

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Escola de Comunicação e Artes

Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo

Curso de Especialização em Estética e Gestão de Moda

LUAN GUIMARÃES BERTOLINE

Misci - moda, arte e Brasil: uma análise de marca.

São Paulo – SP

2022

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Escola de Comunicação e Artes

Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo

Curso de Especialização em Estética e Gestão de Moda

LUAN GUIMARÃES BERTOLINE**Misci - moda, arte e Brasil: uma análise de marca.**

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Especialização para a obtenção do título de Especialista em Estética e Gestão de Moda, sob orientação da Profa. Dra. Sheila Canevacci Ribeiro.

São Paulo – SP**2022**

NOME: BERTOLINE, Luan Guimarães.

TÍTULO: Misci – moda, arte e Brasil: uma análise de marca.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial do curso de especialização em Estética e Gestão de Moda, sob orientação da Profa. Dra. Sheila Canevacci Ribeiro.

Aprovado em: __/__/__

Banca Examinadora:

Prof.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente às minhas amigas Thamires e Gabriela, que me acolheram e aconselharam em momentos nos quais seriam difíceis me perceber sozinho; obrigado por todo carinho, amizade e trocas, que me possibilitaram driblar os obstáculos e que levarei comigo eternamente. As minhas colegas Bruna, Gabrielly e Victoria por dividirem momentos ímpares e proporcionarem uma jornada leve e divertida, baseada em trocas e risadas.

A todos os professores que contribuíram de forma significativa, em especial à minha orientadora Sheila Ribeiro por toda compreensão e atenção.

Aos meus pais e minha avó Cinira, obrigado por todo apoio.

RESUMO

A presente monografia tem por objetivo sinalizar as relações entre moda e arte contidas na marca brasileira Misci, abordando os signos da moda e seu importante papel nas sociedades. Compreender o entendimento de moda que habita o subconsciente coletivo, na tentativa de explicitar e localizar a importância da brasilidade nas criações nacionais na busca do que ainda resta de nós em nós mesmos.

Palavras-chave: Moda; Arte; Brasil; Brasilidade; Identidade.

ABSTRACT

This monograph aims to signal the relationship between fashion and art contained in the Brazilian brand Misci, addressing the signs of fashion and its important role in societies. To understand the meaning of fashion that inhabits the collective subconscious, in an attempt to explain and locate the importance of “brasilidade” in national creations in the search for what is still left of us in ourselves.

Keywords: Fashion; Art; Brazil; Brasilidade; Identity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelos vestindo peças de Sonia Delaunay	14
Figura 2 - Mondrian Look de Yves Saint Laurent	14
Figura 3 - “O Contador Antropomórfico” de Salvador Dalí, 1936	15
Figura 4 - Vestido Schiaparelli inspirado na obra de Salvador Dalí	16
Figura 5 - Vestido lagosta Elsa Schiaparelli (1937).....	17
Figura 6 - “Telefone Lagosta” de Salvador Dalí, 1936.....	17
Figura 7 - Alexander McQueen, outono/inverno, 1999	19
Figura 8 - Hussein Chalayan, “Table Dress”, 2000	19
Figura 9 - Desfile de outono/inverno, Dolce & Gabbana, 2018.....	20
Figura 10 - Dono de escravos e sua família a passeio com escravos (Debret, 1817).....	22
Figura 11 - Cartazes da Semana de Arte Moderna de 1922	23
Figura 12 - “Abaporu”, Tarsila do Amaral, 1928	24
Figura 13 - Osklen, inspirada na obra “Abaporu” de Tarsila do Amaral, 2018	25
Figura 14 - Flávio de Carvalho, New Look Tropical, 1956	26
Figura 15 - Hélio Oiticica, Neoconcretismo, 1959	26
Figura 16 - Maria Bonita, Verão 2008 inspirado no neoconcretismo	27
Figura 17 - Coleção Zuzu Angel, “Maria Bonita e Lampião”, 1970	28
Figura 18 - Ronaldo Fraga, SPFW, Inverno 2014.....	29
Figura 19 - Misci e os signos de masculinidade, 2022.....	32
Figura 20 - Misci, Brasil Impúbere, 2018	33
Figura 21 - Misci, Boléia, 2021	34
Figura 22 - Misci, Fuxico Lanches, 2021	35
Figura 23 - Amarelo Manga, 2002.....	36
Figura 24 - Desfile Misci na Sala São Paulo, 2022.....	37
Figura 25 - Coleção Jerimum, Misci, 2022.....	37

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - MODA E ARTE SOB UMA PERSPECTIVA EUROCÊNTRICA	11
1.1 Produções têxteis com inspirações artísticas	13
CAPÍTULO 2 - MODA E BRASILIDADE	21
2.1 Moda e arte no Brasil	23
CAPÍTULO 3 - MISCI E O IMAGINÁRIO DO BRASIL	30
3.1 Análise das coleções da marca Misci	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS - A BUSCA DO BRASIL	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40

“O fosso entre Arte e moda não cessa de reduzir-se.”

(LIPOVETSKY, 2007)

INTRODUÇÃO

A busca pela valorização da brasilidade no mercado de moda nacional tem sido amplamente discutida e valorizada, refletindo em um cenário com designers engajados a conduzirem a moda a um local de destaque e reconhecimento como potência - não apenas comercial, como também intelectual e cultural. Nesse contexto, a marca Misci se destaca ao abordar em suas criações todos os aspectos da diversidade brasileira, explicitando na estética o Brasil e suas complexidades através de diálogos entre moda e arte.

Entretanto, para que a abordagem da brasilidade de forma artística fosse um movimento possível e considerado importante, foi preciso analisar a moda em sua essência, tendo em vista que o entendimento de moda através de uma visão eurocêntrica no Brasil, limitada ao imaginário de que as produções se baseiam unicamente em peças de vestuário, contribuiu para que um caráter de futilidade fosse intimamente relacionado a todo movimento que envolve as criações em moda. Em décadas anteriores, o desinteresse em pesquisas e desenvolvimentos na área contribuiu de modo significativo para a dissociação dos termos arte e moda, já que as produções artísticas eram supervalorizadas.

A partir do momento em que se enxergou a possibilidade do entendimento de moda para além das futilidades, as aproximações entre moda e arte puderam ocorrer de maneira explícita e significativa. Enxergar a moda como elemento essencial para a compreensão das dinâmicas sociais, abriu espaço para novas possibilidades do uso da moda como instrumento de expressão, por exemplo, que une forças com as possibilidades expressivas das artes.

Diante das novas perspectivas abordadas, a aproximação entre designers de moda e artistas ganhou forças e resultou em produções notáveis, com importâncias reconhecidas até os dias atuais. Com o passar das décadas, a moda proporcionou novas abordagens artísticas que iam além do uso de obras de arte como inspiração para produções têxteis, tendo em vista que por ser possibilidade de expressão, sua evolução se deu de forma espelhada às evoluções da sociedade, havendo a necessidade de abordar temas como novas tecnologias, novas dinâmicas sociais e reflexões acerca dos papéis do corpo.

Em solo brasileiro, a moda encontrou alicerce nos movimentos artísticos para promover a possibilidade de reestruturação de suas dinâmicas herdadas da colonização,

abrindo espaço para o entendimento e valorização das potências nacionais. A brasilidade foi colocada em pauta como tentativa de criação de uma estética e pensamento genuinamente brasileiros, que possibilitaria romper de vez com as heranças europeias que já não faziam mais sentido.

Na atualidade, cabe às marcas e designers continuarem com o trabalho de enaltecimento da cultura, das matérias primas e mão de obra nacionais de qualidade. A marca Misci se apresenta como um exemplo notório na busca constante do que ainda há de identidade de Brasil em nós.

CAPÍTULO 1 - MODA E ARTE SOB UMA PERSPECTIVA EUROCÊNTRICA

Inúmeros debates e teorias permeiam o subconsciente coletivo na tentativa de construção de um entendimento em comum sobre moda. Mesmo que, com o passar das décadas, tenham sido atribuídos conceitos de extrema importância ao assunto, ainda é possível notar certa defasagem em pesquisas e estudos aprofundados sobre moda e seus universos particulares ao comparar esta com outras áreas do design, por exemplo.

A carga de futilidade que foi intrinsecamente conectada ao termo moda, contribuiu com o desinteresse no investimento em pesquisas e na dissociação e diferenciação entre moda e arte, tendo em vista que no âmbito acadêmico, enxergava-se arte como um campo superior e não fútil. Entretanto, e de encontro com esses pensamentos, há a parcela de pesquisadores e estudiosos que contribuem de modo significativo e continuam colaborando para o entendimento e elucidação da importância da moda nas sociedades.

Todavia, no ponto de partida da formação de discursos favoráveis ou contrários quanto o papel da moda e sua relevância, se faz necessário apresentar e compreender os signos contidos no termo para além das roupas:

A moda não é roupa, é um conceito abstrato de comunicação corpórea. É um corpo cheio de mentes e de signos que o homem constrói para seduzir, para trazer a si. É um sistema de comunicação corporal ligado à arte e à metrópole. É o corpo cheio de mente que se coloca numa rua desterritorializada onde se coliga a um tipo de arte, arquitetura e comunicação polisssexual. (MASSIMO CANEVACCI)¹

Ao entender a moda para além das produções têxteis, se faz necessária a busca por significados mais complexos e elaborados que abranjam novas perspectivas. Para Bergamo (1998), o senso comum sobre moda se baseia em dois alicerces divergentes, porém complementares, tendo de um lado a moda como "reflexo das transformações da sociedade contemporânea, dos costumes e do comportamento em geral", e do outro uma leitura de moda como "manifestação artística".

¹ Entrevista concedida para a pesquisa "Por uma indefinição de moda" de Valéria Brandini. Disponível em: https://www.academia.edu/12669161/POR_UMA_INDEFINI%C3%87%C3%83O_DE_MODAL Acesso em: 01 dez. 2022.

Quanto ao significado do termo, Avelar (2009, p.26) apresenta a ideia de que seja dividido entre o seu significado etimológico e o sociológico, já que os estudos para a definição não se dão de forma singular, mas sim através da análise dos vários fatores componentes. No etimológico há a ideia de que seja algo conhecido coletivamente, pela maioria, algo feito “à maneira de”; já no sociológico, a compreensão é baseada em “entender a dinâmica social de imitação e de especificação que ocorre desde o século XV”.

Pode-se afirmar ainda, que o senso comum que infere-se por moda seja parte de uma herança europeia do século XX, concebido no período pós revolução industrial através da relação de exclusividade do termo com o universo feminino, considerado fútil e sem espaço no sistema capitalista das engrenagens. Desde então há o esforço de elucidação de que moda não é apenas um reflexo de algo e que cumpre papel fundamental na sociedade contemporânea.

O sentido da moda está nas vivências, nas representações e naquilo que orienta a relação das pessoas com as roupas, aprovando e desaprovando, emitindo juízos de valor. É assim que deve se dar a compreensão de seu sentido: como algo que sinaliza, que aponta cotidianamente direções, significados e instrumentos de julgamento para as roupas. E isso só é possível porque a roupa significa algo, e exatamente por significar algo ela pode ser usada como instrumento de mediação entre o indivíduo e o sentido que ela imprime em suas ações. Algo se torna acessível por meio das roupas, há um interesse que orienta esse uso simbólico. (BERGAMO, 1998, p. 139-140)

Como alternativa de um rompimento com a rigidez do senso comum desvalorizado que passou a permear o termo moda e seus signos, artistas-designers e designers-artistas promovem a possibilidade da fusão arte-moda. O advento da produção industrial, da moda em escala e do *ready to wear*² contribuíram com o distanciamento da produção têxtil com o universo artístico, tendo em vista que o único objetivo era o de lucro com lançamentos desenfreados de peças sem um real sentido ou necessidade. Além de contribuir com a falta de prestígio da moda, esses movimentos explicitaram a necessidade de “criar sinergias arte-moda para imprimir alma à indústria” (MÜLLER, 2000: 04).

Pensar na fusão arte-moda se faz possível a partir do pensamento de que tanto arte quanto moda são, de maneira simplificada, possibilidades de expressão. Ambas carregam

² Termo em inglês que significa “pronto para usar” e refere-se às produções de moda padronizadas e fabricadas em alta escala.

importâncias na compreensão dos papéis sociais, de quem são os indivíduos que compõem a sociedade e como se apresentam. De acordo com Ernst Fischer, arte é

papel de clarificação das relações sociais, ao papel de iluminação dos homens em sociedades que se tornavam opacas, ao papel de ajudar o homem a reconhecer e transformar a realidade social. Uma sociedade altamente complexificada, com suas relações e contradições sociais multiplicadas, já não pode ser representada à maneira dos mitos. (FISCHER, 1983, p.1)

1.1 Produções têxteis com inspirações artísticas

Tendo ciência dos significados de moda e arte para além da superficialidade, e da potência produtiva da fusão, alguns designers tiveram um papel importante na criação de coleções ou peças de vestuário que transpassaram as fronteiras da moda capitalista, apresentando peças inovadoras e com informações estéticas não tão óbvias. Nomes como Paul Poiret, Sonia Delaunay, Yves Saint Laurent e Elsa Schiaparelli criaram designs que são considerados ícones até os dias atuais e proporcionaram espaços possíveis para que, cada vez mais, outros designers se utilizassem das ferramentas artísticas para a criação de moda, já que esta “pode tomar de empréstimo qualquer outra manifestação para que sua verdadeira manifestação aconteça: vestir algo em alguém”. (OLIVEROS, 2011, p. 126).

Paul Poiret (1879-1944) é considerado um dos primeiros designers de moda a promover, de modo estratégico e explícito, a ligação entre arte e moda. Através de parcerias com as vanguardas europeias³, Poiret criou modelos inspirados em obras de grandes artistas e designers como Edward Klimt e Flöge, por exemplo.

Ao contrário de Poiret, a artista Sonia Delaunay (1885-1979) ganhou notoriedade ao encontrar na moda uma nova maneira de expressar sua linguagem artística. Pintora, Delaunay utilizava do abstracionismo geométrico para criar novas formas e ritmos que resultaram posteriormente em uma série de materiais têxteis com estampas abstratas características das obras cubistas.

³ Movimentos estéticos ocorridos no continente europeu nas primeiras décadas do século XX, como cubismo, futurismo, expressionismo, dadaísmo e surrealismo.

Figura 1 - Modelos vestindo peças de Sonia Delaunay



Fonte - marinacolasanti.com

Yves Saint Laurent (1936-2008) e Elsa Schiaparelli (1890-1973) foram designers que também utilizaram obras de arte como inspiração para suas criações e conseguiram tornar suas versões tão notórias e dignas quanto às obras originais. Saint Laurent pode ser considerado o designer que mais utilizou de pinturas em suas criações em moda, e em 1965 apresentou o Look Mondrian em sua coleção de inverno, no qual se aproveitou do corte plano dos modelos que estavam em voga para aplicar a técnica do “color block” que remetia às pinturas geométricas de Piet Mondrian (1872-1944).

Figura 2 - Mondrian Look de Yves Saint Laurent



Fonte - waldina.com

Elsa Schiaparelli foi uma estilista italiana considerada excêntrica pelos olhos dos estilistas tradicionalistas de sua época; foi apontada como grande rival de Coco Chanel⁴ já que ambas atuavam ao mesmo tempo e suas criações ganharam notoriedade na mídia, ainda que fossem totalmente ímpares quando comparadas às peças de cortes e tecidos tradicionais e sóbrios de Gabrielle. Em 1936, Schiaparelli elevou ainda mais o nível de suas criações ao explorar o universo surrealista do pintor Salvador Dalí (1904-1989) e tomar como inspiração a obra “O Contador Antropomórfico” para a criação de um vestido com gavetas.

Figura 3 - “O Contador Antropomórfico” de Salvador Dalí, 1936



Fonte - estadodaarte.estadao.com

⁴ (1883-1971) Estilista francesa fundadora da marca Chanel; marcou a história da moda ao introduzir calças ao estilo feminino no pós-Primeira Guerra Mundial.

Figura 4 - Vestido Schiaparelli inspirado na obra de Salvador Dalí



Fonte - outpump.com

Diversos trabalhos com inspirações em obras de arte e movimentos artísticos seguiram sendo realizados por Schiaparelli, elevando o nível de suas criações e propondo a si mesma reflexões que permeavam o destino da moda, suas funcionalidades, representações e impactos. Entretanto, foi no ano de 1937 que sua criação de maior notoriedade ganhou vida: o denominado “Vestido Lagosta”. O vestido foi inspirado na obra “Telefone Lagosta” (1936) de Dalí e ganhou relevância por ser uma peça controversa e de caráter ambíguo, tendo em vista que Elsa utilizou um vestido branco de organza de seda, carregado de signos que remetem à pureza, inocência e feminilidade, e estampou a lagosta de Dalí que, em sua obra original, foi retratada em cima de um telefone com as genitais posicionadas para cima de modo que entrassem em contato com a boca de quem utilizasse o aparelho, conferindo à obra um teor satírico e sexual.

Figura 5 - Vestido lagosta Elsa Schiaparelli (1937).



Fonte - ffw.uol.com

Figura 6 - “Telefone Lagosta” de Salvador Dalí, 1936



Fonte - arteeblog.com

Com o passar das décadas, o entendimento da possibilidade de criar moda para além das amarras impostas pelo capitalismo e tradicionalismo foi ganhando espaço entre os designers, e cada vez mais foi possível observar movimentos dentro da moda que

dialogassem com as artes. A necessidade de expressão individual de cada designer possibilitou criações que se estabelecem não mais apenas como peças de roupa utilitárias, mas sim como peças de arte vestíveis que abordam e explicitam temas de cunho social, cultural e político, utilizando a moda como ferramenta de visibilidade tendo em vista que

o vestuário, uma verdadeira carteira de identidade social, fora do seu contexto cotidiano é tudo menos anódino ou inocente” (...) “Segundo as épocas e seu intérprete – artista ou estilista –, será tanto a expressão de uma ideologia quanto a crítica de uma sociedade. (MÜLLER, 2000:04)

Para além da utilização de obras de arte tradicionais como pinturas e esculturas para o ponto de partida de uma criação têxtil, o passar das décadas apresentou novas possibilidades de discursos cabíveis de intersecção com a moda. Reflexões sobre corpo, novas tecnologias e espaços alcançados pela indústria têxtil e suas ramificações foram tomados como inspiração para coleções, desfiles, editoriais e performances com o intuito de tentar expressar e abordar os discursos ambíguos que compõem as relações sociais e são refletidos nos elementos estéticos.

A moda é um dos meios mais acessíveis e mais flexíveis, através do qual expressa estas ambiguidades. A ambiguidade do próprio sistema capitalista, com a sua enorme riqueza e a sua enorme sordidez, a sua capacidade de criação e o seu terrível desperdício; a ambiguidade da nossa identidade, da ambiguidade do eu com o corpo e do eu com o mundo, e a ambiguidade da arte, da sua finalidade e do seu significado. (SOUZA, 1987, p.28)

Como exemplos de novas abordagens, é possível citar designers que encontram formas de expressar ideias e críticas a partir de elementos inusitados por normalmente serem encontrados em outros contextos. Em 1999, o estilista Alexander McQueen apresentou uma abordagem tecnológica em seu desfile de outono/inverno ao usar robôs que tingiam as peças em tempo real na passarela; nos anos 2000, Hussein Chalayan apresenta uma performance em seu desfile de inverno fazendo com que seja possível atribuir novos significados às coisas ao possibilitar que a modelo vista uma mesa de centro como saia; e em 2018 a marca italiana Dolce & Gabbana abre espaços para discussões acerca do espaço do corpo na moda ao apresentar um desfile de bolsas que são carregadas por drones.

Figura 7 - Alexander McQueen, outono/inverno, 1999



Fonte - anothermag.com

Figura 8 - Hussein Chalayan, "Table Dress", 2000



Fonte - anothermag.com

Figura 9 - Desfile de outono/inverno, Dolce & Gabbana, 2018



Fonte - [businessinsider.com](https://www.businessinsider.com)

CAPÍTULO 2 - MODA E BRASILIDADE

Ao abordar a moda brasileira, acontecimentos, designers, artistas e desdobramentos no presente, se faz necessária a compreensão do surgimento da moda no Brasil, que carrega forte influência europeia e uma história de descaracterização e obliteração dos símbolos culturais e estéticos praticados há muito pelos povos originários. A moda brasileira percorreu caminhos distintos da moda europeia, mesmo que esta fosse uma das maiores influências nas vestimentas locais pós-colonização, pois ao contrário dos volumosos trajes europeus que carregam histórias e tradições de seu próprio passado e cultura, a vestimenta brasileira foi completamente descaracterizada, fazendo com que, posteriormente, fosse necessário traçar estratégias de recuperação e reapropriação da cultura e estética ancestrais para a criação de uma moda genuinamente brasileira.

A compreensão histórica da indumentária brasileira tem início no período de colonização do país pela coroa portuguesa que, com a necessidade de demonstração de poder e superioridade, introduziu os trajes de corte juntamente com outros hábitos de refinamento e bom gosto através de uma perspectiva eurocêntrica para tentar exterminar traços de “atraso” na colônia (GOMES, 2007). Com a colônia reestruturada, novas dinâmicas foram apresentadas e impostas aos povos originários, dentre elas a perspectiva de classes sociais diferentes e do uso da vestimenta como forma de identificação das mesmas; as pinturas corporais foram substituídas por trajes completos: homens vestiam fraques e meias grossas e mulheres uma composição de inúmeras saias compridas que seguiam um padrão francês, mesmo tendo ciência de que a realidade climática tropical não era condizente com os padrões exportados (GONTIJO, 1987).

A dinâmica de diferenciação social através da vestimenta também estava presente no sistema escravocrata, tendo em vista que os “donos de escravos” promoviam passeios com uma quantidade específica de negros que os serviam e eram trajados com peças diferentes, afim de explicitar a importância dos serviços que cada um prestava - os que tinham maior importância, se apresentavam devidamente “panejados”, se assemelhando proporcionalmente às roupas do dono (GOMES, 2008). Esse período foi marcado como a chegada legítima da moda no Brasil ou como o momento em que “a moda francesa entra em cena” (CHANTAGNIER, 2010, p. 77 apud RIBEIRO et al. 2015).

[...] essa foi a primeira manifestação legítima de moda no Brasil, logo copiada e usada pelas mulheres brancas de todas as faixas etárias. Não tardou muito para que as escravas alforriadas ou aquelas que recebiam roupas de suas amas

também vestissem o traje do momento, o estilo favorito de nobres e plebeias. (CHATAIGNER, 2010, p.77)

Figura 10 - Dono de escravos e sua família a passeio com escravos (Debret, 1817)



Fonte - todamateria.com.br

Foi apenas com o passar das décadas e com as mudanças nas estruturas sociais do Brasil que o sentimento de retomada das raízes pôde surgir em diversos âmbitos, tornando possível um movimento de tentativa de redefinição da estética e cultura brasileiras. O termo “brasilidade” é amplamente abordado e discutido por diversos autores e apresenta caráter de indefinição concreta e constante construção, entretanto pode ser compreendido como “o conjunto de características da cultura e da identidade brasileira que formam a imagem do país” (SUTTER et al. 2014).

A brasilidade tem relação direta com a miscigenação de raças que compõem a sociedade brasileira. De acordo com Freyre (1995, p. 4), em 1532 ascende a América tropical, que se trata de “uma sociedade agrária na estrutura, escravocrata na técnica de exploração econômica, híbrida de índio - e mais tarde de negro - na composição” e que compreende as definições de brasilidade. Martins (2002, p. 67) complementa apresentando a ideia de que o termo pode ser entendido “como um conjunto de significações identitárias, ao mesmo tempo próximas e contraditórias”. Bastide (1980, p. 68) ainda complementa afirmando que é necessário atentar-se de que o país foi constituído a partir de três tipos de Brasil “o Brasil indígena da Amazônia, do Mato Grosso e de Goiás; o Brasil branco do sul; e o Brasil negro, que seria antes de tudo o do litoral do Nordeste”

Em linhas gerais a brasilidade compreende o entendimento das potências nacionais, tomando-as como referência para diversas criações em diferentes áreas, bem como instrumento social de auto-expressão e valorização da cultura brasileira. Tendo as representações estéticas como forma mais palpável de representação do termo, designers de moda puderam utilizar das características citadas para a criação de peças de vestuário que se desconectam das heranças europeias e apresentam símbolos nacionais em novas cores, texturas, manualidades, matérias-prima naturais, entre outros.

2.1 Moda e arte no Brasil

Cientes da potência da brasilidade e engajados a apagar as lembranças europeias que ainda assombravam as criações nacionais, no início da década de 20, alguns artistas foram responsáveis pela instauração do vanguardismo brasileiro que atingiu seu ápice de reconhecimento e produção com a Semana de Arte Moderna de 1922. O evento tratava-se de uma manifestação artística que ocorreu na cidade de São Paulo, entre os dias 13 e 18 de fevereiro, no Theatro Municipal, que se concretizou como uma busca por “ingredientes bem brasileiros, como as cores, a luminosidade, as paisagens e personagens da vida do país” (CANTON, 2002).

Figura 11 - Cartazes da Semana de Arte Moderna de 1922



Fonte - todamateria.com

Vertentes artísticas como pintura, escultura, literatura e música foram apresentadas ao público, formando opiniões divergentes devido ao conteúdo das obras que iam de encontro com os movimentos tradicionalistas da época. Oswald de Andrade (1890-1954), Tarsila do Amaral (1886-1973) e Anita Malfatti (1889-1964) foram nomes

notórios por terem apresentado obras com críticas sociais ferrenhas que não agradaram às elites financeira e intelectual paulistas. Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral propuseram um movimento de fortalecimento e exaltação da natureza nacional que se denominou Movimento Antropofágico - que faz um trocadilho entre o significado literal e o figurado da expressão “antropofagia”, já que o sentido literal denomina o ato de ingestão de carne humana, enquanto o sentido figurado pretende devorar os rastros de cultura europeia que ainda permeavam o país, e pode ser considerado “síntese do movimento modernista brasileiro” (AMARAL, 2004).

No ano de 1928, Tarsila do Amaral apresenta sua obra “Abaporu” que, posteriormente, viria a se tornar um grande símbolo do movimento antropofágico. A obra de Tarsila alcançou grande visibilidade devido sua importância cultural e promoveu aproximações entre arte e várias outras esferas estéticas, que utilizaram a obra como inspiração para a criação de novos materiais e manifestações. Na moda, a obra é revisitada até os dias atuais, e já serviu de inspiração para inúmeros vestíveis, coleções e desfiles.

Figura 12 - “Abaporu”, Tarsila do Amaral, 1928



Fonte - gabrielcaires27.medium.com

Figura 13 - Osklen, inspirada na obra “Abaporu” de Tarsila do Amaral, 2018



Fonte - osklen.com.br/tarsila

A partir de então, a ideia de uma moda que repensa o posicionamento do homem na sociedade e torna seu corpo visível culturalmente ganhou forças no cenário vanguardista que pretendia revolucionar e repensar conceitos tradicionalistas, retrógrados e baseados em repertórios europeus. As aproximações entre moda e arte tornaram-se comuns e é possível citar momentos importantes e de grande impacto na indústria têxtil, que até então era baseada apenas em atender demandas, através da produção de peças semelhantes que seguiam tendências e estilos ditados pelas grandes semanas de moda internacionais.

Na segunda metade da década de 50, Flávio de Carvalho⁵ (1899-1973) destaca-se na abordagem arte e moda ao fazer um desfile/performance com uma vestimenta-manifesto nomeada de “New Look Tropical”, em uma série de artigos intitulados “A Moda e o Novo Homem” publicados no Diário de São Paul. Tratava-se de uma composição de saia plissada, blusa ampla com fendas laterais e sandálias de couro com meia arrastão, que tinha o intuito de repensar a silhueta masculina, além de adaptar o modelo às necessidades culturais brasileiras e estabelecer a moda como lócus de campo artístico (TOLEDO, 1994).

⁵ Um dos grandes nomes do modernismo brasileiro; atuou como arquiteto, engenheiro, cenógrafo, pintor, entre outros.

Figura 14 - Flávio de Carvalho, New Look Tropical, 1956



fonte - oglobo.globo.com

Durante a década de 50, houve uma grande tensão política entre grupos com interesses divergentes que culminou numa série de repressões militares que estabeleceram um clima de desordem social. Com a tentativa de restabelecimento da ordem social, o país foi guiado a um sistema militar com características concretas, sistemáticas e muito objetivas, que foi refletido na arte através do movimento concretista. Entretanto, no ano de 1959, artistas que não concordavam com as características do concretismo criaram o Manifesto Neoconcreto que abordava questões de liberdade de experimentação, utilização da subjetividade e de novos materiais, entre outros - elementos que foram refletidos nas criações de moda, seja através de estampas, modelagem ou cenografia de desfiles.

Figura 15 - Hélio Oiticica, Neoconcretismo, 1959



Fonte - enciclopedia.itaucultural.org

Figura 16 - Maria Bonita, Verão 2008 inspirado no neoconcretismo



Fonte - WordPress.com

Em 1964, as tensões políticas culminaram em um golpe de estado e o país entrou em um período de extrema opressão e censura gerado pela ditadura militar. Os artistas, mais uma vez, tomaram a iniciativa de promover manifestações artísticas que se opunham à repressão imposta, foi então que nasceu o Tropicalismo, uma vertente artística que pregava a liberdade e, novamente, referenciais tipicamente brasileiros na tentativa de retomada da cultura. Grandes nomes da música ganharam notoriedade dentro do movimento como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Maria Bethânia e Tom Zé, enquanto nas artes os destaques eram Lygia Clark, Mário Pedrosa, Waldemar Cordeiro, Hélio Oiticica, entre outros.

Na moda, a Tropicália ganhou força por ser um movimento com elementos visuais extremamente chamativos que possibilitaram a criação de uma moda que rejeitava-se a ditadura e criava novas silhuetas e padrões que dialogavam com o desejo de liberdade e amor. O maior destaque foi a estilista mineira Zuzu Angel (1921-1976) que alcançou reconhecimento internacional ao conseguir abordar em seus designs as raízes brasileiras e as riquezas nacionais desprezadas (ESMANHOTO, 2006). Angel conseguiu capturar uma essência genuinamente brasileira em suas criações, que ia além das aproximações com obras de arte, e explicitava a cultura brasileira através de elementos do cangaço e de Lampião e Maria Bonita, ou dos trajes baianos típicos, por exemplo. Como consequência, foi considerada precursora da brasilidade na moda e dizia: “eu sou a moda brasileira” (BRAGA, 2014, p.11).

Figura 17 - Coleção Zuzu Angel, “Maria Bonita e Lampião”, 1970



Fonte - resumov.com

Utilizar a moda como forma de expressão e de denúncia, como ferramenta de tradução do espírito do tempo e de constante retomada às raízes, possibilitou aos criadores de moda um repertório de brasilidade que antes não era conhecido. Com o passar das décadas, a brasilidade permeou diversas criações no mundo da moda e pode-se afirmar que ainda há uma constante busca de novos elementos, formas, cores, materiais e inspirações, que caminham lado a lado com os novos desafios da moda brasileira que se renovam diariamente. Zuzu Angel e todos os artistas que contribuíram com a revolução da arte e da moda, abriram espaço para que estilistas como Ronaldo Fraga continuem resgatando as origens e contribuindo para o estabelecimento da moda genuinamente brasileira.

Figura 18 - Ronaldo Fraga, SPFW, Inverno 2014



Fonte - WordPress.com

CAPÍTULO 3 - MISCI E O IMAGINÁRIO DO BRASIL

O que ainda há de Brasil em nós? Qual o imaginário dos Brasis que permeiam o subconsciente social? E quais são as utopias e distopias contidas na tentativa de resgate de uma estética essencialmente brasileira, sem traços europeus? Tais questionamentos, apesar de serem passíveis de respostas e interpretações divergentes, levando em consideração os diferentes repertórios culturais e sociais de cada indivíduo, ainda carregam em comum a busca da compreensão daquilo que é nosso e de quem somos enquanto brasileiros.

Se deixamos de reconhecer como nosso o que o é, recusamos o que somos pelo que não podemos ser (já que o outro não nos reconhece como idêntico a ele), ou seja, recusamos a diferença para desejar uma identidade impossível. A identidade se cria e se recria, se faz através de sua rememoração que implica repetir, mas necessariamente diferenciar. (MILAN, 1984, p. 87-88).

“Quem somos?” é o questionamento-base da marca brasileira Misci, projetada por Airon Martin no ano de 2018; uma marca que produz roupas e peças de mobiliário, e carrega a premissa de explicitar aspectos de regionalidade e brasilidade através do design. Nascido em Sinop, no Mato Grosso, Airon foi criado por sua mãe, avó e tias e sempre teve o referencial feminino como inspiração para suas criações que, mesmo que inconscientemente, se juntava com a visão de brasilidade proveniente de suas experiências e observações como um garoto mato-grossense.

Antes de ingressar de fato no mundo do design, Airon buscou alternativas em outras áreas que fugissem da moda na tentativa de se encaixar em um padrão preconcebido de masculinidade. Aos 21 anos decidiu se mudar para São Paulo para estudar design e teve suas primeiras experiências com o design de mobiliário nacional, ainda que, secretamente, continuava desenhando roupas em uma tentativa de expressão e compreensão do homem que queria ser. Foi em 2018 que a Misci foi fundada, com a premissa de ser um estúdio de design multidisciplinar que resultou em uma primeira coleção a qual abrangia peças de vestuário e mobiliário. Misci é de miscigenação, conceito que permeia as criações desde o princípio, tendo em vista o repertório cultural do designer que foi construído através da mistura de vivências de um mato-grossense com raízes familiares paraibanas e cearenses.

A marca apresentou ao mercado um novo conceito de produção que parte de um único processo criativo que resulta em peças de vestuário e mobiliário capazes de

evidenciar as raízes brasileiras e valorizar a diversidade nacional e suas complexidades, além de propor um tempo diferente de lançamento de suas coleções ao ter ciência que é preciso compreender e aceitar o ciclo produtivo pessoal, a cadeia produtiva e os consumidores. Com uma abordagem diferente na organização dos lançamentos de seus produtos, as campanhas são carregadas de identidade, transgressão e poesia, capazes de questionar os comportamentos pós-modernos. "Quando falamos de economia criativa, não falamos apenas do produto final. É sobre serviço e valorizar um sistema que também faz parte do processo criativo que seja socialmente mais justo e psicologicamente sustentável" (AIRON MARTIN, 2022).

Através de uma abordagem humanizada e atenta do sistema de moda, a Misci se tornou referência no mercado nacional, proporcionando uma nova abordagem ao mercado de luxo nacional e se distanciando cada vez mais do sistema de produção capitalista, tendo em vista que "a moda, não só no vestir, mas nos objetos de consumo em geral, sempre encontrou terreno fértil no capitalismo e agora busca alternativa, busca novos apelos para o consumo" (DE CARLI, 2012, p.40). Airon ainda conseguiu estabelecer diálogos entre moda, arte e política em suas criações, ao compreender a necessidade de mudança do caminho que estava sendo trilhado pela moda nacional, tendo em vista o avanço do cenário preocupante citado por Carvalhal (2016), e atribuir à moda significados reais e de suma importância.

Parece que, de uma hora para outra, a moda tomou conta de tudo. Todos viraram especialistas no assunto. Surgia uma nova tendência por dia (e todos tinham que estar por dentro dela). As marcas invadiram nossa vida com produtos bem além da roupa, na forma de carro, decoração, gadgets, embalagens de bebida, comida, papel higiênico... De uma coleção por semestre, passamos a ter uma por mês por semana. Várias liquidações fora de época. Dobraram Triplicaram o número de itens por coleção. Assim como o número de lojas, de shoppings... (CARVALHAL, 2016, p.19. Grifos do autor).

Apesar de o corpo feminino e a força da mulher brasileira serem inspiração para as criações da marca, ainda há de se destacar a constante abordagem do questionamento sobre "quem somos". Airon resgata seus próprios pensamentos e indagações sobre os signos de masculinidade contidos na brasilidade e o papel da imagem masculina nesse contexto, na tentativa de desconstrução do "cabra macho", abordando na estética a possibilidade de inserção de signos femininos na imagem masculina, que ainda atuam como forma de explicitação da erotização do corpo feminino que é praticada há séculos.

Figura 19 - Misci e os signos de masculinidade, 2022



Fonte - Misci.co

3.1 Análise das coleções da marca Misci

Em sua coleção de lançamento em 2018, intitulada “Brasil Impúbere”, o ponto de partida foi o processo criativo que falava de um Brasil em fase de amadurecimento. As abordagens ressaltaram a valorização dos processos, das matérias-primas nacionais e dos artesanatos que foram traduzidos em peças de tricô, com bordados e pinturas produzidas em colaboração com a artista Paula Scavazzini. O desfile foi realizado de forma digital⁶, através de um fashion film⁷ que foi ambientado em cenários típicos facilmente reconhecíveis por elementos nacionais e apresentou as peças em meio a paisagens defasadas como forma de conscientização dos impactos ambientais gerados pelas indústrias no planeta. “No vídeo estrelado pela modelo Emilly Nunes, a marca chama a atenção para questões ambientais, tendo sido gravado em Atafona, São João da Barra, no litoral do Rio de Janeiro, região na qual o mar avança cada vez mais em direção a construções costeiras” (PAULA MELO, 2020).

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SpKIE8HZbAw> Acesso em 12 dez. 2022.

⁷ Vídeos curtos veiculados pelas marcas de moda para comunicar a estética, as inspirações e conceitos de uma coleção.

Figura 20 - Misci, Brasil Impúbere, 2018



Fonte - YouTube.com

A segunda coleção da marca foi intitulada “Boléia” e lançada com o intuito de “discutir o que é nosso por essência sob a ótica Vernacular”. As peças foram inspiradas nas frases populares encontradas em caminhões, daí surge o nome da coleção, que explicita as frases nos bordados e estampas produzidas em matéria-prima nacional. Airon aproxima moda e arte trazendo a cultura popular para a moda, de maneira poética ao introduzir, por exemplo, um bolso na frente de um top como uma forma de resgate afetivo através do design vernacular - “nossas mães e avós, que guardavam o dinheiro no sutiã.”

“Na apresentação desta temporada, Misci irá materializar através da abordagem do design, os sonhos e perspectivas de quem sai de casa em busca dos seus sonhos.” “Cresci e fui criado na beira da BR, em um cabaré que a minha família tinha. Lembro que, quando brigava com a minha vó, eu ia para a beira da estrada para pedir carona. Ela vinha correndo atrás de mim, para eu voltar para casa” (AIRON MARTIN, 2021).

Figura 21 - Misci, Boléia, 2021

Fonte - abest.com

Na edição de número 52 do São Paulo Fashion Week, a marca apresentou a coleção “Fuxico Lanches”, na qual o designer Airon retorna mais uma vez à sua infância e toma como inspiração a lanchonete de mesmo nome a qual frequentava em sua cidade natal. Valorizando o produto nacional, a matéria prima de alta qualidade das alfaiatarias se misturam com peças artesanais de fuxico⁸, a coleção é “um olhar para a cultura de rua: as lanchonetes, os espaços comuns e de juntar gente — Fuxico Lanches é também um jeito de olhar pro cotidiano brasileiro — e de celebrar o mais simples que, ainda mais ultimamente, nós é tão valioso” (ARLINDO GRUND, 2021).

⁸ Artesanato em forma de roseta produzido manualmente a partir de retalhos e sobras de tecido.

Enquanto na passarela a coleção foi apresentada com elementos característicos de bares e lanchonetes dos interiores como cadeiras de plástico, mesa de sinuca e engradados de bebida, no fashion film a abordagem foi através de um filme lúdico, inspirado no cinema popular brasileiro, que apresentava a mesma ambientação de bares e lanchonetes porém com um certo teor surrealista.

Figura 22 - Misci, Fuxico Lanches, 2021



Fonte - Behance.net

Através do fashion film de Fuxico Lanches, ainda é possível destacar a exaltação do cinema nacional, levando em consideração as aproximações estéticas com cenas do filme “Amarelo Manga” (2003). O filme se tornou um marco na cultura nacional por abordar de forma poética, mesmo apresentando uma realidade seca e dura, situações diárias comuns dos personagens recifenses que são de fácil identificação de todos os

brasileiros. Airon promove a intersecção do enredo do filme com o enredo pretendido em suas criações - o Brasil belo, mas não perfeito.

Figura 23 - Amarelo Manga, 2002



Fonte - papodecinema.com

Já a última coleção apresentada pela marca, na edição 54 do São Paulo Fashion Week, apresentou novas abordagens do estilista sobre a brasilidade apresentada nas coleções anteriores. Intitulada “Jerimum”, a coleção teve como inspiração o setor automobilístico brasileiro da década de 70.

A Misci segue seu projeto de revisão de um Brasil utópico, baseado em códigos circunspectos e olhando pelo retrovisor atrás de um passado que se perdeu. O mote automobilístico não é de graça, já que Airon Martin se aprofunda no tema de carros antigos de maneira enviesada para guiar sua coleção — batizada de Jerimum, jogo de palavras que vai do vocabulário nordestino à abóbora dos contos de fadas que vira carruagem (e vice-versa, remetendo ao projeto de Brasil que sempre é dado como país do futuro mas frequentemente volta ao estado de abóbora inerte). (EDUARDO VIVEIROS, 2022).

Os diálogos entre moda, arte e política ficam explícitos ao observar a coleção e notar a utilização de matéria prima nacional modelada em formas que remetem os assentos de couro dos carros antigos - levantando questionamentos sobre os combustíveis dos automóveis a partir do petróleo brasileiro que sempre foi explorado na tentativa de valorização da matéria-prima nacional em detrimento da estrangeira. O desfile foi apresentado na Sala São Paulo, espaço elitizado da cidade, que recebeu os modelos e convidados ao ritmo de músicas brasileiras consideradas inferiores por serem comuns nas regiões norte e nordeste do país.

Na Misci nada é por acaso: o instrumentista Joel Felipe com o violoncelo chega cruzando a passarela que estava vidrada na Sala São Paulo. O silêncio se faz e a música toca, em um momento quase etéreo, onde a semiótica é protagonista em um protesto sobre a falta de espaço e o apagamento de musicistas negros na música clássica. A arte comunica. (RENER OLIVEIRA, 2022)⁹.

Figura 24 - Desfile Misci na Sala São Paulo, 2022



Fonte - gshow.globo.com

Figura 25 - Coleção Jerimum, Misci, 2022



Fonte - Misci.co

As criações do designer Iron Martin são a tradução da brasilidade. Seu trabalho repensa a moda nacional, utilizando elementos da arte e da política com o intuito de dar

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CIGmIOZOm/>. Acesso em: 14 dez. 2022.

continuidade ao trabalho de construção de uma identidade essencialmente brasileira, sem estereótipos ou heranças europeias, que vem sendo realizado há décadas, mas que ainda encontra resistência em solo colonizado. A Misci além de ser um resgate de todas as características que sempre foram brasileiras, mas que por inúmeros motivos, foram forçadas a cair no esquecimento, ainda é discurso vivo, contribuindo com a afirmação de Vera Marta Reolon (2000) de que é necessário

retirar a brasilidade do cartão-postal, para um campo do possível, como sentimento íntimo do 'ser brasileiro'. Deixar de ser um povo novo, para ser um povo do fazer, do construir história. O brasileiro o é assim tendo uma relação de criatividade com o mundo, em um 'fazer' brasileiro, em um 'estar' criativo em relação ao mundo, com nossas cores e, por que não?, com nosso exotismo. [...] Lembro que, na crônica dos 60 anos de Pelé dizem: 'Ser Pelé em alguma coisa na vida é ser insuperável'. Esta é a verdadeira identidade brasileira para mim, onde apesar das dificuldades da origem podemos, se realmente desejarmos, ser 'Pelés', ou seja, insuperáveis em nossa arte (REOLON, 2000).

CONSIDERAÇÕES FINAIS - A BUSCA DO BRASIL

As aproximações entre moda e arte podem ser consideradas essenciais na dinâmica social atual, tendo por referência as criações em moda mais notórias que nunca são baseadas em monólogos, mas sim nas pluralidades que possibilitam contar histórias e expressar sentimentos. A arte sempre foi capaz de explicitar o espírito do momento, e ao dialogar com a moda atua como forma de documentação das dinâmicas sociais; moda e arte estão presentes em tudo.

No Brasil, a potência da fusão dos dois campos ganha ainda mais força quando há a necessidade de reconstrução de uma história marcada por saques, branqueamentos e aniquilamento cultural. A brasilidade atua como importante ferramenta de reestruturação social, contribuindo diariamente com a elucidação, reconhecimento e valorização das potências naturais, culturais e intelectuais do país.

A moda e a estética genuinamente brasileiras são responsáveis pela criação de produtos e elementos únicos, e ainda transbordam o campo da moda e acendem o desejo de tornar real a possibilidade do reconhecimento de ser o que é e do resgate daquilo que sempre foi nosso.

Na minha terra onde tudo na vida se dá um jeitinho
Ainda hoje invasores namoram a tua beleza
Que confusão veja você
No mapa-múndi está com Z
Quem te conhece não esquece
Meu Brazil é com S.
(Rita Lee)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Tarsila do. **Tarsila por Tarsila**. São Paulo: Celebris, 2004.

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009. BARTHES, Roland.

BASTIDE, R. **Brasil Terra de Contrastes**. São Paulo – Rio de Janeiro: Diefel/difusão editorial S.A., 1980.

BERGAMO, Alexandre. **O campo da moda**. Revista de Antropologia [online]. 1998, v. 41, n. 2. pp. 137-184. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-77011998000200005>. Acesso em: 7 dez. 2022.

BRAGA, João. In Catálogo da **exposição Zuleika** nº1-ano 1/abril 2014. São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2014.

CANTON, Katia. **Retrato da arte moderna: uma história no Brasil e no mundo ocidental**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; SUSIN VENZON, Bernardete Lenita. **Moda, Sustentabilidade E Emergências**. Caxias do Sul – RS: Educs, 2012.

ESMANHOTTO, Simone. **Zuzu Angel, uma costureira de fibra**. Elle. São Paulo: a.19, n.8, p.64-67, ago 2006.

FISCHER, Ernst. **A necessidade da arte**. Rio: Zahar, 1983.

FREYRE, G. **Casa-grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 30ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1995.

GOMES, Laurentino. **1808: como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a história de Portugal e do Brasil**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2007.

GONTIJO, Silvana. **80 anos de moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora: Nova Fronteira, 1987.

GRUND, Arlindo. **SPFW N52: A brasilidade popular da Misci**. Arlindo Grund, 2021. Disponível em: <https://grund.com/index.php/spfw-n52-a-brasilidade-popular-da-misci/> Acesso em: 14 dez. 2022.

MARTIN, Airon. **Sobre nós**. Misci, 2022. Disponível em: <https://www.misci.co/p/sobre>. Acesso em: 12 dez. 2022.

MELO, Paula. **Misci | São Paulo | 25 anos**. Vogue Brasil, 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/desfiles-moda/noticia/2020/11/misci-sao-paulo-25-anos.html> Acesso em: 12 dez. 2022.

MILAN, Betty. **Isso é o país**. Rio de Janeiro: aoutra, 1984.

MISCI apresentou sua nova coleção no spfw 51. Abest, 2021. Disponível em: <https://abest.com.br/noticias/abest/misci-apresentou-sua-nova-colecao-no-spfw-n51/> Acesso em: 15 dez. 2022.

MÜLLER, Florence. **Arte & Moda**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

OLIVEROS, Ricardo. **Moda e arte: um cruzamento possível de linguagens**. In: Moda em zigue zague: interfaces e expansões, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, pp. 117-126.

REOLON, Vera Marta. **Ser brasileiro: ser Pelé**. Folha do Sul, Caxias do Sul, 26 dez. 2000.

RIBEIRO, Mariana Tagé Verissimo et al. **Design de moda e brasilidade: da indumentária colonizada à expressividade de Zuzu Angel**. Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística. Edição Temática em Cultura e Comportamento. Vol. 5 n° 2 – novembro de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2015/11/77_IC_VOL5_2.pdf Acesso em: 7 dez. 2022.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas: A Moda no Século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SUTTER, M. B.; POLO, E. F.; MACLENNAN, M. L. F. **Atributos da imagem do país de origem como fonte de vantagem competitiva:** estudo no segmento internacional da moda brasileira. *Internext*, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 75–93, 2014. DOI: 10.18568/1980-4865.9275-93. Disponível em: <https://internext.espm.br/internext/article/view/186> Acesso em: 10 dez. 2022.

TOLEDO, J. **Flávio de Carvalho: o comedor de emoções.** Campinas: Editora da Unicamp/Brasiliense, 1994.

VIVEIROS, Eduardo. **SPFW N54:** Misci traz Brasil utópico para a passarela. *Revista L'official*, 2022. Disponível em: <https://www.revistalofficial.com.br/fashion-week/spfw-n54-misci> Acesso em: 14 dez. 2022.