulseiras metalizadas redondas

Traje 11: conjunto de saia “branca” e camisa “dourada”

Camisa

Cor: dourada (não consta nas cartela de cores)

Material: encorpado luxuoso

Padronagem: não há

Estilo: camisa minimalista/de modelagem levemente ampla/mangas compridas de modelagem "normal"/gola "italiana"

Saia

Cor: branca (23/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem reta e ajustada/detalhe de fenda (abertura) na lateral direita/comprimento até os joelhos/estilo muito usado na década de 60

Traje 12: calça "carmim clara" e blusa "hortência"

Blusa

Cor: hortência escura (10/"Ciba"/segmento masculino)

Material: malharia em tricô (com efeito de transparência)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/modelagem normal/de comprimento curto/mangas curtas/decote redondo

Calça

Cor: carmim claro (mais claro que o número 13 da "Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado luxuoso

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/reta/modelagem normal

Acessórios: brincos em pingentes na cor preta

Traje 13: vestido estampado com barrado (também estampado) de forro "aparente", preso por flor

Cor: branco (23/"Ciba"/segmento feminino) com estampas floridas graúdas na cor fúscia (11/"Ciba"/segmento feminino). O barrado "aparente" é na cor azul-petróleo bem clarinho (tendo como referência o tom número 8 da "Ciba"/segmento masculino, só que muito mais claro)

Materiais: vestido e forro, ambos fluidos e transparentes

Padronagens: Para o vestido, estampas florais graúdas, para o forro, estampas florais miúdas

Estilo: o vestido vem estilo romântico/modelagem ampla e levemente evasê (o que lhe dá um efeito de roda, babados)/barrado assimétrico abaixo dos joelhos/detalhe do vestido que é preso na altura das coxas por uma flor (rosa), no mesmo tom da estampa, deixando o forro "aparente".

Acessórios: pulseiras de argola na cor azul-petróleo (8/"Ciba"/segmento masculino)

Traje 14: vestido "preto e transparente" com forro "branco"

Cor: vestido na cor preta (24/"Ciba"/segmento feminino) e forro branco

Materiais: vestido: fluido e transparente/forro: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: ajustado no corpete até cintura por pences/evasê na parte da saia/comprimento até os joelhos/decote reto/alcinhas finas/detalhe das alças do forro (em branco) em forma de babadinhos "aparentes"

Acessórios: echarpe no pescoço do mesmo tecido e cor do vestido/colares comprido e muito finos/brincos em pingentes longos e pretos/mules em tiras

Traje 15: vestido "rendado" com barrado de forro "aparente"

Cor: vestido areia (19/"Ciba"/segmento feminino)/forro: verde-garrafa (6/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e transparente

Padronagem: rendado por padrões florais

Estilo: levemente ajustado e evasê no barrado/comprimento até os joelhos/decote redondo/alcinhas finas/detalhe do barrado "aparente" com aplicação de franjinhas/comprimento até as canelas

Acessórios: colar em pedrarias (possivelmente esmeralda)/presilha de *strass* (pedrinhas que imitam "diamantes", mas que podem também ser coloridas, portanto, imitando outras pedras)

Traje 16: blusa com barrado de forro "aparente" com saia "pretos"

Blusa

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) para blusa e forro

Material: blusa em material fluido e maleável, forro em malharia de tricô

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/modelagem normal/decote em "V" discreto/mangas compridas de modelagem normal/comprimento acima da cintura/detalhe do forro, cujo comprimento vai até abaixo da cintura

Saia

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/ampla/comprimento abaixo dos joelhos

Acessórios: colar fino e comprido preto (com duas voltas no pescoço)/presilha de *strass*/brincos longos em pingentes pretos

Descrição "Sincrônica" dos 4 Elementos

O desfile de Anna Molinari para as mulheres e para a primavera de 97, não apontou, nem em seu discurso, nem nas imagens apresentadas, as possíveis influências que guiaram toda a criação de sua coleção.

A apresentadora, no entanto, disse que, ao final do desfile da estilista em Milão, gostou de ser chamada de "Rainha das Rosas" e que, também, o definiu como um "Banho de Rosas". Talvez, então, se expresse daí, a temática de suas propostas de vestuário que foram muito bem representadas através das imagens de finalização do desfile e que demonstrou o conjunto - florido - de seu trabalho.

Mas, se por um lado, a estilista não especificou de onde surgiram as inspirações para toda a sua coleção de primavera, ela explicou bem claramente que, para os colares e os tecidos (acessórios/estilo e materiais, respectivamente) a criação baseou-se nas "jóias que a realeza teria usado séculos atrás" e, também, na retomada "de um século de moda" (uma vez que considerou ser isso possível através dos tecidos, onde poderia criar o "clima" que desejava).

O programa, também, se esforçou em acompanhar as declarações da estilista com imagens do desfile que pudessem representá-las. Assim, foram demonstradas as jóias e um tipo específico de tecido (de aspecto "encorpado e luxuoso", mas que fora explicado pela apresentadora como "super leves" e os quais a estilista chamou de "preciosos"). Todos esses aspectos das roupas, no entanto, vistos de uma forma mais detalhada; próximas às manequins e, portanto, oferecendo uma oportunidade melhor de entendimento sobre a natureza do assunto.

Dessa forma, apesar de encontrarmos poucas referências sobre as influências que guiaram a coleção de Anna Molinari e, as quais, remeteram a uma possível temática, observamos que, exclusivamente, a respeito dos acessórios e tecidos utilizados, ambas, apresentadora e estilista, destinaram uma explicação um pouco melhor e mais ampla. No caso, então, a complementação das informações vieram em forma discursiva (tanto da apresentadora como da estilista), objetivando um bom detalhamento sobre o estilo, os materiais e as formas de uso dos colares: "Os colares têm uma aparência antiga. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás. Colares de esmeraldas e rubis caem gentilmente ao redor do pescoço. Tudo muito delicado e feminino, complementando as roupas". No entanto, de forma mais sintética, encontramos também neste discurso sobre acessórios e, antecedendo o aspecto que se dirige aos "colares", algumas informações sobre os calçados utilizados na coleção de Anna Molinari: "Os sapatos de Anna Molinari são *clean*. São altos e mostram o calcanhar nu, sem tiras, com se fossem chinelos (mules)".

Visualmente, tivemos uma boa correspondência entre discurso e imagens, se considerarmos, sem dúvida, o apoio explicativo vindo da locução da tradutora e que fez conduzir nosso olhar - mais atentamente -, sobre os colares e, somente, a um único par de sapatos, apresentados, neste momento, e vistos através de movimentos de câmera: panorâmicas²¹³, (um pouco mais próximas às manequins). Isso significa, então, que através da técnica utilizada para tal exposição, esses acessórios puderam ser apreciados dentro do "conjunto" do traje, e não isoladamente (o que, talvez, lhes poderia valer até um entendimento maior sobre aquilo que estava sendo falado deles). O mesmo, porém, não pôde ser dito sobre a demonstração imagética dos tecidos, quando o discurso de ambas

²¹³ Um recurso técnico que tem, como principal função, descrever algo de forma ininterrupta e, portanto, movimentando o seu foco.

estilista e apresentadora), explicaram sobre a utilização e a intenção dos tecidos utilizados na coleção: (Elsa) "...Molinari usa tecidos super leves - aos quais ela diz 'preciosos'" (momento em que se mostrou - bem mais próximo à manequim e em câmera lenta -, um tecido do tipo encorpado luxuoso e não "super leve", como a apresentadora relatou). (Molinari): "Ao final do século XX, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então procurei os materiais para criar o "clima" que desejava. Tecidos foram bordados com muito *chiffon* e *cashemire*, algodão natural e sedas. Mas, também, com *jersey* (*stretch*) e também lãs leves, misturadas com seda, que são super femininas e atraentes".

Sendo assim, uma indicação mais precisa (que pudesse realmente corresponder àquilo que estávamos vendo) foi irrelevante, visto a quantidade de informações a respeito dos materiais utilizados pela estilista (e explicados através do discurso dela e da apresentadora) e a dificuldade de representá-los "fielmente". A opção do programa, então, foi recorrer às imagens do conjunto dos trajes, genericamente.

O que temos em discurso, portanto, são indicações sobre a utilização de materiais "super leves", "preciosos" (no entanto, entendidos através de uma imagem com sendo do tipo de tecido "**encorpado luxuoso**"), mas também, tecidos bordados "...com muito *chiffon*" (o que corresponde a tecidos fluidos e transparentes), "...*cashemire*...", (correspondendo aos "**fluidos e maleáveis**"), "...algodão natural (**encorpado rústico**)", "...sedas..." (**fluido e maleável**), com "...*jersey/stretch*..." (colantes, fluidos e maleáveis ou mesmo **encorpados luxuosos** ou **rústicos**) e, ainda, "...lãs leves misturadas com sedas..." (**fluidos e maleáveis**).

Nas imagens que vimos e descrevemos dos trajes, encontramos uma boa correspondência com os padrões de tecidos, já contextualizados no discurso da estilista. No entanto, houve também uma considerável quantidade de **malharias de tricô**, vistas em blusas, em uma saia e nos vários conjuntinhos de casaquinhos com mangas compridas e blusas (os famosos "*twin-set*", oriundos de um estilo usado na década de 50/60 e que, há anos, faz parte do guarda-roupa básico feminino). Também observamos que, os tecidos bordados com *jerseys* não se adequaram aos padrões de materiais colantes ou encorpados luxuosos ou rústicos, e sim aos fluidos e maleáveis e/ou transparentes, ou mesmo às malhas de tricô. Sendo assim, entendemos que foram destacados pela estilista mais pela

característica de seu fio (que confere elasticidade e possível²¹⁴ leveza) e não propriamente do tecido que dele se deriva (do tipo 100% *lycra* e que corresponde ao material "colante").

Quanto às estampas e padrões, tivemos um discurso que mencionou "**flores**" e motivos "**abstratos**" ("Além das flores, Molinari também usou formas abstratas."). Discurso que, no entanto, fora todo representado através de um único vestido, com traçados abstratos. Assim, o entendimento sobre as estampas florais ficou todo por conta do que soubemos através do discurso da apresentadora, da associação que fizemos às imagens gerais que tivemos do conjunto da coleção da estilista e, ainda, a partir de nossa análise descritiva e imagética dos trajes, a qual nos nos fez perceber - mais atentamente - a grande quantidade de padrões rendados - em formas de **flores** - utilizados nos tecidos dos vestidos. Tal padrão - rendado -, sequer foi mencionado (tanto em discurso quanto em imagem), no entanto, pudemos supor que se referiam aos tecidos "bordados" que a estilista citou em seu discurso.

As cores, por sua vez, foram mencionadas não só pelo discurso da apresentadora, mas também da própria estilista, com uma ênfase maior que os outros elementos. No entanto, de forma geral, bastante resumida e igualmente superficial na correspondência em imagens dessas cores.

Assim, ao considerarmos os padrões cromáticos somente dentro desse parâmetro (o discursivo) tivemos aquelas cores que a estilista chamou de "clássicas" ("...vermelho, azul e branco"), "femininas" ("Todos os tons de lilás, violeta e vinho, mármore; também azul-claro e verde".) e, ainda, "...complementares para a maioria das mulheres" (como o "...marrom-terra e preto"). Porém, as mesmas cores já haviam sido mencionadas pela apresentadora um pouco antes que Molinari: através de um discurso já transformado: "Molinari começou com vermelho, branco e azul, misturando e combinando as cores... Então, foi para os tons pastéis, marrom-terra e preto...".

Mas, tal sequência cromática (apontada por Elsa e Anna Molinari), quando observada através da descrição dos trajes que fizemos a partir das imagens do desfile,

²¹⁴ Dizemos possível, porque depende, em muito, da densidade do fio *stretch* para conferir o padrão de leveza ou não, pretendido pelo "tecelão", pois, na maioria das vezes, este fio é utilizado mais pelo seu "poder" de elasticidade, que de peso. No entanto, como vimos no material da "Du Pont", o fator "leveza" dos tecidos proveniente do fio *lycra* é muito evidenciado no discurso da empresa. O que vemos em imagens de seu respectivo catálogo, porém, é uma grande quantidade de padrões de tecidos mais encorpados, deixando-nos, então, a dúvida sobre a exatidão de suas informações.

correspondeu a uma maioria de tons **pastéis** (gelo, carmim-claro, areia-claro), de tons **quentes** ("fúscia claro e vermelho), **terrosos** (areia), azulados (azul-petróleo claro, azul-royal, alfazema, hortência escuro), considerando, ainda, que as estampas **florais "graúdas"** vieram em tons **quentes** (de fúscia ou fúscia clara) ou **terrosas** (terracota) e as **florais "miúdas"** em tons de **azulados** (azul-petróleo claro) e a única estampa **abstrata** em um tom da cor terrosa **"terracota"**.

Quanto ao estilo, foi explícito no discurso da estilista (e nas imagens que se fazem de forma geral de sua coleção), o alto teor **romântico e feminino** destinado à construção das formas de seus trajes: "A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica"/"Eu não me concentrei somente em fazer formas coladas ao corpo, mas também que tivessem leveza e suavidade sobre o corpo. Elas ainda reforçam a silhueta longilínea - penso eu - que faz a mulher ficar muito bonita".

Sua explicação, no entanto (oferecida em discurso), é muito válida para que entendamos visualmente o conjunto de vestidos, saias, calças, blusas e casacos vistos no desfile (embora sinteticamente) os quais, na verdade, apresentaram uma diversidade de estilo muito maior do que o declarado.

Mas é necessário, antes de tudo, compreendermos que a "direção pós-minimalista", mencionada por Molinari, referiu-se à ausência quase total de detalhes na construção das peças. Isto é, pela utilização de pouquíssimos adornos, os quais foram vistos em forma de "babados", em alguns dos modelos, e através de uma flor colocada em um vestido, (a qual "segura" para cima o seu barrado e deixa aparente o seu "forro"), pois, por ser uma coleção considerada (pela estilista) "romântica" e "muito feminina", poderia (conforme o que é comumente visto neste estilo) usufruir de um rebuscamento bem maior. No caso, então, ela justificou o lado romanesco de sua coleção através da estamparia e padronagem empregadas nos tecidos, a maioria floridos e rendados.

No entanto, ao retornarmos ao **minimalismo** das formas, ou melhor ao **"pós-minimalismo"**, verificamos, ainda, sobre as formas mais estruturadas (como os casacos e saias, vistos em tecidos mais encorpados e com poucos, ou mesmo sem, detalhes), uma forte característica **"retrô"**, de estilos provenientes da década de 20 e 50/60. Tais aspectos puderam ser evidenciados nas descrições imagéticas que fizemos dos trajes e que vieram, não só pelo comprimento de todos os vestidos (quase todos abaixo dos joelhos ou "pelas

canelas”) e acessórios utilizados, (colares compridos, alguns com duas voltas no pescoço). Portanto, com características de um estilo oriundo da década de 20, mas também, por intermédio de alguns casacos, cujo comprimento e detalhes (7/8, “pelas canelas” e uma espécie de cinto na parte da cintura das costas) compuseram a estética da década de 50/60.

Mas podemos dizer que (baseados nas mesmas descrições imagéticas), o estilo das roupas de Anna Molinari, além de, obviamente ser **"romântico"**, **"feminino"**, **"pós-minimalista"**, também **"retrô"** e, ainda, muito **sensual**. Pelo menos o suficiente, quando - através de alguns vestidos -, os forros utilizados se confundiram em transparências, revelando mais, do que delineando o corpo feminino.

O que tivemos, então, sinteticamente, na coleção de Anna Molinari, tanto em discurso como em imagem, foi uma exaltação à feminilidade, demonstrada em trajes - no caso, a maioria vestidos - muito delicados e ao mesmo tempo discretos e sensuais e, ainda, alegres, **floridos** e coloridos por nuances agradáveis de alguns tons **pastéis**, **quentes**, **terrosos** e **azulados**.

No entanto, a explicação das tendências esteve sempre restrita a um discurso que privilegiou algumas poucas características de seus elementos (no caso, cores e estilo) e a correspondência superficial, genérica e às vezes equivocada de suas respectivas imagens.

Linda Allary para Ellen Tracy/Primavera-Verão/Segmento Feminino

Descrição Discursiva dos 4 Elementos

Influência e Estilo

(Linda Allary): "Você sabe que Ellen Tracy é conhecida pelo corte clássico. A coleção tem muito do esporte clássico, mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada. Então temos um corte suave, levemente acima da linha do quadril, dando um efeito alongado. Bolsos mais altos e casacos acima da linha do quadril, dão um "ar" mais feminino às mulheres".

Estilo/Tecidos

(Elsa): "Roupas de noite são mais sensuais?"

(Linda Allary): " Eu gosto da noite com transparências, mas transparências sutis".

Tecidos

(Elsa): "Quais os tecidos usados"?

(Linda Allary): "Muita seda e texturas misturadas mas, principalmente, muita seda. Eu gosto da leveza da seda na primavera/verão e nas mulheres veste muito bem".

Estilo/Acessórios

(Elsa): "E os acessórios"?

(Linda): "Sandálias maravilhosas. Gosto de plataformas com tiras e saltos pesados. É moderno. Pouca bijouteria, mas muitos lenços e echarpes".

(Elsa): " O cabelo e a maquiagem?"

(Linda): "Muito, muito bonita. Eu gosto de garotas bonitas. Eu penso que as mulheres gostam de se sentirem bonitas e nós fizemos um rosto pálido com sombras prateadas e cabelos presos para cima por pequenos enfeites".

Estampas/Padrões

(Elsa): "Estampas florais é uma parte forte da coleção, batendo recortes e enfeites".

Cores

(Elsa): "Há alguma idéia específica sobre as cores na sua coleção?"

(Linda Allary): "Você sabe que eu amo cores, portanto sempre vai haver cores. Existem cores neutras maravilhosas. Nós começamos com prata, indo para tons maravilhosos e suaves de cinza, com muito metal neles. Suéters e mangas metalizados, casacos metalizados e pequenas pontas metálicas aqui e ali. Daí passamos para tons de cores como azul, azul-marinho até o índigo, indo para o champagne pálido até o vermelho. Você sabe que eu adoro vermelho, portanto, também há o escarlata e suas variações. Tons de gerânio, muito 'quentes', até os tons mais pálidos de gerânio, tudo indo até tons pastéis, suaves".

Descrição Imagética dos 4 Elementos

Traje 1: conjunto de blazer e calça (tailleur) “marfim claro” com echarpe “vermelho”

Blazer

Cor: marfim claro (9/"Du Pont")

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola esporte/mangas compridas/modelagem normal/aboatoamento central com 6 botões/ajustado por pences/bolsos com lapelas/comprimento até o quadril

Calça

Cor: marfim claro (9/"Du Pont")

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: reta e levemente afunilada das pernas

Acessórios: echarpe vermelho (26/"Du Pont") de material fluido e maleável/brincos em pingentes prateados/sandálias vermelhas (26/"Du Pont") em tiras finas

Traje 2: Saia com top (mini-blusa) e casaquinho “cinzas”

Saia

Cor: cinza clara (referência lilás número 20/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/ajustada na cintura (sem pences) e evasê no barrado/fenda frontal/comprimento até os joelhos/cós na linha do umbigo

Top (mini-blusa)

Cor: cinza claro (idem a saia) e prateado (não constam nas cartelas)

Materiais: fluido e transparente e fluido maleável

Padronagem: não há

Estilo: minimalista, mas com detalhe de recorte em outro tecido/curto, acima da cintura/alças finíssima/ajustado

Casaquinho

Cor: Cinza claro (idem a saia)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/modelagem normal/mangas compridas, "normais"/comprimento até o quadril

Acessórios: brincos em pingentes prateados/pulseira fina prateada

Traje 3: conjunto de blazer “branco”, camiseta “preta” e calça “grafite”

Blazer

Cor: branco (23/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola esporte/bolso embutido no lado esquerdo/mangas compridas de modelagem normal, mas cujo corpete é ajustado por pences/abotoamento central (1 botão)/bolsos com lapelas laterais

Camiseta

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: decote careca (redondo e rente ao pescoço)

Calça

Cor: grafite (22/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: reta, mas levemente ampla/minimalista

Acessórios: cinto prateado/lenço preto (24/"Ciba"/segmento feminino) no bolso esquerdo e de material fluido e maleável/brincos prateados em pingentes

Traje 4: camisa e calça “vermelhos”

Camisão

Cor: vermelho (26/"Du Pont")

Material: fluido e maleável (mas, provavelmente algum tipo de linhão macio e fluido)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista, com orientação oriental/gola padre/modelagem levemente ampla, mas reta até bem abaixo do quadril/mangas compridas de modelagem normal

Calça

Cor: vermelha (idem ao camisão)

Material: (idem a camisão)

Padronagem: não há

Estilo: reta, mas afunilando-se nas pernas até o barrado/minimalista

Acessórios: cinto prateado/brincos prateados em pingentes/sandálias prateadas em tiras finas

Traje 5: conjunto de blazer e calça (tailleur) com camiseta “cinza”

Blazer

Cor: cinza metalizado (5/"Du Pont")

Material: encorpado luxuoso

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola esporte com lapelas grandes e levemente arredondadas nas pontas/modelagem levemente ampla/de corte reto/abotoamento central com 6 botões

Camiseta

Cor: cinza clara (20"Ciba"/segmento feminino)

Material e Estilo: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Calça

Cor: (idem ao blazer)

Material: (idem ao blazer)

Padronagem: não há

Estilo: reta/ajustada na cintura, mas levemente ampla nas pernas e barrados/tipo pantalone

Acessórios: brincos prateados em pingentes/sandálias com "salto plataforma" e tiras finas prateadas

Traje 6: conjunto de blazer estampado “floral” com camisa “listrada” e calça “marfim”

Blazer

Cores: marfim (9/"Du Pont") com estampas florais vermelhas (18/"Ciba"/segmento masculino), branca (23/"Ciba"/segmento feminino), pêssego (11/"Du Pont") e verde-musgo (21/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado

Padronagem: floral

Estilo: esporte/gola esporte com lapelas pequenas/ajustado sem pences/mangas compridas com modelagem normal/abotoamento central com 1 botão/comprimento até o quadril

Camisa

Cores: branca (23/"Ciba"/segmento feminino) e vermelha (18/"Ciba"/segmento masculino)

Material: provavelmente encorpado rústico

Padronagem: listrada

Estilo: gola colarinho

Calça

Cor: marfim (9/"Du Pont")

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: reta, mas afunilada nas pernas e barrados/minimalista

Acessórios: brincos prateados em pingentes/sandálias vermelhas com tiras finas

Traje 7: blazer e calça (tailleur) “cinzas”

Blazer

Cor: cinza (referência, lilás 20 "Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola esporte estreita/de modelagem levemente ampla e reto/mangas com modelagem normal/comprimento abaixo do quadril/bolsos laterais com lapela

Calça

Cor: (idem ao blazer)

Material: (idem ao blazer)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/ajustada na cintura, reta e mais ampla nas pernas e barrados/ pantalona

Acessórios: brincos prateados em pingentes/cinto fino branco/sandálias com tiras finas prateadas com "salto plataforma"

Traje 8: vestido colante “cinza”

Cor: cinza (referência lilás número 20/"Ciba"/segmento feminino)

Material: colante

Padronagem: não há

Estilo: vestido de decote reto com alças finíssimas/de modelagem reta e colante ao corpo/comprimento acima dos joelhos

Acessórios: brincos prateados em pingentes/echarpe preto com estampas violáceas

Traje 9: casaco “areia”

Cor: areia (4/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola esporte ampla/de modelagem ampla/ mangas compridas e amplas/fechamento por cinto largo encapado com o mesmo tecido/bolsos laterais embutidos/comprimento acima dos joelhos

Acessórios: sandálias com tiras finas douradas/echarpe amarrado ao pescoço vermelho (26/"Du Pont") de material fluido e maleável/brincos prateados em pingentes

Traje 10: conjuntinho de calça e blusinha “vermelhos”

Blusinha

Cor: vermelha (26/"Du Pont")

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/esporte/de modelagem ajustada/ gola "colarinho"/sem mangas/comprimento até a cintura

Calça

Cor: (idem a calça)

Material: (idem a calça)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/de modelagem reta, ajustada na cintura e afunilada nas pernas e barrados

Acessórios: brincos prateados em pingentes/cinto grosso prateado

Traje 11: conjunto de blazer e short “brancos” com blusa “preta e prateada”

Blazer

Cor: branco (23/"Ciba"/segmento feminino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: esporte/gola “smoking”/de modelagem levemente ampla/mangas compridas levemente amplas/abotoamento central com 1 botão/comprimento até o quadril

Short

Cor: (idem ao blazer)

Material: (idem ao blazer)

Padronagem: não há

Estilo: reto/minimalista/de modelagem ajustada na cintura, mas reto e levemente amplo nas pernas/comprimento pela altura das coxas

Blusa

Cores: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) e prateada (não consta nas cartelas de cores)

Material: fluido e transparente, mas certamente com *lycra* por ser justo e colante

Padronagem: rendada

Estilo: decote redondo e discreto/de modelagem colada ao corpo/comprimento acima da cintura

Acessórios: brincos prateados em pingentes com bolas

Traje 12: frente-única “branca” com pantalonas rendada e transparente, “preta e prateada”

Frente-Única

Cor: branca (23/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: retrô/ estilo anos 50/60/decote reto e profundo/de modelagem ajustada na cintura, mas evasê no barrado/comprimento até o quadril/detalhe de fenda que se inicia na cintura e vai até o quadril

Calça

Cores: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) e prateada (não consta nas cartelas de cores)

Material: fluido e transparente

Padronagem: rendada

Estilo: minimalista/reta e levemente ampla nas pernas e barrados/tipo "pantalonas"

Acessórios: brincos brancos em pingentes com bolas/sandálias com tiras finas pretas e saltos grossos

Traje 13: “tomara que caia” “branco” com pantalona “transparente e rendada”

“Tomara que caia”

Cores: branca (1/"Ciba"/segmento masculino) e com detalhe de tira (abaixo do busto) em preto (24/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado

Padronagem: não há

Estilo: é um estilo que pode ser considerado proveniente dos anos 60/70/Túnica "tomara que caia" de modelagem ajustada na parte do busto e cintura, sendo evasê no comprimento, na altura do quadril/é ornamentada pelo detalhe de uma tira preta estreita que passa logo abaixo do busto e que circunda todo o corpo, acabando em laço com longas pontas na parte da frente.

Calça

Cores: preta (24/"Ciba"/segmento feminino) com detalhes prateados (não consta nas cartelas de cores)

Material: fluido e transparente

Padronagem: rendada

Estilo: Estilo: minimalista/reta e levemente ampla nas pernas e barrados/tipo "pantalona"

Acessórios: brincos pretos em pingentes/sandálias pretas com tiras finas

Descrição "Sincrônica" dos 4 Elementos

Na coleção de primavera-verão/97 para o segmento feminino de Linda Allary para Ellen Tracy, não encontramos qualquer referência no discurso da estilista e da apresentadora (no programa), que pudesse remeter às influências que guiaram a coleção apresentada.

Por outro lado, o estilo das roupas foi que, ao que pareceu, comandou a criação das formas e, em função dessas, as cores e os tecidos: "Você sabe (Linda para Elsa) que Ellen Tracy é conhecida pelo corte clássico. A coleção tem muito do esporte-clássico, mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada. Então, temos um corte suave, levemente acima da linha do quadril,

dando um efeito alongado. Bolsos mais altos e casacos acima da linha do quadril, dão um "ar" mais feminino às mulheres".

As imagens, então, que se sobrepõem a esse discurso, são das roupas sendo desfiladas, de forma geral (em seus vários enquadramentos e efeitos de câmera e edição), mostrando, apenas em detalhes, alguns aspectos da construção dos blazers (focalizados um pouco mais próximos às manequins).

No entanto, a partir dos trajes por nós descritos e vistos em imagens, pudemos entender - mais facilmente -, o que significou ser o estilo "esporte-clássico". Uma roupa um pouco mais despojada, através de alguns detalhes de sua construção (como as variações encontradas nas golas "esportes" dos blazers, ora mais estreitas, ora mais largas; nos abotoamentos - com 6, 4, 3, 1, botões -; bolsos embutidos e as calças mais retas e soltas), mas que, ao mesmo tempo, privilegie formas muito bem esculpidas, com um bom "corte". Ou seja, com um perfeito domínio das técnicas de modelagem de uma roupa, feitas, muitas vezes, através de ajustes com pences (ajustes internos, no caso de blazers e calças) ou, ainda, pela exclusão dessas, por meio de outras técnicas de montagem dos moldes das roupas (como o "moulage" ou a preparação em "toiles", que fazem com que se suprimam as pences, sem, no entanto, abrir "mão" dos ajustes).

Assim, vimos uma boa variedade de "terninhos" confortáveis, femininos e muito simples (com poucos detalhes, os quais vieram só em forma de bolsos) feitos, tanto em tecidos **fluidos** e **maleáveis**, como **encorpados rústicos** e **luxuosos** (no entanto, aparentando serem mais leves) ajustados (ora por pences aparentes, ora não) - algumas vezes - para sugerirem a silhueta da mulher (principalmente, através da modelagem dos blazers, cujo comprimento, acima do quadril, deixa-o em evidência) e, outras, nem tanto (através das mesmas peças, mas já com uma modelagem mais solta, mas que ainda respeitava as mesmas linhas de comprimento, na altura quadril). As calças, por sua vez, tiveram uma modelagem reta e levemente ampla, caracterizando o tipo "pantalona" e foram vistas nos mesmos tipos de materiais mencionados anteriormente (mesmo porque são partes de conjunto com os blazers).

Mas, neste "esporte-clássico" vimos, também, alguns modelos um pouco mais ousados (do que os discretos "terninhos"), sugeridos para ocasiões mais informais e, mais especificamente para noite. Ressaltamos, então, algumas peças, como um vestido mais

sensual, encontrado na cor cinza, de tecido colante e completamente "minimalista" (sem detalhes, apenas reto e de alcinhas); os conjuntinhos de saia (com fenda) com casaquinho e "top" (espécie de blusa curtinha) ou de short com blusa e blazer, confeccionados em material fluido e maleável e, principalmente, algumas pantalonas fluidas, transparentes e rendadas por detalhes prateados (as quais tiveram o seu material evidenciado, tanto no discurso da estilista, quanto nas imagens do desfile) que foram combinadas com as formas simétricas e ajustadas das túnicas (uma "frente única" e outra "tomara que caia", isto é, sem alças). Essas últimas, no entanto, evocando os estilos clássico e retrô (oriundas das décadas de 60 e 70), não só através de sua modelagem, mas também através do conjunto de todo o seu traje, que se complementou com sandálias tipo "plataforma", lenços e echarpes. Acessórios muito utilizados na década de 70 e que não só foram vistos no desfile, como mencionados pela estilista.

A coleção de Linda Allary, portanto, pôde ser definida como aquela que apresentou um estilo **esporte-clássico**, mas também "**minimalista**" e, numa certa medida, essencialmente "**clássico**" e ainda "**retrô**".

No entanto, se o leque de estilos e, conseqüentemente, dos materiais empregados para as suas respectivas construções ganharam uma dimensão um pouco maior, a partir daquilo que encontramos no parâmetro imagético (e os quais, por sua vez, foram detectados somente a partir de uma descrição detalhada feita por nós e não através das imagens corridas e ininterruptas do desfile), uma mesma "superficialidade" na explicação pôde ser dita a respeito dos materiais que foram utilizados na coleção da estilista, através de seu discurso.

Como já mencionamos, o estilo "esporte-clássico" também pôde ser considerado como, minimalista e essencialmente "**clássico**" e "**retrô**" (pelo menos no que diz respeito às roupas mais informais ou para serem usadas "noite"). Apelando, portanto, mais para a elegância, do que para a sensualidade (como muitos poderiam talvez achar, por alguns modelos serem mais colantes, decotados ou confeccionados em materiais mais transparentes. No entanto, o que deve ser considerado é a maioria das formas oriundas dos estilos pretendidos, no caso, mais discretos e bem construídos). E, no que se referiu aos materiais, tivemos em opções, muito mais do que a estilista fez questão de ressaltar em seu discurso: "Muita seda e texturas misturadas, mas principalmente muita seda. Eu gosto da

leveza da seda na primavera-verão e nas mulheres veste muito bem". Nesse sentido, então, o que se apresentou neste momento - em imagens -, foi o modelo de um "terninho" confeccionado em material encorpado e luxuoso, não importando, assim (ao programa), o desencontro de "informações" em seu nível de discurso e imagem.

As estampas, também, apesar de serem ressaltadas de modo especial pela apresentadora ("Estampas **florais** é uma parte forte na coleção, batendo recortes e enfeites..."), foram igualmente (aos materiais e estilos) demonstradas de forma superficial no campo imagético, uma vez que alguns exemplares foram vistos, apenas, nas partes iniciais do desfile e, no momento específico de sua menção em discurso, rapidamente inseridos. O programa, então, ofereceu uma grande maioria de roupas "lisas", sem estampas, evidenciando, portanto, as cores vistas no desfile (no entanto, respeitando o ritmo técnico do programa, demonstrando imagens gerais e ininterruptas).

Sobre as cores, também tivemos um bom discurso explicativo oferecido pela estilista (que aproveitou para declarar a sua paixão pelas cores e, particularmente, pelo "vermelho"). Entretanto, quando nos reportamos às nossas descrições imagéticas dos trajes, encontramos uma variação limitada de cores (principalmente os azulados, violáceos e metalizados, estes últimos muito enfatizados no discurso) que foram destacadas na locução da estilista.

Sendo assim, percebemos que a construção elaborada pelo programa desconsiderou em imagens, todo o apelo discursivo elaborado (tanto pela estilista, quanto pela apresentadora) ao estilo, materiais e estampas dos modelos apresentados na coleção, apenas privilegiando a apresentação visual das cores colocadas em relevância, através de suas narrações.

Mas, um outro aspecto figurou especialmente implícito à coleção de Linda Allary e que observamos através de modelos elaborados para serem comportados e discretos em seus vários estilos e onde a sensualidade deu lugar à elegância e feminilidade. Uma coleção, portanto, altamente objetiva em seu sentido comercial, uma vez que trabalhou modelos para serem vistos e entendidos como "usáveis", tanto para o trabalho, como para ocasiões mais informais, refletindo, dessa forma (e muito bem) o conceito da "moda" americana, igualmente prática e objetiva.

Coleção de verão/97 para o segmento masculino de John Bartlett

Descrição Discursiva dos 4 Elementos

Influências

(Elsa): "Sonhando em Cuba. Este é o tema de primavera para a coleção masculina do *designer* novaiorquino John Bartlett. Ele pendura ventiladores de teto e veste camisas cubanas, chapéu de palha e se balança numa rede acima da passarela, durante o show".

(John Bartlett): "Eu chamo meu desfile de 'dança/mania de moda'. Homens bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação".

Influências/Estilo

(Elsa): "Por que você é fascinado por Cuba?"

(John Bartlett): "Eu não sei ao certo. Existe todo um aparato militar em Cuba e é um país militar mesmo. Então, eu me servi da idéia de roupas de verão tropical com um toque de campo militar nelas".

Cores

(Elsa): "E como são os ternos italianos, as cores?"

(John Bartlett): "Muito marrom escuro, preto com branco...Marrom, marinho, preto, caqui. Todas as cores masculinas".

Materiais

(John Bartlett): "...muita lã-stretch".

Estilo

(Elsa): "Mas quão justas são as roupas?"

(John Bartlett): "São bastante coladas ao corpo. Os ternos são retos e não há bolsos aparentes. As calças são retas e estreitas. Também temos algumas roupas, como calças mais folgadas, com camisas justas. Um pouco de proporção. Os calções de banho são colados ao corpo".

(Elsa): "John Bartlett acredita que os homens devem estar tão confortáveis de ternos, quanto de jeans. Os ternos têm corte italiano".

(Bartlett): "Nós mudamos muito de nossa produção para a Itália porque a maioria dos nossos tecidos são italianos. Eles fazem um bom trabalho. Então, tudo é muito reto, sem muitos bolsos. Nós estamos mostrando um terno italiano, mas também um jeito americano. Um pouco de ambos".

(Elsa): "Então, os homens podem tanto usar jeans quanto ternos?"

(Bartlett): "Exato. Eu comecei um pouco devagar com as roupas casuais, das sextas-feiras. Mas eu já fiz as pazes com isso e agora tanto faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta".

(Elsa): "O que você me diz dos cabelos e do jeito dos manequins?"

(Bartlett): "Eles têm um jeito bem masculino, bem cuidado. Os cabelos são um pouco desarranjados. É um tipo natural, como se tivessem acabado de acordar".

Descrição Imagética dos 4 Elementos

Traje 1: camisa "hortência" com calça "preta"

Camisa

Cor: hortência clara (referência número 14/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia

Padronagem: não há

Estilo: minimalista (apenas um bolso na lateral esquerda)/gola simples (sem colarinho)/mangas curtas/levemente ajustada/ comprimento até a metade do quadril

Calça

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/de modelagem reta e levemente ajustada nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos

Acessórios: sapatos com cadarço fechado da cor da camisa, gargantilha colada ao pescoço e pulseira de várias voltas no punho, ambas de couro.

Traje 2: calça “jeans”

Cor: índigo (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico (jeans)

Padronagem: não há

Estilo: esporte/modelagem reta e ajustada nas pernas e barrados/ comprimento até os tornozelos

Acessórios: pulseira grossa preta com chapinhas prateadas e gargantilha preta (ambas de couro)

Traje 3: blusa “areia” com calça “marrom/acinzentada”

Blusa

Cor: areia (1/"Du Pont")

Material: malharia de tricô

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/blusa tipo "polo" de modelagem justa/gola simples (sem colarinho)/mangas curtas/barrados sanfonados/comprimento pela cintura

Calça

Cor: marrom/acinzentada (19/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/de modelagem reta e levemente ampla nas pernas e barrados/comprimento até

Acessórios: gargantilha de couro

Traje 4: calção de banho

Cores: preto (24/"Ciba"/segmento feminino) com detalhes em faixas na cores branca (23/"Ciba"/segmento feminino) e (outra mais estreita) castor (16/"Ciba"/segmento masculino)

Material: colante

Estilo: retrô/cós abaixo da cintura com detalhe de cinto preso por um botão preto/comprimento na parte superior das coxas

Acessórios: gargantilha no pescoço e pulseira (ambas de couro)

Traje 5: terno "marrom acinzentado" com camisa

Paletó

Cor: marrom acinzentado (não consta nas cartelas de cores)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: modelagem normal (nem muito amplo, nem muito ajustado) para o corpete e mangas compridas/minimalista/gola com lapelas estreitíssimas/ fechamento central sem botões aparentes/comprimento até o quadril

Calça

Cor: idem ao paletó

Material: idem ao paletó

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem reta e levemente ajustada nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos

Camisa

Cor: cinza-arezzo (14/"Ciba"/segmento masculino)

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: gola "colarinho" grande

Acessórios: gargantilha

Traje 6: terno "marinho escuro" com camisa

Paletó

Cor: azul-marinho escuro (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: gola com lapelas estreitas/corte reto de modelagem normas/mangas compridas também com modelagem normal/comprimento até o quadril/minimalista/fechamento central sem botões aparentes

Calça

Cor: idem ao paletó

Material: idem ao paletó

Padronagem: não há

Estilo: reta/levemente ajustada nas pernas e barrados

Camisa

Cor: hortência (14/"Ciba"/segmento feminino)

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: gola "colarinho"

Traje 7: terno "grafite" (paletó) com camisa

Paletó

Cor: grafite (3/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: gola com lapelas estreitas/de corte reto e modelagem normal, também para as mangas, compridas/abotoamento central com dois botões/detalhes nos ombros formados por recortes, os quais são chamados de "palas"/comprimento até o quadril

Calça

Não foi possível vê-la em detalhes

Camisa

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: gola "colarinho"

Traje 8: camiseta "cavada" e calça "jeans"

Camiseta

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia de tricô (com pontos largos)

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/modelagem justa ao corpo/cavada por alças finas/comprimento até a cintura

Calça

Cor: índigo (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico (jeans)

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem reta, mas levemente ajustada ao corpo/detalhe de botões aparentes

Acessórios: gargantilha de couro e pulseira grossa, também de couro

Traje 9: terno "cinza-arezzo" (paletó) com camisa "marrom"

Paletó

Cor: cinza-arezzo (19/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: gola com lapela estreitas/modelagem normal, também para as mangas, compridas/abotoamento central com dois botões/detalhe de recorte nos ombros: "palas"/comprimento até o quadril

Calça

Não foi possível visualizá-la

Camisa

Cor: marrom (22/"Du Pont")

Material: não foi possível identificar

Padronagem: não há

Estilo: gola "colarinho"

Traje 10: jaqueta com camiseta e calça "marrons"

Jaqueta

Cor: marrom (22/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: esporte/modelagem normal, também para as mangas, compridas/gola sem colarinho/fechamento central por zíper/comprimento logo abaixo da cintura

Camiseta

Cor: areia (4/"Ciba"/segmento masculino)

Material: malharia de tricô

Padronagem: não há

Estilo: decote redondo

Calça

Cor: marrom (22/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: xadrez miúdo

Estilo: minimalista/de modelagem reta e levemente ajustada nas pernas

Traje 11: Blusa “verde-azeitona” e calça “branca”

Blusa

Cor: verde-azeitona clara (12/"Du Pont")

Material: malharia de tricô

Padronagem: não há

Estilo: blusa tipo "polo"/gola simples (sem colarinho)/mangas curtas/minimalista/modelagem justa/comprimento pela cintura

Calça

Cor: branca (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: esporte/de modelagem reta e levemente ajustada nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos/detalhe de botões aparentes

Acessórios: sapatos laranja (25/"Du Pont") com frisos brancos (1/"Ciba"/segmento masculino)/fechados/gargantilha de couro

Traje 12: terno "marrom" com camiseta

Paletó

Cor: marrom (22/"Du Pont")

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/gola com lapelas estreitas/modelagem normal/mangas também com modelagem normal, compridas/fechamento central sem botões aparentes/comprimento na linha do quadril

Calça

Cor: idem ao paletó

Material: idem ao paletó

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem reta e levemente ajustada nas pernas e barrados

Camiseta

Cor: castor (16/"Ciba"/segmento masculino)

Material: possivelmente malharia de tricô

Padronagem: não há

Estilo: gola sem colarinho

Traje 13: camisa "amarelo-cádmio" com calça "marrom"

Camisa

Cor: amarelo-cádmio (19/"Ciba"/segmento masculino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: não há

Estilo: minimalista (apenas com bolso na lateral esquerda)/gola simples (sem colarinho)/mangas curtas/modelagem levemente ajustada ao corpo/comprimento até a metade do quadril

Calça

Cor: marrom (15/"Ciba"/segmento masculino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem reta/levemente ajustada nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos

Acessórios: sapatos marrons (15/"Ciba"/segmento masculino) com frisos brancos (1/"Ciba"/segmento masculino), fechados/gargantilha e pulseira grossa, ambos de couro

Traje 14: camisa militar "hortência" com gravata e calça "marinho"

Camisa

Cor: hortência clara (14/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem justa (por pences)/mangas curtas/bolsos frontais, em ambos os lados e na parte superior/detalhes de tiras aplicadas sobre os ombros, imitando "dragons"

Calça

Cor: azul-marinho (18/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Estilo: de modelagem reta/ajustada nas pernas e barrados/detalhe na cintura, com cós largo, feito por uma espécie de cinto/comprimento até os tornozelos

Acessórios: gravata larga e curta (na mesma cor e material da calça)/sapatos na cor hortências (14/"Ciba"/segmento feminino) com frisos brancos (1/"Ciba"/segmento masculino), fechados

Traje 15: conjunto de camisa e calça "brancos"

Camisa

Cor: branca (1/"Ciba"/segmento masculino)

Material: fluido e maleável

Padronagem: apresenta uma espécie de bordado de ambos os lados do abotoamento da camisa

Estilo: minimalista/gola "simples", sem colarinho/modelagem reta e levemente ampla/comprimento até o quadril

Calça

Cor: idem a camisa

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: minimalista/cós alto, até a cintura/de modelagem reta e ajustada nas pernas e barrados

Acessórios: sapatos pretos, brilhantes com frisos brancos, fechados/gargantilha de couro

Traje 16: blusa listrada com calça "preta"

Blusa

Cores: branca (1/"Ciba"/segmento masculino) e preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia

Padronagem: listras

Estilo: decote "careca" (redondo, rente ao pescoço), modelagem ajustada/mangas curtas e justas/barrados sanfonados/comprimento até a cintura/minimalista

Calça

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: de corte reto/modelagem levemente ampla nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos

Acessórios: sapatos pretos com frisos brancos, fechados/pulseira em couro grossa

Traje 17: conjunto de camisa e short "pretos"

Camisa

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: inovativo (de aspecto "oleoso")

Padronagem: não há

Estilo: gola "colarinho"/modelagem justa/mangas curtas, justas/minimalista

Short

Cor: idem a camisa

Material: idem a camisa

Padronagem: não há

Estilo: de modelagem justa/comprimento até as coxa/sem detalhes (minimalista)

Acessórios: sapatos fechados na cor gelo (10/"Du Pont")/pulseira grossa

Traje 18: blusa "caqui" com calça "areia"

Blusa

Cor: caqui de aparência "suja" (tendo como referência a cor 5/"Ciba"/segmento masculino, só que esta cor é mais clara que a apresentada pelo estilista)

Material: malharia

Padronagem: não há

Estilo: blusa tipo "polo"/gola "simples", sem colarinho/mangas curtas e justas/modelagem justa/minimalista/barrados sanfonados/comprimento até a cintura

Calça

Cor: areia de aparência "suja" (referência número 19/"Ciba"/segmento feminino, cor mais clara que a apresentada pelo estilista)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: calça de corte reto/modelagem ajustadas nas pernas e barrados/comprimento até os pés

Traje 19: blusa preta em estampa "zigue-zague" com calça "preta"

Blusa

Cores: branca (1/"Ciba"/segmento masculino) e preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: malharia

Padronagem: zigue-zague

Estilo: blusa tipo "polo" de gola simples/modelagem justa/mangas curtas e justas/minimalista/comprimento até a cintura

Calça

Cor: preta (24/"Ciba"/segmento feminino)

Material: encorpado rústico

Padronagem: não há

Estilo: de corte reto/modelagem ajustadas nas pernas e barrados/comprimento até os tornozelos/minimalista

Acessórios: sapatos fechados com padrão de couro de cobra/gargantilha de couro

Traje 20: calção de banho

Cores: preto (24/"Ciba"/segmento feminino), com faixas nas cores branca (1/"Ciba"/segmento masculino) e rosa (13/"Du Pont")

Material: colante

Padronagem: listras na parte do cóis (cintura)

Estilo: retrô/cóis abaixo da cintura/comprimento na parte superior das coxas

Acessórios: gargantilha e pulseira grossa, ambas de couro

Descrição "Sincrônica" dos 4 Elementos

As influências, que conduziram a coleção masculina da primavera 97 de John Bartlett, vieram de Cuba e foram bem demonstradas no programa pelo discurso que a apresentadora fez, na introdução de seu desfile: "Sonhando em Cuba. Este é o tema de primavera para a coleção masculina do *designer* novaiorquino John Bartlett. Ele pendura ventiladores de teto, veste camisas cubanas, chapéu de palha e se balança numa rede acima da passarela durante o show".

Mas, muito embora não possamos identificar o estilista se balançando na rede, as imagens corresponderam exatamente àquilo que Elsa descreveu, reforçando, assim, a idéia temática da coleção do estilista.

Algum tempo depois do andamento do desfile, no entanto, ela retornou novamente – em discurso – com o 'perfil cubano', perguntando ao estilista sobre a sua "fascinação" por este país. A resposta, porém, conduziu à idealização de um estilo, usado por ele aos trajes de sua coleção: "Eu não sei ao certo. Existe todo um aparato militar em Cuba e é um país militar mesmo. Então, eu me servi da idéia de roupas de verão tropical com um toque de campo militar nelas".

No entanto, o que se apresentou em imagens foi somente um traje neste estilo (militar), cujo modelo combinou uma camisa com alguns detalhes nos ombros imitando, talvez, possíveis dragonas militares, com uma calça "diferente", de cóis largo, servindo

como uma espécie de cinto (todas essas peças, porém, devidamente adaptadas à modelagem ajustada, também trabalhada pelo estilista às suas roupas).

Mas outro aspecto a ser considerado como uma influência à coleção, e proveniente de Cuba (entretanto, sem características militares e dentro de um contexto mais subjetivo), veio através do nome e do significado que o próprio estilista deu ao seu desfile, onde pudemos perceber um paradoxo curioso entre as formas por ele sugeridas: “Eu chamo meu desfile de dança/mania de moda. Homens bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação”.

Isso, então, nos levou ao elemento estilo e, nesse sentido, o que nos chamou atenção foi que John Bartlett pareceu ‘brincar’ com os efeitos de modelagem, que ora apresentou formas coladas ao corpo (como ele mesmo disse e que discutiremos logo em seguida), ora levemente amplas. Neste momento, o que vimos em imagens, foram os diversos tipos de trajes trabalhados por ele. Isso significa que, dentro desse paradoxo de modelagem, foram vistas não só roupas mais “despojadas”, como calças combinadas com blusas ou camisas, mas também clássicas, como os ternos.

No entanto, mesmo sendo exibido tal paradoxo, a apresentadora quis generalizar - em seu discurso - o aspecto das formas ajustadas, de modo a querer entender (ao que pareceu) qual seria a extensão dada a este tipo de modelagem às roupas da coleção de John Bartlett: “Mas o quão justas são as roupas?”.

O estilista, então, lhe respondeu conforme o seu conceito sobre roupas “coladas ao corpo”, ou seja, também generalizando-as dentro de um contexto (o de sua coleção) e não explicando a diferença existente entre os estilos e as necessárias modelagens aplicadas à eles: (John Bartlett): “São bastante coladas ao corpo. Os ternos são retos e não há bolsos aparentes. As calças são retas e estreitas. Também temos algumas roupas como calças mais folgadas com camisas justas. Um pouco de proporção. Os calções de banho são colados ao corpo”.

Obviamente, ao observarmos as imagens do desfile neste momento, percebemos que as roupas apresentadas agregaram alguns dos detalhes de “ajustamentos” (no seu sentido de “colante” ou “grudado ao corpo”) propostos por eles, como um exemplar de calção de banho, algumas calças, blusas e camisas mais justas. No entanto, o que dizer dos ternos, também inseridos na mesma sequência de imagens? Ora, à construção dos ternos (paletós e

calças), se faz imprescindível uma modelagem mais ampla (necessária para que o traje possa ter um caimento compatível aos movimentos da pessoa). Nesse sentido, então, a resposta correta deveria vir através de uma divisão - por nós já mencionada - entre os estilos considerados pelo estilista, explicando, então, que, às primeiras peças tal conceito de "colado ao corpo" se justificaria, mas para as outras, o mesmo não poderia ser aplicado. Porém, ainda sobre os ternos, o que talvez não tenha ficado claro no discurso de John Bartlett é que ele, sem dúvida, idealizou uma traje mais contido em proporções, diferente dos ternos que estamos acostumados a encontrar, com calças e paletós essencialmente mais largos, estruturados (mas, de forma alguma, "colados ao corpo"). O estilista, então, "renovou" a modelagem deste tipo de vestuário e inseriu um corte novo - mais moderno -, em que os detalhes de volume (como as "ombreiras"²¹⁵ dos paletós e a amplidão dessas peças) foram abolidos para dar lugar a roupas mais leves, consequência do emprego de menos tecido. Também observamos que este novo terno, foi privado - em sua grande maioria - de detalhes (obedecendo o estilo "minimalista") e que foi combinado ou com camisetas (tipo "polo") ou com camisas sem gravatas, apresentando um estilo mais informal para "ternos" e, portanto, integrando-se mais ao estilo "casual".

Mas se tais aspectos (sobre a diferença de modelagem, estilos e formas de uso, aplicados aos ternos criados por John Bartlett), não foram mencionados em discurso (e só detectados em imagens), sem dúvida, ele justificou uma característica que se relacionava a algumas peças - as calças -, como sendo um pouco mais "folgadas", uma vez que seu objetivo foi o de estabelecer "um pouco de proporção". Isso, porém, foi visualmente inexpressivo e quase imperceptível (pois não só as imagens não corresponderam ao discurso do estilista, como também foram oferecidas genericamente, sempre corridas e ininterruptas) e, assim como os outros detalhes de proporção, só puderam ser entendidos a partir da descrição imagética que fizemos de alguns dos trajes.

Foi somente dessa forma, então, que pudemos entender que o seu conceito de "homens bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação" se aplicou não só às roupas mais amplas, mas às justas também. Isso

²¹⁵ As "ombreiras" dos paletós são enchimentos colocados nas pontas dos ombros, criando um efeito parecido ao dos trajes usados pelos jogadores de futebol americano. Foi muitíssimo usado, na década de 80, pelos dois segmentos - masculino e feminino - caindo em desuso no início da década de 90. No entanto, ainda é visto entre as "criações" de alguns estilistas, o que sinaliza ser ele mais conservador na modelagem de suas peças.

porque o seu conceito de conforto e elegância, segundo o estilista, pôde ser considerado, também, a partir dos materiais que empregou em algumas peças justas. No caso, blusas em malharia ou malharia de tricô e calças com tecidos encorpados rústicos, mas notoriamente mais leves. Mas sobre os materiais comentaremos mais tarde.

No momento, é importante ressaltar que, também sobre o conceito de conforto e elegância, tanto apresentadora, como estilista insistiram - em muito - através de seus discursos, revelar, como, especificamente, tais qualidades se verificavam no vestuário: (Elsa) "John Bartlett acredita que os homens devem estar tão confortáveis de ternos, quanto de jeans. Os ternos têm corte italiano".

(J.B.): "Nós mudamos muito de nossa produção para a Itália porque a maioria dos nossos tecidos são italianos. Eles fazem um bom trabalho. Então, tudo é muito reto, sem muitos bolsos. Nós estamos mostrando um terno italiano, mas também um jeito americano. Um pouco de ambos".

(Elsa): "E como são os ternos italianos, as cores?"

(J.B.): "Muito marrom escuro, preto com branco, abotoaduras listradas e muita *lã-stretch*. Muito simples. Marrom, marinho, preto, caqui. Todas as cores masculinas".

(Elsa): "Então os homens podem usar tanto jeans quanto ternos?"

(J.B.): "Exato. Eu comecei um pouco devagar com as roupas casuais, das sextas-feiras. Mas eu já fiz as pazes com isso e agora tanto faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta".

Como nesse diálogo existiram referências não só sobre o elemento "estilo", mas também "cores" e "materiais", vamos prosseguir com nossa discussão sobre o primeiro e, somente depois, passar para o restante.

Dessa forma, quando nos reportamos, novamente, às imagens que corresponderam ao seu respectivo discurso (no caso, o diálogo apresentado), verificamos que o programa privilegiou a demonstração dos ternos e das roupas "casuais" (blusas e camisas combinadas com calças mais esportivas), relevando, portanto, as peças em jeans (mostradas no início e fim do desfile).

O estilista, então, abordou os ternos e os jeans, colocando tais peças (apesar de se tratarem de estilos diferentes) dentro de um mesmo conceito de conforto e, sobretudo, dentro do parâmetro de roupas casuais. Sendo assim, como ele mesmo disse, "agora tanto

faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta". Também seria importante entender que (também como ele mesmo disse), Bartlett iniciou seu trabalho com as roupas das "sextas-feiras": isto é, roupas essencialmente "casuais".

Entendemos que, na verdade, o estilo propagado por Bartlett baseou-se em uma modelagem característica do estilo *clubbwear*, com formas ajustadas ao corpo (e também identificado através dos sapatos, todos muito coloridos), mas também um pouco mais amplas, quando pretendeu integrar a algumas peças um pouco de proporção (camisas ou blusas justas com calças esportivas levemente amplas) ou, especialmente, aos ternos. A grande maioria das roupas, porém, cultuando o **minimalismo** (devido à ausência, quase total, de detalhes nas roupas) e, sem dúvida, o estilo casual. Este, no entanto, entendido a partir de sub-grupos: como o **casual/rústico** e militar considerado pelas peças com "toque militar" (e também proposto através do "visual" másculo e viril dos manequins, com cabelos desarranjados, tipo "selvagem" e seus acessórios, como as gargantilhas e as grossas pulseiras de couro); o **casual/esporte**, da grande maioria de peças descontraídas e esportivas (como as calças combinadas, ora com camisas, ora com blusas) e o **casual clássico**, enquadrando todos os tipo de ternos (pois, muito embora eles agregassem o clássico corte italiano, já haviam abolido o uso "formal" das gravatas, substituindo as camisas "colarinho" com golas curtas, pelas de "colarinho" com golas grandes ou ainda, camisetas polo; encurtando as lapelas, desestruturando os ombros e, ainda, conforme o discurso do estilista, usados com abotoaduras listradas: o toque lúdico vindo do "*clubbwear*" dado aos ternos). Mas tivemos, ainda os estilos **retrô** (para os calções de banho mais "fechados" e compridos, no entanto, colados ao corpo e característicos do estilo das década de 60) e porque não dizer, **sensual**, uma vez que várias peças de roupa (mais justas e cavadas) intencionavam definir e evidenciar o corpo masculino .

Quanto às cores utilizadas pelo estilista, tivemos em discurso somente algumas referências sobre as usadas nos ternos italianos, uma vez que a apresentadora buscou essa informação colocando em relevância apenas esse tipo de roupa. Assim, conforme o que Bartlett respondeu, ele utilizou "Todas as cores masculinas": "...Muito marrom escuro, preto com branco... Marrom, marinho, preto, caqui...".

O que vimos em imagens, no entanto, neste momento, foi somente uma amostra de tons terrosos (através de um terno e uma calça com jaqueta marrons). Um explicação

similar, também, encontramos para os tecidos, considerados em discurso e imagens, da mesma forma. Quando, porém, destacamos esses dois últimos elementos ("cores" e "materiais") de nossas descrições dos trajes (vistos em imagens), pudemos observar que a coleção de John Bartlett amparou, além das cores já mencionadas acima (e direcionadas somente aos ternos), outros tons **terrosos** (como areia, castor e uma espécie de caqui "sujo"), mais alguns tons de **azulados** (hortência claro e hortência), um tom **quente** (amarelo-cádmio), um **esverdeado** (verde-azeitona claro) e outro **acinzentado** (grafite). Para os materiais, vimos tecidos de aspecto **encorpado rústico** (como o próprio tecido da calças jeans e outros - possivelmente sarja e algodão - usados nas calças mais esportivas e na camisa em estilo militar), as **malharias** e as **malharias de tricô** (nas camisas ajustadas e nas blusas com e sem gola polo, mas todas com barrados sanfonados), os **colantes** (nos calções de banho) e, ainda, os **inovativos** (de aspecto "oleoso", usado em um conjunto de short e camisa, ambos de cor preta).

Os padrões e estampas, embora sequer mencionados nos discursos de ambos (apresentadora e estilista), foram vistos (através de nossas descrições) apenas em duas blusas, uma de estampa **listrada** e outra em "**zigue-zague**" (ambas pretas e brancas) e, também, através do padrão **xadrez miúdo** e marrom de uma das calças apresentadas.

A coleção masculina de John Bartlett, mostrada através do programa "Style", com explicações discursivas superficiais e parciais, com suas respectivas representações imagéticas pouco esclarecedores, apresentou, portanto, dentro de seu tema "cubano", algumas opções de roupas dirigidas ao "dia-a-dia" do americano. Amparou, dessa forma, sugestões informais, vindas, porém, tanto através de ternos, como modelos mais esportivos. A "modernidade" de suas peças, no entanto, ficaram - quase exclusivamente -, por conta de alguns aspectos específicos. Detalhes que, nas roupas, foram sinalizados por intermédio de "inovações" ou "transgressões" de alguns padrões de construção do vestuário masculino. No caso, então, destacamos para os ternos, além de uma nova possibilidade de material - a *lã stretch* -, (de tipo encorpado rústico, mas certamente mais confortável ou mesmo mais leve) as lapelas estreitíssimas das golas dos ternos, diferentes das tradicionais que são grandes (até mesmo exageradas) ou médias. Já nos modelos mais esportivos, tivemos nas calças - além da modelagem justa, um comprimento curto - pelos tornozelos. Um detalhe

lançado e visto não só na coleção de John Bartlett, mas também nas de outros estilistas, europeus e americanos, na mesma época.

Entretanto, no que se referiu às "cores masculinas", as discretas e escuras foram preferidas pelo estilista, sendo encontradas, apenas, poucas alternativas a elas. Talvez, porque, os trajes oferecidos por J. B., apesar de se proclamarem modernos, se integraram à já conhecida fórmula comercial americana de vestuário. A de que as peças de vestuário devam ser vistas e entendidas como roupas práticas e, acima de tudo, usáveis.

Sobre a Prescrição Estética (Influências/Materiais/Padronagens/Cores/Estilos) Apontada pelos Estilistas

A partir, então, dos discursos e imagens (tanto das apresentadoras, quanto dos estilistas) nós identificamos algumas "influências/inspirações" que guiaram as coleções apresentadas para a primavera e o verão de 97.

Vimos, portanto, que para a coleção de Jean Charles de Castelbajac, as influências vieram através da beleza da cidade de Paris, também de sua esposa "Tasha" (e seu "belo sorriso") e, ainda, da arte naïf, sempre apreciada pelo estilista.

Para a italiana, Anna Molinari, no entanto, as influências foram relevantes, somente, se considerarmos a temática de "banho de rosas" (mencionada pela apresentadora) e a criação dos acessórios e materiais (proposta pela estilista). No caso, colares provenientes das jóias que a realeza teria usado séculos atrás e os tecidos, através da possibilidade de se "retomar um século de moda", por causa da proximidade do ano 2000.

Já para os americanos, Linda Allary e John Bartlett, as influências vieram dos próprios modelos do estilo "esporte-clássico" (a qual é defendida pelo proprietário da marca "Ellen Tracy", para quem Linda fez a coleção) e de Cuba, respectivamente.

Quanto aos materiais, os mais utilizados entre os estilistas (e verificados igualmente em imagens e discursos) foram os encorpados rústicos presentes nas coleções de Jean Charles de Castelbajac, Anna Molinari, Linda Allary e John Bartlett (portanto, para ambos os segmentos, masculino e feminino), seguidos pelos encorpados luxuosos, em três coleções (as de Linda Allary, Jean Charles de Castelbajac e Anna Molinari, todas dirigidas

ao segmento feminino), fluidos e maleáveis e fluidos e transparentes (também em três coleções, Castelbajac, Anna Molinari e Linda Allary e igualmente dirigidas às mulheres) e, ainda, os colantes (nas coleções de Linda Allary, Castelbajac e John Bartlett, portanto, para ambos os segmentos).

Mas, outros materiais também apareceram, muito embora aproveitados somente nas coleções de Anna Molinari e John Bartlett (para os segmentos feminino e masculino, respectivamente), como as malharias de tricô²¹⁶ e as sedas, nas coleções de Linda Allary e, também, de Anna Molinari (somente para o segmento feminino). Os tecidos inovativos tiveram uma rápida aparição nas coleções de Castelbajac e John Bartlett (segmentos feminino e masculino), sendo que este último, aproveitou as malharias para a confecção de algumas camisas e blusas.

As cores, por sua vez, foram "vistas" (também em discursos e imagens) através de algumas famílias cromáticas, cuja aceitação foi comum entre os quatro estilistas: as das cores quentes, terrosas, além das cores branca e preta.

Os tons pastéis, também foram bem importantes, pois estiveram presentes em três das quatro coleções (Castelbajac, Anna Molinari e Linda Allary). No entanto, tal família restringiu-se, somente, ao segmento feminino. O mesmo, porém, não aconteceu com as famílias dos tons azulados e esverdeados, igualmente presentes em três coleções (Castelbajac, Anna Molinari e John Bartlett), mas já integrando-se a ambos os segmentos, masculino e feminino.

Foram observados, ainda, famílias de acinzentados nas coleções masculina e feminina de John Bartlett e Linda Allary e os violáceos, somente para as mulheres, nas de Anna Molinari e Linda Allary (esta última, porém, apenas para colorir uma de suas estampas), assim como as cores douradas e os prateados/metalizados para ambas as estilistas, respectivamente.

As estampas, quando encontradas vieram, em sua grande maioria, em motivos florais (graúdos e miúdos) nas coleções femininas de Anna Molinari e Linda Allary, nos motivos da arte naïf, na coleção feminina de Castelbajac, nos motivos abstratos de Anna

²¹⁶ As malharias e as malharias de tricô são tecidas em diferentes tipos de "teares". As primeiras são tecidas a partir de teares "circulares" (verticais) que produzem em metros, os tecidos para a confecção da roupa. As outras, são tecidas em máquinas industriais (horizontais) que produzem a roupa já formatada no tamanho e modelagem certa para a sua confecção (costura, no caso).

Molinari (dirigidas às mulheres) e em padrões de, listras, xadrez e zigue-zague (somente na coleção masculina de John Bartlett).

Os estilos foram multifacetados pelos estilistas. Mas pode-se dizer que o grande consenso veio através do conceito de minimalismo, que esteve presente em todas as quatro coleções analisadas e, portanto, para ambos os segmentos. Em seguida, vieram os estilos clássico e esporte nas coleções femininas de Castelbajac e Linda Allary e masculina de John Bartlett; o estilo retrô nas coleções para ambos os segmentos (masculino e feminino) de Anna Molinari, Linda Allary e John Bartlett; o sensual na de Anna Molinari e, também na de John Bartlett (aos segmentos feminino e masculino); o casual nas coleções de Castelbajac e Bartlett (feminina/masculina) e, ainda, na coleção deste último estilista (portanto, somente para os homens) os estilos casual/rústico/militar e *clubbwear*/lúdico.

É fácil perceber, assim, entre os vários estilos propostos por eles, aqueles que são dirigidos para ter uma vida “útil” mais durável. Como é o caso de alguns dos trajes de Castelbajac, os mais esportivos e casuais (e o que remete a uma moda “básica”), a maioria daqueles encontrados na coleção de Linda Allary (de “esporte-clássico”), na de John Bartlett (os ternos de estilo “casual-clássico” e as roupas “casuais-esportivas”) e poucas na de Anna Molinari.

Mas é importante dizer, também, que ao considerarmos as tendências de moda já divididas em seus segmentos masculino e feminino, encontramos, ainda, ao fundo do estilo das coleções, alguns “perfis temários” idealizados pelos estilistas ao homem e à mulher (diferentes, portanto, dos “perfis temários” das empresas analisadas na “Parte I”, que só puderam ser detectados a partir do ambiente e das influências/inspirações que situaram cada um de seus temas). Nesse sentido, na coleção masculina de John Bartlett, projetou-se ao homem “americano”, através do estilo das roupas e dos manequins escolhidos, um perfil másculo e viril, mas ao mesmo tempo vaidoso e consciente de certos atributos que podem torná-lo ainda mais atraente. Isto, obviamente, sugerido não só tacitamente por meio das sugestões de roupas que encontramos na coleção do estilista (e nos manequins que as vestiram), mas também através da declaração do estilista à apresentadora: “Os homens estão preocupados com eles e estão desenvolvendo seus próprios conceitos”. De moda, no caso. Sendo assim, o homem “bartlettiano” pode manejar à vontade diversos papéis sociais (um executivo, um homem arrojado, polido, cortês, selvagem, sensual, etc.) e sentir-se

seguro nesta representação vestindo tanto um "terno italiano" (bem cortado e moderno), quanto roupas mais esportivas, "casuais" (como um jeans e uma camiseta, por exemplo).

Para as mulheres, um ideal de extrema feminilidade foi o perfil comum cultuado entre os estilistas que lançaram coleções para o segmento feminino. Verificado também no discurso e na linguagem subjetiva do estilo das roupas propagado para as mulheres (e nas manequins que as vestiram), vimos que em 97, o corpo da mulher careceu da idealização de um vestuário que plenificasse através de formas, materiais e detalhes os seus contornos. No entanto, de forma sutil, elaborada, quase discreta, mas intensamente presente. O que "vimos", então, nas três coleções femininas, foram roupas que esculpiram e revelaram a mulher delicadamente, sem exageros, com a escolha de determinados acessórios que pudessem evidenciar tais atributos e não sobrecarregá-los e que procuraram adequar-se ao ideal de uma beleza estética mais natural e discreta, mas muito bem cuidada (no que se referiu à maquiagem e aos tipos de cabelos usados).

A exaltação do masculino/feminino, feita através da valorização estética existente entre os dois sexos, ao que pareceu, quis, então, reafirmar a identidade de cada segmento.

Nós, assim, encontramos entre o discurso e as imagens das coleções dos estilistas apresentadas nos programas "86-60-86" e "Style", as seguintes prescrições sobre influências/materiais/estampas e padronagens/cores/estilo, voltadas para os segmentos feminino e masculino (e em ordem de predominância):

Segmento Feminino

Coleção de Jean Charles de Castelbajac (programa "86-60-86")

Influências

Discurso:

(Castelbajac): "Para mim, Paris é a cidade mais bonita do mundo, é um lugar simbólico que sempre me inspirou, sobretudo porque eu era um jovem provinciano"

(Entrevistadora): "Tasha foi uma grande inspiração para si, não foi?"

(Castelbajac): Sim, não só enquanto minha esposa, mas sobretudo como mulher. Fez-me olhar para as mulheres de outra maneira, isto é, deixei de tentar protegê-las com meus

sentimentos cavalheirescos, para passar a sublimá-las. Creio que foi, também, ao captar o seu olhar... Aliando o meu talento a um belo sorriso, surgiu esta coleção, de que me orgulho muito".

(Entrevistadora): Na coleção, percebemos que se inspirou menos nos modelos e mais na arte".

(Castelbajac): "Sim, isso foi para mim uma tomada de consciência. Comecei a pintar há um ano. Fiz um desenho animado que vai ser divulgado em todo mundo e escrevi um livro onde exprimo, através da arte e expressão artística, todos os aspectos frustrantes que a moda pode ter..."

Imagens: Alguns detalhes das estampas em motivo "naïf" das roupas (vestidos), manuscritos e listras.

Materiais

Discurso: (Castelbajac): "...rosas de seda bordadas..."

Imagens: encorpados rústicos;

encorpados luxuosos;

fluidos maleáveis;

fluidos transparentes;

inovativos (em detalhes, apenas);

colantes (somente para as roupas de praia/piscina);

Estampas/Padronagens

Discurso:

"Conhecido pela sua obsessão à pintura naïf, aplicado ao vestuário..."

Imagens: casinha com árvore, árvore com cahorrinho, homem em bicicleta, motivos florais/manuscritos/padrões miúdos, listrados e abstratos.

Cores

Discurso:

"...coloridas".

Imagens: cores quentes: pink, vermelho, vermelho-queimado, laranja, laranja-queimado (nos ursinhos), pêssego escuro, mostarda-claro, amarelo "skol";

ácidas: amarelo-limão;

pastéis: marfim, rosa-claro;

terrosas: caqui-militar, caqui-escuro, caqui;

azuladas: azul-cobalto, azul pastel;

esverdeadas: verde-bandeira, verde-folha;

preto;

branco.

Estilo

Discurso:

(Castelbajac): "...com formas muito bem pensadas e que se dirigem ao grande público. É uma coleção de imagens precisas. Concentrei-me no que sei fazer, isto é, num bom *sporstwear*. Modelos desportivos para o fim de tarde. Há uma evolução concentrada na feminilidade. Tentei criar uma feminilidade desportiva. Algo que não seja afetado, pretencioso. É uma coleção onde vamos encontrar rosas de seda bordadas e tutus típicos dos cóis das calças dos andes. É uma coleção onde a elegância é contornada, mas onde a mulher encontra facilmente o seu lugar, porque é o alvo da coleção".

Imagens: minimalista

esporte

casual

clássico

Perfil temário proveniente do discurso de Castelbajac para a mulher (e oriundo do elemento "estilo"): "feminilidade desportiva".

Coleção de Anna Molinari (programa "Style")

Influências

Discurso:

- Para os tecidos

(Molinari): "Ao final do século XX e se aproximando do ano 2000, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então, procurei materiais para criar o "clima" que desejava."

- Para os colares

(Molinari): "Os colares têm aparência antiga. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás".

- Possível temática

(Elsa): "Banho de Rosas! É o que anuncia Anna Molinari de Milão, que gosta de ser chamada de "rainha das rosas", ao final da apresentação de sua coleção de primavera."

Imagens: Mostrando de forma geral os colares e em detalhe, um tecido encorpado luxuoso.

Cores

Discurso:

(Elsa): "Molinari começou com vermelho, branco e azul, misturando e combinando as cores... Então, foi para os tons pastéis, marrom-terra e preto."

(Molinari): "Depois do clássico vermelho, azul e branco, eu usei todas as cores femininas. Todos os tons de lilás, violeta e vinho, mármore; também azul-claro e verde. Mas eu também acredito que marrom-terra e preto são cores complementares para a maioria das mulheres".

Imagens: quentes: fúscia claro, vermelho, além do fúscia visto nas estampas;
terrosos: areia;

azulados: azul-petróleo claro e também nas estampas florais miúdas, azul-royal, alfazema, hortências escuras;

pastéis : gelo, carmim-claro, areia-claro;

diversas: dourada.

Materiais

Discurso:

(Elsa): "Molinari usa tecidos super leves - aos quais ela diz preciosos".

(Molinari): "Ao final do século XX e se aproximando do ano 2000, eu queria retomar um século de moda. Eu pensei que isso seria possível com tecidos. Então, procurei materiais para criar o "clima" que desejava. Tecidos foram bordados com muito *chiffon* e *cashemire*, algodão natural e sedas. Mas também com *jersey (stretch)* e também lãs leves misturadas com seda que são super femininas e atraentes".

Imagens: fluidos e transparentes;

fluidos e maleáveis;

encorpados luxuosos;

malharia de tricô.

Estampas e Padrões

Discurso:

(Elsa): "Além das flores, Molinari também usou formas abstratas".

Imagens: Imagens "gerais" (iniciais e finais) do desfile com estampas florais graúdas e miúdas e uma considerada como abstrata.

Estilo

Discurso:

(Molinari): "A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica".

(Elsa): "Quando você diz romântica, você diz colado ao corpo?".

(Molinari): "Eu não me concentrei somente em fazer formas coladas ao corpo, mas também que tivessem leveza e suavidade sobre o corpo. Elas ainda reforçam a silhueta feminina, mas não são tão coladas, como segunda pele. Na verdade, é a silhueta longilínea - penso eu - que faz a mulher ficar muito bonita".

Imagens: minimalista;

retrô;

sensual;

romântica.

Acessórios

Discurso:

(Tradutora de Anna Molinari): "Os sapatos de Anna Molinari são *clean*. São altos e mostram o calcanhar nu, sem tiras, como se fossem chinelos (mules). Os colares têm aparência antiga. São inspirados nas jóias que a realeza teria usado séculos atrás. Colares de esmeraldas e rubis caem gentilmente ao redor do pescoço. Tudo muito delicado e feminino, complementando as roupas".

Imagens: Colares, par de mules.

Perfil temário proveniente do discurso de Anna Molinari (e oriundo do elemento "estilo"): "A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica".

Coleção de Linda Allary para Ellen Tracy (programa "Style")

Influência/Estilo

Discurso:

(Linda Allary): "Você sabe que Ellen Tracy é conhecida pelo corte clássico. A coleção tem muito do esporte clássico, mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada."

Influência/Estilo/Tecidos

Discurso:

(Elsa): "Roupas de noite são mais sensuais?"

(Linda Allary): " Eu gosto da noite com transparências, mas transparências sutis".

Imagens: "Gerais" do desfile.

Materiais

Discurso:

(Elsa): "Quais os tecidos usados"?

(Linda Allary): "Muita seda e texturas misturadas mas, principalmente, muita seda. Eu gosto da leveza da seda na primavera/verão e nas mulheres veste muito bem".

Imagens: fluidos e transparentes

fluidos e maleáveis

encorpados rústicos

encorpados luxuosos

colante (em um único vestido)

Estampas/Padrões

Discurso:

(Elsa): "Estampas florais é uma parte forte da coleção, batendo recortes e enfeites".

Imagens: Poucos exemplos de estampas florais nas imagens do desfile

Cores

Discurso:

(Elsa): "Há alguma idéia específica sobre as cores na sua coleção?"

(Linda Allary): "Você sabe que eu amo cores, portanto sempre vai haver cores. Existem cores neutras maravilhosas. Nós começamos com prata, indo para tons maravilhosos e suaves de cinza, com muito metal neles. Suéters e mangas metalizados, casacos metalizados e pequenas pontas metálicas aqui e ali. Daí passamos para tons de cores como azul, azul-marinho até o índigo, indo para o champagne pálido até o vermelho. Você sabe que eu adoro vermelho, portanto, também há o escarlata e suas variações. Tons de gerânio, muito 'quentes', até os tons mais pálidos de gerânio, tudo indo até tons pastéis, suaves".

Imagens: terrosos: areia

pastéis: marfim claro

acinzentados: cinza-claro, grafite

quente: vermelho

branco

preto

diversas: preateadas/metalizadas

Estilo

Discurso:

(Linda Allary): Então temos um corte suave, levemente acima da linha do quadril, dando um efeito alongado. Bolsos mais altos e casacos acima da linha do quadril, dão um "ar" mais feminino às mulheres".

Imagens: minimalista

esporte

clássico

retrô

Estilo/Acessórios

Discurso:

(Elsa): "E os acessórios"?

(Linda): "Sandálias maravilhosas. Gosto de plataformas com tiras e saltos pesados. É moderno. Pouca bijouteria, mas muitos lenços e echarpes".

(Elsa): "O cabelo e a maquiagem?"

(Linda): "Muito, muito bonita. Eu gosto de garotas bonitas. Eu penso que as mulheres gostam de se sentirem bonitas e nós fizemos um rosto pálido com sombras prateadas e cabelos presos para cima por pequenos enfeites".

Imagens: Algumas imagens do desfile mostrando algumas peças como, sandálias com tiras finas e saltos "plataforma", echarpes em material fluido e maleável e brincos em pingentes prateados ou da cor da roupa.

Perfil temário proveniente do discurso da estilista (e oriundo do elemento "estilo"):

"...mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram..."

Segmento Masculino

Coleção de John Bartlett (Programa "Style")

Influências

Discurso:

(Elsa): "Sonhando em Cuba. Este é o tema de primavera para a coleção masculina do designer novaiorquino John Bartlett. Ele pendura ventiladores de teto e veste camisas cubanas, chapéu de palha e se balança numa rede acima da passarela, durante o show".

(John Bartlett): "Eu chamo meu desfile de 'dança/mania de moda'. Homens bem vestidos, mostrando seus corpos e completamente à vontade e confortáveis, sem preocupação".

Imagem: Idem ao que é mencionado em discurso.

Influências/Estilo

Discurso:

(Elsa): "Por que você é fascinado por Cuba?"

(John Bartleet): "Eu não sei ao certo. Existe todo um aparato militar em cuba e é um país militar mesmo. Então, eu me servi da idéia de roupas de verão tropical com um toque de campo militar nelas".

Imagem: Manequim desfilando traje em estilo militar.

Materiais

Discurso:

(John Bartlett): "...muita lã-stretch." (para os ternos, somente).

Imagem: encorpados rústicos;

malharias;

malharia de tricô;

inovativos;

colantes (para os calções de banho).

Cores

Discurso:

(Elsa): "E como são os ternos italianos, as cores?"

(John Bartlett): "Muito marrom escuro, preto com branco...Marrom, marinho, preto, caqui. Todas as cores masculinas".

Imagem: terrosos: areia, castor e uma espécie de caqui "sujo"/escuro;

azulados: hortências e hortências claras;

quente: amarelo-cádmio;

esverdeado: verde-azeitona claro;

preto;

branco.

Estilo

Discurso:

(Elsa): "Mas quão justas são as roupas?"

(John Bartlett): "São bastante coladas ao corpo. Os ternos são retos e não há bolsos aparentes. As calças são retas e estreitas. Também temos algumas roupas, como calças mais folgadas, com camisas justas. Um pouco de proporção. Os calções de banho são colados ao corpo".

(Elsa): "John Bartlett acredita que os homens devem estar tão confortáveis de ternos, quanto de jeans. Os ternos têm corte italiano".

(Bartlett): "Nós mudamos muito de nossa produção para a Itália porque a maioria dos nossos tecidos são italianos. Eles fazem um bom trabalho. Então, tudo é muito reto, sem muitos bolsos. Nós estamos mostrando um terno italiano, mas também um jeito americano. Um pouco de ambos".

(Elsa): "Então, os homens podem tanto usar jeans quanto ternos?"

(Bartlett): "Exato. Eu comecei um pouco devagar com as roupas casuais, das sextas-feiras. Mas eu já fiz as pazes com isso e agora tanto faz usar um terno italiano ou um jeans e uma camiseta".

(Elsa): "O que você me diz dos cabelos e do jeito dos manequins?"

(Bartlett): "Eles têm um jeito bem masculino, bem cuidado. Os cabelos são um pouco desarranjados. É um tipo natural, como se tivessem acabado de acordar".

Imagem: casual;

casual rústico/militar; esporte;

casual clássico;

clubbwear;

minimalista.

Acessórios

Discurso:

não há.

Imagem: sapatos fechados, coloridos, com frisos contrastantes, gargantilhas e pulseiras de couro e uma gravata.

Perfil temário proveniente do discurso do estilista (e oriundo do elemento “estilo”):

“Eles têm um jeito bem masculino, bem cuidado”.

Sobre a Didática dos 4 Elementos

Considerando que todas as coleções apresentadas pelos programas "86-60-86" e "Style" foram dirigidas ao "prêt-à-porter", é necessário compreender que o que nos foi oferecido, através dos desfiles, foi apenas uma "amostra" de um universo originalmente composto de 50 a 70 trajes.

Dessa forma, então, se faz necessário aos programas considerar somente alguns trechos e aspectos dos desfiles - que, originalmente, deve durar aproximadamente 40 minutos - (e mesmo porque, segundo Arlindo Machado, "...no vídeo ou na televisão não é necessária - nem é possível - qualquer manipulação para que o tempo do material significativo coincida com o tempo do evento..."²¹⁷), os quais por sua vez, são submissos às técnicas de edição e à própria lógica de seus produtores/programadores que delimitam, não só um parâmetro para a captação de imagens e dados discursivos (entrevistas e coleta de informações), mas também toda a linha de raciocínio de suas apresentações.

Mediante tais variáveis, portanto, é compreensível que o que vemos e ouvimos seja um produto mutilado em entendimento pelo meio que o origina e o distribui. No entanto, a lógica de correspondência entre discursos e imagens (a qual chamamos de "sincrônica"), quando inerentes à, também, lógica dos programas e a condução destes pelas apresentadoras, parece, agravar ainda mais o fator de "mutilação" das informações oferecidas sobre as tendências de moda.

Primeiramente, o conceito de tendências de moda, apresentado entre uma fórmula de informações voltadas para o entretenimento (com reportagens diversas e uma abordagem superficial da coleções dos estilistas), desestabiliza-se através das veias periféricas que se cruzam ao eixo do assunto "moda", não permitindo, assim, tomá-lo e assimilá-lo já, amparado em um possível propósito ou significado. Sendo assim, os 4 elementos principais de construção do vestuário são introduzidos, não só entre reportagens que se adaptam (forçosamente) à temática "moda" (e o que poderíamos atribuir - tal como Roland Barthes - um *status* de "*fait divers*" da moda) mas, sobretudo, dentro de uma rotina discursiva/imagética que - a respeito das coleções - se verifica impotente em dizer aquilo a que veio dizer, não importando, portanto (aos programas), se o que falam está sendo bem

²¹⁷ Machado, Arlindo, *A Arte...*, p. 70.

comentado e representado visualmente ou se está proporcionando, verdadeiramente, um entendimento claro sobre o que está sendo demonstrado.

Nesse sentido, experienciamos na apresentação das coleções veiculadas nos dois programas, não só uma insatisfatória correspondência entre discurso e imagem (não demonstrando em imagens aquilo que realmente comentavam) e o que, certamente, dentro deste contexto de tendências de moda, poderia ser conduzido de maneira mais organizada, (contribuindo para um melhor entendimento sobre elas), mas uma correspondência que se verificou apenas "ilustrativa", remetendo aos aspectos gerais dos desfiles (o que, tecnicamente, chamamos em nossas "descrições sincrônicas" de "imagens padronizadas" e o que Umberto Eco, entende como "tempos mortos", aqueles momentos em "...que nada acontece no sentido narrativo tradicional..."²¹⁸) e, ainda, uma correspondência equivocada, não demonstrando, muitas vezes, a verdade sobre o que se falava (difundindo, assim, a ignorância e não a informação).

Isso verificamos, por exemplo, no discurso de Elsa Klensch sobre os materiais "super leves" usados pela estilista Anna Molinari, em que a imagem remeteu a uma tipologia de tecido totalmente diferente, ou ainda, toda a explicação discursiva de John Bartlett sobre o estilo usado em sua coleção masculina, etc.

Mas, por outro lado, também tivemos uma explicação - algumas vezes - competente no que se referiu a delinear os contornos mais evidentes daquilo que se tratava, como os colares de Anna Molinari, o toque militar dado à coleção de John Bartlett e as estampas (em estilo *naïf*) aplicadas aos trajes de Castalebajac. No entanto, apesar dessas amostras mais esclarecedoras sobre tendências, somarem-se a algumas outras, são quantitativamente pouco significativas diante do tratamento superficial conferido ao montante dos discursos e imagens empreendidos sobre os 4 elementos, o que, por sua vez, pareceu funcionar mais como um mecanismo estratégico de reforço ao discurso (portanto, redundante a ele) que, a de proporcionar uma explicação plausível sobre as tendências de moda.

É dessa forma que, então, fomos levados a conhecer (pelas apresentadoras) determinados aspectos de alguns dos elementos que construíram os trajes nos desfiles. No caso, os mais relevantes foram as novas formas de modelagem (ajustes, comprimentos, detalhes, etc.) e a utilização dos trajes (a partir das combinações das peças e seus

²¹⁸ Eco, Umberto, *A Obra Aberta*, São Paulo, Perspectiva, 1971, p.193.

acessórios) intrínsecos ao elemento "estilo", muito discutidos nos discursos das apresentadoras e estilistas, e muito privilegiados pelo próprio sistema de "padronização" de imagens (identificado na rotina dos programas, através de uma mesma técnica de enquadramentos e efeitos de câmera²¹⁹). E, talvez, ainda, contemplando uma exposição mais "apurada", os elementos "cores" e algumas das possíveis "influências" que guiaram as criações dos estilistas, ambos discutidos em discursos (igualmente por apresentadoras e estilistas) e privilegiados imagetivamente (pelo conjunto dos trajes vistos e algumas poucas imagens mais detalhadas). No entanto, sobre materiais, estampas e padronagens, muito pouco ou nada se falou ou se viu. O que vem a comprovar o sentido das informações sobre determinados aspectos do vestuário, os quais devem ser facilmente identificáveis como moda (no caso dos elementos "estilo e cores") e, ainda, justificar o perfil criativo dos estilistas (através do elemento influências/inspirações), portanto, demonstrando total poder dos estilistas sobre a concepção dos trajes e destes enquanto marca ou *griffe*.

Mas, se tanto o "86-60-86", como o "Style", na demonstração de suas tendências de moda, valorizaram em discursos e imagens informações estratégicas sobre o vestuário (fazendo, portanto, que o telespectador assimilasse melhor alguns elementos em detrimento de outros), um outro aspecto, não menos importante, apoiou tal valorização. Polarizou-se algumas vezes sobre o discurso, a intenção de - através do que se estava sendo dito - dirigir o olhar do telespectador sobre determinados aspectos dos trajes, que por sua vez, estavam sendo mostrados, não em detalhes, mas em seu conjunto. De forma mais técnica (e já anteriormente detalhada em nossa nota de rodapé), em enquadramentos e movimentos de câmera ("panôramicas"/*zoom out/zoom in*) que partiam de um ponto fixo (aberto ou fechado) para outro. Assim, um vetor referencial (o discurso) teve a função de indicar a forma com que se deveria "ler" a prescrição estética que estava sendo oferecida em imagens

²¹⁹ Apesar de já termos inserido uma nota elucidativa sobre essa questão técnica, nós ressaltamos que na técnica de captação de imagens dos desfiles, em ambos os programas, muito se utilizou o recurso de fixação da câmera em um ponto, no caso um "Plano de Detalhe" (a partir dos pés, calcanhares ou mesmo a partir de um "Primeiro Plano": enquadrando ombros e cabeça) e uma panorâmica descritiva de baixo para cima e vice-versa, ou ambas rapidamente (recurso muito utilizado pelo programa "Style"), ou enquadramentos em "Planos Médios" ou mais "Gerais", onde podemos ver a pessoa por inteiro ou um conjunto maior delas, adicionando-se efeitos de "*Zoom in*" (aproximação do ponto, através da lente da câmera) ou se a partir de um ângulo mais fechado, como um "Plano Americano" (pelos joelhos) ou "Meio Primeiro Plano" (a partir da cintura) um "*Zoom out*" (afastamento do ponto, através da lente da câmera).

não descritivas (ou seja, menos informacionais) e sim conjunturais (mais ilustrativas). Um didática, sem dúvida, empreendida com extrema eficiência para estabelecer um elo, não só à narrativa dos programas (ligando a dinâmica discursiva às outras técnicas imagéticas) mas entre imagem e público, já totalmente absorvido pelo poder daquilo que estava sendo demonstrado visualmente.

Em ambos os programas, portanto, vimos ser empreendida uma didática para a difusão de suas tendências de moda (os quatro elementos) estruturando as informações em três tipos de "formatos" discursivos e imagéticos:

- uma explicação que representou com imagens "descritivas" (informacionais/denotativas) aquilo que estava sendo comentado em discurso;

- uma explicação que representou com imagens "conjunturais" (ilustrativas/conotativas) o que estava sendo comentado em discurso;

- uma explicação equivocada que representou com imagens erradas (tanto descritivas como conjunturais), o que estava sendo comentado em discurso.

Os mecanismos utilizados foram, na maioria das vezes, as imagens chamadas por nós de "padronizadas" (os "tempos mortos") e, também, a condução do discurso sobre essas.

Podemos dizer, então, que tivemos sobre o conteúdo manifesto de discursos e imagens das coleções, uma movimentação pedagógica atuando de forma latente, através de uma prescrição estética (resultado da cognição e percepção dos trajes oferecidos nos desfiles), oferecida por apresentadoras e estilistas e pela condução e articulação de determinados dados sobre essa prescrição que, por sua vez, são inerentes ao próprio sistema que as ampara: a cultura de massa.

Na verdade, as tendências (os 4 elementos) se inserem em uma lógica televisiva, a qual Edgar Morin chamou de "concentração técnico-burocrática..."²²⁰. Aquela que "...pesa universalmente sobre a produção cultural de massa. Onde a tendência à despersonalização da criação, à predominância da organização racional de produção (técnica, comercial,

²²⁰ Morin, Edgar, *Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo*, (tradução de Maura Ribeiro Sardinha), Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1990, p. 25.

política) sobre a invenção, à desintegração do poder cultural”²²¹. Uma estrutura que, por essência, é burocratizada e padronizada, mas que - ainda conforme o mesmo autor - , deve buscar um sentido de “originalidade” às suas produções culturais. O que vimos, por sua vez, como sendo parte da própria dinâmica narrativa (do conteúdo de discursos e imagens), prevista para cada programa e, sobretudo, pela temática de novidade de seus assuntos: os vários aspectos de obsolescência da moda.

A missão dos programas de moda - no que se refere a sua mensagem -, aparece como sendo a de contar, dentro de sua estrutura “padrão/inação”, tudo aquilo que pode ser decodificado e entendido como moda e suas tendências, o que demanda, para tornar essa tarefa assimilável ao público de massa, embora já “segmentado” pelo ambiente das “TV por assinatura”, a busca por um ideal comum: “Sincretismo é a palavra mais apta para traduzir a tendência a homogeneizar sob um denominador comum a diversidade de conteúdos”²²². Homogeneização que, por sua vez, se nivela pelo lado mais banal da informação.

Dentro desse contexto, então, pouco importa aos programas o comprometimento com a realidade a qual representam, uma vez que seu único objetivo é a demonstração dessa realidade através da ótica televisiva. Aquela que se organiza na estrutura mencionada (a cultura de massa) por intermédio do nosso próprio imaginário e que por princípio, reside na construção de estereótipos, modelos e ideais humanos, como a juventude, a beleza, sucesso, etc. e que se verifica como um de seus instrumentos mais poderosos, uma vez que “movimenta esse duplo movimento do imaginário arremedando o real e do real pegando as cores do imaginário”.²²³

Talvez, então, seja por isso mesmo que nos deixamos tragar pela mágica iconoclasta que a TV faz com a realidade que documenta, na medida em que capta e a reconstrói segundo aquilo que nos seduz, refletindo (sem dúvida, com maior eficiência que as outras mídias) através das imagens de moda (e seus “tempos mortos”) aquilo que desejaríamos ser ou ter.

Nós encerramos, portanto, os capítulos IV e V com um entendimento melhor sobre o conteúdo latente dos programas de moda e suas tendências, o qual, no entanto, só foi

²²¹ *Idem, ibidem.*

²²² *Ibid.* pp. 35-36.

²²³ *Ibid.*, p. 37.

possível compreender através de descrições detalhadas sobre aquilo que nos foi oferecido em seu conteúdo manifesto.

Uma longa viagem que vem, agora, conspirar para refletirmos sobre o processo de construção e, porque não dizer, de desconstrução da moda, uma vez que nesta Parte II (com os capítulos IV e V), acompanhamos a transfiguração da realidade que a originou.

Conclusão

As primeira e segunda partes dessa dissertação puderam demonstrar a organização necessária para a veiculação de um consenso relativo às tendências de moda. Como visto, é impossível falar sobre elas sem se abordar - no parâmetro comercial/industrial - pelo menos, os seus 4 elementos básicos: as influências/inspirações, cores, materiais (e padronagens) e estilos. No campo televisivo, no entanto, a lógica para tal veiculação se revela presente - de forma um pouco mais apurada - nos elementos "influências/inspirações", "cores" e, sobretudo, "estilo", ficando os materiais (e suas padronagens) restritas a informações (discursivas, no caso) pouco animadoras.

É importante ressaltar, porém, que para que pudéssemos detectar os 4 elementos, foi necessário, antes de tudo, empreendermos uma metodologia que viesse facilitar as orientações (explicações) oferecidas pelos respectivos campos. Pois, como haveríamos de analisar as tendências sem, ao menos, compreender o significado de cada um de seus elementos, a princípio, dentro do contexto temário do ambiente comercial/industrial e, depois, o televisivo? É necessário perceber, então, que foi somente através do deslocamento desses elementos de seus suportes (no caso, os catálogos e palestra e os programas de moda), que pudemos oferecer ao leitor a possível interpretação dos dados oferecidos, já a partir de nossas discussões (na Parte I) e descrições (Parte II) e sem o qual, não poderíamos realizar qualquer análise de tendências. Foi através de tal interpretação, também, que o leitor veio a conhecer - no parâmetro comercial/industrial - o que são e as inúmeras utilizações e possibilidades de explorar um determinado estilo, bem como as cores, materiais, estampas e padronagens que o compõem ou mesmo, que se comungam com outros. Também possível foi entender de onde se derivam todas essas construções, no caso as influências/inspirações. Os ambientes que situam os temas das tendências e sobre os quais (ainda nesse campo) delineamos perfis temários.

Já no outro campo, o televisivo, já com a "experiência" de como são e funcionam os 4 elementos, foi possível percebê-los melhor dentro de um outro contexto, apesar de serem articulados pelo meio que os situou, gerando outros tipos de informações e, portanto, sendo entendidos de diferentes maneiras. Para explicitar tal ocorrência, portanto, é que empreendemos as descrições ditas "discursivas", "imagéticas" e "sincrônicas".

Assim, a análise das tendências de moda primavera/verão 97, inicialmente, objetivaram chegar às prescrições estéticas derivadas desses elementos, apontadas pelos

respectivos campos escolhidos (comercial/industrial e televisivo) que as conceberam, administraram e as divulgaram (buscando uma possível intersecção entre ambas) para, depois, entendermos como se deram as explicações das tendências nesses mesmos campos.

Dessa forma, importa-nos agora, verificarmos a existência (ou não) e a forma da ação comercial/industrial sobre a criação dos trajes dos estilistas, assistidos nos programas de moda selecionados, e confrontarmos suas respectivas prescrições estéticas acolhidas nos suportes de cada campo (a intersecção acima mencionada entre as prescrições estéticas destes campos).

Para tanto, vamos partir da discussão sobre o elemento "influências/inspirações", observadas nas criações dos estilistas (portanto, oriundas do ambiente "TV") e que serão confrontadas com as sugestões encontradas nos temas das empresas estudadas. O mesmo faremos com os outros elementos das tendências de moda, cores, materiais (e suas padronagens) e estilos. Ressaltamos, no entanto, que nesta "confrontação", vamos estabelecer as relações comuns entre os elementos encontrados em ambos os casos, apenas os indicando e não descrevendo-os detalhadamente. Para isso, no entanto, o leitor poderá recorrer às devidas análises já efetuadas (em ambos os casos e em suas respectivas partes) e, no que diz respeito, especificamente ao elemento "cores" encontrado no parâmetro das coleções dos estilistas, poderá encontrar a exata correspondência (ou não) com aquelas sugeridas pelas empresas em suas cartelas e imagens dos temas.

Nós pudemos observar, então, que as influências/inspirações quando mencionadas nas coleções dos quatro estilistas abordados (tanto em discursos, quanto em imagens) não encontraram qualquer eco com as sugestões das empresas oferecidas sobre esse mesmo elemento. Pelo menos, no que diz respeito às "intenções" (inspirações, referências) que implicaram na criação das coleções, pois cada estilista as expressou, ou através de seu universo pessoal (como no caso de Castelbajac, com a inspiração vinda da cidade Paris, sua esposa Tasha e a arte naïf; também a de John Bartelett, com sua fascinação por Cuba e ainda Anna Molinari, com o clima de "final de século" e a retrospectiva da moda, para compor os materiais de seus trajes e as jóias antigas, para pensar em seus colares), ou da própria lógica comercial que deve conduzir os negócios de suas marcas (como no caso de Linda Allary, que deve respeitar o estilo que comanda as roupas e o perfil da *griffe* "Ellen Tracy").

No entanto, ao consideramos os respectivos "perfis temários" de ambos os campos delineados por nós (os das empresas, delineados a partir do ambiente e as influências/inspirações que projetaram os temas e os das coleções do vestuário, já oriundos do elemento "estilo"), podemos dizer que houve - sim - um consenso entre os ideais estéticos de estilistas e empresas.

No que diz respeito às coleções dos estilistas, encontramos no segmento masculino trabalhado por John Bartlett, um perfil másculo e viril (portanto mais rústico) que foi observado pela modelagem das roupas desfiladas (justas e cavadas), formas de uso, acessórios e atributos físicos do manequins mas, também, elegante e formal (portanto, mais polido), verificado por sua vez, na variedade de ternos. Também pudemos ver nas coleções femininas três diferentes maneiras de "enxergarmos" um perfil extremamente feminino: através do "romantismo" e "pós-minimalismo" de Anna Molinari ("A feminilidade está viva e de volta. A direção é pós-minimalista e muito romântica"); através da "feminilidade desportiva" de Castelbajac ("Há uma evolução concentrada na feminilidade. Tentei criar uma feminilidade desportiva...") e, ainda, do "esporte-clássico" de Linda Allary ("A coleção tem muito do esporte clássico, mas um toque de leveza e feminilidade é o que as mulheres procuram quando querem usar uma roupa bem cortada"). Todos os três estilistas, à sua maneira, tentando compor (igualmente a John Bartlett, através da modelagem das peças, acessórios e atributos físicos de manequins) um perfil, o mais próximo possível (conforme o entendimento e a criatividade de cada um), de uma mulher ultra feminina.

Quando, então, buscamos nos temas das empresas as possíveis fontes para entender o raciocínio tão conveniente dos estilistas (que resultou nos perfis temários de suas coleções), nos deparamos, especificamente, com os temas "Cultures" (do "Bureau Promostyl"), "Volta à Burguesia" (da "Ciba"/segmento feminino), "Cena", "Salão" e "Sahara" (todos os três também da "Ciba", só que dirigido ao segmento masculino), em que os ambientes que situaram suas influências/inspirações, remeteram a situações sociais e alguns de seus estilos de vida (o que veremos mais detalhadamente em seguida). Ou seja, remeteram, principalmente, a alguns ambientes cultivados em determinados períodos históricos e onde, conseqüentemente, cada qual, homem e mulher, tinham papéis muito bem definidos.

Mas, se através dos "perfis temários" encontrados nas coleções dos estilistas (por intermédio do elemento "estilo"), pudemos detectar uma relação entre estes e aqueles apontados pelas empresas (oriundos, porém, do elemento "influências/inspirações"), nós, então, vamos prosseguir com esse raciocínio a partir da própria concepção do estilo promovido pelos primeiros, colocando em relevância, inicialmente, a coleção masculina de John Bartellett e, depois, as femininas de Castelbajc, Anna Molinari e Linda Allary.

Assim, vimos que Bartlett trabalhou em sua coleção uma modelagem ajustada, proveniente do estilo "*clubbwear*", o qual foi evidenciado, sobretudo, no tema "Ícones" do "Promostyl". Porém, para a construção dos ternos e algumas outras peças, observamos que a modelagem definiu formas um pouco mais amplas. Mas, o que vale ressaltar, é que Bartellett trabalhou em sua coleção um estilo casual, que pudesse ser entendido (e dirigido) para vários segmentos de mercado. Ou seja, ele estendeu - ao máximo - um estilo a vários tipos de gostos do consumidor. Todos, aliás, abordados de diferentes formas (e intensidade) por três, dos quatro temas da "Ciba", para o segmento masculino.

No tema "Salão" da empresa, vimos em seu discurso temário, o "renascimento da eterna elegância" ser deflagrado através do "retorno daquela elegância formal" proposta (segundo o tema) pelo uso dos ternos e os quais, por sua vez, se demonstraram "como uma roupa discreta, mas muito elegante". Outro aspecto ressaltado no "Salão", foi o direcionamento dado aos materiais e cores preferidos para a construção deste tipo de roupa, no caso, tecidos voltados para o conforto, o bem-estar e a praticidade (e que, conforme o tema, podiam ser encontrados em "atuais e inovativos materiais") e cores "naturalmente sóbrias". Exatamente como encontramos no estilo "casual-clássico" dos ternos construídos por Bartellett, que não dispensou o corte clássico (e formal) italiano para a sua modelagem; a "*lã stretch*" (um tecido entendido como encorpado e rústico mas, também inovativo e, certamente mais confortável) e as cores, consideradas por ele como "masculinas": "marrom escuro, preto com branco, marrom, marinho, preto, caqui". Ou seja, com exceção da forte combinação de preto com branco, ele usou todas as cores discretas. Mas o estilista também temperou com um toque de modernidade a construção de seus ternos, através de uma modelagem mais contida e de detalhes como os das lapelas estreitíssimas e o comprimento, curto, das calças. Aspectos que podem conferir uma certa ousadia àqueles que os vestem, o que, sem dúvida, foi muito evidenciado através das influências do tema "Cena" (também da

"Ciba"/segmento masculino), mais especificamente, no discurso elaborado sobre os "trailblazers" e a "egocêntrica atitude de nossa sociedade" (caracterizando, portanto, um homem mais vaidoso e preocupado em ser o primeiro, incomum que os demais).

Porém, ao nos reportamos ao "Sahara" (o outro tema da "Ciba"/segmento masculino), vimos que o discurso temário demonstrou a ambigüidade da moda masculina: aquela que se voltava para uma "roupa elegante" e outra para o "look casual, simples e à vontade". No entanto, ao discutirmos este tema (na Parte I, Capítulo III), entendemos que, na complexidade de seu discurso, o "Sahara" acabou por dirigir-se à formatação de um estilo mais casual, influenciado, por sua vez, pela virilidade do "homem de Marlboro", que dominava um ambiente inóspito. Bem, o "dualismo da moda" (como o tema colocou em seu discurso) parece ter sido interpretado também por Bartlett (supostamente afirmando, é claro) em sua coleção, uma vez que trabalhou ambos os estilos e os adaptou à proposta do "casualwear". Como vimos, em seus ternos e, também, nas roupas causais mais esportivas: camisas, camisetas cavadas e blusas combinadas com calças "esporte" (como por exemplo as "jeans"). Para esta última tipologia de traje, então, o estilo casual respeitou o "casual-esportivo" e, ainda, o "casual-rústico" e "militar", tendo em vista o "estilo militar" mencionado por ele (e visível em um de seus trajes desfilados) e, porque não dizer, do próprio estilo dos manequins que encarnaram um *look* másculo, viril, natural. Semelhante (talvez) ao "homem de Marlboro". Quanto aos materiais e cores utilizados por ele para compor este estilo em sua coleção, respectivamente, os encorpados rústicos e colantes, e os "marrons empoeirados", "naturais verde-olivas", "gamas de caqui e verde-oliva...", da mesma forma, foram requeridos pelo tema "Sahara" (uma vez que encontramos tais gamas de cores e materiais sugeridos no discurso temário e seu respectivo painel de tendências, além da cartela de cores).

Para as padronagens, foi interessante descobrir que o direcionamento dado pelo tema "Salão", quando sugeriu "arrojados *designs* e proeminentes listras" para, ainda, serem trabalhadas em cores fortes e no estilo *clubber* ("As cores fortes são raras e, se elas se caracterizassem por isso, viriam no estilo *club*, em arrojados *designs* e proeminentes listras"), pôde também ser observado em alguns dos trajes deste estilista. Na verdade, as únicas estampas (padronagens) apresentadas em imagens (pois sobre isso, em discurso, nada se falou), uma em estilo "zigue-zague" e outra em listras. Ambas em tons de branco e

preto (uma combinação visualmente muito forte), aplicadas em blusas no estilo *clubbwear* e, sem dúvida, com *design* arrojado e proeminente, devido à grossura dos traçados. Todos muito chamativos.

Também verificamos na coleção de Bartelett, uma padronagem discretamente quadriculada em tom-sobre-tom marrom na construção têxtil de uma calça, outra sugestão oferecida, ainda, por este mesmo tema ("Salão") em seu discurso: "...discretas misturas de tom-sobre-tom, com desenhos minis ou macros predominando". Característica que se encontra não só em estamparias mas, principalmente, na construção têxtil de um tecido (como, aliás, o tema "Salão" mencionou em seus materiais, através dos *granittés* e monocromáticos).

Mas, outros aspectos mais específicos da coleção deste estilista, puderam também ser encontrados em um outro tema. Devemos, então, retornar ao "Promostyl" e, agora, ao tema "Cultures", onde encontramos as sugestões oferecidas ao segmento masculino sobre o estilo "minimalista", "os tricôs...rústicos, tipo feito a mão", o *look* "natural e sofisticado com contraste" e a leve referência "retrô", este último, evidenciado, no entanto, mais em suas imagens, que no discurso temário (embora também tenha sido mencionado) e, também, nos grupos emergentes que ampararam as influências deste tema.

Detalhes amplamente aplicados nos trajes de Bartelett e que foram vistos no estilo limpo (sem detalhes) dos ternos, camisas, blusas e calças; nas camisetas cavadas, tecidas em tricô rústico; no contraste entre os clássicos ternos ("sofisticados") e os trajes mais descontraídos e despojados (que puderam evidenciar mais o estilo "natural" e o "retrô", através dos calções de banho em estilo anos 60, respectivamente).

A única sugestão não encontrada em qualquer um dos temas dirigidos para os homens, foi a exploração da sensualidade masculina, exacerbada pelos trajes e manequins desfilados na coleção de J. Bartelett. Uma opção que fez demonstrar o ponto de vista do estilista: aquele que enxerga e cultua os atributos do homem.

Nós entendemos, então, que uma certa "transferência" de idéias pôde ser estabelecida entre os conceitos estéticos propagados pelo parâmetro comercial/industrial e as opções de construção dos trajes deste estilista. Privilégio que, no entanto, não se restringiu apenas a John Bartelett, pois o mesmo pôde ser verificado com as coleções femininas.

A coleção de Anna Molinari, por exemplo, optou por um estilo retrô (enfocando especialmente as décadas de 20 e 50/60), mas também minimalista (isto é, "pós-minimalista"), romântico, muito feminino e sutilmente sensual. Tais aspectos, acompanhamos em nossas descrições (discursivas, imagéticas e "sincrônicas"), através dos trajes que apresentaram detalhes em sua construção, como os comprimentos (quase toda a maioria deles abaixo dos joelhos ou "pelas canelas"), os acessórios usados (colares com aparência "antiga", alguns usados com duas voltas no pescoço, portanto, remetendo à década de 20) e a larga utilização de materiais rendados, transparentes, fluidos e floridos, sem muita ostentação, portanto, mais sóbrios que luxuosos (como por exemplo, carregados de adornos e aplicações). Características que, por sua vez, foram muito bem trabalhadas pelo tema "Cultures" do "Promostyl", onde exacerbou-se a feminilidade e o romantismo dos anos 20 (além, é claro, de outras décadas abordadas, no entanto, com intensidade diferente), juntamente com outros aspectos estéticos sobre materiais, estampas e cores. No caso, lembramos o discurso temário do "Cultures" que ressaltou a "necessidade de revelar o aspecto retrógrado dos tecidos (trabalhado por Molinari e observado em seu discurso sobre as influências/inspirações que guiaram a escolha de seus materiais), o "espírito de *langerie*, transparências", "fluidez" (vista nos trajes de quase todos os materiais usados pela estilista), as "flores gigantescas até muito pequenas, leves e doces..." (que compuseram grande parte das estampas e padrões - rendados - dos seus tecidos), os "...acréscimos preciosos de costura", como "...flores camufladas" (vista, porém, timidamente em forma de rosa e aplicada sobre o barrado de um dos vestidos desfilados) e as "rendas..." (apreciadas, sobretudo na tipologia do material escolhido para comporem vários de seus vestidos). Também lembramos algumas das cores sugeridas por este tema, como o "ouro" e as "gamas de bege e rosas", que puderam ser vistas em imagens na coleção de Molinari. (no caso, as "gamas de bege" remetendo à família de cores terrosas, trabalhadas por ela e onde incluímos os tons de beges mais escurecidos até tons mais escuros de terra vistos no desfile, e as de "rosas", às famílias de "cores quentes", sobretudo, a cor fúscia, vista em alguns de seus vestidos). No entanto, para esse elemento específico - as cores - (discutidos nos discursos, tanto de Anna Molinari como da apresentadora: "o clássico vermelho, azul e branco", "as cores femininas...tons de lilás, violeta e vinho, mármore; também azul-claro e verde...", "...marrom-terra e preto..."), podemos remeter, além do temas "Cultures" (onde

encontramos as "cores quentes" por ela mencionadas), aos temas de outras empresas, como o "Volta à Burguesia" ("Ciba"/segmento feminino), onde foi sugerido um contraponto entre tons pastéis e escuros (preto/branco, carvão/bege), nos azulados e violáceos do tema "Entre a Água e o Céu" ("Ciba"/segmento feminino), esverdeados do "Cultura Negra" ("Promostyl") ou, ainda, ao tema "Espumante" ("Du Pont"), além, é claro de encontrarmos algumas delas na cartelas de cores das empresas.

Por outro lado, não encontramos nos temas mencionados o conceito específico de "pós-minimalismo" mencionado pela estilista no discurso de sua coleção, salvo, porém, se consideramos o termo "minimalista", encontrado nos temas "Entre a Água e o Céu" e "Espumante". No entanto, é importante lembrar que tais temas (cujo elemento influências/inspirações remete aos ideais de honestidade social e a um ambiente lúdico e etéreo, respectivamente) não asseguram totalmente a idéia conceitual da coleção da estilista, mais voltada a um perfil temário retrógrado, altamente romântico e feminino (que, como já dissemos, é oriundo mais do elemento estilo). Um perfil que, por sua vez, pôde ser estendido - ainda - à coleção de Linda Allary, uma vez que em seu "esporte-clássico", vimos recair sobre seus trajes aspectos que privilegiaram os estilos "minimalista" e "retrô". Essa estilista, também, tal como Anna Molinari quis colocar em evidência em seu discurso a feminilidade da mulher, só que através de detalhes de construção dos blazers e de alguns vestidos e conjuntos mais clássicos (portanto, mais voltados para noite). Nesse sentido, os materiais preferidos foram os fluidos, transparentes e maleáveis, os encorpados luxuosos e rústicos e os colantes, sendo que as sedas tiveram especial menção no discurso da estilista. Para as estampas, igualmente a Anna Molinari, optou-se pelas estampas florais, mencionadas, por sua vez, no tema "Cultures". As cores evidenciaram (tanto em discurso como em imagem), não só os tons pastéis e claros (areia, marfim-claro, cinza-claro, branco), mas também os mais escuros (vermelho, grafite, preto, índigo, azul, azul-marinho, escarlate, gerânio). Novamente, portanto, remetemos os elementos "estilo", "materiais" (e suas padronagens) trabalhados por Allary aos temas anteriormente mencionados (e relacionados com Anna Molinari) "Cultures" e, especialmente, o elemento "cores", também aos temas "Volta à Burguesia", "Espumante" e, ainda, "Polido" e "Suculento" ("Du Pont"), incluindo algumas das cores nas cartelas das empresas. Allary, porém, utilizou muito a cor prata (que ela chamou de metalizados), a qual não foi sugerida por qualquer tema.

Mas, no que diz respeito ao estilo, da mesma forma que na coleção de Anna Molinari, não encontramos o minimalismo trabalhado por Allary nos temas mencionados, salvo somente o "Suculento" ("Du Pont") e o "Entre a Água e o Céu" (da "Ciba"/segmento feminino) se os considerarmos fora do contexto conceitual de suas respectivas influências. No entanto, para algumas das peças de roupas vistas (em imagens) na coleção de Linda Allary, as pantalonas e as túnicas mais clássicas, pudemos encontrar uma menção exata sobre isso no discurso sobre estilo do tema "Fibroso" ("Du Pont").

Já na coleção de Castelbajac, também observamos a feminilidade ser colocada através do que o estilista chamou de "modelos desportivos...para o fim de tarde". Na verdade, modelos que poderiam ser definidos mais como casuais que esportivos, devido à simplicidade minimalista da maioria das construções de seus trajes. Entretanto, alguns detalhes de camisas e casacos (como as golas, por exemplo), puderam remeter muito bem ao conceito dos trajes "esportes" (diferentes, contudo, daqueles essencialmente voltados à prática esportiva). Nestes, porém, não encontramos um tema que pudesse atender especificamente à variedade de sugestões e misturas de seus trajes, salvo é claro, o já mencionado "Entre a Água e o Céu" (onde se expõe o minimalismo). Por outro lado, o estilista trabalhou as formas mais clássicas (oriundas de um estilo comumente encontrado na alta-costura, com corpete justo e saia volumosa) para os vestidos de noite e de noiva. Esses, por sua vez, foram sugeridos por dois temas da "Du Pont", "Polido" e "Suculento", sendo que o primeiro tema, encontramos tanto em imagem, quanto em discurso, aspectos que recaíram sobre o estilo dos trajes como o volume sugerido à saia dos vestidos (e iguais àqueles vistos nos desfile de Castelbajac).

Os materiais, por sua vez, vistos em sua coleção (a grande maioria, encorpados rústicos e maleáveis, mas também fluidos maleáveis e transparentes, inovativos e colantes) se situaram dentro de alguns dos padrões mencionados pelas empresas e seus temas "femininos" (principalmente, "Cultura Negra", "Cultures", "Volta à Burguesia", "Entre a Água e o Céu"), assim como as cores - fortes - utilizadas por ele (como as "quentes", pink, vermelho, vermelho-queimado, laranja, laranja-queimado, pêssego escuro, mostarda-claro; as "ácidas", amarelo-limão; "terrosas", caqui-militar, caqui-escuro, caqui; "azuladas", azul-cobalto, "esverdeadas", verde-bandeira e verde-folha, preto) encontradas na sua maior parte, no tema "Suculento" da "Du Pont" e, as mais claras, no "Espumante" (como o branco

e as "pastéis", marfim e rosa-claro). Porém, as cores amarelo-eskó e azul-pastel não encontraram qualquer referência naquelas sugeridas pelos temas das empresas.

Podemos dizer, assim, que foi sobre as estampas trabalhadas pelo estilista que pôde caracterizar e prevalecer a marca pessoal de Castelbajac, uma vez que nada no gênero "naïf" foi proposto pelas empresas.

Nós entendemos, portanto, que a cada coleção foi demonstrada a criatividade de cada estilista, não só através das influências/inspirações que as orientaram, mas também através da articulação de alguns detalhes na construção dos trajes e observados, sobretudo, por intermédio do elemento "estilo". Assim, vimos John Bartlett "desafiar" os padrões rígidos da construção dos trajes masculinos, através do estilo que comandou os ternos arrojados, por causa de sua modelagem mais contida, das lapelas estreitíssimas e o próprio modo de compô-los, já usados com outros tipos de camisas ou camisetas tipo "polo", além do abandono total das gravatas. Mas, talvez, o desafio maior deste estilista possa ser encontrado no comprimento das calças, mais curtas que as tradicionais usadas pelos homens. Detalhe este que pode ser considerado como um elemento importante de moda, pois sugere um vanguardismo mais exibicionista e claro.

Nas coleções femininas, observamos que o minimalismo trabalhado nos trajes de seus respectivos estilistas, só encontrou eco nas sugestões oferecidas pelos temas das empresas, se não consideramos os ambientes/influências/inspirações que direcionaram seus respectivos estilos (pois, por exemplo, o principal tema que explorou o minimalismo nas formas femininas, "Entre a Água e o Céu", originou-se de referências "sociais" contemporâneas e não retrógradas, como as que vimos nas coleções de Molinari e Allary). Dessa forma, entendemos que o estilo minimalista, muito forte nesta estação (pois esteve presente não só nas coleções femininas, mas também na masculina), foi o aspecto que pôde imprimir a personalidade daqueles que o utilizaram, uma vez que o articularam conforme o estilo "guia" que orientou suas criações. Foi, então, que Anna Molinari preferiu, talvez, adotar um outro nome a tal estilo, nomeando-o de "pós-minimalista" e associando-o àqueles que, na verdade, dirigiram toda a sua coleção: romântica, feminina e retrô. Foi também que, apesar de Linda Allary sequer mencionar o minimalismo em suas criações, o assegurou à construção do estilo que, por sua vez, orientou a construção de seus trajes "esporte-clássicos". Porém, para Castelbajac, além de manejar esse mesmo importante

estilo (também não mencionado em discurso nem por ele, nem pela apresentadora e que orientou os seus modelos "desportivos" e "femininos"), pudemos verificar, através das padronagens (estampas em estilo "naïf", no caso) a sua grande e ainda presente "marca" pessoal.

Podemos dizer, então, que tais detalhes (como alguns aspectos do estilo, estampas, no caso de Castelbajac e, numa insignificante proporção, as cores) quando articulados pelos estilistas e, de certa forma, não condizentes às sugestões oferecidas pelas empresas é o que, na realidade, pode ser visto como um toque criativo ou mesmo talento. Infelizmente, porém, são aspectos ínfimos se considerarmos, por outro lado, a larga articulação dos estilistas dos outros elementos (como materiais, cores e a grande maioria dos estilos e suas características) propostos pelo ambiente comercial/industrial.

Tal dependência estética definida pela força das instituições econômicas é o preço a ser pago por aqueles que entram nos negócios da moda e que não podem se dar ao luxo de ver suas marcas entrarem em bancarrota, em nome da "total" criatividade. O forte entrelaçamento de idéias entre os padrões estéticos, oferecidos em forma de tendências (respectivamente, os 4 elementos) pelas empresas multinacionais e a criação de estilistas e confeccionistas, parece não só existir mas, ainda, persistir da mesma forma rigorosa dos anos 60, quando os "Bureaux de Style" impunham de maneira clara e exequível as suas sugestões a toda a cadeia de produção de vestuário. Ora, a mesma organização estética criada nesta década ainda insiste através dos modelos econômicos hierárquicos e cronológicos que visavam estabelecer uma ordem no mundo da moda e que se pautam, atualmente, nas decisões das multinacionais (com 36 meses de antecedência), na adequação dessas à invenção dos temas de tendências (tarefa executada pelos "Bureaux de Style"), na colocação à venda de tais tendências nos salões internacionais ("Première Vision", "Interstoff", "SEHM" etc.) e, ainda (e mais claramente), através do material de divulgação de tendências das empresas (inclusive aqueles por nós estudados).

Assim, é interessante olhar para a moda e suas tendências através desse novo prisma de entendimento. O de sua materialização, que se faz possível através do trabalho de lapidação e disseminação das informações das multinacionais pelos "Bureaux". Estes, que com o seu *feeling* atravessam a realidade social que vivem e a convertem - juntamente com os novos produtos de moda a serem lançados - em fantásticos universos temários,

provenientes, sobretudo, do imaginário dos coordenadores (e estilistas) de moda que lá "residem". Ou seja, provenientes das imagens mentais que captam do mundo contemporâneo, as quais impregnam seus espíritos "criadores" e que, a um dado momento de seu processo de materialização, são transformadas em elementos standartizados. Elementos que estão - sempre - direcionados a um mesmo ideal de juventude e beleza. Como vimos, em nossas discussões dos temas das empresas (na Parte I) e nas descrições dos programas (na Parte II), com os 4 elementos convergindo para o estilo jovem, romântico, florido, sensual, elegante para os ideais femininos e o másculo, viril, sedutor, sofisticado e também elegante para o masculino. Ideais que se apoiam, portanto, em alguns conceitos dos materiais (rusticidade, transparência, fluidez, ambiguidades têxteis, inovações, etc.), cores (alegres, exuberantes, elegantes, discretas, lúdicas, etc.) e padronagens/estampas (românticas, sensuais, floridas, ousadas, etc.), pois este é o grande mercado... O mercado de obesos, flácidos, idosos e, de certa forma, até mesmo o infantil, permanece à deriva das orientações dos "Bureaux" e das indústrias envolvidas.

Como bem o disse Edgar Morin, essa lógica edonista reflete "...a identidade dos valores de consumo, e são esses valores comuns que veiculam as *mass media*, é a unidade que caracteriza a cultura de massa..."²²⁴. Uma unidade que, portanto, se situa num círculo vicioso entre "produto e mercado" e que, ininterruptamente, faz com que persigamos determinados ideais sociais, dia após dia, estação após estação, uma vez que, no caso das tendências de moda, a cultura de massa os torna viáveis. Inicialmente, através de suas propostas imaginárias (os temas das tendências) e, depois com a consumação dessas por intermédio da lógica de mercado (a adaptação do produto aos respectivos segmentos de mercado e suas dinâmicas promocionais "via" mídias).

Todavia, nós é dado a possibilidade da escolha... A cultura de massa "...propõe modelos, mas não ordena nada"²²⁵. "Ela" é o "...produto de um diálogo entre uma produção e um consumo. Esse diálogo é desigual. À priori, é um diálogo entre um prolixo e um mundo. A produção (o jornal, o filme, o programa de rádio e a TV²²⁶) desenvolve as narrações, as histórias, expressa-se através de uma linguagem. O consumidor - o espectador

²²⁴ Morin, Edgar, O Espírito..., p. 42.

²²⁵ Ibid., p. 46.

²²⁶ Grifo nosso.

- não responde, a não ser por sinais pavlovianos; o sim ou o não, o sucesso ou o fracasso. O consumidor não fala. Ele ouve, ele vê ou se recusa a ouvir ou a ver"²²⁷.

Na verdade, como bem prossegue o autor, é neste "diálogo" que reside uma dialética complexa (e à qual ele não propõe uma solução imediata): "...A cultura de massa é imposta do exterior ao público (e lhe fabrica pseudo-necessidades, pseudo-interesses) ou reflete as necessidades do público?"²²⁸.

No que se refere à moda (excluindo a necessidade básica em se vestir do ser humano) acreditamos (e, principalmente, depois de averiguarmos como se oferecem as explicações sobre suas tendências), que o consumidor/público é tragado - sem muita escolha (e, portanto, involuntariamente) - para um sistema dominado pelos mecanismos da cultura de massa, uma vez que se insere aí, ainda, algumas estratégias que movimentam tal sistema e que, no parâmetro da moda, se verificam, não só através das estratégias de Marketing das empresas envolvidas, mas, sobretudo, nos objetivos dessas estratégias. Ou seja, no ambiente das empresas comerciais/industriais, oferecendo informações através de palestras e catálogos a respeito dos dados "brutos"²²⁹ das tendências às respectivas empresas que otimizam o produto dos vestuários (tecelagens, confecções, *maisons*), funcionando, portanto, como instrumentos promocionais das tendências. No ambiente da mídia, divulgando as informações já, contudo, lapidadas pelas empresas que as converteram em trajes (no caso confeccionistas e estilistas), respondendo, assim, pela publicidade gratuita (considerada a estratégia publicitária mais eficaz, pois é vista como um relato e não uma construção, como as propagandas convencionais) dos novos conceitos sobre o vestuário, vistos nas marcas e *griffes* apresentadas.

Portanto, a cultura de massa, à medida em que atrela todo um elenco de convenções comerciais e sociais, só irá refletir as necessidades do público/consumidor, quando este responder através do conhecimento e consumo das tendências. Momento em que se configura uma outra estratégia de Marketing (a mais básica): a de adaptar (ajustar) o produto ao mercado, acatando o apelo da demanda no que diz respeito a considerar aquilo que o consumidor (cores, estilos, determinados materiais e padrões) mais gostou (ou vem

²²⁷ Morin, Edgar, O Espírito..., p. 46.

²²⁸ Ibid., p. 47.

²²⁹ Brutos na medida em que as informações sobre tendências encontram-se diluídas nos quatro elementos (influência/inspirações, cores, materiais/padronagens, estilos) e as quais, porém, já sofreram uma "lapidação" (intervenção) por parte dos "Bureaux de Style".

aceitando) dentre o leque de escolhas concedidas a ele na estação. Esta é a "moda de mercado", tal como estamos acostumados a ver e temos acesso. Aquela que vem como um produto das leis comerciais das grandes empresas (multinacionais de matéria-prima e mídia) e que não se integra à produção dita "artesanal"²³⁰ de certos estilistas e, numa certa medida, também à "alta-costura". Assim, para que todo esse longo processo de disseminação de tendências possa ocorrer com sucesso é necessário acionar outros mecanismos que, por sua vez, devem se infiltrar com a mesma eficiência, não só aos objetivos comerciais, mas também aos de seu mercado, através do imaginário do público consumidor e, sobretudo, de seus criadores

de moda. O que é feito pela articulação do conteúdo de discursos e imagens dentro das explicações sobre as tendências de moda em seus respectivos estágios e meios de produção e demonstração.

No entanto, antes que coloquemos tais mecanismos em relevância, é importante ressaltar que a própria natureza das tendências de moda reside no imaginário pessoal, considerando que elas se materializam a partir de imagens. Como já mencionamos, a partir de fotografias mentais, cuja impressão visual de certas sensações do mundo foram captadas e fixadas no espírito dos coordenadores de moda e estilistas dos "Bureaux de Style" e convertidas por eles em tendências. Mais especificamente, inventando temas (que partiram, então, da imagem que fizeram sobre o mundo) para que as matérias-primas das indústrias multinacionais (já definidas por suas estratégias de Marketing), possam ser assimiladas pelo seu respectivo mercado (tecelagens, confecções, *maisons* ou mesmo as respectivas "filiais" das multinacionais) através de catálogos e palestras. Instrumentos necessários para se deflagrar a primeira etapa de difusão das tendências. Nestes, pudemos acompanhar que, as explicações (orientações) sobre tendências partiram exclusivamente do discurso temário e, somente, no caso das cores, tivemos um pouco mais de informações com as "cartelas de cores" e os "painéis de tendências", uma vez que as imagens colocadas para a representação dos respectivos universos temários foram dependentes de seus discursos (um acessório do discurso), sendo, então, impossível entendê-las sem este apoio.

²³⁰ Esta parece figurar em um mercado quase marginal, no que se refere a pouca (ou nenhuma) informação da mídia a respeito, uma vez que não respeita as tendências de moda, produzindo seus próprios materiais, cores e estilos. Pode-se dizer que os maiores expoentes dessa lógica encontram-se entre os criadores orientais (especialmente Issey Miyake), certamente, pela forte influência de uma cultura tradicional, como a japonesa.

As explicações do discurso temário, também foram codificadas (pelos sistemas que as administraram) através de quatro elementos (e cinco se formos considerar as imagens temárias): influências/inspiraões, cores, materiais/padronagens, estilos. Nós pudemos observar, porém, que apesar de todos os elementos serem igualmente importantes, ao discurso temário, se fez imprescindível o elemento influências/inspiraões, pois é ele que pode apoiar e dar cabo às decisões dos criadores de trajes. É neste elemento que se pode encontrar os subsídios necessários para alimentar a criatividade dos estilistas (com informações, às vezes, muito subjetivas), ao mesmo tempo que se oferecem dados baseados em pesquisas sociológicas, comportamentais, etc. Dessa forma, eles podem ter a sua liberdade de criar respeitada na medida em que têm a opção de acatarem ou não as sugestões oferecidas (em forma de possíveis influências/inspiraões) e, assim, determinarem o peso das informações que vão guiar suas coleções e o modo como vão dirigi-las aos outros aspectos de construção dos trajes. Por outro lado, tal liberdade é tolhida ao ser necessário considerar os outros elementos de construção dos trajes: as cores, materiais/padronagens, estilos, uma vez que devem ser corretamente empregados e respeitados em uma determinada estação.

Mas vimos, também, certos valores sociais serem expressos, sobretudo, através das influências/inspiraões que guiaram os estilos sugeridos para os trajes. Valores que, no entanto, são "neutralizados" no momento em que se cria um traje, pois já não são mais fruto das influências/inspiraões de catálogos e palestras, mas sim reconhecidos como propriedades da imaginação, criatividade e talento dos estilistas porém, que ainda permanecem presentes nos outros elementos. Essa lógica, portanto, deve desintegrar os vestígios da idéia "padronizadora" (standartizada) que temos das tendências de moda - as matrizes dos elementos - que, agora, já são parte das inúmeras coleções sazonais de vestuário, descritas por sua vez, como sendo "fórmulas" invencíveis do universo de seus respectivos criadores.

Quando as tendências de moda chegam à mídia e, especialmente, à TV, portanto, elas já adquiriram o formato que esta mídia elegeu, pois ganha o *status* de "informação visual". À TV, então, é dada a tarefa de administrar a etapa da moda que mostra as tendências a partir do universo de seus criadores mais ilustres ao público interessado e, sobretudo, através da ótica deste sistema, suas redes, suas apresentadoras, seus meios

técnicos. O público/consumidor, assim, além de permanecer refém desta lógica, parece ser ainda dependente das explicações imagéticas sobre tendências, na medida em que o recurso visual tem o poder de demonstrá-las em sua plenitude, não só por as exibirem melhor, mas também por serem consideradas como partes representantes, verídicas, da realidade. Um retrato em movimento do universo real dos estilistas que, na maioria das vezes, mostrou (através de nossas descrições imagéticas/discursivas e "sincrônicas" sobre os quatro elementos) não explicar nada e informar pouco sobre a moda e suas tendências.

Ao que percebemos, então, neste nível de difusão das tendências, mesmo que elas obedeçam à lógica de fragmentação da mensagem, próprio do meio "TV" e, ainda, se encontrem dissimuladas pelo caráter parcial e dinâmico das notícias que as acompanham, os discursos que acompanham as imagens, ao contrário do que foi observado nos instrumentos promocionais das empresas (seus catálogos e palestra), tornam-se um acessório das imagens, à medida em que essas não dependem de seus discursos para serem entendidas. Elas são autônomas, pois - através do recurso visual - podem expressar com eficiência três dos quatro elementos das tendências de moda. Aqueles que, na verdade, são os mais importantes para podermos facilmente identificar como sendo propriedades das mudanças da moda: os estilos, as cores, seus materiais e padronagens. As influências/inspirações no caso, só reconhecidas pelo apoio discursivo, são necessárias somente para que entendamos o espírito criador daquele que construiu a coleção dos trajes (e o que funciona mais como um suporte publicitário às suas *griffes*). O apoio discursivo, portanto, vem oferecer ao entendimento sobre tendências, o benefício da comprovação sobre a veracidade daquilo que experienciamos imagetamente, além de ressaltar alguns dos elementos - os mais importantes -, vistos nos trajes. Ora influências, estilos, cores; ora estilos, cores e materiais/padronagens. Vale ressaltar que, sempre há o consenso da redundância (o discurso polarizando as discussões sobre determinados elementos dos trajes, no caso de nossas descrições, somente estilos e cores) e, ainda, a articulação que promove tal consenso, pois "um olhar informado desloca-se de outro modo no campo que explora"²³¹.

Talvez, então, o lado discursivo da mensagem da moda possa somente igualar-se ao

²³¹ Aumont, Jacques, *A Imagem*, (tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro), Campinas, Papirus, 1995, p.61.

valor de suas respectivas imagens quando este se presta a revelar os "conselhos" e opiniões (situados nas "entrelinhas" dos diálogos entre apresentadores e estilistas), pois é a realidade sendo consumada pelo aval, endosso e justificação da mídia televisiva. Verdades supremas discutidas por especialistas. Nesse sentido, as apresentadoras se colocam como confidentes de "semi-deuses", os estilistas, pois para eles, de acordo com o que nos é oferecido em informações verbais, não há dúvidas, medos, inseguranças pessoais (tão corriqueiras e presentes na vida do ser humano comum). Não existe o risco de suas escolhas serem incorretas... O processo "visto" é aquele que já foi elaborado, portanto, resultado de um longo processo de trabalho. Não há fragilidades, apenas certezas e essas operam em nós à medida em que acreditamos nelas²³². Muito mais fácil, porém, é aceitarmos aquilo que vemos em imagens e transplantamos (inconscientemente) ao nosso imaginário: as cores, que complementam tecidos lânguidos, fugidios que delineiam as formas perfeitas dos corpos desfilados. Verdadeiras construções divinizadas que têm o poder de nos projetar a sermos mais bonitos, sedutores, jovens, elegantes e atraentes.

Pouco nos importa, então, se entendemos a língua falada (seja inglês, italiano, francês...), pois as imagens das tendências de moda têm a capacidade de oferecer outros tipos de informações que, no entanto, atuam de forma latente, subjetiva sobre o conteúdo discursivo. É uma outra linguagem, não mais a que entendemos por nosso raciocínio lógico, mas aquela que permitimos adentrar em nossa alma, pois seduziu nossos desejos mais íntimos, inconscientes.

É um enlace que nos torna cúmplices das experiências dos estilistas, mas ao mesmo tempo cobaias de suas criações, quando seguimos suas prescrições: códigos de moda já, porém, decifrados e reorganizados pela mídia. Porém, vale ressaltar aqui mais uma vez, que não temos como intuito neste trabalho, discutirmos mais profundamente a mensagem da moda prevista em imagem e discurso (as explicações sobre tendências), seja no campo comercial/industrial, seja no midiático, o que, sem dúvida, ultrapassaria, em muito, os objetivos pretendidos por essa dissertação (e que situa-se tão somente em iniciar uma discussão sobre o processo de construção da moda e a difusão de suas tendências em

²³² Muito interessante ao leitor seria a oportunidade de apreciar o filme "Unzipped" sobre o estilista americano Ysaac Mizhary. Neste, o criador, momentos antes de lançar a sua coleção, descobre que "plagiou", sem querer, a coleção do estilista francês Jean Paul Gaultier. Sua fragilidade é vista, portanto, dentro do processo que guiou as inspirações de sua coleção e, conseqüentemente, todos os outros elementos derivados destas.

campos distintos). Nós, aqui, nos propomos a percorrer o caminho empreendido pelas tendências de moda (histórica, hierárquica e cronologicamente) em seus aspectos de construção (produção) e difusão (explicações/orientações das informações sobre tendências), com o objetivo fundamental de demonstrar o funcionamento de tal processo do ponto de vista de suas mensagens.

Entretanto, mediante todo esse percurso, é impossível não insistirmos sobre as imagens que orientaram a construção das tendências e as divulgaram, uma vez que, no caso da moda, tiveram particular valor no resultado das prescrições estéticas que encontramos em ambos os campos.

Elas fundamentaram o ponto de partida e de chegada das tendências de moda, através do imaginário daqueles que administraram diretamente suas informações. Surgiram, portanto, a partir das impressões visuais do mundo, os pontos de apoio para a materialização das tendências (com a invenção dos temas) em discursos e imagens, que atuaram no campo subjetivo (e que vimos também através da representação visual dos temas), oferecendo, assim, os subsídios à criação dos trajes que, no entanto, apelaram à objetividade de seus quatro elementos.

No ambiente midiático, por sua vez, a representação visual das tendências partiram de imagens objetivas, se considerarmos a parte da "realidade" que documentaram, no entanto, apelaram à subjetividade, através da carga de sedução, elegância, sensualidade e outras tantas "qualidades" que poderíamos elencar dos trajes desfilados e que, na verdade, se derivaram dos 4 elementos (e os quais podem figurar quase imperceptivelmente aos olhos do espectador "leigo"). O imaginário, portanto, reside na proposta de construção das tendências em ambos os campos, pois é o ingrediente que constrói os temas e, conseqüentemente, os trajes sazonais, uma vez que esse mesmo imaginário navega até as propostas dos estilistas (como pudemos verificar no confronto das prescrições estéticas de ambos os campos, o comercial/industrial e o midiático, com a existência do entrelaçamento de idéias entre eles).

As imagens das tendências de moda, portanto, permanecem num campo quase "sagrado", dado o valor concedido por uma série de convenções sociais, econômicas e técnicas à realidade que representam. É claro, o discurso neste contexto de moda é também muito importante, pois "para ser plenamente compreendida uma imagem necessita do

domínio da linguagem verbal"²³³. E isso pudemos perceber muito bem e, principalmente, no campo industrial/comercial, com os instrumentos promocionais das tendências analisados por nós, onde, na verdade, as imagens construídas para os temas dessas mesmas tendências se fizeram submissas às explicações verbais. Mas, por outro lado, percebemos que as tendências de moda que se propõem, principalmente ao público consumidor, podem se manifestar somente através de imagens. O que significa uma possibilidade maior de serem "cultuadas", sem serem entendidas verbalmente e, o que é pior, sem serem plenamente assimiláveis como produtos standartizados culturalmente. Dessa forma, talvez, fosse importante pensar, de agora em diante (isto é, em estudos futuros), todas as implicações que ocorrem em dispositivos que se pautam exclusivamente nesse suporte (o imagético), recorrendo a análises mais profundas de seus conteúdos ditos, iconográficos, simbólicos, etc.

Mas, o que nos incomoda, ainda, é a forma como se materializam e são divulgadas midiaticamente, pois são nestes estágios que as tendências de moda são inventadas imaginariamente (em um primeiro nível) e transportadas imgeticamente (em segundo). "No sentido corrente da palavra, o imaginário é o domínio da imaginação, compreendida como faculdade criativa, produtora de imagens interiores eventualmente exteriorizáveis. Praticamente é sinônimo de "fictício", de "inventado", oposto ao real (até mesmo, às vezes, ao realista). Nesse sentido banal, a imagem representativa mostra um mundo imaginário, uma diegese"²³⁴.

Incomoda-nos, assim, o processo como são fabricadas e oferecidas. Incomoda-nos a dependência do mercado produtor de matéria-prima brasileira (no caso, a realidade "micro", mencionada na Parte I) das decisões sobre tendências das empresas estrangeiras (às vezes, até, de suas respectivas matrizes), as quais justificam suas determinações através da mídia (um certo tempo depois de serem lançadas). O que dizer, então, quando toda uma avalanche de referências chega ao mercado produtor e "criador" de vestuário? O que dizer da influência avassaladora que percorre os corredores das filiais multinacionais que produzem matéria-prima têxtil e que se incumbem da construção (e conseqüente disseminação) das tendências ditas "brasileiras"? O que dizer dos "criadores" que se

²³³ Aumont, Jacques, *A Imagem...*, p. 248.

²³⁴ *Ibid.*, p.118.

submetem, inteiramente, às leis de mercado, não só aquelas previstas em seus fornecedores de matéria-prima, mas também e, principalmente, de matéria-prima de criação (vista e apreciada não só nos instrumentos promocionais das empresa, mas em toda a mídia e, particularmente, nos programas de moda)?

Importa-nos, então (já relevando possíveis e mais profundas considerações sobre a TV e outros suportes midiáticos), questionarmos sobre os ideais daquilo que nos é oferecido, enquanto público consumidor e, sobretudo, por intermédio do imaginário e suas imagens. O que entendemos como sendo um "artefato, um objeto de fabricação", como bem situou Philippe Dubois²³⁵. Nesse momento, é importante nos unirmos aos seus questionamentos a respeito da certeza imagética de nossa realidade, os quais, devem ser colocados com uma relevância ainda maior quando nos apropriamos de uma discussão sobre moda. Assim, "qual é a nossa visão sobre o mundo ao nosso redor"²³⁶ e "qual é a nossa cognição do universo"²³⁷?

É no conteúdo das propostas sazonais - vindas através das tendências - que, não só novos comportamentos de consumo podem ser instalados, mas também novos comportamentos sociais podem ser disseminados e justificados. É sobre o conteúdo de suas propostas (discursos e, sobretudo, imagens), portanto, que modelos culturais podem ser inventados e deflagrados, alheios ao conhecimento do cidadão comum.

O que dizer, portanto, quando todo esse conteúdo pode ser administrado por empresas que monopolizam suas informações, não só no parâmetro da moda, mas midiático, especialmente, o televisivo ? Nesse caso, as programadoras das TV's por assintaura que vêm desbravando um mercado cada vez mais voraz por *hobbies* imagéticos. Ou seja, cada vez mais ávido em consumir programas de TV que atendam ao seu gosto pessoal. Um filão mercadológico que, ardentemente, as grandes redes programadoras almejam atender e o que tem tirado o sono de seus diretores se considerarmos - por mais incrível que isso nos possa parecer - a falta de produtos (programas) para lhes oferecer. Nesse sentido, se com a TV aberta nunca houve uma preocupação concreta (política e até mesmo acadêmica) em se definir parâmetros para o conteúdo daquilo que é veiculado, o que dizer, então, da TV fechada, que ainda sequer sabe como gerenciar os canais atuais e

²³⁵ Dubois, Philippe, *Seminário Diante da Imagem*, 08/11/2000.

²³⁶ *Idem, ibidem.*

²³⁷ *Idem, ibidem.*

tantos outros que serão colocados? Assim, em que nível de preocupação se situará o conteúdo dos programas veiculados em todos esses canais?

Retornamos, dessa forma, às mesmas (e antigas) questões teóricas dirigidas à TV aberta que, no entanto, se colocam um pouco mais urgentes se levarmos em conta a potencialidade tecnológica (de abrangência) do sistema propiciado pelas TVs fechadas. Assim, trazemos à tona, os questionamentos de Cohen-Séat e Fougeyrollas (questionamentos, aliás, muito próximos àqueles já mencionados pelo professor Philippe Dubois) sobre: "como fazer para que o homem seja dono de sua representação do mundo?"²³⁸. "Como fazer para que seja dono da ação que exerce e da que é exercida sobre ele?"²³⁹. "Que visão do mundo deve captar ou se dar a si mesmo, para ter o maior domínio possível sobre o seu futuro?"²⁴⁰.

A resposta, no entanto, deve partir não só através de um conhecimento melhor e constante sobre os meios (dispositivos) que propiciam a representação de nossa realidade mas, sobretudo, dos produtos que se derivam desses meios.

Parte desse novo universo que se instaura sobre nós (as TVs por assinatura), então, a mesma necessidade que ainda persiste com a TV aberta, de reconhecermos, ao menos, mais criticamente, aquilo que nos é oferecido em conteúdo e, particularmente, no caso das tendências de moda, em seu conteúdo imagético. Sobre esse, falta-nos a curiosidade (acadêmica, inclusive) de o entendermos como o fiel e mais eficiente protagonista de todo o sistema de produção de tendências de moda, na medida em que ressalta e mantém os elementos padronizados das tendências através do recurso da "informação visual". O que poderia ser incentivado, talvez, se aperfeiçoássemos o nosso olhar sobre a moda.

Um olhar que, ao nível acadêmico, poderia ser melhorado se aprofundássemos o estudo nos vários suportes midiáticos das tendências de moda e a inter-relação com o sistema econômico que as produz; ao nível dos estilistas (e todo o tipo de criador de moda), se confrontássemos mais as idéias e os ideais das tendências, não permitindo a total dependência de seus elementos; ao nível do público/consumidor, se questionássemos as transferências de valores - inventados - pela moda à nossa realidade social.

²³⁸ Cohen-Séat e Fougeyrollas, Gilbert, "A Informação Visual e sua Ação sobre o Homem", in, Cohn, Gabriel, *Comunicação e Indústria Cultural*, São, Paulo, USP, 1985, p.359.

²³⁹ *Idem, ibidem.*

²⁴⁰ *Idem, ibidem.*

Nós encerramos este trabalho, então, cientes que muitas questões poderiam ser melhor conduzidas ou elaboradas. Acreditamos mesmo, que o papel da mídia por nós explorado - em particular - aquele que cabe aos programas de moda das TVs por assinatura deveria ser mais discutido. Isso, sob o ponto de vista dos inúmeros aspectos que estruturam a lógica desse sistema, suas conveniências políticas e econômicas, que passam a interferir na qualidade de suas veiculações pois, "...tudo depende de quem a televisão esteja procurando e da qualidade dessa procura"²⁴¹.

Nesse sentido, acordos políticos devem acontecer para que as emissoras - as repetidoras de sinais - possam se instalar em diversos mercados, através de determinados sistemas ("MMDS", banda "C", KU", "cabo") que, por sua vez, correspondam a mercados específicos (se mais elitista ou, atualmente possível, também voltado para um público de menor poder aquisitivo). Fato que, então, determina o nível qualitativo de suas programações (se é que existe qualidade informacional no parâmetro televisivo, seja ele aberto ou fechado).

Certamente, devido à necessidade do próprio tema de tendências de moda demandar uma atenção maior sobre as explicações dos 4 elementos (o que eram, como se identificaram e atuaram em ambos os campos de análise), motivo, aliás, que dominou boa parte das páginas dessa dissertação, nos fez restringir, talvez, alguns comentários adicionais. Porém, nos sentimos tranquilos mediante o resultado final deste trabalho, se este propiciou um entendimento maior sobre a lógica que se instaura sobre a moda e suas tendências, não só no meio acadêmico, mas sobretudo ao público "leigo" ou mesmo pesquisadores de moda. Nesse sentido, então, talvez, o maior mérito resida nas fórmulas metodológicas por nós encontradas para gerirmos as análises das tendências, deslocando e discutindo os 4 elementos em cada um dos campos de análise abordados. O que, talvez, possa servir de modelo para futuros estudos sobre tendências de moda em outros suportes midiáticos (como o impresso, por exemplo, ou mesmo no aperfeiçoamento deste) e, assim, auxiliar novos pesquisadores desta área.

Dessa forma, acreditamos ter cumprido com os objetivos por nós propostos no início de nossa pesquisa.

²⁴¹ Hoineff, Nelson, A Nova Televisão: Desmassificação e o Impasse das Grandes Redes, Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1996, p. 112.

Parte II

Bibliografia

Aumont, Jacques, *A Imagem* (tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro), Campinas, Papirus, 1995.

Bolaño, César Ricardo Siqueira, *Mercado Brasileiro de Televisão*, Aracajú, Universidade Federal de Sergipe/PROEX/CECAP/Programa Editorial, 1988.

Cohn, Gabriel, *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, USP, 1985.

Duarte, Luís Guilherme, *É Pagar para Ver: A TV por Assinatura em Foco*, São Paulo, Summus, 1996

Eco, Umberto, *Obra Aberta. Forma e Indeterminação nas Poéticas Contemporâneas*, (tradução de Pérola de Carvalho), São Paulo, Perspectiva, 1971..

Hoineff, Nelson, *A Nova Televisão: Desmassificação e o Impasse das Grandes Redes*, Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1996.

Machado, Arlindo, *A Arte do Vídeo*, São Paulo, Editora Brasiliense S.A., 1988.

Matuck, Artur, *O Potencial Dialógico da Televisão: Comunicação e Arte na Perspectiva do Receptor*, São Paulo, Anna Blume:ECA-USP, 1995.

Morin, Edgar, *Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo*, (tradução de Maura Ribeiro Sardinha), Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1990.

Squirra, Sebastião, *Comunicação Jornalística e Editorial do Departamento de Jornalismo e Editoração*, ECA/USP, 1988 (não publicada).

Outros

Apostila de Treinamento Técnico Interno da Multicanal, São Paulo, 1995 (não publicada).

Catálogo Pantone® Textile Color Guide Incs., Los Angeles, Contemporary Exhibitions, LACE-Los Angeles (February, 27), April-12, 1995.

Curso de Roteirização da Escola Superior de Propaganda e Marketing, 1988.

Folha de São Paulo/Encarte Especial, 01/08/95.

Folha de São Paulo/TV-Folha, 24/08/97.

Jornal "Cable Report (Meio e Mensagem)", Ano 1, números, 9 (março 1998), 8 (setembro de 1998) e 5 (novembro de 1998).

Revista TVA, outubro, 1995.

ANEXOS

"CIBA"

"Black Culture"

The Black Continent – on the one hand massive, powerful and primordial, on the other beset with problems, industrially underdeveloped and aggressive – has fascinated the western world since time immemorial. The landscapes are primordial and contrasting, the animal world is imposing and archaic, the beauty of the fauna is impressive and the mystical culture of its inhabitants is inextricably bound up with the earth. For a long time ridiculed and despised – frequently ignored or suppressed, the black culture, its roots dating back as far as 300 BC, has widely influenced and moulded world culture with its centuries-old symbolism and mythology. Whether in music - jazz - or in plastic or representative art, the influences of this powerful and fascinating continent are found everywhere.

Globalization and interliking, journeys and discovery, and also blending and merging of the most widely differing ethnic cultures make this influence more lasting and more visible.

In contrast to the extremely elegant and refined themes and looks, which make a very futuristic and artificial impression, a trend is emerging here which remains highly authentic and original without being coarse or rustic.

Materials have structured or relief-like effects, reminiscent of fossils or traces of earth, grasses or stones. Handle is scroopy and dry, and fabrics are matt and dusty in appearance. Linen or hemp blend are panama-like, vegetable looks prevail, stiff and dry like straw or hay, matt finishes make colours look aged and yet trendy. Structure effects such as crinkle, seersucker and cloqués abound, as do knop and flammé yarns, granités and piqués, which create scaly and honeycomb crêpe structures or spotted veined looks.

African art in particular provides inspiration for prints, which look simple and yet mysterious with their symbolism and mystical signs. Clear colours are teamed with earthy ones or with contrasting black or white. Vegetable shades are combined with cool spring green and soft yellow, their appearance natural and enlivening.

“Back to Bourgeoisie”

The return to traditional values, bourgeois customs and styles is currently manifesting itself in fashion through the comeback of the classic two-piece, the elegant cocktail dress and the suit. “We are again adopting a middle-class lifestyle. We wish to be “bourgeois”, says Sébastien de Diesbach, Head of Promostyl.

This can be seen as a reaction to the provocative, shrill “asphalt trend” of the previous seasons. Shrillness and shabbiness are being replaced by a well-groomed, sophisticated appearance. A period of breaking rules and taboos is followed by a return to the proven and the familiar. The rebirth of bourgeois customs means good style, polite behaviour and civilized language. Books on manners are fashionable and courses on “good behaviour” are booked out again.

The focus is on the fashion excesses of the fifties, what counts is the smart exterior, a playground for frippery and vanity, jewellery and cosmetics. Professor Alexander Deichsel, specialist in Romance and Germanic languages and literature and Professor of Sociology at Hamburg University, sums it up” “Our wish for beauty is the driving force behind our actions. People are drawn to beauty (beauties), which exerts a kind of fascination over us - we are “turned on”.”

After a period of artificial asceticism, modesty and reflection in a problem-laden world, comes the longing for decoration, aestheticism, elegance and beauty.

However, romantic nostalgia is not the only aspect of this theme: striking contrasts, juxtaposed incongruities and decadent style mixes give it a fashionable look, reflecting our conflicting, broken relationship with the past.

High-grade, sophisticated fabrics and materials predominate. Silky shantung with a refined gloss, fine, grainy nattés in monochrome colour mixes, flat bouclés à la Chanel – featherlight but bulky – chinés with sophisticated yarn effects, elegant ribs and ottomans go side by side with flat, smooth fabrics, fresh piqués and fine-grain, flowing crêpe.

Colours have a discreet, neutral look – black/white or charcoal/beige, in delicately shaded greys or soft, broken pastels. Bold, luminous colours are also used for silky blouse materials, or prints à la Pucci or in the neobaroque Lacroix style.

“Body Language”

Body language and a new focus on physical aspects of life – wellness and fitness - are part of this theme. We concentrate on ourselves, listen to our own body signals, enthusiastically create a self-centred, narcissistic scenario. The search for “eternal youth” is countered by the “revolt of the old”. Self-confident and unabashed by the youth cult and the obsession with youth, the “old” assert themselves, refusing to blend into the scene.

Sport and leisure probably represent the highest innovation and development potential in the consumer goods market, and this refers not only to purely physical activities, but also has erotic and aesthetic components. Backed by an immense media presence, sports idols become trendsetters - including in fashion.

The desire to spoil oneself, to give oneself a treat, to enjoy oneself, to indulge in a “bit of luxury”, is also part of this highly egocentric lifestyle. “No one loves me, so I’ll have to take care of myself” – this attitude contrasts with team spirit, awareness of responsibility and community-oriented behaviour. Individualism, the desire for freedom and independence and the breakaway from defined roles are the manifestation of a desire for differentiation and individuality.

This is a playground for innovative and functional materials, which meet the required standards of comfort and wellbeing just as they meet the aesthetic requirements. The focus is on synthetics, which are used according to their function and effect-giving properties and help to provide a pleasant handle, desirable care properties and comfort in wear. However, natural fibres are definitely on the up and up. They are upgraded or made fashionable through finish effects and are frequently used in blends with synthetics. Reflecting metallic or polished surfaces provide an attractive, trendy look and are contrasted with mobile, relief-like, embossed surfaces. “Sparkling Nylon” is used for futuristic effects and shot fabrics and space dyeing effects remain an important design element.

Colours are strikingly bright and eccentric. Contrasted with white, they acquire a fresh, clean look and create a cheerful, carefree, optimistic summer mood.

“Between Water and Sky”

A highly pragmatic, both respectful and tolerant approach to environmental problems, has emerged as the essence of a highly fundamentalistic discussion on the environment in the early 90s, a reaction to the unscrupulous 80s. In the same way, sociological terms such as loyalty, friendship, consciousness, honesty, responsibility and fairness are not only talked about, but also practised. Clarity, transparency, honesty and trust are basic values today. The search for safety and security manifests itself in simple, plain clothes, albeit with a well-groomed, refined and sophisticated air about them. Greater care is taken to ensure that products are environmentally acceptable, but they must still meet aesthetic requirements and be easy to care for, all of which entails a high technical standard.

Real quality, and not brash effects, is the selection criterion. Good compatibility of the material, a soft handle and a natural look appeal more than gaudiness, gloss and glamour.

The “unexpected” lightness of existence – would be one way of describing the new innovative materials. They suggest the clarity and transparency of glass and air, the freshness and coolness of water. Subtle matt/glossy effects reflect like light on the water surface and lively, mobile weave effects have a dynamic quality, like waves and streams. Refined, iridescent gloss brings to mind seashells and fish scales, transparent effects and fine bubble structures are like frothing water.

Light-weight and transparent like parchment, with a crisp, papery handle, fine cotton batistes are frequently to be found in blends with synthetics. Sparkling, shimmering viscose and polyamide yarns create effects such as that of an infinite starry sky or lakes glittering in the sun.

The fresh, cool water colours in intense false cameo harmonies or monochrome tone-in-tone gradations are an important colour group. The neutral or softly shaded neutral shades permit sophisticated light/shadow effects.

“Salon”

Our century is distinguished by some degree of sense and a definite taste for worldly things, yet shortly before the turn of the millenium the menswear fashion theme is still one of our most sensitive and mysterious codes. Forecasting change or absence of change in fashion belongs to the realm of speculation and fortune telling.

All social trends that change and affect the behaviour and philosophy of people doubtless exercise significant influence: thus a clear shift towards conservatism and tradition has recently been apparent, values that bring promise of security and guidance in a turbulent and uncertain environment.

In fashion, this is reflected in the rebirth of “timeless elegance” – a comeback of formal elegance, the suit again playing a major role – still taken for granted by most men as everyday wear. There is a return to the elegance of the thirties and forties, the individual and personal interpretation of style at the turn of the century, when gatherings took place in elite literary circles and exclusive salons.

Social status was demonstrated by discreet but elegant clothing and registered accordingly. Similar considerations lie behind today’s trend for formal elegance, with the difference that requirements such as comfort, wellbeing and easy care can be met with today’s innovative materials.

Colouring in this highly stylish and sophisticated theme is naturally very restrained. Strong colours are rare and if they feature at all, they come in the club style, in the boldest designs, such as prominent stripes.

The focus, however, tends to be on almost plain shades, discreet tone-in-tone blends, mini or micro designs predominating. The surface can feature anything from slight to marked structures, such as flat bouclés, grainy granités or crêpe. Wool blends with silk, linen and viscose are the most frequently encountered, but silks are also popular – mainly shantung or bourette – including in blends with two or three different fibres. When yarns are extremely high-twist, the materials look compact and have substance. However, softly draping, smooth fabrics in crêpe granulé, fresco or granité, or materials with a diagonal character, such as serge and gabardine, are also available.

“Street”

“Street Fashion” is a complete change of direction. Originating from an attitude of protest and refusal, this theme has developed into an important style embodying the desire for identification and guidance. Influences from the sports sector - i.e. the young, trendy sports, such as streetball and beachball, skateboarding and in-line skating, mountain biking and snowboarding - have combined with elements of subculture, pop music, ethnics and folklore to produce a colourful, shrill, sometimes grotesque mix. The message - I am young, different, individual - becomes the most important function.

It is characteristic of this scene that it changes very quickly. The oversized looks, ethnic styles and workwear of yesterday are rapidly giving way to space and cyber looks.

Highly original, individual and imaginative combinations and interpretations are also an important component of this theme. Fashion trends are dictated less than ever from above – on the contrary, inspiration is provided for established designers – Jean-Paul Gaultier and still more recently, The Belgian, Walter van Beirendonck, being the most prominent protagonists.

Almost exaggerated technical and futuristic looks will prevail in the near future - Neopren, rubber, plastic and vinyl - which often look merely synthetic, but in fact are achieved by finishes and coatings. Dull metal looks, suggestive of rusty iron or matt steel, are more fashionable than high-gloss silver and aluminium effects. Any gloss to be found is iridescent and shimmery.

One new feature is the combination of highly technical with highly natural, authentic-looking materials, the focus on a contrast between smooth and structured surfaces - e. g. rubber with bast and straw looks, vinyl lacquer with matt linen, knopped and relief structures with shimmering, calandered fabrics.

The some what restrained shades of the individual colour groups are just as important as the stronger ones, white, off-white and deep shades being especially popular.

“Sahara”

An interesting phenomenon has been developing for some time in menswear – the dualism of fashion. On the one hand there is a clear trend towards elegant and formal wear, on the other a preference for a casual, simple and relaxed look. A target group study in the magazine Spiegel (Outfit-Studie 3) found that 45% of men prefer a light, individual style or describe themselves as “fashion-conscious”, 38% are in favour of a conventional or correct style and 13% are estimated as craving for recognition.

Casualwear was in the past influenced very strongly on the one hand by natural, ecological trends, and on the other by the colours, materials and styling of functional sportswear. This attraction for nature on the one hand and sports and adventure on the other are still the most important parameters, although to a differing degree. The “Marlboro man”, whether he is swinging a lasso, crossing the jungle or conquering the unending desert – is still a fascinating role model.

In summer 1997, this fascination for nature and masculinity will be interpreted very attractively with dusty, warm brown shades on the one hand and fresh natural olive-green ones on the other. Burned earth shades on firm twill and canvas materials hold a promise of safari romance. Khaki and olive shades, reminiscent of military uniforms, on smooth gabardines and poplins are combined with elastic jerseys or used on soft, loosely woven linen.

A highly natural look is still important, surfaces and structures are mobile, straw and bast effects comme in matt, dusty and dry looks.

Crease, crinkle and shrink effects are preferred to flawless finishes and create a slightly used look, which, however, must not be shabby or unkempt.

Functional finishes such as “easy care” and “water repellency” are required, waxing, oiling and sanding are still fashionable, but technical aspects such rubberizing and plasticizing are not part of this theme. Casualwear, furthermore, is not geared just to young buyers, but has now become a timeless and ageless theme.

“The Scene”

As can be seen in the above-mentioned “Outfit Study” in *Spiegel*, about 19% of men regard themselves as fashion-conscious and about 13% as craving for recognition. The two groups could be described as the hope of fashion, both being equally willing to invest money in their outer appearance and to accept the inevitable changes in fashion. They are the forerunners of new trends, the trailblazers for avantgarde, unusual styles, the propagandists of a changed dress philosophy. Like seismographs, they register the signals present in the market and convert them – always intent on being amongst the first, the foremost and the unique.

Trends in both formal elegance and the casual leisure look – both so important for the menswear market – can make their mark here. The “scene” once featured elegant luxury clothing in the form of the eccentric dandy look and gloss, glitter and glamour first made their entrance here, too.

In future, a highly sophisticated, luxurious and pretentious style will dominate. The trend for spoiling oneself, for example with valuable, expensive materials and agreeable, luxurious fabrics is the reflection of an egocentric attitude in our society. The Chanel perfume *Egoïste*, bestsellers such as “The art of being an egoist” or the song by the pop group The Princes, “You have to be a swine in this world”, are revealing. Almost no one wants to be deprived of the pleasure of being well dressed, the craze for the informal is followed by the new elegance with “built-in” softness and comfort. Materials are very soft, smooth, light-weight and loose – fine wools, elegant silks, comfortable blends of wool with cotton or viscose, soft, cool linen or smooth cottons, for example for shirts. Another attraction is shirting woven to resemble classic suiting and combined in a suit to give the total look - in fishbone, chevron or tweed looks, all of them very light-weight.

Colours comprise delicate, discreet and refined tone-in-tone combinations, mainly in monochromes, with few strong notes of emphasis.

DU PONT

Colours Summer 97

1 - 8

“Cool tinted neutrals from pearlised pales to washed darks. The spirit of mother-of-pearl, shells, pebbles and mossy stones, khaki”

9 - 16

“Aquatic colourings. Watery aquarelle tints. Frosty yellow, peach and green shades, fresh pink and lilac, celestial blues, natural soap tones”.

17 - 23

“Warm hues of tobacco and wood. Taupe, burnished orange and brown, intense red, grey, an obscure brown”.

24 - 30

“Intense, fruity, luminous brights such as orange, yellow, pink and red, vegetal mid-tones and lime green. Vibrant and vivid”.

Introduction

Fabrics for summer 97 hover between real and unreal, natural and artificial, past and future. The result of rapidly developing technology, they lead us into a magical world where boundaries are constantly being blurred.

Fabric developments reflect achievements in other areas, notably electronic imaging, that not only stretch our imagination to create illusory juicy or foamy effects but make us look at natural phenomena such as a polished pebble or a fibrous leaf with new eyes.

LYCRA, with its wide range of attributes, acts as a catalyst, making possible exciting new design directions”.

“POLISHED”

“Inspiration - Stones rolled and rubbed together by infinite waves, shells smoothed by the sea. Polished, lustrous, yet natural. Even irregular surfaces slide through the hand.

Colour - Cool tinted neutrals. From pearlised pales to muted washed darks. N° 1 - 8.

Fabric - A clean feeling. Washed and sculpted or irregularly textured, but always smooth and flat. Heavy drape, close weaves, mat or glazed coatings and papery touch. LYCRA tightens up compact constructions, contributes density without adding weight.

Styling - In a word: impeccable. A constant quest for perfection. Sculptural volume is important for both couture and more casual, sporty types”.

“FOAMY”

“Inspiration - Immaterial and cloud-like or airy and bubbly like breaking waves. A magical, ethereal world where things can be seen but not grasped.

Colour - Vaporious, misty pales, N° 1 – 4, 9, 10; aquatic colourings of sea flora, N° 11 – 16.

Fabric - Spongy, frothy non-wovens, loose knits, bouclé and terry. Three-dimensional surface effects, from miniature to pronounced, embody the playful, fantasy, even delirious side of fashion.

Undulating, rippling, pleated, waffled and smocked wovens and double knits. Voluminous aspects enhanced by the retractive qualities of LYCRA.

Styling - From light-as-a-cloud minimalism to outrageously playful concoctions for both wovens and knits”

“FIBROUS

“Inspiration - Beauty reveals itself in unexpected places: the parched texture of tobacco leaves, coconut fibres, irregularly eroded surfaces. Sunlight heightens the effect as everything is seen through a heat-induced shimmer

Colour - Warm tobacco and wood shades, N° 3,4, 6, 17-23.

Fabric - Natural to sophisticated, raw to precious. Shantung the most important interpretation, but also hemp, dry cotton, linen, rough silk. Textured surfaces and handwoven looks, panama and rustic canvas. Double knits and weaves.

Styling - Feminized masculine shapes. Relaxed colonial with a Cuban flavour. Suits, tunics and pants, and dresses take on new proportions”.

“JUICY”

“Inspiration – Nature’s excesses are visualised, manipulated, magnified by man’s creative ingenuity. The result is an explosion of life and energy.

Colour – Luminous fruity brights and vegetal mid-tones, N° 24-30.

Fabric – Structured wovens and knits come alive with a ripeness reminiscent of tropical fruits. The difference between vegetal and synthetic fibres, natural and artificial colours is indistinguishable, the enigma enforced by gloss or sparkle. Plissé, pleated, crinkled, ottoman and piqué, crêpe, velvet, semi-transparencies. Fresh prints are taken from exotic fruits and flowers, lush vegetation.

Styling – Sophisticated couture or high-spirited summer fun”.

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

