

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

GABRIELA CARNEIRO REIS

MODA-FESTA E CULTURA MINEIRA
NO RECORTE TERRITORIAL DE BELO HORIZONTE - MG

BELO HORIZONTE

2016

Gabriela Carneiro Reis

MODA-FESTA E CULTURA MINEIRA
NO RECORTE TERRITORIAL DE BELO HORIZONTE - MG

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Geografia.

Área de concentração: Organização do Espaço

Linha de Pesquisa: Geografia Cultural

Orientador: Prof. Dr. José Antônio Souza de Deus

Coorientadora: Profa. Dra. Heloísa Soares de Moura Costa

Belo Horizonte

2016

Gabriela Carneiro Reis. *Moda-festa e Cultura mineira no recorte territorial de Belo Horizonte - MG*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Geografia.

Área de concentração: Organização do Espaço

Linha de Pesquisa: Geografia Cultural

Orientador: Prof. Dr. José Antônio Souza de Deus

Coorientadora: Profa. Dra. Heloísa Soares de Moura Costa

Aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. José Antônio S. Deus – IGC/UFMG
Orientador

Prof. Dra. Heloísa S. M. Costa - IGC/UFMG
Co-orientadora

Prof. Dr. Alexandre M. A. Diniz (PUC/Minas)

Prof. Dra. Valéria O. Roque Ascensão - IGC/UFMG

Belo Horizonte, 24 de junho de 2016

Dedico este trabalho aos meus avós, Gabriel e Yedda,
especialmente à minha avó, artesã e costureira de “mão cheia”!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me concedido forças e foco para prosseguir no processo de estudo e elaboração deste trabalho.

Agradeço à minha família, pelo incentivo e apoio constantes e aos meus amigos por escutarem meus desabafos. Sis, obrigada!

A minha mãe por ter me proporcionado sempre a melhor educação e formação.

Ao meu Tio Márcio por sempre me incentivar a seguir em frente no mundo acadêmico e por acreditar em mim. Rosinha, obrigada pelo apoio e presença constantes. Tio Sérgio e tia Mônica, obrigada!

Agradecimentos especiais para o meu orientador Zé de Deus e minha co-orientadora Heloisa Costa pela orientação, auxílio, apoio e, sobretudo, paciência neste processo de aprendizado que é o mestrado.

Agradeço ao comitê do Centro de Estudo Indianos – CEI/DRI/UFMG, especialmente à Flávia e ao Roberto que confiaram em mim e no meu trabalho. Obrigada pela oportunidade!

Agradeço a todos aqueles que cooperaram concedendo entrevistas e informações essenciais ao desenvolvimento dessa pesquisa.

Enfim, agradeço a todos aqueles que estiveram ao meu lado durante todo o curso do mestrado.

Na Estrada das Areias de Ouro (Elomar)

Lá dentro no fundo do sertão
Tem uma estrada das areias de ouro
Por onde andaram
Outrora senhores-de-engenho
E de muitas riquezas
Escravos e Senhoras
Naquelas terras imensas
De Nosso Senhor
Lá dentro no fundo do sertão
Tem uma estrada das areias de ouro
E contam que em noites
De lua pela estrada encantada
Uma linda sinhazinha
Vestida de princesa
Perdida sozinha vagueia
Pelas areias
Guardando o ouro
De seu pai, seu senhor
Aquele fidalgo que o tempo levou
Pras banda do mar de pó
E hoje que tudo passou
A linda sinhazinha
Encantada ficou
Lá dentro no fundo da sertão
Na estrada das areias de ouro.

A palavra Minas (Carlos Drummond de Andrade)

Minas não é palavra montanhosa

É palavra abissal

Minas é dentro e fundo

As montanhas escondem o que é Minas.

No alto mais celeste, subterrânea,

é galeria vertical varando o ferro

para chegar ninguém sabe onde.

Ninguém sabe Minas.

A pedra

o buriti

a carranca

o nevoeiro

o raio

selam a verdade primeira,

sepultada em eras geológicas de sonho.

Só mineiros sabem.

E não dizem nem a si mesmos o

irrevelável segredo

chamado Minas.

RESUMO

O presente trabalho teve como finalidade verificar se aspectos da cultura mineira são apreendidos e expressos na moda festa confeccionada em Belo Horizonte. Para esta análise, realizada a partir de uma abordagem humanística e territorial, com enfoque na cultura mineira e na moda, privilegiou-se o processo criativo na elaboração das peças no contexto das confecções de moda festa. A partir daí, compreendendo a cultura como a soma de comportamentos, conhecimentos, valores e técnicas cujo território se torna *lócus* dessa manifestação e entendendo a moda como expressão cultural, o processo de criação foi o ponto de partida para identificar a se de fato há expressão da cultura mineira na moda festa confeccionada em Belo Horizonte.

Palavras-chave: cultura; território; moda-festa; moda em Belo Horizonte.

ABSTRACT

This research aimed to determine whether aspects of Minas Gerais state (southeastern Brazil) culture are seized and expressed on fashionable party made in state capital: Belo Horizonte. For this analysis, performed from a humanistic and territorial approach and focusing on regional culture and fashion, has adopted as priority the creative process in the preparation of clothes in the context of "party fashion". From there, understanding culture as the sum of behaviors, knowledge, values and techniques whose territory becomes locus of this manifestation and also understanding fashion as a cultural expression, the process of creation was the starting point to identify if, indeed, there is an expression of the regional culture in Fashion.

Key-words: culture, territory, "party-fashion", fashion in Belo Horizonte.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 – Valores das Bolsas <i>Hermès</i>	29
Imagem 2 – Decoração interna de Igreja: Retábulo-mor da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, Sabará – MG.....	47
Imagem 3 – O bordado inglês.....	71
Imagem 4 – Vestido bordado da corte de Napoleão.....	72
Imagem 5 – A crinolina.....	77
Imagem 6 – Confeção <i>versus</i> residências no bairro Prado.....	86
Mapa 1 – Distribuição das confecções de moda festa em Belo Horizonte.....	88
Tabela 1 – Confeções: análise a partir de dados secundários.....	96
Imagem 7 – Fábrica da Confeção 1.....	99
Imagem 8 – <i>Showroom</i> da Confeção 1.....	99
Imagem 9 – Material utilizado nos bordados em pedraria.....	104
Imagem 10 – Peças de moda festa com aplicação de bordados.....	105
Imagem 11 – Bordados em pedraria nos vestidos de moda festa.....	106
Imagem 12 – Detalhe dos bordados em pedraria nos vestidos de moda festa.....	107
Imagem 13 – Veículo de comunicação utilizado pela confecção A.....	108
Imagem 14 – Página do <i>Blog da Mariah</i>	109
Imagem 15 – Seguidores no <i>Instagram</i> da blogueira Mariah.....	110

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Áreas de Diretrizes Especiais - ADE

Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura - UNESCO

Sindicato das Indústrias do Vestuário no Estado de Minas Gerais – Sindinvest – MG

SUMÁRIO

Considerações iniciais	13
Esclarecimentos acerca dos caminhos da pesquisa.....	16
1. CULTURA E TERRITÓRIO	
1.1 Cultura e Território: um <i>continuum</i>	20
2. MINAS GERAIS, HISTÓRIA E CULTURA: O TERRITÓRIO MINEIRO	
2.1. Das considerações iniciais.....	35
2.2. Fenômeno da urbanização e aspectos da modernidade na capitania mineira.....	36
2.3 Sociabilidade e comportamento.....	39
2.4. Aspectos de uma produção “de ouro”.....	43
2.5 Barroco sim, e Rococó também!.....	45
2.6 Belo Horizonte, é BH sô!.....	49
2.7 Mineiridade: sim ou não?.....	53
3. VESTUÁRIO E MODA	
3.1 Primeiro o vestuário, depois a moda.....	59
3.2 Os bordados.....	69
3.3 A festa é uma festa!.....	75
3.4 A moda no Brasil: breve introdução.....	79
3.5 Belo Horizonte: aqui se cria moda, mineira, uai!.....	83
4. MODA FESTA EM BELO HORIZONTE: DO BARROCO AO BORDADO, CRIAÇÕES QUE BRILHAM!	
4.1 Moda e cultura: combinam?	92
4.2 A moda festa em Belo Horizonte: pelas mãos de quem cria.....	102
Considerações finais.....	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	114
SITES CONSULTADOS.....	117
ANEXOS.....	120

Considerações Iniciais

Quando se pensa em Geografia, inúmeras imagens nos vêm à mente, remetendo, por exemplo, à representação cartográfica, a tipos de hidrografia, fronteiras nacionais e à política, economia, dentre outras dimensões da realidade. Diante da ampla possibilidade de temas de estudo, a Geografia, especificamente na área da Geografia Humana inclusive, oferece categorias de análise, também diferenciadas, as quais facilitam a compreensão e o estudo das relações e construções humanas sobre determinado ambiente e contexto. Diante de tantas possibilidades a Geografia pode também propiciar o avanço da investigação de temas inovadores e alternativos de estudo e, aqui ela é associada à abordagem do tema: moda, no contexto territorial da cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais.

A moda vale ressaltar é capaz de elucidar momentos da nossa história, costumes e concepções de mundo. Pode ser compreendida como expressão individual, coletiva, social, econômica e cultural, capaz de conferir aos indivíduos um poder de representação, atuante e incidente no(s) território(s). Estudar a moda é, também, estudar um arcabouço de informações sobre o contexto em questão e/ou recorte temporal. O tema é amplo e complexo o qual envolve, sobretudo, as crenças, os valores, os costumes e os comportamentos dos indivíduos. Assim, é, também, uma forma de expressão da cultura sobre os diferentes territórios.

Isto posto, compreende-se o estado de Minas Gerais como território, delimitado geograficamente e como território apropriado por sujeitos que viveram, realizaram suas atividades, construindo valores, saberes, técnicas, conhecimentos e comportamentos no decorrer de suas vidas e que ainda o fazem. A partir das reflexões de autores como Haesbaert (2004) e Claval (2007) sobre o território e a cultura, é relevante assinalar, inclusive, que o conceito de território nessa pesquisa, uma dimensão da realidade, é considerado como o espaço onde acontece a construção e a manifestação das atividades humanas e, portanto, das expressões culturais. A cultura é dotada de signos que a descrevem, um conjunto de práticas e de conhecimentos transmitidos por gerações; é a realidade de cada indivíduo, mas também é a realidade social. Assim, pode-se dizer que Minas Gerais são muitas, e que existem expressões culturais típicas construídas e manifestadas através da apropriação do território mineiro.

Belo Horizonte, a capital mineira, representa um marco na história do estado. O projeto indicava a construção de uma cidade dentro dos limites de uma avenida, a Avenida do Contorno. Apesar de isto não ter sido previsto inicialmente, a cidade

extrapolou substancialmente os limites dessa avenida e hoje se tornou uma grande metrópole. Todavia, sua construção, formação e ocupação não deixam de representar um pouco da história de Minas Gerais e dos mineiros. Voltando-se para a Moda, no contexto de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais e, considerando-a como uma forma de expressão cultural poderíamos, então, refletir se teria a moda, produzida na capital mineira, expressões da cultura regional?

Posto isso, a escolha da temática proposta tem origem na identificação pessoal da autora com o tema moda e na visualização da oportunidade de desenvolvê-lo sobre o prisma da Geografia. Graduada em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, e tendo elaborado uma monografia de conclusão de curso de graduação, viu neste trabalho, a primeira oportunidade de ter contato com o tema da moda sob a perspectiva do Turismo, e mais especificamente, do Turismo de Negócios, na capital mineira. A monografia “Negócios de Moda sob a Perspectiva do Turismo de Negócios”¹ procurou identificar o leque de atividades relacionadas à moda em Belo Horizonte que poderiam ser caracterizadas como Turismo de Negócios, sendo os consultores em Negócios de Moda² considerados para o estudo. Nessa pesquisa, entre outras reflexões, se identificou que grande parte dos entrevistados – os consultores em Negócios de Moda - considera que a boa qualidade das roupas e dos acessórios produzidos em Belo Horizonte, associada ao atendimento dos consultores, são os principais motivos pelos quais lojistas de todo o país escolhem a capital mineira para realizarem suas compras.

A partir de uma abordagem humanística e territorial, o objetivo da presente pesquisa foi, portanto, investigar se há aspectos da cultura mineira expressos na moda confeccionada em Belo Horizonte. Tendo como ponto partida e entendendo o território em seu sentido mais amplo, de apropriação e simbólico, como *lócus* de manifestações culturais, o que se pretendeu verificar é se existem traços, elementos essenciais da cultura mineira apropriados, integrados e/ou expressos na moda elaborada em Belo Horizonte. Essa moda pode deter (ou não) alguma(s) característica(s) particular, garantindo, ou não, a permanência de traços essenciais dessa cultura regional. Isto, por sua vez, pode promover o

¹REIS, Gabriela Carneiro. *Negócios de Moda sob a perspectiva do Turismo de Negócios*. Belo Horizonte: Instituto de Geociências da UFMG, 2011 (Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título como Bacharel em Turismo).

²Os Negócios de Moda em Belo Horizonte consistem nas compras realizadas por lojistas de outras localidades para adquirirem peças do vestuário das confecções das marcas mineiras. Os Consultores em Negócios de Moda recebem os lojistas, providenciam os serviços de reserva de hospedagem e passagens, traslados, oferecem atendimento especializado durante a realização das compras, selecionam, embalam e despacham mercadorias.

destaque dessa moda em relação a outros mercados do país como, por exemplo, a moda paulistana.

O foco de investigação mais específico concentrou-se nas confecções que trabalham com o segmento “moda festa” na cidade de Belo Horizonte. Ao longo da pesquisa foi constatado que o segmento “moda festa” é um dos mais procurados por lojistas em Belo Horizonte. Tal realidade foi inicialmente sinalizada durante a realização da monografia citada, em que alguns dos entrevistados delimitaram esse segmento de moda como um dos mais atrativos, entre aqueles desenvolvidos na capital. Além disso, observa-se a ampla divulgação de marcas que trabalham com a moda festa nos meios de comunicação nacional, como em novelas e revistas de moda e também nas redes sociais. Registra-se ainda uma associação dessas marcas com *blogueiras* de moda e personalidades da mídia como atrizes e apresentadoras de TV, por exemplo.

Outro aspecto importante é que muitas peças do segmento moda festa são bordadas ou apresentam bordados em sua composição, o que atrai a atenção das pessoas para essas roupas. Começamos, nesse processo, a nos indagar qual a origem de todos esses bordados. Diante desses elementos, optou-se, então pelo segmento moda festa a ser analisado neste trabalho.

Posto isso e, considerando a moda produzida na cidade se mostrou pertinente então, para esta pesquisa, colocar a seguinte questão: *Como ocorre o processo de criação/confecção de moda no contexto das confecções de moda festa em Belo Horizonte?* Procurou-se, mais especificamente, analisar como ocorre o processo de confecção e criação das peças do vestuário desde a sua concepção, passando pelos modos de confecção, à composição de uma coleção e a divulgação dessas peças. Dessa forma, foi possível observar se aspectos da cultura mineira, presentes no território mineiro, são incorporados e/ou expressos durante a criação e confecção compondo, assim, a moda festa belo-horizontina.

Os estilistas das confecções são também os responsáveis pela criação das peças que compõem a coleção de uma confecção. A realização das entrevistas com os estilistas teve a finalidade de verificar se o sujeito se percebe como integrante da cultura mineira, como parte de uma coletividade que se apropria de um território, o que poderia ser expresso nos processos de criação e confecção das peças. Assim, revelaram-se como interlocutores importantes na construção dessa pesquisa. O posicionamento de entidades como o Sindicato das Indústrias do Vestuário no Estado de Minas Gerais – Sindinvest - MG

também foi considerado, pois ressalta-se que tal entidade, atua diretamente no setor de moda, fomentando e promovendo a moda mineira em Belo Horizonte.

O bairro Prado emerge, neste contexto, como notável recorte para esta pesquisa por abrigar grande parte das confecções de moda da cidade que atraem diversos lojistas durante todo o ano. O bairro, além de fazer parte da história da formação da capital mineira, foi, ao longo dos anos, acolhendo grande parte das confecções de vários segmentos de moda, inclusive, de moda festa, da cidade. Ainda que a maioria das confecções, de diferentes segmentos de moda, localizem-se neste bairro, existem outras confecções, tanto do segmento moda festa quanto de outros, instaladas em diferentes bairros da cidade. Todavia, por abrigar a maior parte das confecções, o bairro Prado constituiu um recorte importante na definição das confecções de moda festa que foram investigadas.

Nota-se então que no recorte territorial de Belo Horizonte a moda festa apresenta-se como um estilo de moda atrativo, cujo o destaque das peças pode ser atribuído à presença dos bordados presentes nos trajes deste segmento. A seguir, procurou-se esclarecer os caminhos percorridos durante o processo de pesquisa e os aspectos metodológicos utilizados, bem como a forma como este trabalho foi organizado.

Esclarecimentos acerca dos caminhos da pesquisa

Com a finalidade de verificar se aspectos da cultura mineira são expressos na moda festa confeccionada no recorte territorial de Belo Horizonte, referências sobre território e cultura, cultura mineira e sobre a moda foram consideradas. Dessa forma, este trabalho foi organizado em quatro capítulos, cada qual dividido em subcapítulos.

No primeiro capítulo procurou-se esclarecer sobre o território, categoria de análise aqui privilegiada, sobre a cultura e a relação entre território e cultura. No segundo capítulo, buscou-se por referências que indicassem sobre a história e a cultura de Minas Gerais. No terceiro capítulo, primeiramente, o tema moda foi discutido de forma abrangente. Em seguida o foco sobre a moda se deu no contexto brasileiro e no recorte territorial de Belo Horizonte. Neste momento, a moda festa confeccionada na cidade já se apresenta como referência na produção de trajes de festa. O bairro Prado, antigo bairro da capital, emerge como espaço que passa a abrigar as confecções de moda em geral e de moda festa, tornando-se um local de referência em moda. O quarto e último capítulo procura atender ao objetivo desta pesquisa, bem como verificar de que maneira ocorre o processo de produção no contexto das confecções de moda festa.

As escolhas dos autores utilizados têm a ver com as contribuições dos mesmos para as análises e interpretações dos temas aqui abordados. Paul Calval foi amplamente referenciado, pois o autor aborda a cultura de forma completa, considerando desde sua gênese às suas diferentes formas de manifestação e sua relação direta com o espaço, com os territórios. Assim, o autor não desconsidera em sua análise a intrínseca relação dos povos com o meio em que habitam. O território, na perspectiva deste autor, não está dissociado das atividades humanas que sobre ele se manifestam. Sendo assim, recorreu-se frequentemente às postulações de Paul Claval porque elas mostraram-se relevantes para o desenvolvimento e consolidação do trabalho. Vale ressaltar que o autor é considerado um grande expoente da Geografia Cultural Francesa.

No que se refere às abordagens a respeito do Território, a pesquisa apropriou-se das postulações de Rogério Haesbaert e seus consistentes estudos sobre a temática em que o autor traz considerações a respeito do aspecto simbólico do território, sobre a importância de se entender a *historicidade* dos mesmos e, sobretudo, a respeito da relevância do protagonismo dos sujeitos que se apropriam e/ou dominam estes territórios e as relações, simbólicas, e também de poder aí, estabelecidas.

Para abordar a questão cultural em Minas Gerais optou-se por referências na literatura que remontassem aos primórdios da formação do território mineiro para tentar elucidar assim, as raízes culturais dos mineiros. Tal escolha se deu com intuito de mostrar as origens da formação territorial de Minas Gerais e, portanto, assim apontar aspectos de uma cultura que se manifesta juntamente com a construção do território mineiro. Com este intuito, o mesmo ocorre no subcapítulo que discute sobre a cidade de Belo Horizonte, pois as confecções de moda festa, consideradas neste estudo, estão estabelecidas no recorte territorial da capital mineira.

Para a discussão sobre a moda, tema incomum em pesquisas de cunho geográfico, buscou-se por referências que pontuassem as implicações da vestimenta na história das sociedades ao longo dos séculos. Procurou-se explicitar a trajetória da moda no Brasil e em Belo Horizonte. Buscou-se também referências sobre o traje de festa, considerando que a moda festa é o objeto desta pesquisa. A moda festa assume, então, relevância no contexto da capital mineira com destaque para o bairro Prado que abriga várias confecções de moda, inclusive, do segmento festa.

Considerando as confecções de moda festa como foco de investigação, o Mapa 1 foi elaborado com o objetivo de compreender melhor a dimensão das mesmas em Belo Horizonte. A elaboração deste mapa se deu através das informações contidas em três *sites*,

em que as principais marcas de moda festa foram identificadas. Nestes *sites* as confecções são divididas pelo tipo de roupa que comercializam (moda festa, moda casual, jeans, *plus size*, alfaiataria, etc.) e são direcionados aos lojistas que compram em Belo Horizonte. Por conter tais informações estes *sites* foram utilizados como fonte para a confecção do Mapa1. Após a pesquisa nestes sítios eletrônicos, 44 confecções de moda festa foram identificadas, das quais 24 delas estão localizadas no bairro Prado, o que sinaliza a concentração do segmento neste recorte da cidade.

Com a finalidade de investigar aspectos da cultura mineira expressos na moda festa belo-horizontina foi preciso selecionar as confecções cujos estilistas seriam entrevistados. Para tanto, alguns critérios foram definidos. A escolha destes critérios se deu a partir da análise das informações levantadas, as quais indicaram a expressividade da moda festa confeccionada em Belo Horizonte, ou seja: a presença dos bordados nas peças; a existência de investimentos na utilização de veículos de comunicação, a associação com blogueiras, artistas e/ou apresentadoras de TV para divulgação desta moda e a já mencionada concentração do setor no bairro Prado.

Sendo assim, para esta seleção, os critérios contemplaram que a confecção, primeiramente e majoritariamente, deveria apresentar algum tipo de bordado nas peças de moda festa que fabrica: bordados em pedrarias, cristais e *strass*, por exemplo (critério 1). Em seguida, buscou-se identificar a utilização de veículos de comunicação e/ou a associação com blogueiras, artistas e/ou apresentadoras de TV realizadas no âmbito da confecção (critério 2). No terceiro momento, a localização da confecção foi considerada relevante, caso fosse instalada no bairro Prado (critério 3). Posteriormente, buscou-se identificar se a confecção apresentava a disponibilidade de registros da sua história nos respectivos *sites* (critério 4). E por fim, o tempo de existência no mercado das confecções, considerando-se o período a partir de 5 anos como relevante (critério 5). Assim, as confecções a serem escolhidas para as entrevistas com os respectivos estilistas, seriam analisadas conforme o atendimento a estes cinco critérios, nesta mesma ordem em que foram descritos no texto. Essa análise foi realizada por meio das informações disponíveis nos *sites* de cada uma delas. Caso a confecção de moda festa não atendesse aos dois primeiros critérios (apresentação de bordados nas peças e utilização de veículos de comunicação e/ou associação com blogueiras, artistas e/ou apresentadoras de TV) deixaria de ser considerada para entrevista.

Dessa forma, todas as confecções de moda festa indicadas nestes três *sites* (os mesmo *sites* utilizados para a elaboração do Mapa 1) foram listadas e submetidas às

análises dos critérios com base nas informações disponíveis nos *sites* de cada confecção. No total treze confecções de moda festa foram eleitas por terem atendido aos critérios. Todavia, somente com cinco confecções (indicadas pelos números 1, 2, 3, 4 e 5) foi possível realizar as entrevistas com os respectivos estilistas. O atendimento aos critérios ficou da seguinte forma:

- **Confecção 1:** atende aos critérios 1, 2, 4, 5;
- **Confecção 2:** atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;
- **Confecção 3:** atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;
- **Confecção 4:** atende aos critérios 1, 2, 4, 5;
- **Confecção 5:** atende aos critérios 1, 2, 3.

Com relação às oito confecções restantes (designadas confecções A, B, C, D, E, F, G e H) a análise foi realizada a partir de dados secundários, por meio das informações disponíveis nos *sites* e nas redes sociais de cada confecção. De acordo com os dados disponíveis e analisados a Tabela 1 foi elaborada indicando o atendimento (ou não) a esses critérios. No que se refere às outras cinco confecções, cuja coleta de dados primários foi possível, através da realização de entrevista semi – estruturada, o roteiro elaborado para conduzir a entrevista encontra-se no ANEXO B deste trabalho. A lista completa das confecções selecionadas após a submissão aos critérios encontram-se no (ANEXO A). Ressalta-se que as entrevistas, contudo, foram realizadas de acordo com as disponibilidades dos estilistas. Todas as confecções selecionadas foram contactadas, porém, nem todos os estilistas estavam disponíveis para essa conversa. Ressalta-se que nem todas as confecções, cujas entrevistas foram realizadas, atendem aos cinco critérios definidos. Tal fato não inviabilizou a realização das entrevistas e posterior análises dos dados coletados, uma vez que os critérios eliminatórios são os critérios 1 e 2.

1. CULTURA E TERRITÓRIO

1.1 Cultura e Território: um *continuum*

Compreender fundamentalmente uma cultura envolve enxergar aspectos específicos de um contexto socioespacial e histórico particular, de uma coletividade de indivíduos que se apropria de um território. No caso desta pesquisa, isto se mostrou relevante na medida em que se procurou investigar se os elementos da cultura mineira são apreendidos e expressos pela moda produzida na capital Belo Horizonte. Paul Claval (2002, p. 20) destaca a importância das identidades e territorialidades que a Geografia Cultural não desconsidera ao registrar que:

O espaço jamais aparece como um suporte neutro na vida dos indivíduos e dos grupos. Ele resulta da ação humana que mudou a realidade natural e criou paisagens humanas e humanizadas. Os lugares e as paisagens fazem parte da memória coletiva. A lembrança do que aconteceu no passado dá forte valor sentimental a certos lugares.

Assim:

Os mitos religiosos e políticos mudam a natureza de parcelas do espaço: existem fontes, florestas, árvores e serras que viram sagradas, enquanto os seus arredores permanecem profanos.

Por fim, o autor completa:

As identidades individuais e coletivas são fortemente ligadas ao desenvolvimento da consciência territorial. Num tempo em que a globalização ameaça muitas identidades, a luz que a abordagem cultural põe nas relações entre identidades e território indica interessantes perspectivas de ação (CLAVAL, 2002 p. 24).

O autor (2007, p. 9) identifica, por exemplo, o interesse dos geógrafos acerca da diversidade cultural dos povos, culturas estas que são “lidas” desde as variações das diversas cidades até as “paisagens campestres” espalhadas pelo globo. Destaca a relação entre as identidades individuais e coletivas com o território. De acordo com o autor, durante muitos anos argumentos simples e determinantes informaram sobre a diversidade cultural existente na Terra. Todavia, tais argumentos, passaram a não mais responder a diversas indagações relevantes sobre a cultura. Assim, a cultura passou a ser estudada pelas diferentes disciplinas conforme o autor:

A cultura é um campo comum para o conjunto das ciências humanas. Cada disciplina aborda este imenso domínio segundo pontos de vista diferentes. O olhar do geógrafo não dissocia os grupos dos territórios que organizaram e onde vivem; a estrutura e a extensão dos espaços de

intercomunicação, a maneira como os grupos vencem o obstáculo da distância e algumas vezes o reforçam estão no cerne da reflexão.

E complementa registrando que:

A geografia humana estuda a repartição dos homens, de suas atividades e de suas obras na superfície da terra, e tenta explicá-la pela maneira como os grupos se inserem no ambiente, o exploram e transformam; o geógrafo debruça-se sobre os laços que os indivíduos tecem entre si, sobre a maneira como instituem a sociedade, como a organizam e como a identificam ao território no qual vivem ou com o qual sonham (CLAVAL, 2007, p. 11).

O olhar sobre a cultura então se diferencia segundo os pontos de vista diversificados das ciências; segundo o autor, na Geografia, este olhar não deve desvincular os grupos, dos territórios onde vivem e constroem uma dinâmica própria. O território, conseqüentemente, se torna o *locus* das expressões de um grupo nas suas variadas manifestações. Na atualidade, e devido à complexa estrutura social das sociedades modernas em que vivemos Sancho & Deus (2015) chamam atenção para as concepções sobre o território no contexto da sociedade contemporânea, ao refletirem sobre a relação entre as ações de proteção à natureza *versus* ambientes urbanos. Neste sentido os autores informam que as concepções de território assumem novos significados devido aos novos referenciais espaciais e de identidade. Estes referenciais norteiam e caracterizam as experiências cotidianas e a atuação do Estado, empresas e representatividades sociais. Assim, os territórios são, cada vez mais, permeados por novos sujeitos, interesses, sejam internos ou externos, que se interconectam por redes, agora, numa perspectiva multiescalar, relativizando os sentidos de fronteira e limites territoriais (Sancho & Deus 2015, p. 225).

Uma das noções clássicas sobre o território remete às fronteiras e Estados Nacionais, à política e ao poder, por excelência. Intelectuais como Claude Raffestin dedicou-se a definir o conceito contribuindo para sua melhor compreensão. Claude Raffestin (1993), na discussão sobre o significado do território, demarca que o espaço é anterior ao território deixando claro que os dois termos não são equivalentes e que o uso sem critérios, por geógrafos, de ambos, gerou confusões em suas análises. Vale ressaltar que para este clássico autor:

O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo, pela representação), o ator “territorializa” o espaço (RAFFESTIN, 1993, p. 143).

O autor completa a definição acima a partir de uma apropriação de Lefebvre³, o qual problematiza sobre os mecanismos envolvidos no processo para se passar do espaço ao território. É relevante demarcar nesse sentido que: a produção de um espaço na perspectiva de sua categorização como o território nacional remeteria à consolidação de um espaço físico delimitado, modificado e transformado por redes, circuitos e fluxos que aí se instalariam, como estradas, canais, circuitos bancários e comerciais, etc. Nessa perspectiva Raffestin (1993) explicita que o espaço é onde se projetou um trabalho, seja em termos de energia ou informação, o qual revela, então, as relações marcadas pelo poder. O território se apoia no espaço, mas não é o espaço, é uma produção a partir do espaço. “Ora, a produção, por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder. [...] Qualquer projeto no espaço que é expresso por uma representação revela a imagem desejada de um território, de um local de relações” (RAFFESTIN, 1993, p. 144). A partir dessas contribuições, é possível observar ainda que Raffestin (1993) estrutura a definição de território relacionando-o ao poder e vislumbrando-o como espaço delimitado pelas relações, principalmente de trabalho. Na concepção do autor, o território ganha as dimensões das relações humanas, as quais por sua vez, podem estabelecer relações de poder sobre determinado recorte espacial.

Em contraposição, o geógrafo Rogério Haesbaert tem se dedicado à discussão sobre territórios enriquecendo-a e aprofundando-a com abordagens sobre os processos de desterritorialização e reterritorialização. Haesbaert (2004), a propósito, afirma que desde a origem, o termo surge, contudo, com uma dupla conotação, material e simbólica:

[...] etimologicamente aparece tão próximo de *terra-territorium* quanto de *terreo-terror* (terror, aterrorizar), ou seja, tem a ver com dominação (jurídico-política) da terra e com a inspiração do terror, do medo – especialmente para aqueles que, com esta dominação, ficam alijados da terra, ou no “territorium” são impedidos de entrar. Ao mesmo tempo, por extensão, podemos dizer que, para aqueles que têm o privilégio de usufruí-lo, o território inspira a identificação (positiva) e a efetiva “apropriação”. Território, assim, em qualquer acepção, tem a ver com poder, mas não apenas ao tradicional “poder político”. Ele diz respeito tanto ao poder no sentido mais concreto, de dominação, quanto ao poder no sentido mais simbólico, de apropriação (HAESBAERT, 2004, p. 1).

Assim como Raffestin (1993), Haesbaert (2004) recorre às contribuições de Lefebvre (1986)⁴ quando este último faz uma distinção entre dois termos: apropriação e dominação. O primeiro se referiria a um processo simbólico, com as marcas do “vivido”,

³ LEFEBVRE, Henri. De l'État 4. Les contradictions de l'État moderne. Paris, UGE, 1978. p. 25.

⁴ LEFEBVRE, H. 1986(1974). La Production de l'Espace. Paris: Anthropos.

do valor de uso. Já o segundo, teria um caráter mais concreto, funcional e ligado ao valor de troca. Haesbaert (2004, p. 2) ademais demarca que o território enquanto “espaço-tempo-vivido” é sempre múltiplo, diverso e complexo em oposição ao território “unifuncional” proposto pela lógica capitalista hegemônica. O autor ressalta, a propósito, que:

Podemos então afirmar que o território, imerso em relações de dominação e/ou de apropriação sociedade-espaço, “desdobra-se ao longo de um *continuum* que vai da dominação político-econômica mais ‘concreta’ e ‘funcional’ à apropriação mais subjetiva e/ou ‘cultural-simbólica’. Segundo Lefebvre, dominação e apropriação deveriam caminhar juntas, ou melhor, esta última deveria prevalecer sobre a primeira, mas a dinâmica de acumulação capitalista fez com que a primeira sobrepujasse quase completamente a segunda, sufocando as possibilidades de uma efetiva “reapropriação” dos espaços, dominados pelo aparato estatal-empresarial e/ou completamente transformados em mercadoria (HAESBAERT, 2004, p. 2).

Haesbaert (2004) assinala que o território e os processos de des-territorialização devem ser distinguidos através dos sujeitos que exercem poder, que controlam esse(s) espaço(s) e os processos sociais que o compõem; diferentemente do Espaço, que aparece de maneira difusa e pode ser trabalhado de forma genérica. O que deve então ser enfatizado é o caráter das relações sociais enquanto relações de Poder:

Enquanto “continuum” dentro de um processo de dominação e/ou apropriação, o território e a territorialização devem ser trabalhados na multiplicidade de suas manifestações – que é também e, sobretudo, multiplicidade de poderes, neles incorporados através dos múltiplos agentes/ sujeitos envolvidos. Assim, devemos primeiramente distinguir os territórios de acordo com os sujeitos que os constroem, sejam eles indivíduos, grupos sociais, o Estado, empresas, instituições como a Igreja etc. As razões do controle social pelo espaço variam conforme a sociedade ou cultura, o grupo e, muitas vezes, com o próprio indivíduo (HAESBAERT, 2004, p. 3).

E é nessa perspectiva que um autor clássico, Sack (1986, p. 6)⁵ ressalta completando que: “Controla-se uma ‘área geográfica’, ou seja, o ‘território’, visando ‘atingir/afetar, influenciar ou controlar pessoas, fenômenos e relacionamentos”.

Ainda de acordo com o autor, a territorialidade, sob essa perspectiva incorporaria uma dimensão política, e também diz respeito às relações econômicas e culturais, pois ela está intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar. Além de um componente do poder, ela é uma “estratégia para criar e manter grande parte do contexto geográfico através do qual nós experimentamos o mundo e o dotamos de significado”,

⁵ SACK, R. 1986. Human Territoriality: its theory and history. Cambridge: Cambridge University Press.

conforme Sack (1986, p. 219 citado por HAESBAERT, 2004, p. 3). Nessa perspectiva, Haesbaert (2004, p. 3) conclui que “todo território é, ao mesmo tempo e obrigatoriamente, em diferentes combinações, funcional e simbólico, pois exercemos domínio sobre o espaço tanto para realizar ‘funções’ quanto para produzir ‘significados’”.

De acordo com as considerações desses autores é possível observar a intrínseca relação estabelecida entre o homem e o meio e o que a partir daí decorre, ou seja, as construções dos sujeitos sobre o território. Os sujeitos por sua vez, carregam consigo valores, conhecimentos e experiências acumulados na trajetória de cada um. A partir da perspectiva do território enquanto “continuum”, ressalta-se sua importância como base para a manifestação da cultura e de sua continuidade. Isto nos remete às referidas postulações na medida em que informa que a territorialidade engloba, também, as relações culturais, as quais estão associadas com as formas de organização dos indivíduos e de como atribuem significados ao local onde vivem. A apropriação e a organização dos sujeitos sobre um território podem indicar uma cultura própria construída através do tempo. Por intermédio destes sujeitos, a transmissão da cultura também acontece.

Paul Claval (2007, p. 64) inclusive discute a transmissão daquilo que se cria coletivamente relacionando tais fenômenos/processos com a gênese da cultura. Ele pontua que a cultura como herança e a sua transmissão ocorre, principalmente, no decorrer do desenvolvimento do indivíduo, desde os primeiros anos de vida até a adolescência, assinalando que o primeiro contato com o ambiente externo e sua dinâmica ocorre no seio familiar, na maioria dos casos. A família adquire, portanto, papel de grande relevância neste contexto. As formas, os meios de comunicação são, também, abordados pelo autor que destaca a escrita, a comunicação oral e gestual, o desenho e as artes, bem como as novas mídias, a televisão e os impactos que esta última gera. Claval (2007) assinala, nesse sentido que:

A cultura é a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em uma outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte. A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. Ela tem suas raízes num passado longínquo, que mergulha no território onde seus mortos são enterrados e onde seus deuses se manifestaram. Não é portanto um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos. Os contatos entre povos de diferentes culturas são algumas vezes conflitantes, mas constituem uma fonte de enriquecimento mútuo. (CLAVAL, 2007, p. 63).

O autor ainda destaca que cada cultura possui um conteúdo original, mas, com a presença de “componentes essenciais”. Assim, os indivíduos de uma civilização compartilham códigos de comunicação, hábitos cotidianos similares, um conjunto de

técnicas e procedimentos de regulação social que garantem a sobrevivência e reprodução do grupo cujos membros “aderem aos mesmos valores, justificados por uma filosofia, uma ideologia ou uma religião compartilhada” (CLAVAL, 2007, p. 63).

No que se refere ao que é transmitido no seio das culturas, Claval (2007, p. 80) remete à dimensão ritual e gestual da cultura, registrando que os gestos, as práticas e as atitudes são transferidos e repetidos e, muitas vezes até se transformam em rituais. Para o autor, a apreensão do mundo e da sociedade é materializada através dos sentidos: audição, visão, tato, odor e paladar; e, sobretudo, da fala. Entretanto, as sensações proporcionadas através do estímulo aos sentidos não são puras. Isto ocorre, porque o indivíduo “percebe o mundo através dos parâmetros de leitura que recebeu” (CLAVAL, 2007, p. 81). Ou seja, o indivíduo procura entender o contexto em que se insere desde a infância, a partir do conteúdo que lhe foi transmitido, as palavras “e as construções mentais que as completam”.

Yi – Fu Tuan (1983) também procura identificar como o ser humano entende o mundo que habita, sobretudo a partir da *experiência*. O autor aborda os sentidos e as aptidões humanas na atribuição de significados e na organização do espaço e do lugar. Logo, uma *experiência* pode gerar sensações, percepções e concepções, as quais são vivenciadas através de nossos sentidos. Os resultados de nossas experiências podem ser positivos e negativos, o que, conseqüentemente, pode gerar sentimentos positivos ou negativos em relação aos lugares nos quais ocorreram. Tal resultado dependerá, também, da forma pela qual o nosso “eu” foi afetado. “A experiência é constituída de sentimento e pensamento” (TUAN, 1983, p. 11). A percepção que temos sobre o lugar, dependerá então das relações que estabelecemos com o mesmo.

Sob essa perspectiva, pode se dizer que a moda pode ser apreendida através dos nossos sentidos, uma vez que a mesma afeta e atrai os nossos olhares, seja para uma única peça do vestuário, ou mediante um desfile de moda, por exemplo. Neste caso, ocorrem vários estímulos aos nossos sentidos de visão e audição. Nosso tato é também estimulado pela moda, pois literalmente a vestimos! De acordo, então, como Tuan (1983), pode-se dizer que a moda pode nos proporcionar, de variadas formas, uma *experiência*, por estimular, de maneiras tão diversas, nossos sentidos.

Retomando Claval (2007) e seus apontamentos sobre a percepção dos indivíduos a respeito do mundo, vale ressaltar que:

A cultura faz assim passar de uns aos outros as representações coletivas. O que vemos no mundo e na sociedade é o que apreendemos a ver; nós o

enunciamos nos termos que sabemos utilizar. [...] Mas a maneira como o campo visual é varrido, como os sons são analisados e os perfumes rememorados traz a marca de contextos comuns (CLAVAL, 2007, p. 81).

E também:

Nós recebemos do nosso entorno um sistema hierarquizado de preferências e de valores. Ele dita nossa atitude e guia nossas escolhas. O bem e o mal, o bonito e o feio, o permitido e o proibido, o sábio e o tolo variam segundo as culturas. Muitos mal-entendidos, atitudes de desprezo ou de rejeição têm aí sua origem (CLAVAL, 2007, p. 82).

Isto nos leva a refletir acerca das particularidades e peculiaridades que cada cultura apresenta. Assim, a forma de cada sujeito individual e coletivo perceber o mundo, muito se deve à sua origem e às ideias e valores que foram assimilados por tal sujeito em seu processo de desenvolvimento, bem como das *experiências* por ele vivenciadas. Claval (2007) acrescenta nesse sentido que:

A cultura só existe através dos indivíduos aos quais é transmitida, e que, por sua vez, a utilizam, a enriquecem, a transformam e a difundem. Sem ela, eles estariam desamparados: o instinto não é suficiente para guiá-los. Faz-se necessário dispor de armas para a proteção e para a caça, de utensílios para produzir, habitar e se vestir. A linguagem permite que os homens se comuniquem. Suas relações só se desenvolvem a contento quando inseridas em contextos admitidos por todos.

Assim:

A cultura é indispensável ao indivíduo no plano de sua existência material. Ela permite sua inserção no tecido social. Dá uma significação à sua existência e à dos seres que circundam e formam a sociedade da qual se sente membro. Ela não desempenha o mesmo papel nos diversos momentos da vida (CLAVAL, 2007, p. 89).

Nessa perspectiva Claval (2007, p. 94) pontua que, mesmo que a cultura seja transmitida aos indivíduos, a relação entre o homem e o sentido da cultura para este, nas diferentes fases da vida, da infância à velhice, se transforma. Embora, a cultura não deixe de estar presente em todas essas fases. Ademais, destaca-se a importância social dos “ritos de passagem” no decorrer das diversas fases da vida na trajetória do indivíduo: o nascimento, puberdade, casamento e morte. Para cada etapa existem ritos que as acompanham (rituais instituídos pela sociedade como o batismo, casamento e cerimônias fúnebres) (CLAVAL, 2007, pgs. 94 – 96). De acordo com o autor, para que um acontecimento da vida de um indivíduo tenha “uma realidade social” é preciso que o mesmo seja aceito como legítimo, pois só desta forma será reconhecido pela sociedade. Daí a importância dos ritos de passagem. Sobre esse tema o autor complementa que:

De uma sociedade a outra e de uma época a outra, as trajetórias mudam, os momentos onde os ritos de passagem são realizados variam, mais precoces

aqui, mais tardios lá. Sob esta diversidade aparente, a similitude das experiências e das dimensões vividas é portanto evidente: isto permite que pessoas pertencentes a civilizações diferentes possam se compreender.

E complementa informando que:

Quer dizer que os homens são em toda parte os mesmos? Não: o status que é reconhecido ao indivíduo muda de um grupo a outro. Ele não é nada além de uma engrenagem de um todo que o domina, mas, em outros lugares, tudo se ordena a partir dele (CLAVAL, 2007, p. 96).

Pode-se acrescentar aqui que a moda pode legitimar e caracterizar tais ritos de passagens, sem desconsiderar as particularidades de cada cultura. Por exemplo, o casamento, uma tradicional cerimônia em que trajes específicos são geralmente requisitados para essa ocasião. No contexto da sociedade brasileira, quando celebrados, o traje a rigor, comumente o traje de festa, se faz, muitas vezes, indispensável nessas circunstâncias. Pode se dizer então, que existe, um código de conduta, pré-existente que, teoricamente, deve ser seguido por todos os envolvidos.

Claval (2007, p. 99) aponta ainda que “A natureza humana é um produto da cultura da qual a sociedade é portadora” e que cada cultura concebe, de forma diferente, a responsabilidade dos indivíduos por seus atos. E acrescenta:

A identidade é de uma só vez individual e coletiva. As atitudes, os gostos e a experiência variam em cada pessoa, mas a interiorização, que torna consciente, no decorrer da adolescência, os valores a respeitar, tende a impor uma mesma forma à imagem que se fez de si mesmo. Isto não ocorre sem conflitos. Em certas culturas, a vontade de se realizar plenamente é valorizada. Mas de tanto querer ser a si próprio, arrisca-se a esquecer as prescrições que a vida coletiva exige (CLAVAL, 2007, p. 98).

O autor complementa assinalando que:

Existe pois uma **geografia da natureza humana**, porque ela é criação cultural. Os valores encadeiam-se numa construção coerente, porque os elementos que os homens receberam ou imaginaram correspondem a uma certa lógica (CLAVAL, 2007, p. 99, grifo do autor).

Apesar desta “certa lógica” é preciso ressaltar que, de acordo com Claval (2007, p. 102), a cultura, ou algumas regras, não são passivamente aceitos por todos os indivíduos, os quais, muitas vezes, se opõem a determinadas regras.

No que se refere à realização do indivíduo na sociedade, o autor afirma que em culturas fechadas, limitadas, a sociedade permite que os indivíduos perpassem por todos os papéis e posições existentes dentro dela, no decorrer de sua vida. Neste caso, a consagração perante o grupo é proveniente da experiência, das memórias e conhecimentos que adquiriu em cada posição ou função que realizou: “[...] a consideração cultural e a

autoridade que permite exercer sobre a sociedade são privilégios da velhice que guarda na memória as tradições mais antigas e conhece todos os obstáculos e dificuldades que a vida reserva” (CLAVAL, 2007, p.102).

Já nas sociedades abertas, passíveis de transformações e de enriquecimento, as estratégias individuais para a realização pessoal se modificam. Não é possível para o indivíduo conhecer a totalidade da cultura e a idade não é tão significativa. Para sua afirmação no “campo cultural”, o indivíduo escolhe a busca pela singularidade e a realização pessoal (CLAVAL, 2007, p. 103). O autor faz, aliás, uma observação a respeito da imitação e da procura pela singularidade. Ele assinala que ao mesmo tempo em que o indivíduo imita para se identificar com determinado grupo, há, também, o desejo de se singularizar, pois: “É a vontade de emergir da massa que impulsiona a excentricidade” (CLAVAL, 2007, p. 103). O autor inclusive faz uma consideração sobre o papel da moda nesse contexto:

Imitação e busca da distinção estão intimamente misturadas com os jogos da moda. Alguns procuram se afirmar, utilizando roupas que se afastam do comum: antecipam o gosto que está em vias de se formar. Como esta motivação é partilhada por outros, o resultado é oposto àquele que esperavam alcançar: os que acreditavam sair da sombra são alcançados pelos outros. Um único desafio para eles: continuar a inovar até que enfim se destaquem – mas por curtos momentos – do rebanho que acompanha resolutamente o passo dos que se distinguem.

E complementa que:

Estas estratégias competitivas de singularização-imitação são responsáveis pelas admirações e seduções coletivas, que ocupam um lugar decisivo nos processos de contaminação social e de difusão (CLAVAL, 2007, p. 103).

A busca pela singularidade pode ser expressa, também, pelas roupas e acessórios utilizados por um indivíduo. Segundo o autor, aquele que procura pela distinção partilha deste mesmo anseio com outros indivíduos, anseio este que pode alcançar a massificação, em algum momento. Pode-se dizer que no mercado de luxo muitos desejam as roupas ou acessórios lançados por determinada grife. Aqueles de poder aquisitivo mais elevado, e que podem adquirir tais produtos, se distinguem da massa pelo poder de compra. Um exemplo desta situação pode ser observado na Imagem 1, extraída da Revista Vogue Brasil (2015), a qual exhibe os modelos de bolsas da grife *Hermès*⁶ e os respectivos preços de cada um:

⁶ Ver site: *Hermès*. Disponível em: < http://www.hermes.com/index_br.html >. Acesso: 20/05/2013.

Imagem 1 – Valores das Bolsas *Hermès*

Fonte: JUNQUEIRA, 2015, p. 118.

Através da Imagem 1 é possível conferir os valores atribuídos às peças fabricadas por uma grife de moda, os quais ultrapassam, até mesmo, o preço de um carro popular no Brasil. A reportagem, inclusive, destaca o processo artesanal de fabricação das bolsas confeccionadas nos ateliês, localizados na França, e especializados em artigos de couro. As técnicas de produção são transmitidas por gerações de artesãos desde a fundação da marca, em 1837 (JUNQUEIRA, 2015, p. 118).

Considerando estas estratégias competitivas de singularização – imitação, pontuadas por Claval (2007), observa-se como a moda pode influenciá-las através da fabricação de produtos, os quais só podem ser adquiridos por aqueles de alto poder aquisitivo. Destaca-se a fabricação artesanal e minuciosa das peças, o que agrega valor ao

produto, bem como a transmissão de uma técnica utilizada por gerações de artesãos, personalizando, ainda mais, estes artigos de luxo.

Paralelamente ao comércio de luxo, o mercado da falsificação trabalha para fazer as cópias para que, produtos como estes sejam comercializados para uma maior quantidade de pessoas. Neste caso, pode-se dizer que temos aí uma situação de imitação e procura pela distinção, de acordo com Claval (2007, p. 103).

Atualmente, pode-se observar que, o que mais se busca, seja pela “imitação” ou pelo desejo de singularidade, seria o *lifestyle* (estilo de vida): ou seja, como a pessoa vive, o que se come, os locais que frequenta, o que veste, o que compra e consome, para onde viaja, quais são suas companhias, seus hábitos, etc. Isto ocorre, pois há os lugares/territórios, as viagens, as comidas e os comportamentos “da moda”. Acredito que isto esteja mais evidente, devido ao acesso, uso e disseminação através das redes sociais, pelo *marketing* e propaganda, os quais, inclusive, são utilizados nessas mídias sociais. Existem empresas, que, por exemplo, atuam no mercado de luxo, as quais oferecem serviços personalizados e, proporcionam, entre outros tipos de serviços, experiências/vivências exclusivas organizadas conforme os desejos dos clientes. Os serviços variam desde a oferta de viagens exclusivas e personalizadas ao acesso aos melhores restaurantes e *nightclubs* ao redor do mundo.⁷

Tal distinção, citada pelo autor, pode ser proporcionada por meio da moda, mas não àquela que se restringe somente às roupas, aos acessórios e ao mercado de luxo. Ela pode contemplar ainda a música, as artes e diferentes formas de comportamentos. Um exemplo são os movimentos de contracultura que surgiram no pós-guerra. Estes movimentos de resistência, como, por exemplo, os *Hippies*, compartilhavam trajes, músicas, estilos de vida, valores e ideias comuns.

No que se refere, ainda, à realização pessoal, o autor registra que o indivíduo pode se tornar exemplar dominando alguns de seus aspectos pessoais. “O crescimento e a realização de si mesmo daí resultantes materializam-se de diversas maneiras. [...] Em todos os casos, a realização do ser social passa por um alto grau de *performance* no setor escolhido” (CLAVAL, 2004, p. 104). De acordo com o autor (2007, p. 103) em sociedades de culturas abertas, suscetíveis a transformações e ao enriquecimento, a realização pessoal, na maioria dos casos, acontece pelo sucesso no setor escolhido, muitas vezes, o setor

⁷ Exemplos de empresas que ofertam este tipo de serviço podem ser visualizados nos seguintes sites: *Quintessentially Lifestyle*. Disponível em: <<https://www.quintessentially.com/>> e *Jazz Side*. Disponível em: <<http://www.jazzside.com.br/>>.

profissional. O sucesso na carreira profissional possibilita e proporciona a concretização de outros desejos do indivíduo, como adquirir bens materiais, o sustento da família, o lazer, etc. Para cada indivíduo, tais realizações diferem, mas não deixam de ser comuns, dentro de um contexto cultural e social, no qual está inserido.

Ainda sobre a cultura e sua relação com o meio, Paul Claval (2007, p.189) aponta que a cultura oferece aos homens, formas de se orientar e de explorar o ambiente: de “reconhecer-se” e de “orientar-se”. Assim, “reconhecer-se é memorizar imagens concretas, apreensões visuais (às vezes os odores ou barulhos) que permitam saber se já esteve em tal ou qual lugar”. Orientar-se, por sua vez, “consiste em situar os lugares num espaço de referência mais amplo e mais abstrato”. Nesse sentido, “As relações do indivíduo com o espaço fazem parte dos primeiros aprendizados culturais e não cessam de se desenvolver. Reconhecer-se, orientar-se são procedimentos indispensáveis a todos” (CLAVAL, 2007, p. 189).

No reconhecimento, o que difere são os “detalhes significativos”, os quais variam conforme as culturas e “prendem” a atenção, seja no contexto do campo ou da cidade. São referentes às imagens concretas, apreensões visuais, as quais nos permitem identificar se já estivemos neste ou naquele local. Além disso, supõe uma apropriação sensorial, pois: “É plenamente uma experiência individual, mesmo se os saberes coletivos e a aculturação também contribuem (diz-se que não se vê bem o que já se crê significativo)” (CLAVAL, 2007, p. 194).

Além do reconhecimento, diferentes culturas, possuíram, ao longo do tempo, variadas formas de orientação no espaço: pelas estrelas, bússolas, mapas, rios, pontos cardeais, dentre outros. Se não fossem tais formas de orientação grandes descobertas, como o “descobrimento” do Brasil, por exemplo, talvez, não tivessem sido realizadas ou, teriam acontecido de outras formas.

Além do reconhecimento e da orientação, o autor informa que o ato de nomear os lugares não é feito somente para orientar, mas, também, representa um ato de posse - simbólica ou real - do espaço. Para Claval (2007, p. 207): “Não há sociedade sem espaço para lhe servir de suporte. A instituição da sociedade é, pois, sempre inseparável daquela do espaço. Ela toma formas variadas”. Cabe ressaltar que a institucionalização social do espaço leva a traçar limites, separar, delimitar. Todavia esses limites podem ser tanto fortes como frágeis. Tais limites conduzem à definição de lugares, compartimentam o espaço, os quais se diferem por suas qualidades. Rituais são estabelecidos e diferentes status às

diversas partes de um território são atribuídos. Assim, formas de institucionalizar o espaço são concretizadas.

No que se refere à institucionalização, à demarcação do espaço e os usos que lhes são atribuídos, Haesbaert (2004) observa que é possível se falar em dois “tipos ideais” ou referências “extremas” sob os quais se pode investigar o território, sendo um mais funcional, e outro mais simbólico, sendo que, enquanto “tipos ideais” eles nunca se manifestam puramente, pois todo território funcional contém uma carga simbólica, e todo o território simbólico apresenta algum caráter funcional, mesmo que em escala reduzida. Haesbaert (2004, p. 4) caracteriza os territórios da seguinte forma:

“Território funcional”

Processos de Dominação
“Territórios da desigualdade”

Território sem territorialidade
(empiricamente impossível)

Princípio da exclusividade
(no seu extremo: unifuncionalidade)

Território como recurso, valor de troca
(controle físico, produção, lucro).

“Território simbólico”

Processos de Apropriação (Lefebvre)
“Territórios da diferença”

Territorialidade sem território
(ex.: “Terra Prometida” dos judeus)

Princípio da multiplicidade
(no seu extremo: múltiplas identidades)

Território como símbolo, valor simbólico
 (“abrigo”, “lar”, segurança afetiva).

A respeito dessa caracterização “genérica e aparentemente dicotômica”, o autor observa que o essencial é se perceber a *historicidade* do território, ou seja, sua variação de acordo com o contexto histórico e geográfico, pois os objetivos dos processos de territorialização (de dominação e de apropriação do espaço) mudam ao longo do tempo. Ao longo dos anos, nas sociedades tradicionais, modernas e pós-modernas, a construção do território foi sendo modificada conforme suas transformações. Nas sociedades tradicionais, o território constitui em abrigo e base dos recursos com profunda identificação com os símbolos fundamentais à manutenção da cultura, ou seja, o aspecto simbólico desse território. Em um contexto mais recente, nas sociedades pós-modernas haveria o controle “da mobilidade, dos fluxos (redes) e, conseqüentemente, das conexões” (HAESBAERT, 2004, p. 5), o que demonstra que o território passa de um território de controle de áreas para o controle de redes, onde o movimento ou a mobilidade se tornam elementos essenciais para a sua construção. Haesbaert (2004, p. 5) ainda identifica quatro objetivos da territorialização acumulados ao longo do tempo nessas sociedades:

- abrigo físico, fonte de recursos materiais ou meio de produção;

- identificação ou simbolização de grupos através de referentes espaciais (a começar pela própria fronteira).
- disciplinarização ou controle através do espaço (fortalecimento da idéia de indivíduo através de espaços também individualizados);
- construção e controle de conexões e redes (fluxos, principalmente fluxos de pessoas, mercadorias e informações).

A partir das interpretações de Haesbaert (2004), observa-se que o território é elevado a uma dimensão simbólica, contemplando a organização das relações humanas e os significados que essa organização produz, seja para os próprios atores envolvidos nessas relações e para aqueles que estão “de fora” de determinado território. O conceito de território remete à noção de identidade, ao sentimento de pertencimento e à demarcação de poder(es). Pois, nota-se que o autor considera, no processo de formação dos territórios, os múltiplos significados, as diversas identidades que podem surgir aí e a apropriação do espaço a partir da construção dos sujeitos que o compõem. A constituição do território deve contemplar primeiramente os sujeitos que o compõem e, logo, as relações que ali se estabelecem, e os aspectos de poder inerentes a essas relações, as quais pressupõem, também, a funcionalidade do território, a partir de sua caracterização como componente de um processo produtivo, com valor de uso e troca.

Claval (2007, p. 216), ao citar Piveteau (1995)⁸ diz que “As sociedades modernas sacralizam também seus territórios”. Ou seja, as raízes históricas e ancestrais atribuem aos povos o direito sobre o território, pois o julgam como sagrado. O culto aos heróis e os monumentos erguidos expressam a dimensão “quase religiosa dos nacionalismos”. O fundamento da identidade deixa de ser exclusivamente territorial. Assim, o autor complementa:

Num espaço povoado, a tomada de posse exprime-se pela delimitação de **fronteiras** e pela multiplicação de marcas que lembram a identidade comum: cruz, igrejas, monumentos aos mortos ou arquiteturas tipificadas. É como se se reescrevesse em toda parte a mesma proclamação de pertinência.

E complementa registrando que:

Ao lado da apropriação coletiva de um território para se fazer um Estado, coloca-se o problema da apropriação de tal ou qual parcela de terra utilizada pelos indivíduos. A tomada de posse corresponde a uma lógica simbólica e a uma lógica utilitária, de valorização e da organização das terras.

[...]

Os grupos humanos aprendem, pois, a explorar o espaço e a encerrá-lo em sistemas de representações que permitem pensá-lo. Batizando os lugares e

⁸ PIVETAU, Jean-luc, 1995, Temps du territoire, Carouge-Genève, Éditions Zoé.

os meios, eles os transformam em objeto de discurso. Impondo-lhes suas marcas e instituindo-os, fazem deles uma categoria social (CLAVAL, 2007, p.216 – 218, grifo do autor).

Percebe-se que a cultura pode então ser compreendida como uma ação humana sobre o espaço que, por sua vez, o reconfigura e o transforma em território. Também pode se extrair dos enfoques sobre a cultura anteriormente apresentados a ideia de manifestação humana a partir das práticas e conhecimentos transmitidos e adaptados conforme as situações evolutivas, sendo a cultura considerada como uma realidade individual, da experiência de cada um; e, ao mesmo tempo, social, transmitida e disseminada através dos processos de comunicação. A cultura é também composta de signos que servem para descrevê-la e que se transformam em rituais, gerando sentimentos de pertencimento e de comunidade, na medida em que as lembranças das ações coletivas fundem-se com o espaço, este se torna território. Neste momento e a partir das contribuições de Claval (2007) e Haesbaert (2004) podemos concluir que cultura e território se fundem e encontram-se presentes num mesmo espaço. No capítulo a seguir, discutiremos como isso se processou no recorte histórico-territorial específico de Minas Gerais.

2. MINAS GERAIS, HISTÓRIA E CULTURA: O TERRITÓRIO MINEIRO

2.1. Das considerações iniciais

Simplicidade

(Pato Fu)⁹

Vai diminuindo a cidade
Vai aumentando a simpatia
Quanto menor a casinha
Mais sincero o bom dia

Mais mole a cama em que durmo
Mais duro o chão que eu piso
Tem água limpa na pia
Tem dente a mais no sorriso
Busquei felicidade
Encontrei foi Maria
Ela, pinga e farinha
E eu sentindo alegria

Café tá quente no fogo
Barriga não tá vazia
Quanto mais simplicidade
Melhor o nascer do dia

⁹ ULHOA, John, Pato Fu. *Simplicidade*. Álbum Toda Cura Para Todo Mal, 2005. Disponível em: <<http://patofu.com.br/>> Acesso em: 02/06/2016.

Letra da música Simplicidade extraída do site Vagalume. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/pato-fu/simplicidade.html>> Acesso em: 02/06/2016.

As expressões da cultura mineira que se destacam em meu contexto social, como mineira e moradora de Belo Horizonte são: o artesanato, a culinária, as cidades históricas, as igrejas, o barroco, a arquitetura e as festas tradicionais. As paisagens das serras ou do cerrado correspondem, para mim, as muitas paisagens do estado de Minas Gerais. Como mineira, experimentei várias vezes, a hospitalidade que nos é atribuída. Isso também foi possível vivenciar nos trabalhos de campo realizados nos municípios do interior do estado, durante minha graduação em turismo. Nas casas que visitei fui sempre bem recebida, ainda que a timidez estivesse presente nos anfitriões, no primeiro contato, em seguida, ela diminuía ou deixava de existir. Tornávamos-nos, então, os convidados que se acomodavam no sofá da sala e que tomam café quente (e doce). A música do grupo *Pato Fu* remete diretamente a essas lembranças. São esses detalhes e as maneiras de acolher as pessoas, os quais representam o ato de bem receber do mineiro. A culinária, um dos requintes da hospitalidade mineira, integra este quadro. Acredito, então, que essa “hospitalidade” seja um conjunto de fatores, que compõe e caracteriza a cultura mineira. Todavia, essas são impressões de quem vive e aprecia a própria cultura. Por isso, foi preciso procurar por referências bibliográficas que auxiliassem na compreensão e elucidação das origens das características e atributos que dão forma a cultura mineira.

A busca que se fez nessa perspectiva concentrou-se nos aspectos que compõem a cultura de Minas Gerais, os quais podem, ou não, ser expressos na moda mineira. A partir das contribuições dos autores mencionados anteriormente, considerando os postulados de Haesbaert (2004) sobre a *historicidade* do território e, entendendo a intrínseca relação estabelecida entre território e cultura aqui postulada, procurou-se por referências que evidenciassem a história do território do estado de Minas Gerais com o intuito de perceber as raízes culturais deste processo.

2.2. Fenômeno da urbanização e aspectos da modernidade na capitania mineira

João Antônio de Paula (2000) traz contribuições ao que se atribui às expressões da modernidade à época do Brasil colonial, e no que se refere às particularidades deste contexto na capitania mineira. Isto posto, o autor registra que:

O ar da cidade liberta, dizia-se na Idade Média. O ressurgimento das cidades, a superação do ruralismo feudal, são traços decisivos da modernidade. Max Weber e Sombart, Pirenne e Braudel, não se esquecendo de Marx, são unânimes em apontar a centralidade do fenômeno urbano como sintoma e determinante das grandes transformações sociais, políticas, econômicas, culturais e psicológicas que vão marcar o Ocidente moderno. As cidades significam um novo padrão de sociabilidade, permitem novas

relações políticas e econômicas, moldam novos costumes, sensibilidades, mentalidades (PAULA, 2000, p. 12).

De acordo com o autor, nos novos ares que a modernidade trouxe, a cidade assume importante papel. Para Paula (2000, p. 15) a modernidade introduziu significativas mudanças no processo civilizatório ocidental, a partir da emergência de valores, concepções, modos de vivência do tempo e de apropriação do espaço e do território. As vilas e arraiais da capitania mineira surgem neste contexto. Considerando a amplitude das implicações decorrentes da modernidade, o autor elabora sua análise a partir do que ele denomina de “grandes eixos estruturantes de significados e consequências”, os quais corresponderiam a: imposição do ‘Estado moderno’; o amplo e sem precedentes desenvolvimento do mercado; pela contribuição de Max Weber¹⁰, a centralidade da ‘razão instrumental¹¹’ e, por fim, o quarto eixo que se refere “às mentalidades, aos costumes e pode ser sintetizado na ideia da constituição da individualidade” (PAULA, 2000, pgs. 16 e 17). Isto posto e, de acordo com os quatro eixos mencionados, o autor registra que:

[...] a realidade de Minas Gerais, naqueles séculos XVIII e XIX, era marcada pela modernidade no sentido em que está foi definida aqui, isto é, como um conjunto de instituições – as cidades, o Estado, o mercado, um sistema cultural – que resultaram em significativa alteração com relação ao quadro até então prevalecente, típico da época medieval, e caracterizado pela ruralização, pela fragmentação do poder político, pelo localismo, pela hegemonia absoluta da religiosidade, pela estratificação rígida da estrutura social, pela ampla presença das relações de pendência pessoal (PAULA, 2000, p.22).

Paula (2000) aborda as transformações ocorridas em Minas Gerais evidenciando aspectos presentes dessa modernidade e, ao mesmo tempo, os limites da mesma em um contexto colonial. O autor identifica as especificidades da trajetória da formação do estado de Minas Gerais, as quais por sua vez, influenciam, reverberam na formação territorial e na constituição de uma matriz cultural. Assim, se faz menção à modernidade, pois, é preciso ampliar o contexto de análise para melhor entender as transformações desta época. Observa-se, em particular, que a modernidade também influenciou os modos de vestir, os costumes, a moda.

¹⁰ WEBER, Max, *Economia y sociedad*. Trad. Esp., 2.ed., 2º vol., México: FCE, 1964.

¹¹ A esse respeito Paula (2000, p. 16) explica que: “A análise que Weber buscou mostrar que há, produto de um encadeamento de circunstâncias não determinístico, uma particular revolução no campo ‘cultural’, no Ocidente, nos séculos XIV, XV e XVI, cujo núcleo é a autonomização das esferas da ‘ética’, da ‘ciência’ e das ‘artes’ dos contingenciamentos religiosos-metafísicos que tinham predominado durante todo o período pré-moderno, e que, na prática, significou o aprisionamento daquelas esferas – o que posso fazer legitimamente, o que é a verdade, o que é a beleza – a uma ordem estática e hierárquica infensa ao novo, à transformação.” (PAULA, 2000, p. 16).

O autor destaca que a constatação do fenômeno urbano foi singular na capitania mineira. Não desconsiderou, no entanto, as restrições impostas à colônia às expressões dessa modernidade, as quais por sua vez, não possibilitaram o pleno desenvolvimento material, político, cultural e social, resultando em desigualdades sociais diversas, em contraste com as sociedades que vivenciaram plenamente a modernidade, revertendo-a em desenvolvimento material, social e cultural, por exemplo (Paula, 2000, pgs. 26 e 27). Paula (2000), a propósito, registra particularmente que:

Minas Gerais é múltipla, dizem todos que a estudam. Diversidade física – a mata e o campo, a montanha e as planícies abertas, o sertão. Diversidade ecológica e econômica – a pecuária sertaneja é a mais desenvolvida no Sul. A agricultura e a manufatura, as minas do ouro e dos diamantes. A diversidade social e cultural, o cromatismo da estrutura da propriedade, as várias categorias ocupacionais, a alta cultura – a música erudita, a literatura arcádica, a arquitetura barroca – e a cultura popular, as diversas apropriações das matrizes culturais indígenas e africanos, dos colonos europeus pobres.

E completa observando que:

Também no campo da estrutura urbana a diversidade será a marca. Se o impulso inicial da urbanização é dado pela mineração, desde o início este é um processo complexo e múltiplo. A urbanização em Minas Gerais é fruto da expansão mineratória, que desde as primeiras descobertas multiplicou-se – plantaram-se roças, construíram-se manufaturas, criaram-se animais (PAULA, 2000, p.39).

O autor ainda registra que a atividade mineratória atraiu a atenção de inúmeras pessoas e também a do Estado (metrópole) que se instala na capitania com o “principal de seu aparato de justiça-polícia-fisco” (PAULA, 2000, p. 44). Isto se deve ao fato de que a mineração gerou expectativas referentes à geração de riqueza e, também por isso, atraiu a atenção da metrópole. Tal contexto acaba por demandar outras atividades produtivas, gera a ocupação do território resultando em diferentes interações regionais. Dessa forma, tem-se que:

[...] A multiplicação dos núcleos urbanos e o aumento da complexidade e densidade das relações econômicas, políticas, sociais e culturais que ocorrem são resultados da implantação e expansão de uma economia que implica na diversificação e intensificação de sistemas típicos da modernidade: o Estado (a burocracia civil e militar), a divisão do trabalho, a empresa moderna, a expansão e diversificação dos serviços (PAULA, 2000, p.44).

Nesse sentido, tais traços da modernidade estão para além da aglomeração demográfica. Se expressam também através da ampliação dos serviços, das relações sociais e simbólicas e dos equipamentos urbanos. No que se refere às construções no contexto da

capitania mineira, Paula (2000, p.45) registra o emprego do que ele denomina “tríade pedra-sabão – madeira – alvenaria” presente nas construções da época. Ao citar Boschi, 1988¹² o autor ressalta a qualidade técnico-artística dessas construções. Tal fato poderia ser atribuído à quantidade e qualidade dos mestres e artesãos que residiram na região no século XVIII.

Além da qualidade conferida às construções dos equipamentos urbanos, o número de músicos profissionais na capitania foi significativo tendo excedido a quantidade deles existente no conjunto de todo o Reino conforme afirma Frieiro¹³ (1957, p. 250 citado por Paula, 2000, p. 45). Em seguida o autor registra que:

Tem-se, assim, quadro urbano marcado pela qualidade do padrão construtivo, pela existência de equipamentos urbanos e, sobretudo, pela diversidade e qualidade das manifestações artísticas e profissionais típicas das civilizações urbanas – a música, o teatro (a Casa da Ópera em Ouro Preto é de 1769) a escultura, a pintura, a literatura, as práticas médicas, os ofícios jurídicos, etc. (PAULA, 2000, pgs. 45 e 46).

A este respeito, Claval (2007) assinala que em um determinado contexto cultural, a realização profissional no campo das artes pode representar *status* para um indivíduo com pode ser observado a seguir:

Aquele que escolhe se iniciar nos setores mais abstratos, mais complexos e mais refinados da cultura retira daí, de uma só vez, intensas alegrias íntimas e uma posição social frequentemente equivalente àquelas asseguradas pela riqueza ou pelo exercício direto do poder (CLAVAL, 2007, p.104).

Destaca-se, assim, a qualidade dos serviços prestados pelos artesãos e também das construções erguidas no período. Desde então, é possível observar a qualidade expressa nas diversas atividades e manifestações sociais e culturais da população que se instalou em solo mineiro. Tem-se então um quadro geral do processo de urbanização que, no contexto da capitania mineira, já apresenta características particulares, as quais, por sua vez, desencadearam em diversos outros processos sociais, econômicos e culturais.

2.3 Sociabilidade e comportamento

No que se refere às esferas sociais e de comportamento, Paula (2000) faz menção à fala típica do mineiro, a qual define como a fusão da contribuição essencial do português, da fala indígena e africana em um contexto em que o autor aponta:

a ausência da influência educacional jesuítica, a interdição da imigração de estrangeiros, uma forte presença africana, uma sociedade com relativo grau

¹² BOSCHI, Caio. O Barroco mineiro: artes e trabalho. São Paulo: Brasiliense, 1988.

¹³ FRIEIRO, Eduardo. O diabo na Livraria do Cônego. Belo Horizonte: Itatiaia, 1957.

de mobilidade, o maior contingente populacional da Colônia uma estrutura produtiva diversificada, considerável nível de urbanização e presença do Estado. O resultado da complexa interação desses elementos, no campo da cultura, foi a formação de um efetivo “sistema cultural”, isto é, de um conjunto articulado e interativo de elementos, que tanto produziu instituições quanto símbolos, mentalidades e representações. (PAULA, 2000, p. 117).

Soma-se a este conjunto de variáveis, a importância das irmandades religiosas¹⁴ presentes na capitania. Paula (2000, p. 99) registra que essas irmandades, numerosas no contexto colonial mineiro, eram, talvez, as mais importantes instituições da sociedade civil deste período, uma vez que representavam os únicos espaços capazes de garantir certo grau de organização autônoma e a busca pela defesa dos interesses coletivos, (PAULA, 2000, p. 100). As festas, os casamentos, os rituais fúnebres daquele período, representam atos de “afirmação da cidadania”, os quais eram organizados por essas instituições, indicando que a esfera da vida social era, então, mediada por essas Irmandades (PAULA, 2000, p. 100).

Nos aglomerados urbanos, Meneses (2007, p. 348) destaca, por outro lado, a presença dos quintais nas moradias e nas chácaras localizadas próximo ao perímetro urbano, os quais tiveram/desempenharam importante papel no abastecimento das próprias famílias e também das famílias locais e vizinhas. Para o autor, apesar da documentação não ser tão clara quanto a isso, tais espaços também foram importantes para a “sociabilidade cotidiana, a educação familiar, a domesticação de mulheres e de filhos e para o abastecimento de alimentos” (MENESES, 2007, p. 348).

Os quintais, neste cenário, favoreciam a sociabilidade familiar uma vez que no contexto da capitania mineira, não era possível contar para isso com os espaços públicos, mas sim, com os espaços domésticos (MENESES, 2007, p. 351). Segundo o autor, tais espaços apareceram nos relatos de viajantes que estiveram presentes na capitania mineira setecentista, como pode ser observado na passagem a seguir:

Os viajantes estrangeiros ressaltaram que a região da Vila do Príncipe e seu arraial principal – o Tejuco – destacavam-se pela hospitalidade de seu povo e pela qualidade superior da alimentação que se consumia. Segundo eles, a formação doméstica das mulheres e o cuidado que elas dedicavam à atividade doméstica, bem como o costume de manter quintais produtivos e com diversidade de plantas era grande responsável por isso. No quintal e na cozinha, um prosseguimento do outro, encontrava-se a sede dessa

¹⁴ A este fato o autor (2000, p. 99) pontua que: “Um aspecto particularmente expressivo desta busca de ampliação da influência e controle estatal é o referente às relações entre Igreja e Estado em Minas Gerais. Diferente da tradição de outras capitanias, em Minas Gerais, durante o período colonial, será praticamente nula a presença das ordens religiosas. Disto resultou que a vida religiosa em Minas Gerais não tenha sido marcada pelo influxo contra-reformista, que caracterizou a ação dos jesuítas.”

hospitalidade “mineira” e da vivência da mulher e de seus filhos dependentes de sua educação (MENESES, 2007, p. 350).

Como registra o autor, os quintais auxiliaram na manutenção da ordem urbana. É o espaço em que as famílias livres e com menores condições financeiras, podiam produzir para o próprio consumo e comercializar o excedente, além de representarem também um espaço para o lazer. Assim se conformaram em:

Ambientes do mundo doméstico, eles interferem na construção do espaço urbano e das sociabilidades, no aglomerado populacional. Mais uma vez, o público e o privado, o rural e o urbano, a ordem e a irregularidade, o planejado e o real se entrelaçam com tênues fronteiras no mundo colonial das Minas Gerais portuguesas (MENESES, 2007, p. 351).

Sobre os modos à mesa e o que se comia naquela época Meneses (2007, p. 355) pontua que: “os produtos do milho e da mata”, como: angu, pamonha, curau, farinha, canjica, canjiquinha são exemplos de alimentos citados pelo autor (2007, pgs. 355 e 356). No que se refere aos modos à mesa o mesmo registra que:

Os costumes europeus foram seguidos, ainda, no uso de talheres à mesa. [...] O rol de colheres, garfos, facas, e pratos, de estanho, latão e prata nos documentos lidos, leva a crer que o seu uso era cotidiano e que, de acordo com a ocasião, variava-se de peças ordinárias e peças mais requintadas. Não se descarta, entretanto, o costume por parte de muitos de se alimentar usando os dedos (MENESES, 2007, p. 356).

Sobre o papel das mulheres a época, Meneses (2007) pontua a importância delas na educação dos filhos, na organização da casa, sobretudo na lida com os alimentos. Todavia, nem todas as mulheres da colônia se restringiram às atividades do lar, o que revela mais uma característica singular da trajetória de Minas Gerais. Furtado (2007) traz importantes considerações sobre temas que envolviam o universo feminino no período tais como o dote, o casamento e a submissão (ou não) das esposas aos maridos (FURTADO, 2007, p. 486). Através de evidências de narrativas nos documentos históricos a autora complementa registrando que: “... o relato desses acontecimentos nos aponta as possibilidades que as Minas do ouro e dos diamantes abriram para o universo feminino e a heterogeneidade de papéis que as mulheres puderam ali desempenhar” (FURTADO, 2007, p. 485).

O casamento no contexto colonial foi incentivado pela coroa com a finalidade de povoar o território minerador e fixar os colonos. No status social vigente, a formação dessas famílias deveria se dar com base no matrimônio legal e na Igreja católica. Porém, muitas vezes tais casamentos eram realizados devido a interesses diversos entre a elite

mineradora e grande parte das mulheres se casava ainda no início da puberdade. Além dos matrimônios efetivados entre os membros das elites, haviam os casamentos dos escravos e dos libertos (FURTADO, 2007, pgs. 487 e 488).

No contexto das uniões matrimoniais, o dote constituía um recurso para garantir “um bom casamento”. Todos se preocupavam com o casamento, desde os pais às viúvas, pois o mesmo poderia proporcionar ascensão e inserção social. Para os descendentes de negros, por exemplo, o casamento com homens brancos abria possibilidades de “apagar” o passado considerado, em alguns casos, pouco favorável (FURTADO, 2007, pgs. 489 e 490).

No que se refere às viúvas, muitas delas alcançavam autonomia após o falecimento do marido, apesar disto não ter sido tão simples quanto possa parecer. A imagem das mulheres era algo importante naquela época, até mesmo para as viúvas, como pode ser observado na passagem a seguir:

(...) no mundo ibérico e por extensão no Brasil, onde as esferas públicas e privadas estavam frequentemente imbricadas, onde a sociabilidade se realizava eminentemente no espaço público, a honra só tinha significado entre e para os outros. Dava-se valor ao que fosse “público e notório”, ao que “se ouvia dizer”, ou seja, à imagem que a comunidade fazia da pessoa e, muitas vezes, de seus antepassados. Para as mulheres, a virtude feminina, para ser atestada socialmente, não dependia apenas do empenho da candidata, mas requeria que fosse reconhecida pelas práticas consideradas para tal fim, o que muitas vezes significava a privação da própria liberdade (FURTADO, 2007, p. 492)

No plano social e comportamental, as mulheres forras conseguiam obter ascensão, pelo menos econômica, exercendo diferentes trabalhos. Em oposição a toda esta construção da imagem de mulheres virtuosas, as forras, devido à autonomia econômica que algumas alcançavam, apresentaram comportamentos peculiares relativos aos costumes e papéis remanescentes que exerciam na África, os quais escandalizavam os costumes e a moral da época (FURTADO, 2007, p. 495).

Em contraste, apesar da proibição da Coroa e com a finalidade de manter a virtude feminina e proporcionar educação, duas casas de recolhimento foram instaladas na capitania mineira. Nestes locais, as mulheres viviam enclausuradas à espera do casamento:

A educação que recebiam, quando penetravam a clausura, baseava-se nos valores cristãos e era uma ruptura em relação ao mundo externo. Esperava-se que a mulher acumulasse apenas alguns poucos rudimentos que lhe permitissem ser boa esposa e mãe, tais como costurar ou fazer rendas. Reclusas, vivendo em uma simples cela individual, as internas deviam prontamente abandonar os valores a que estavam habituadas em casa, e,

para isso, cerimônias, ritos e a adoção de novos padrões de comportamento demarcavam o início de uma nova vida (FURTADO, 2007, p. 497).

Mesmo tendo tais finalidades e devido à dificuldade de fiscalização pelas autoridades metropolitanas, nas casas de recolhimento diversos relatos de atividades inapropriadas para tais locais foram indicados pela autora (FURTADO, 2007, p. 499).

É possível perceber os diferentes papéis e características das mulheres que habitaram Minas Gerais, e os contrastes no que se referem aos seus comportamentos. Mesmo com a importância que se dava à imagem pública dessas mulheres no meio social, muitas assumiam as rédeas das suas vidas e comandavam fazendas, comércios; casavam-se com quem desejavam e traziam à tona suas raízes e os papéis exercidos, outrora, em outro continente¹⁵. É a presença da moralidade e imoralidade, do casamento honrado e dos interesses por detrás dessas uniões, a liberdade e a repressão convivendo juntas na capitania mineira, expressas pelas mulheres daquela época.

2.4. Aspectos de uma produção “de ouro”

No que diz respeito à produção local mineira: seus produtos extrapolavam aqueles extraídos da mineração. Paula (2000) registra, a propósito, que:

Relatos coevos dão conta da existência de uma ampla e diversificada estrutura manufatureira na capitania mineira, que incluía a produção de doces, queijos, chapéus, calçados, tecidos, sabão, carnes de porco e de vaca, couros, além das forjas de ferro que juntamente com os teares marcarão a fisionomia produtiva mineira nos séculos XVIII e XIX.

Se são consideráveis as presenças da agricultura, da pecuária e da manufatura em Minas Gerais, no período colonial, não se subestima com isso a produção mineral que foi sem dúvida, a mais dinâmica de quantas existiram na capitania.

Assim:

A produção de ouro e diamantes é o núcleo dinâmico de uma economia que se diversificou durante o século XVIII, mas que continuou tendo como referência geral a atividade mineratória (PAULA, 2000, p. 65).

Meneses (2007, p. 342) traz, inclusive, considerações acerca dos alimentos na capitania mineira. Já Paula (2000) registra que os proprietários de terra e de escravos aplicavam seus recursos e esforços em diferentes atividades econômicas para complementar a renda, fenômeno este que proporcionou caráter misto à economia. Entre as atividades complementares desenvolvidas no período pode se elencar a agropecuária e o comércio. O autor complementa ressaltando sobre a produção de alimentos que:

¹⁵ Xica da Silva, Dona Beja, Joaquina de Pompéu, são exemplos do protagonismo da mulher mineira no período colonial.

Ela foi, além de um fator de ascensão econômica e social de homens livres, a atividade pela qual muitos homens forros buscaram a sua sobrevivência. Além disso, escravos, ainda no eito, acumularam recursos para a compra de sua liberdade via envolvimento no processo produtivo e de abastecimento alimentar (MENESES, 2007, p. 342).

No que diz respeito aos alimentos cultivados em solo mineiro, o autor ressalta a produção associada de milho e feijão, prática que, por sua vez, expressa fatores de ordem biológica, econômica, cultural e ecológica de condições de clima e relevo (MENESES, 2007, p. 344). Ademais, o autor complementa que:

Esses produtos – milho, feijão, mandioca e arroz – eram os alimentos cotidianos plantados pela maioria dos lavradores. Além deles cultivava-se a cana-de-açúcar, da qual se produzia a aguardente, a rapadura e algum açúcar, produtos que adoçavam o espírito, os alimentos e as bebidas (MENESES, 2007, p.347).

Sobre as fazendas ou propriedades o autor faz importante registro no que se refere aos “panos mineiros” (relevante para este trabalho que analisa a moda) ao demarcar que o algodão, por exemplo, assumia papel primordial na construção da vida material, como pode ser observado no seguinte trecho:

O algodão e a mamona, por exemplo, fazem parte do dia-a-dia das populações na produção dos “panos mineiros” – tecidos nos inumeráveis teares – e do azeite para abastecer os candeeiros de iluminação de ambientes domésticos e públicos. Os sebos, as solas, e os couros não alimentavam o homem, mas nutriam suas atividades artesanais e a produção econômica, como a confecção de sabões lubrificantes para as juntas de madeira, os arreios – sem os quais a vida rural é quase impensada -, a fatura das bruacas de transporte, as forrações de caixas e de móveis, a fabricação e reforma de calçados, etc. (MENESES, 2007, p. 355).

Explicitam-se através das contribuições deste autor, as características de uma sociedade no que se refere aos hábitos alimentares, o que era cultivado e a importância dos alimentos para a sociedade da época. Observava-se, então, uma mistura de costumes europeus, indígenas, africanos e de outros povos que chegaram às Minas Gerais (MENESES, 2007, p. 356). Destaca-se ainda que:

Essa formação econômico-social ordenou-se em eixos que lhe deram a estrutura do cristal – a busca de enraizamento e fundação, o escravismo, a urbanidade, a presença do homem livre atuante, o aparelho estatal dinâmico, a complexa mentalidade espiritual [...]. Dessa terra sertaneja das Minas Gerais setecentistas nascem mais que arraiais, capelas e conflitos. Brotam os alimentos semeados e colhem-se estruturas sociais ordenadas. Emergem desse chão mais que ouro e diamantes (MENESES, 2007, p. 357).

Além da atividade mineratória várias outras se desenvolveram para atender às demandas de uma população cada vez maior e diversa, atraída pelo brilho do ouro. Não muito diferente das outras capitanias que concentram esforços nas plantações de açúcar e, característico de um contexto colonial, o tráfico de escravos em Minas Gerais apresentou números expressivos. De acordo com Paula (2000, p. 73), a atividade foi “a mais importante economia escravista do Brasil.”. Nos séculos XVIII e XIX, Minas Gerais teve o maior contingente de escravos da colônia, ainda que essa população fosse inferior à população livre. Ademais, a posse de escravos foi descentralizada, diferente da posse centralizada por unidade administrativa nas plantações de açúcar nordestinas. Na capitania mineira, os escravos trabalhavam também na pecuária, na agricultura e nas atividades urbanas. O autor reconhece ainda a rigidez estrutural do trabalho escravo e o trata como bloqueio à acumulação capitalista, o qual por sua vez, pretendeu sempre a redução do custo da força de trabalho. A mão de obra escrava era adquirida através da compra de um “estoque de escravos”, fator não compatível com a busca pela redução dos custos da força de trabalho. Cabe ainda destacar que Minas Gerais foi a última região a abolir a escravidão, (PAULA, 2000, pgs. 83 a 86). Mesmo com toda a diversidade e desenvolvimento urbano, as imposições do sistema colonial estavam presentes e sobrepujaram-se aos interesses da metrópole sobre a colônia (PAULA, 2000, p. 92).

2.5 Barroco sim, e Rococó também!

Considerações importantes sobre o Barroco também são feitas, uma vez que não há como se falar em Minas Gerais sem mencionar o Barroco. Paula (2000) trata o barroco não somente voltado para as questões estilísticas, mas, ao contrário, refere-se explicitando seu “caráter global”, concernente a uma época, trata-se “de uma cultura barroca” (PAULA, 2000, p. 120), registrando:

Trata-se, assim, de reconhecer a transplantação, a assimilação e a transformação de uma matriz cultural, no contexto de uma colônia, e mais ainda, de uma região insular, que se abre para fora, que recebe a influência advéncia, mas que, até por sua insularidade, dá a esta matriz um sentido e uma forma específicos, estranhados de seu veio original (PAULA, 2000, p. 121).

Pode se afirmar então que, neste período, existe uma apropriação daquilo que chega da metrópole e uma expressão do entendimento do que é recebido no contexto regional de Minas Gerais no século XVIII. Dessa forma, não houve imitação da cultura

barroca, mas sim uma transformação do modelo europeu (PAULA, 2000, pgs. 121 e 122). O autor ainda ressalta que:

Se não há homogeneidade no Barroco Mineiro, se certas manifestações estético-culturais têm outros signos, como a música que é pré-clássica, como a literatura que no essencial produz matriz arcádico-neoclássica não é, contudo, ilegítimo afirmar que é “barroca” a influência básica da cultura mineira no período colonial, num sentido essencial. No sentido de que tanto as manifestações do Estado, em Minas Gerais, na Colônia, são tributárias, são expressões da modernidade ibérica, de seu projeto colonial, da contra-reforma e do Absolutismo. Modernidade ibérica cuja expressão básica no campo cultural e político é o Barroco: tanto do ponto de vista “estético”, a tensão entre as luzes e a sombra, quanto do ponto de vista “político”, “ideológico”, a tensão entre o medievalismo da fé e a crítica renascentista (PAULA, 2000, p. 122).

É relevante assinalar que além da manifestação do estilo Barroco em Minas Gerais, Oliveira (2014) ressalta a presença do estilo Rococó nas igrejas construídas no Brasil colonial, inclusive àquelas edificadas na capitania mineira. Tanto o Barroco quanto o Rococó foram empregados nas decorações das igrejas mineiras, entretanto, é preciso esclarecer um pouco mais sobre os mesmos. De acordo com Oliveira (2014, p. 13) o Barroco é também conhecido como a “Arte da Contrarreforma”, pois atendeu, naquele momento histórico, aos ideais deste movimento de reestruturação da igreja católica. As principais características deste estilo são:

[...] as formas grandiosas das construções, com ornamentação abundante e desenho variado nas plantas e fachadas, com emprego de paredes curvilíneas. Nas decorações internas das igrejas italianas a regra é a opulência, com revestimento integral das superfícies e uso de materiais nobres e preciosos, como mármore policromos e bronze dourado. Nos países ibéricos e na Europa Central são habituais os relevos de madeira ou estuque recobertos com folhas de ouro e prata (OLIVEIRA, 2014, p. 16).

A autora ainda acrescenta que a mensagem nestas igrejas é a evidência do poder da Igreja Católica, que vencera os protestantes na Europa, alastrando-se sobre os outros continentes: América, Ásia e África (OLIVEIRA, 2014, p. 16). Destacam-se os recursos teatrais, expressos tanto na articulação dos espaços internos das igrejas, os quais se assemelham aos teatros contemporâneos, e o uso de artifícios decorativos, como as cortinas (OLIVEIRA, 2014, p. 17). É neste contexto que o Barroco encontra na decoração interna das igrejas (Imagem 2) da capitania mineira sua plena manifestação, conforme registra a autora:

O ato de transpor a porta de entrada de uma igreja mineira da fase áurea do barroco, como as Matriz de Tiradentes e Pilar de Ouro Preto, produz uma sensação de surpresa e encanto. Num ambiente de meia penumbra, que parece ainda mais densa pelo contraste com a luz incandescente do sol das montanhas, uma profusão de formas de contornos imprecisos é sugerida, mais do que revelada, pelos reflexos colorísticos e luminosos produzidos simultaneamente pela irradiação do ouro e da talha e pelas cores quentes das pinturas do teto e dos quadros das paredes (OLIVEIRA, 2014, p. 90).

A Imagem 2 mostra os detalhes das decorações internas das igrejas ornamentadas pelo Barroco. Observa-se a presença de inúmeros detalhes, desde pinturas às imagens dos santos, bem como a presença do ouro, do dourado como forma de ornamentação.

Imagem 2 – Decoração interna de Igreja: Retábulo-mor da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, Sabará - MG



Fonte: OLIVEIRA, 2014, p.94.

O Rococó religioso também esteve presente nas igrejas de Minas Gerais. Sobre este estilo a autora acrescenta que o mesmo foi:

Criado na França por volta de 1730, no âmbito das decorações civis, foi inicialmente uma reação dos decoradores contra o excessivo peso ornamental do barroco, reação esta impulsionada pelas novas exigências de conforto da nobreza e da alta burguesia, nas novas decorações dos castelos ou residências urbanas da época (OLIVEIRA, 2014, p. 21).

As impressões estéticas produzidas pelo Rococó diferem muito daquelas do Barroco. De acordo com Oliveira (2014, p. 102) a introdução do estilo na talha¹⁶ em Minas acontece por volta de 1760:

Os ambientes são agora profusamente iluminados pela luz natural que entra pelas janelas da parte superior das paredes, e a norma barroca do preenchimento integral das superfícies cede lugar à da “alternância de cheios e vazios”, com amplos espaços desornamentados servindo de contraponto aos ocupados pela ornamentação. O efeito resultante é o de uma decoração simultaneamente leve e requintada, na qual os ornatos dourados da talha se destacam contra fundos brancos ou em tonalidades suaves, produzindo uma sensação básica de calma e bem-estar, diferente da inquietação dramática suscitada pelas ambientações barrocas. O foco principal de atenção continua sendo o altar-mor, para o qual é dirigido o olhar do espectador, sutilmente conduzido pelos efeitos visuais de sinuosidade na talha dos retábulos¹⁷ e pinturas dos forros (OLIVEIRA, 2014, p.102).

No contexto brasileiro, na arquitetura religiosa luso-brasileira, a autora afirma que ambos os estilos foram manifestações tardias em Portugal devido à localização periférica em relação aos outros centros europeus produtores desses estilos, bem como pelo apego de Portugal às formas medievais (OLIVEIRA, 2014, p. 26). A autora ainda acrescenta que “... não é de estranhar que tenham ocorrido no Brasil algumas das mais inovadoras criações da arquitetura religiosa do período rococó, que teve no Aleijadinho seu principal expoente” (OLIVEIRA, 2014, p. 26). Cabe destacar que Aleijadinho nunca construiu pessoalmente as igrejas para as quais forneceu seus desenhos, sua atividade básica foi a escultura (OLIVEIRA, 2014, p. 78). Dessa forma, a autora cita os fatores que favoreceram a expressão de características singulares da arquitetura religiosa em Minas Gerais, bem como:

¹⁶ Talha de acordo com Oliveira (2014, p. 121) significa: “termo genérico que designa a decoração com relevos ornamentais em madeira, com douramento integral no período barroco ou parcial sobre os fundos brancos no período rococó. Os elementos de maior destaque nessas decorações são retábulos, assim como os púlpitos e as tarjas ornamentais do arco-cruzeiro”.

¹⁷ “Móvel de grandes dimensões, geralmente em talha dourada, situado atrás da mesa do altar, no qual são colocadas as pinturas e imagens devocionais específicas do retábulo. O retábulo principal é da capela-mor e nele a imagem do Santo padroeiro da igreja ocupa posição de destaque na parte central acima dos degraus do trono. Os retábulos barrocos têm geralmente como elementos de suporte colunas torsas (torcidas em espiral para sugerir movimento) e quartelões (pilastras seccionadas em quartos)” (OLIVEIRA, 2014, p. 121).

o afastamento dos portos litorâneos, a proibição das ordens religiosas e a atuação de artistas autóctones, com ênfase nos mestiços como Antonio Francisco Lisboa, o famoso Aleijadinho (1738 – 1814). O afastamento geográfico inviabilizando a importação de equipamentos arquitetônicos ornamentais, como as portadas em pedra de lioz e os revestimentos azulejares, obrigou os construtores locais a investigar substitutos como a pedra-sabão ou simular em pintura os efeitos dos azulejos. A proibição de instalação das Ordens religiosas, eliminando da região tipologias arquitetônicas tradicionais ligadas à ação dos religiosos, favoreceu a criatividade dos seculares, e os leigos associados em irmandades e Ordens terceiras tornaram-se os principais promotores do culto religioso e das novas construções de igrejas (OLIVEIRA, 2014, p. 73).

Destaca-se então um contexto particular e propício ambientado nas Minas Gerais que resultou em expressões do Barroco e também do Rococó, favorecendo assim criações singulares desses estilos. Tem-se no contexto da capitania mineira uma expressão local dessa arte manifesta na arquitetura mineira, sobretudo nas igrejas. A arquitetura proveniente desta época está presente nos arredores de Belo Horizonte e também em outros municípios do interior do estado.

2.6 Belo Horizonte, é BH sô!

No que se refere à construção de Belo Horizonte, Paula (2000, pgs. 56 e 57) aponta algumas considerações a respeito deste momento na história de Minas Gerais, como se pode verificar na passagem a seguir:

[...] Belo Horizonte, que é, de um lado, símbolo do mais atualizado da arquitetura e urbanismo modernistas, e de outro lado, a reposição do velho padrão excludente, à medida que o plano, a cidade planejada e higiênica, nascida da razão positivista e republicana de seus construtores, interdito o espaço urbano aos pobres, à presença popular.

Belo Horizonte, em mais de um aspecto é a síntese da própria trajetória da modernidade mineira (PAULA, 2000, p. 56).

O autor destaca os dois contrastes da construção da capital mineira. Apesar do projeto vanguardista, os problemas de ordem social não deixaram de existir. Ele afirma que a cidade é o resumo da modernidade mineira, ou seja, modernidade rica em contrastes e paradoxos, pois caminha ao lado de aspectos que não se modernizaram, no sentido de haver melhorias e desenvolvimento. Tal dualidade têm sido evidente desde a constituição da capitania mineira.

Já no contexto do século XX, Bahia (2004) analisa o resultado da interação entre política, artes e arquitetura na historicidade da cultura urbana revelando um

modernismo particular no contexto da capital mineira. Nesse contexto, tão nova a capital Belo Horizonte, já na década de 1930 a cidade enfrentava uma crise urbana resultado do acelerado e desordenado crescimento e de um mercado imobiliário especulativo (BAHIA, 2004, p. 186). O autor registra então que:

Nos anos de 1930, a ocupação da cidade deu-se pelos vetores norte e oeste, já anunciando sua forma posterior de aglomerado metropolitano. Com apenas 34 anos, Belo Horizonte ocupava mais de trinta milhões de metros quadrados além do previsto em seu plano original. Diante desse quadro, o poder público viu-se induzido a estabelecer as primeiras medidas de planejamento posteriores ao plano original (BAHIA, 2004, p. 187).

Ocorreu a verticalização do centro através da arquitetura modernista e destinação de áreas para construções e atividades específicas, como a implantação da zona industrial (BAHIA, 2004, p. 189) o que demonstra a organização e delimitação do território conforme as aspirações políticas da época. Após 1937, conforme o autor, a participação popular na urbanização foi reduzida totalmente, pois o Estado Novo não permitiu que a população da cidade pudesse viver uma “experiência democrático-liberal” (BAHIA, 2004, p. 189). Dessa forma, nota-se outro paradoxo da história mineira, no contexto da sua nova capital: aspirações e expressões da modernidade, em contraste com um projeto político conservador e excludente da participação popular. Não obstante, o autor registra que no período de 1930 a 1937:

[...] as decisões e participações da sociedade configuraram-se com expressividade na vida política de Belo Horizonte. A vida cultural também era intensa, como convinha a uma cidade civilizada. Mas os concertos, óperas, peças teatrais e as casas de espetáculos restringiam-se às camadas economicamente superiores, embora o nível de alfabetização da capital fosse alto. Com a nascente cultura de massa no Brasil, a década de 30 foi, sem dúvida, a do cinema e do rádio, influenciando costumes e ditando moda. Surgiu em 1931 a Rádio Mineira e em 1932 o Cine Teatro Brasil, famoso não só por sua linguagem arquitetônica incomum, mas também pelo seu arrojo técnico (BAHIA, 2004, p. 189).

Neste período é fundada a escola de arquitetura em 1930. Em 1936 ocorre a primeira coletiva de arte moderna belo-horizontina, realizada no Salão do Bar Brasil, local inusitado para a realização de tal evento (BAHIA, 2004, pgs. 190 e 191). Já no mandato de Juscelino Kubitschek como prefeito da cidade e a seu convite, o urbanista francês Agache, em visita a Belo Horizonte, conhecendo o contraste entre “o subdesenvolvimento da área suburbana e a condição próspera da área central, definiu a cidade como paradoxal” (BAHIA, 2004, p. 192). Sobre o contexto do mandato de JK o autor registra que:

Nesse momento de consolidação do modernismo em Belo Horizonte, as artes dialogavam com a arquitetura e demais linguagens artísticas,

incentivadas pela política determinada de JK, que queria transformar a cidade em uma metrópole moderna. Kubitschek, ao implantar a Pampulha, não criou uma nova arquitetura a partir apenas da criatividade de Niemeyer, mas relacionou-a com outras manifestações de arte, como o paisagismo de Burle Marx e a plástica de Portinari e Ceschiatti, caracterizando o conjunto como uma expressão mais ampla da cultura (BAHIA, 2004, pgs. 193 e 194).

Atualmente a Pampulha é palco de eventos diversos, shows e programações culturais variadas. É um espaço alternativo para a prática de esportes da população da cidade além de o conjunto ser candidato a patrimônio da Humanidade, título concedido pela UNESCO. Em 1954, foi criado o Museu de Arte Moderna, no mesmo edifício do Cassino da Pampulha. Ainda conforme o autor, o ambiente cultural nos anos 1950 foi efervescente devido às apresentações do Cine Grátis, ao ar livre, à chegada da TV Itacolomi e à dança pelo trabalho de Klauss Viana (BAHIA, 2004, p. 194).

Se a efervescência cultural em Minas Gerais se faz presente desde os primórdios da sua história, em Belo Horizonte, entre os anos 1960 e 1970 que o Clube da Esquina¹⁸ surge. De acordo com Fernando Brant¹⁹ (2006, referido por Martins, 2008, p. 124): “Belo Horizonte foi o cenário ideal para o encontro que possibilitou a amizade entre os personagens que viriam a fazer parte do Clube da Esquina”. Conforme Vilela²⁰ (2008, citado por Martins, 2008, p.123):

Juntos, os compositores do Clube da Esquina criaram uma nova musicalidade estruturada a partir da fusão de diversas tendências aparentemente irreconciliáveis. Enquanto alguns de seus integrantes, por influência dos Beatles, recorriam às guitarras em distorção com timbres muito próximos aos do rock, outros, por sua vez, trouxeram a vocalização improvisada e o uso de harmonizações mais livres recorrentes nas novas tendências do jazz feito à época. A harmonia dissonante, característica da bossa nova, é incorporada na mesma medida que os elementos sonoros tradicionais do interior mineiro. O diálogo com a canção da América hispânica se fez presente através do contato com nomes como Mercedes Sosa, entre outros. Os arranjos do grupo não são apenas comentários da melodia. Ao contrário, eles constroem ambientações experimentais que trazem ressonâncias da arte barroca com fortes traços do congado e da cultura negra.

¹⁸ De acordo com Martins (2008, p. 123) o “Clube da Esquina articulou-se em torno de Milton Nascimento com as seguintes participações: Márcio Borges, Fernando Brant, Wagner Tiso, Ronaldo Bastos, Lô Borges, Beto Guedes, Toninho Horta, Tavinho Moura, Murilo Antunes, Nelson Ângelo, Novelli, Tavito, Nivaldo Ornelas, Robertinho Silva, entre outros.”

¹⁹ BRANT, Fernando. Lugar de encontro. In: Museu Clube da Esquina. Guia de Belo Horizonte: roteiro Clube da Esquina. Belo Horizonte: [s. n.], 2006. p. 14.

²⁰ VILELA, Ivan. Uma nova perspectiva musical. Disponível em: <www.museuclubedaesquina.org.br>. Acesso em: 20 de agosto de 2008.

Nesse movimento artístico-cultural observa-se a influência da cultura negra e, ao mesmo tempo, a conexão com o que havia de novo no exterior, como os *Beatles*, por exemplo, juntamente com sons “tradicionalistas do interior mineiro”. O Clube da Esquina surgiu como resultado da soma das influências culturais e históricas de Minas. A fusão dessas influências, da “bagagem cultural” e das experiências de vida de cada um dos integrantes, resultou assim em encontro essencialmente belo-horizontino e mineiro. A originalidade está marcada na trajetória do grupo, como ressalta Coelho (2010, p. 51):

A absorção de influências tão variadas por parte do Clube da Esquina não foi isenta de riscos; afinal, a ampla gama de fatores reunidos poderiam ter tido um efeito desastroso. Se o projeto estético desses artistas mineiros foi considerado inovador ou visionário, isso se deve à contribuição individual de seus vários integrantes, sem perder, porém, o foco na coesão de seu trabalho. Assim, o movimento pôde empreender um bem sucedido diálogo com as tradições de Minas Gerais [...].

Aliás, Fernando Brant (2006, citado por Martins, 2008, p. 124) ressalta a importância da cidade nos encontros do grupo:

Essa é uma cidade de música, como é de política e poesia. Há um som que vem da história colonial de Minas, que se junta ao cântico das festas religiosas, que se une aos cantos de trabalho e aos ruídos do mundo. Brotam aqui fontes cristalinas em forma de canção. Há uma nascente sonora contínua que desponta a cada interiorano que surge no horizonte, a cada jovem que nasce aqui, a cada um que adota a capital como morada. Palavra, melodia e voz se harmonizam e são rios que se alimentam, criações que convergem para alegrar e explicar a vida.

Coelho (2010, p. 71) também cita uma passagem de uma crônica de Fernando Brant²¹, registrando o importante papel das esquinas de Belo Horizonte e o da “prática da amizade”:

[...] esquina é lugar de encontro e Belo Horizonte é a cidade das esquinas. As ruas se cruzam a cada cem metros para que as amizades se façam, se animem, se fortaleçam. [...] No risco do urbanista não poderia faltar esses pontos inumeráveis em que as pessoas se reúnem para trocar impressões, informações, jogar conversa fora. Sair de casa e tomar um rumo de uma dessas confluências é ter certeza de que naquele canto estarão os braços abertos e a voz de um amigo.

Observa-se, então, que os ares de Belo Horizonte foram culturalmente efervescentes no período proporcionando o encontro e emergência de expressões artísticas importantes. As esquinas e ruas da cidade favoreceram positivamente tais expressões.

²¹ BRANT, Fernando. Lugar de encontro. In: Guia turístico de Belo Horizonte: Roteiro Clube da Esquina. Belo Horizonte: Museu Clube da Esquina, 2006.

Assim, é também nas esquinas de BH em que deparamos com um dos pontos de encontro amplamente frequentado pelos belo-horizontinos: o bar. Não é à toa que também sediamos o festival gastronômico *Comida di Buteco*, um dos maiores do Brasil, lançado na cidade em 2000. Belo Horizonte, a propósito, é conhecida, nacionalmente, como a "capital dos bares" e conta com aproximadamente 18,6 mil estabelecimentos: “mais bares *per capita* do que qualquer outra grande cidade do Brasil”²².

Tem-se então, um quadro no qual a cidade é palco de manifestações artísticas, da sociabilidade dos belo-horizontinos, seja em locais públicos ou nos bares. Nos bares, a alimentação é tipicamente mineira. Assim como nos quintais de outrora, os bares são atualmente um dos espaços de sociabilidade mais frequentados pelos mineiros, isso, sem deixar de levar em consideração o “tira gosto”, que consiste sempre uma opção gastronômica para compor a mesa e a roda de amigos.

Belo Horizonte assim se mostra como cidade cujas manifestações variadas da cultura como a arquitetura e as artes, estiveram presentes no cotidiano das pessoas desde os primórdios de sua construção. Afinal, a sua concepção representava algo muito inovador. Todavia, os problemas urbanos e sociais ficaram à margem dos interesses políticos, bem como aponta a história da urbanização em Minas Gerais a partir do século XVIII. A história, em Belo Horizonte, então se repete.

2.7 Mineiridade: sim ou não?

Não se pode abordar a cultura mineira sem tocar no tema da mineiridade. Reis (2007), aliás, reflete a respeito do conceito levando em consideração a construção do mesmo como componente do imaginário social, sua relação com fatos da história de Minas Gerais e seu uso frequente como ideologia, enquanto mecanismo desenvolvido pelos grupos que exercem poder. De acordo com a autora, a questão central se pauta na “reflexão de que a mineiridade foi e continua sendo construída como elemento de identidade regional, mas principalmente, como ideologia” (REIS, 2007, p. 89). Mesmo que a mineiridade seja considerada um mito, é relevante estudá-la. Para a autora:

[...] a mineiridade é uma construção imaginária, com base na história elaborada por uma elite política que se apropriou de fatos históricos regionais e, portanto, de particularidades de uma região de Minas, tornando-a universal, reconhecida pelos brasileiros e mineiros, para preservar-se no exercício do poder, mantendo seus privilégios (REIS, 2007, p. 90).

²² Informações extraídas do site: Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/gastronomia/comida-di-buteco>> Acesso em 27/04/2016.

Tal imagem estaria baseada em atributos originados do passado, os quais foram reconstruídos por uma elite política com intuito de tentar legitimar certa distinção em relação aos outros políticos do Brasil. Para a autora, o imaginário social pode ser operacionalizado pelo discurso, por ritos e símbolos, por exemplo. E assim ela registra que:

[...] se podemos falar que as identidades – ideia de pertencimento – são plurais e dinâmicas, originadas das características peculiares da formação e vivência históricas (e aí, portanto, as várias comunidades possuem suas particularidades locais e regionais e, nessa medida, lembram e comemoram os fatos mais marcantes e significativos vividos coletivamente) de cada sociedade ou grupo social, a mineiridade é uma dentre tantas outras identidades, considerando o Brasil como um todo ou internamente, no próprio Estado de Minas Gerais (REIS, 2007, pgs. 89 e 90).

A autora, então, propõe dois questionamentos: “quem pergunta pela identidade, em que condições, com que propósitos e resultados” (REIS, 2007, p. 90) e em qual o tipo de mineiro, historicamente, a mineiridade se baseia e a quem ou quais grupos interessa a manutenção dessa noção.

De acordo com a autora, algumas características dos mineiros como “ser desconfiado” e “trabalha em silêncio”, são amplamente reconhecidas e comuns de se ouvir. Historicamente, a origem dessas características remete ao mineiro que vivia em Minas, na região central e colonial, do intenso período de extração do ouro e que por isso, foi rapidamente povoada. Devido à intensa taxaço e cobrança de impostos da coroa portuguesa sobre as extrações de ouro e diamantes e devido à dificuldade de fiscalizar todos, incentivou-se, então, a delação das extrações ilegais, contrabando. Quem delatasse tais extrações à margem da lei (incluindo os escravos) recebia uma parcela do ouro apreendido. Assim:

[...] o mineiro da região das minas deveria ser esperto, trabalhar sem muito alarde para não chamar atenção, e desconfiado de todos os outros vassallos, fossem senhores, libertos ou escravos. É curioso que nas piadas em que aparecem os mineiros *versus* outros brasileiros, o esperto e espirituoso é geralmente o mineiro caipira, o roceiro, que guardaria a essência do mineiro (REIS, 2007, p. 91).

A autora também destaca o contexto social e econômico da região das Minas, naquela época, composta por inúmeras vilas. As atividades agropastoris e outros setores produtivos se desenvolveram o que desviou o eixo econômico da colônia para a região sudeste. Além disso, a região concentrou grande número de habitantes provenientes de todas as partes do reino, de todas as condições sociais, mulheres, homens de todos os tipos,

resultando em uma rápida urbanização e propiciando o desenvolvimento do comércio para atender às demandas de uma população cada vez mais numerosa. Neste cenário, vários motins eclodiram, entre eles a Inconfidência Mineira, transparecendo, assim, para os administradores metropolitanos, a imagem dos mineiros como pessoas difíceis de lidar, (REIS, 2007, pgs. 91 e 92). Ademais, os viajantes estrangeiros que visitavam Minas no século XIX auxiliaram para a construção de ideia de que mineiros são hospitaleiros, moderados e tranquilos (REIS, 2007, pgs. 92 e 93).

Ainda de acordo com as sinalizações da autora, no século XX, intelectuais e políticos mineiros da época contribuíram para a promoção de uma auto-imagem dos habitantes locais como conciliadores, ponderados, equilibrados e contrários aos radicalismos. Neste contexto, o governo republicano, à procura de símbolos que o legitimassem, buscou em Tiradentes, a imagem do herói, com ideais de liberdade (REIS, 2007, p. 93). A autora registra ainda que:

O corpo esquartejado do herói expressa muito mais a realidade brasileira do que o corpo inteiro, símbolo de nossa unidade. Porém, Minas representa simbolicamente nossa unidade e confunde-se com a própria procura da identidade nacional, pois é percebida como síntese da nação. Segundo a socióloga Maria Arminda Arruda, a expressão “mineiridade” assume e integra o nacional. Projeta-se no conjunto, oferecendo identidade aos mineiros e aos brasileiros. Nesse ponto cruzam-se a construção da mineiridade e as visões elaboradas da cultura brasileira, perseguida pela busca da identidade. Existe, então, um eixo comum entre a mineiridade e a temática fundamental do pensamento brasileiro (REIS, 2007, p. 93).

Em seguida, a construção de Belo Horizonte representou no cenário regional, o símbolo da modernidade da República. As ruas da capital foram nomeadas com o nome de nações indígenas, pois a cidade corresponderia, nessa concepção de mundo, a síntese da nação. Minas contava, ainda, com a imagem de que os mineiros seriam amantes da liberdade devido ao passado de luta contra a coroa portuguesa (REIS, 2007, p. 94). Ainda de acordo com Reis (2007):

O processo histórico da construção da mineiridade foi sendo paulatinamente reforçado. Na década de 1940, Alceu Amoroso Lima²³, um cosmopolita, escreve *A voz de Minas*, onde traça o perfil psicológico, cultural, espiritual e sociológico dos mineiros. Rodeado pelas montanhas, o mineiro é mais introspectivo e equilibrado. [...] Essa construção simbólica, reafirmada pelos artistas, memorialistas, literatos e políticos, foi e ainda é utilizada por uma elite política que se atribui certos comportamentos, qualidades e modo de ser naturais e históricos, percebendo-se como herdeira desse passado glorioso. [...] Ignorar a mineiridade como recurso

²³ LIMA, Alceu Amoroso. *A voz de Minas* (Ensaio de sociologia regional brasileira). São Paulo: Abril S/A Cultural, 1983.

ideológico para preservar papéis e lugares privilegiados dos políticos mineiros no cenário nacional é não perceber as estratégias e sutilezas do jogo e do exercício do poder (REIS, 2007, p. 95).

Emerge nesse horizonte de discussão uma problematização a respeito da construção e apropriação, por parte de uma elite política, de um discurso que busca legitimar características que conformem em uma identidade regional, com base em fatos históricos regionais. Não desconsiderando as postulações da autora sobre este tema, nos tópicos anteriores deste capítulo, é possível observar as mesmas formas de organização e as mesmas características que são apropriados pelo discurso da mineiridade. Todavia, cabe então, indagar até que ponto nos “adequamos” ao discurso da mineiridade enquanto identidade ou, de fato, carregamos, ao longo dos anos essas características presentes desde a formação territorial do estado de Minas Gerais. Ou seja, em que medida a realidade influenciou/influencia a percepção sobre nós mesmos?

Sobre a identidade cultural, Claval (2007, p. 178) argumenta que as fortes barreiras culturais estariam associadas à construção de identidades culturais consistentes, juntamente com a rejeição a qualquer coisa que possa afetar a integridade do grupo. O autor elenca três elementos que concorreriam para a formação das identidades culturais. Primeiramente seria “a vontade de se conformar aos usos de um grupo.” Em seguida, “a idéia de uma origem comum”, e, por fim, “a construção da pessoa, baseada na articulação assumida de todos os aspectos da vida ao redor dos valores centrais” (CLAVAL, 2007, p.179).

No que se refere ao primeiro elemento, Claval (2007, pgs. 179 -180) registra que no caso dos países industrializados e urbanizados, onde a estrutura social e profissional é complexa, os papéis assumidos pelos diferentes sujeitos são muito diversos o que não possibilita a emergência de um sentimento de identidade global. Situação que é diferente quando todos os membros de uma sociedade participam das mesmas atividades e possuem os mesmos ritmos de vida.

O segundo elemento remete à imagem através da qual se constitui um sentimento de identidade baseado na ideia de “descendência comum²⁴”, ou seja, “de uma história assumida em conjunto” ou de fortes elos com o espaço estabelecidos pelo grupo. Neste caso, a territorialidade está fundamentalmente associada a este tipo de identidade. Há também aquelas identidades construídas sobre estereótipos morais, quando a imagem se

²⁴ LAFAZANI, Dora, 1993, *Appartenance culturelle et différenciation sociale dans le bassin du bas-Strymon*, Paris, Thèse Paris-Sorbonne.

origina do próprio grupo. Já as imagens impostas do “exterior” recaem sobre os aspectos “negativos” de uma sociedade (CLAVAL, 2007, p. 180).

O terceiro aspecto se refere à identidade relacionada à “ideia de pessoa”. Tais identidades são fundadas na concepção da autonomia do indivíduo, respeitam a liberdade religiosa e aceitam a adesão de indivíduos desde que estes concordem com os princípios nos quais está assentada. Ainda que estabeleçam limites ao grupo é permitido aos indivíduos ultrapassá-los (CLAVAL, 2007, p.181). No que se refere à coabitação de grupos, o autor acrescenta que:

Os sentimentos de identidade têm consequências geográficas aparentemente contraditórias: eles favorecem, através do sentimento de territorialidade, a emergência de espaços culturalmente homogêneos, e, ao mesmo tempo, permitem aos indivíduos ou aos grupos manterem suas especificidades quando estão misturados entre si. O cuidado em preservar sua identidade não impede o estabelecimento de relações com aqueles que são diferentes, mas introduz limites que proíbem a aceitação daquilo que ameaça valores centrais que foram adotados (CLAVAL, 2007, p. 181).

Existem duas forças que estruturam as culturas e auxiliam os grupos na tomada de consciência acerca da originalidade de sua civilização. Essas forças são a “impregnação dos códigos”, sejam eles linguísticos ou não, e remetem à adesão a “valores centrais”, (CLAVAL, 2007, p.183). Nessa perspectiva o autor registra ainda que:

A identidade de uma cultura pode assim sobreviver às ameaças do tempo. A sociedade não escapa entretanto à história. O peso das técnicas de comunicação é tal que os povos que as compartilham apresentam muitos traços comuns.

E completa assinalando que:

A diversidade cultural do mundo resultava, há pouco tempo ainda, da coexistência de grupos que não viviam o mundo no mesmo ritmo, porque não dominavam as mesmas técnicas e tinham maneiras específicas de exprimir sua religiosidade. A revolução das comunicações multiplica os contatos e precipita na modernidade os grupos que haviam se recusado a se associarem ao progresso. O choque é terrível: ele explica porque os problemas do mundo atual devem ser analisados sobretudo em termos de cultura (CLAVAL, 2007, p. 185).

Pode-se então, inferir que as manifestações de comportamento e as atividades expressas e construídas pelos sujeitos que habitaram e viveram na capitania das Minas Gerais foram, ao longo dos anos, configurando na constituição de territórios e, portanto em uma cultura particular, cujas raízes e manifestação se encontra também em seu passado.

Pressupõe-se, a partir dos enfoques já discutidos, o território como espaço onde acontece a manifestação das atividades humanas e, portanto, as manifestações da cultura.

A moda pode ser compreendida como expressão, individual, coletiva, que se manifesta como algo inerente às manifestações humanas que repercutem no espaço (e nas relações), constituindo e configurando-se como uma forma de expressão cultural. Para a construção da ideia de pesquisa aqui apresentada decidimos conseqüentemente desenvolver uma abordagem sobre moda, a partir de sua concepção como manifestação cultural. De início, cumpre analisar que a etimologia da palavra “moda” é latina, vem de *modus* (modo, maneira). Em seguida é introduzida no idioma italiano, a partir do empréstimo do termo francês “*mode*”, em meados do século XVII. Amplamente empregado na Itália do século XVII, o termo remete ao caráter mutável através da busca pela elegância da classe privilegiada, em relação às roupas, convenções sociais, decoração, modos de pensar, escrever e agir, ditados e literatura. Na França, a “moda” passa a representar então um conjunto de atividades humanas, relacionadas entre si, cuja essência é a reprodução de um ser que muda constantemente sua aparência (CALANCA, 2008, p. 13).

3. VESTUÁRIO E MODA²⁵

3.1 Primeiro o vestuário, depois a moda

A utilização de vestimentas foi um resultado da necessidade de adaptação na evolução do homem. Esse hábito sofreu influências das transformações ocorridas na sociedade no percurso histórico, até se configurar na concepção atual de moda. Observa-se, então, que a concepção de “moda” foi construída historicamente de acordo com as transformações e evoluções do vestuário e dos modos de vida. Postulamos, inclusive, que selecionar e evidenciar alguns traços dessa evolução poderia proporcionar um entendimento mais amplo sobre o desenvolvimento da indumentária, a qual, por sua vez, refletiria as características sociais, econômicas e culturais de determinada época, e poderiam esclarecer a relação entre homem e vestes, homem e moda e auxiliar na compreensão de todas as implicações que causa esse setor nas esferas do consumo, das indústrias, dos estudos, da cultura e da organização dos territórios.

François Boucher (2010), na obra “História do Vestuário no Ocidente: das origens aos nossos dias”, aborda a evolução do vestuário a partir das suas funções, sem considerá-lo de forma isolada das condições materiais, dos aspectos culturais, políticos, religiosos, econômicos, sociais e ambientais, ou seja, do contexto em que ele se insere. Segundo o autor, “é indubitável que, desde a origem, a roupa deve ter correspondido a outras funções que não à simples utilidade, particularmente no que se refere ao seu papel mágico” (BOUCHER, 2010, p. 13).

O autor ressalta que o campo de pesquisas concernentes a esse tema é amplo e apenas quando o mesmo tiver sido explorado em todos os contextos territoriais é que se poderá realizar um estudo comparado da indumentária o que permitiria estabelecer com precisão, a história do vestuário. Tendo em vista a variedade dos trajes, observa-se que o vestuário foi diferente em cada contexto territorial.

O autor aponta algumas limitações/dificuldades da pesquisa sobre a indumentária: a primeira é o problema das fontes históricas sobre o vestuário, pois segundo ele, não haveria uma bibliografia completa, crítica e atualizada sobre o tema o que impede o acompanhamento das diversas variações dos trajes antigos e modernos. Ademais, observa-se uma ausência de textos e imagens do documento essencial - as roupas - pois os diversos exemplares estão espalhados por vários pontos no mundo, dificultando o acesso às

²⁵ Este capítulo foi desenvolvido na monografia da autora. O texto foi adaptado para este trabalho.

mesmas. Somado a isso, estudos que abordam o vestuário, o fazem a partir de pontos de vista muito específicos, tendo sido alguns desenvolvidos sob a ótica da arqueologia, por exemplo (BOUCHER, 2010, p. 9).

A segunda observação apontada por Boucher (2010) diz respeito à cronologia e geografia do vestuário. As divisões feitas no livro aplicam-se a conjuntos que são, ao mesmo tempo, geográficos e cronológicos. Porém, o autor afirma que os limites geográficos não são os mesmos numa determinada época no, que diz respeito aos diferentes elementos do vestuário.

Antes do Renascimento, a divisão “física” dos diversos tipos de roupa foi estabelecida em função de elementos muito díspares – vários dos quais não explorados pelos autores – que, às vezes, consolidaram determinados tipos de indumentária nessa ou naquela região justamente no momento em que se modificavam em outras (BOUCHER, 2010, p. 9).

Vale ressaltar que tais mudanças e particularidades não foram consideradas em muitos estudos e referências ao vestuário. Nesse sentido, o autor destaca que é evidente que determinadas peças do vestuário foram utilizadas sob formas diversas e não obstante, com a mesma denominação. E complementa: “no estado atual dos conhecimentos de história do vestuário, permanece quase impossível estabelecer um quadro cronológico, contínuo e preciso, do surgimento de seus elementos principais, das origens aos nossos dias” (BOUCHER, 2010, pg. 10). No contexto dos períodos proto-históricos (antigo e medieval) até o século XIV, por exemplo, o autor registra que:

[...] os arquétipos da indumentária são pouco numerosos, bem simples e de uso bastante generalizado (roupa em geral comprida, enrolada ao corpo, drapejada ou justa e costurada, com elementos superpostos). A duração de seu uso – quase sempre longa – e suas zonas de expansão limitadas podem permitir essa descrição, sob a ressalva de uma cronologia por demais ampla e relativa.

Porém, a partir do século XVI, quando se consolida um traje em geral curto e ajustado, com peças nitidamente separadas para as partes superiores e inferiores no caso dos homens – bem diferente das usadas para as mulheres – e, cada vez mais individual e adaptado a diversas classes sociais, torna-se impossível estabelecer esse quadro cronológico. Com efeito, ele deveria levar em conta inúmeros dados essenciais, como a multiplicação dos tipos de vestimenta, a cadência acelerada das alterações na moda – que não são sincronizadas nem entre os diferentes países nem entre os sexos – e as características mais nitidamente nacionais, mas difundindo-se mais ampla e rapidamente. Só poderíamos chegar a uma descrição confusa, sobrecarregada por datas e detalhes ou incompleta e sujeita a críticas e procedentes (BOUCHER, 2010, p. 10).

Pode-se dizer que com o avanço da indústria da moda ela deixa também de ser apenas a confecção do vestuário puro e simples, ou seja, a elaboração de uma(s) peça(s).

Pode-se também questionar se, na atualidade, não se encontram mais as distinções, de uma peça de roupa produzida em determinada cidade em relação àquelas produzidas em outra localidade.

Uma terceira ressalva apresentada por Boucher (2010, p. 10) diz respeito ao vocabulário do vestuário. O autor observa que o vocabulário do vestuário complica consideravelmente seu estudo, tanto pela mobilidade quanto pela variedade, ainda maior no idioma francês, fator que gera inúmeros erros. O significado de alguns termos varia no tempo, e o nome de algumas roupas modifica-se de uma época a outra sem que suas formas acompanhem esse movimento. O mesmo acontece com alguns dos qualitativos, por exemplo: “ajustada dizia respeito na Idade Média, a uma roupa costurada, como a túnica, em oposição à roupa drapeada – ou seja, não costurada -, mas não necessariamente remetia-se a uma roupa que molda o corpo, como a justa do século XVIII” (BOUCHER, 2010, p. 10).

Sobre o vestuário, a partir do homem pré-histórico, o autor analisa registrando que o homem, sob o papel mágico da indumentária, buscava atributos que pudessem revesti-lo de um poder confiscado de outras criaturas e, ao mesmo tempo, defendê-lo de influências maléficas. Além de proteção aos seus órgãos genitais e do clima severo de determinadas regiões, as vestes também satisfaziam, assim, um desejo de representação. “Enfeitar-se com adornos era identificar-se a outra criatura: animal, deus, herói ou homem” (BOUCHER, 2010, p. 13). Neste contexto histórico mais antigo, as roupas corresponderiam também a um desejo de exprimir autoridade, e no caso de um chefe, teriam atributos que lhe confeririam este poder; para enquanto que um guerreiro destinar-se-iam a exaltar seus atributos físicos.

O autor pontua também que se a evolução do vestuário tivesse de ser simplificada, poderia ser dividida em três etapas. A primeira fase corresponderia ao período que se estende da Antiguidade ao século XIV, em que a roupa, em grande parte das civilizações não sofre muitas mudanças e não assume caráter nacional. A segunda fase estender-se-ia do século XIV (quando as roupas tornam-se ajustadas e mais curtas) ao intenso desenvolvimento industrial no século XIX. Nessa fase, o vestuário adquire aspectos pessoais e nacionais, passa por constantes modificações destacando-se aí o surgimento inédito da moda, no sentido moderno da palavra. Além disso, ele passa a depender cada vez mais do contexto da organização política e comercial, desvinculando-se completamente de qualquer vestígio religioso. Cada nação forma, então, seu estilo de roupa, e o indivíduo a adapta ao seu gosto. Por fim, a terceira fase, tem início em meados

do século XIX e se estende até os dias atuais. Tal fase é marcada por um vestuário cada vez menos pessoal e mais internacional, influenciado pelo maquinismo gerador da confecção e pelo expansionismo europeu. Ocorre então o surgimento da alta-costura e os “imperativos de uma moda cada vez mais efêmera ao privilégio de uma classe em que o senso do luxo tradicional e o poder do dinheiro dominam as diferenças sociais” BOUCHER (2010, p. 17). O autor conclui tal discussão assinalando que:

É a sucessão dessas predominâncias – inicialmente, a das influências religiosas e místicas, depois, a dos esforços de liberação espiritual e social e, por fim, a das concentrações de interesses econômicos – que deve constituir o arcabouço de todo estudo histórico do vestuário (BOUCHER, 2010, p. 17).

Fernand Braudel (1995) aborda a “vasta trama das civilizações” e o que está inserido nela, desde a alimentação, passando pelo vestuário à organização das cidades, entre os séculos XV e XVIII. Sobre o vestuário, o autor inicia sua discussão afirmando que a história das roupas “levanta todos os problemas, os das matérias-primas, dos processos de fabrico, dos custos de produção, da fixidez cultural, das moedas, das hierarquias sociais” (BRAUDEL, 1995, p. 281).

Dessa maneira, tem-se o vestuário, entre os séculos XV e XVIII, como uma das principais formas de afirmação social, distinguindo aqueles que pertencem a classes sociais nobres, possuidores de riqueza e prestígio social, daqueles mais pobres. Assim como o conceito de território remete à noção de identidade, sentimento de pertencimento e demarcação de poder(es) a roupa, efetivamente pode também, denunciar poder, superioridade e o pertencimento a uma classe social prestigiada. O luxo e a ostentação são observados nos trajes, nos sapatos, perucas, joias, dentre outros artefatos. Como resultado, “até mesmo no mercado de uma cidade basta uma olhadela para distinguir burgueses de gente do povo” (BRAUDEL, 1995, p. 281).

Em contrapartida, Braudel (1995) expõe que se a sociedade fosse estável haveria poucas mudanças no vestuário ao longo dos anos, como no caso da China onde o traje típico mandarim, pouco antes do século XV, permanece igual no século XVIII. No Oriente, as variações e modificações nos trajes são quase que imperceptíveis como relatado pelo mesmo autor:

Na China, a forma da roupa raramente muda por moda ou por capricho. O vestuário que convém ao estado de um homem e à estação do ano em que o usa é sempre feito da mesma maneira. As próprias mulheres não têm modas novas, a não ser no arranjo das flores e outros ornamentos que põem na cabeça. Também o Japão é conservador [...]. Ei-lo durante séculos fiel ao

quimono, roupa de vestir em casa pouco diferente do atual. (BRAUDEL, 1995, p. 282).

As roupas das classes de renda mais baixas não admitiam diversificação nestes contextos culturais e territoriais. A roupa cotidiana, para o trabalho, não tem beleza; mas a de festa, sim. Muitas vezes é transmitida de pai para filho. No contexto do Oriente, da África e das Américas, onde as roupas não apresentaram modificações constantes no decorrer dos séculos, os trajes de camponeses, índios, das classes menos abastadas em geral, eram simples e a matéria-prima utilizada para sua confecção era o algodão, na maioria dos casos. Já na Europa, os pobres não contam com variações nas vestimentas no decorrer dos anos, se comparados às vestimentas burguesas. Retoma-se aqui a observação feita por Boucher (2010) quando o autor discute a respeito da cronologia e geografia do vestuário pontuando que existiria uma dificuldade em determinar a divisão “física” dos variados tipos de roupas, pois elas difeririam de uma região para a outra e de uma época para outra.

A partir da observação de quadros na pinacoteca de Munique, Braudel (1995) conclui que os trajes diferenciam humildes vendedores ou pescadores dos grupos de burgueses, visitantes e transeuntes. Referindo-se ao traje camponês Braudel (1995, p. 284) acrescenta que:

É certo que, semelhante na sua aparência, o traje camponês, no entanto, muda em certos pormenores importantes. No século XIII começa a usar-se roupa interior, na França e em outros países. Na Sardenha, no século XVIII, é de regra, em sinal de luto, conservar a mesma camisa durante um ano: quer pelo menos dizer que o camponês usa a camisa e que deixar de trocá-la é um sacrifício. Ora, sabemos que outrora, no século XVI, segundo tantos quadros conhecidos, ricos e pobres dormiam nus nas suas camas.

O autor explicita a relação entre a sociedade e seus estilos de vida e as vestimentas, as quais são relevantes, pois elas assumiriam diferentes papéis no decorrer dos anos: como era empregado e atribuído, tanto no meio social quanto no íntimo do lar.

Em contraposição ao mundo dos pobres, a Europa dos ricos e das modas, segundo Braudel (1995), era permeada por caprichos acessíveis e permissíveis apenas a uma pequena parcela da sociedade. A “loucura das mudanças” tardou a se instalar, contudo, o autor assevera que a moda “não é apenas abundância, quantidade e profusão, consiste em mudar tudo a qualquer momento, uma questão de estação, de dia e de hora.” (BRAUDEL, 1995, p. 286). O “império” da moda aplica sua severidade após 1700, em que

seu significado é vinculado àquilo que conhecemos a respeito na atualidade, ou seja, seguir o que é considerado atual, novo. Logo, é a partir de 1700 que se pode inferir que a moda, tal como hoje, passa a ser associada ao aspecto do efêmero, revelador de tendências e de consumo, é a partir de tal data, que tal conceito começa a delinear-se dessa forma.

No contexto europeu, “preponderante desde o século XVII a moda francesa só se afirma soberana no século XVIII. Nos quatro cantos da Europa das Luzes, a moda é lançada, a partir de Paris, por bonecas manequins que cedo aparecem” (BRAUDEL, 1995, p. 288). Em contrapartida ao *glamour* da moda, essa “apresenta suas reticências” conforme o autor, pois “à margem, fica a imensa inércia dos pobres”.

Dessa maneira, alinham-se às transformações na evolução do vestuário, processos sociais e modos de vida cambiantes no percurso do tempo, de modo que as roupas inicialmente de função utilitária, passam, paulatinamente, a representar *status*, luxo e sexualidade (contrastando com o período em que havia pouca distinção entre roupas femininas e masculinas). Na atualidade, a moda passa a compor uma indústria que movimenta a economia em âmbito global, gera empregos, dita tendências e é alimentada pela indústria cultural.

Daniela Calanca (2008) analisa a evolução da moda pelo viés da história social, o que permite maior assimilação dos contextos histórico-sociais e de sua influência na construção da concepção de moda atual. Para Calanca (2008, p. 11) alguns termos da linguagem corrente elucidam realidades sociais difusas que, por sua visibilidade e dimensão de massa, contribuem para o entendimento das “experiências de sociedade no seu conjunto”. O termo “moda”, por exemplo, “usado em múltiplos contextos, oferece um quadro comum de referência e de reflexão para uma série de aspectos da vida social”. Ele evocaria, em primeiro lugar, “uma dicotomia entre o *velho* e o *novo*, entre o passado e o presente, imobilidade e mobilidade. É a experiência das aparências que pressupõe *objetos* nos quais se manifestar; é função e conteúdo estético” (CALANCA, 2008, p. 11).

Na mesma perspectiva, Volli²⁶ (1988, citado por Calanca, 2008, p. 11) afirma que por *moda* entende-se especificamente “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório”. Os desfiles, as revistas e os meios de comunicação em geral contribuem para

²⁶ U. Volli, *Contro La moda* (Milão: Feltrinelli, 1988), p.50. Cf. Grande dizionario della língua italiana moderna, vol. III (Milão: Garzanti, 1999).

a validação dos gostos e a aprovação das vestimentas, além de influenciarem o que deve ser usado.

Calanca (2008), reportando-se ao termo “costume”, embutido no contexto de uma sociedade, relacionado à moda, representando um hábito recorrente e permanente determinante de comportamentos e modos de ser de um grupo social, remete-o ao conceito de sistema. Nessa perspectiva os costumes representariam um conjunto de elementos inter-relacionados e que, apreciados isoladamente, estão privados de valor, mas no momento em que são conectados por um conjunto de normas e valores coletivos, assumem um significado:

Nesse sentido, o costume é essencialmente um fenômeno de caráter axiológico, isto é, refere-se a uma escala de valores ideais aos quais os membros de um determinado contexto histórico-social e cultural tendem a assemelhar-se ao máximo. Ora, quando a “paixão” pelo novo, pelo recente, pelo requinte, pela elegância, etc., e a renovação das formas tornam-se um valor, quando a mutabilidade dos feitios e dos ornamentos não constitui mais uma exceção, mas se torna uma regra estável, um hábito e uma norma coletiva – isto é, um costume – então se pode falar em moda. Desse ponto de vista, a moda é sempre um fenômeno de costume (CALANCA, 2008, p. 11).

Sob esse “ponto de vista”, evidencia-se o aspecto efêmero da moda, na medida em que a “paixão” pelo novo, pelo recente, se transforma em hábito, um costume agregado de significados e de valores. Segundo a autora, desde que se pôde reconhecer a ordem típica da moda como um sistema, que inclui suas “metamorfoses e inflexões”, é que ela inclusive conquistou todas as esferas da vida social, influenciando ideias, gostos, artes, comportamentos e linguagem.

Decerto, a moda na modernidade passa a ser expressa amplamente em diferentes objetos, comportamentos e pensamentos utilizados e expostos publicamente, o que remete à ideia de afirmação de identidade, de *status* e de poder exercido perante o outro. De acordo com Calanca (2008, p. 16) o vestuário se apresenta nesse contexto como:

um fenômeno completo porque, além de propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também, tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele.

Consequentemente, a veste dá significado ao corpo, pois o “ato de vestir transforma o corpo, e essa transformação não se refere a um único significado biológico,

fisiológico, mas a múltiplos significados, que vão daquele religioso, estético, àquele psicológico” (CALANCA, 2008, p. 17).

Por outro lado, torna-se quase impossível pensar em moda sem que de imediato, nos venha à mente o consumo. Roche²⁷ (1995, citado por Calanca, 2008, p. 102) a propósito observa que a “história dos comportamentos em relação aos objetos e às mercadorias na nossa sociedade aparece como fundamental”. Calanca (2008, p. 102) complementa este pensamento assinalando que a “relação entre o indivíduo com o ambiente social passa pela reificação”. Nesse sentido, a história do consumo permite evidenciar a correspondência entre material e simbólico, o nexos entre representações simbólicas e a realidade “concreta”. Vale ressaltar, a propósito, que:

O consumo nunca está desvinculado da profunda ligação que se estabelece entre o mundo e a pessoa, é um fato social de comunicação, que traduz também as transformações da cultura, da sensibilidade, das técnicas, as capacidades dos produtores e as respostas dos consumidores (CALANCA, 2008, p. 107).

Ainda em relação ao consumo, a autora (2008, p. 115) registra que no que tange à relação entre os indivíduos e os objetos, que se configura numa relação de satisfação das necessidades, sejam elas naturais, de luxo, de opinião, de ostentação e comodidade estruturam-se, assim, grande parte das relações socioeconômicas e culturais. A partir das considerações dos autores nota-se a transformação do vestuário que se torna, em determinado momento histórico, uma mercadoria. Calanca (2008, p. 130) contribui para essa discussão ao registrar que, a respeito de sua concretização particular, a moda, num período de duzentos anos, transforma-se de um fenômeno sociocultural de elite em um fenômeno comercial de massa complementando seu raciocínio com a apresentação da seguinte passagem de Puglisi²⁸ (2001, p. 26 citado por Calanca, 2008, p. 130):

A sua dimensão massificada, a capitalização de suas riquezas, a globalização de seu sistema produtivo e comercial transformaram o que para Voltaire era apenas um luxo e um prazer em um dos mais prósperos impérios financeiros de dimensão planetária, de Milão a Tóquio, de Nova York a Roma, de Paris a Los Angeles.

A partir da Revolução Industrial mudanças decisivas ocorrem na sociedade, com a emergência de transformações de cunho social, econômico, ambiental e cultural, as

²⁷ D. ROCHE, *Storia delle cose banali* (Bolonha: Clueb, 1995), p. 13.

²⁸ G. Puglisi, *I modi della moda*. Palermo: Sellerio, 2001.

quais foram aceleradas pelo desenvolvimento da tecnologia e dos transportes, fundamentais para o seu avanço. A Revolução Industrial foi um marco na história da humanidade, transformando as relações sociais em todos os seus aspectos: a relação do indivíduo com o mundo, a forma como este passa a conceber o ambiente à sua volta; as relações de trabalho, produção e poder, e, além disso, a partir daí o trabalho passa a ser assalariado e há um aumento na mobilidade social. Ocorre então a “divisão do trabalho” e as relações entre indivíduo e objeto passam a perpassar pela reificação da mercadoria. O setor têxtil, neste contexto, é aquele em que primeiramente se verificam as transformações. Calanca (2008, p. 137) afirma nesse sentido que:

há uma mudança nos modelos de consumo induzidos tanto pelos hábitos de vida urbana como pela introdução de novos métodos de distribuição de mercadorias no varejo. Nesses decênios se desenvolvem as grandes lojas de departamento e as redes de lojas com todas as *estratégias* para atrair os consumidores, das confecções estandarizadas aos descontos, das exposições à publicidade.

No decorrer do século XIX, as novas tecnologias como cinema, rádio, fotografia, e mais tarde, a televisão, foram responsáveis por mudanças nas convenções que privilegiavam pela exaltação da expressividade e beleza do corpo (CALANCA, 2008, p. 138). Atualmente as redes sociais exercem estes mesmos papéis dos primeiros meios de comunicação. Pode-se dizer que isso ocorre de uma forma mais abrangente, devido ao acesso às mesmas pelo uso dos celulares.

No século XX, o cinema revela “estrelas”: símbolos de sensualidade, erotismo, transgressão e fascínio. É o caso de Greta Garbo, Marlene Dietrich e Bette Davis. Nessa situação, o vestuário é crucial. A partir da década de 1920, saem dos estúdios de Hollywood as grandes “estrelas”, (*movie stars*) produtos da convergência de fenômenos diversos como a visão de mundo sexista e o desejo de afirmação de muitas mulheres, configurando-se aí o papel relevante do vestuário, como pode ser observado a seguir:

É esse o período no qual foram realizados, pela primeira vez, os figurinos cinematográficos. Os vestidos tornam as atrizes parte integrante da narrativa, de um conjunto no qual vestuário e linguagem do corpo estão em harmonia. Os figurinos enfatizam o caráter, o comportamento e as emoções que o autor ou a atriz devem comunicar. A filmadora torna-se cada vez mais uma máquina que impõe novos tipos e novos rostos. Os filmes oferecem lições “práticas” de moda, maquiagem e comportamento, o cinema reforça a cultura-mercado da beleza. O que se oferece aos olhos de todos é o modelo da mulher moderna “estilo americano”. (CALANCA, 2008, p. 148)

Calanca (2008) também corrobora com a concepção de outros autores de que abordar a moda sob um único ponto de vista, é uma missão difícil e complementa com a seguinte observação de Grandi²⁹ (1992, p.164 citado por Calanca 2008, p. 189):

Nos deparamos com um quadro geral da moda que perdeu a sua imagem de sistema unitário e circunscrito, para se despedaçar em pequenos fragmentos. Um fenômeno que já tinha começado na primeira metade dos anos 1980, mas que agora parece ter sido elevado à enésima potência, com um crescimento exponencial de *trends*, na maioria das vezes, em declarada antítese entre si, que produzem um clima de incerteza geral, no qual fica realmente difícil se orientar e distinguir um fio condutor comum.

Nesse contexto, a fragmentação dos padrões e estilos exprime valores como: “ironia, juventude, cosmopolitismo”, etc. e não se tem então apenas uma moda, mas sim modas (CALANCA, 2008, p. 190). A arte e a moda tornam-se mais livres. “O excesso, a desmedida quantitativa e qualitativa, o virtuosismo, a transgressão presentes em muitas tendências da moda são hoje aceitas tanto estética como socialmente e, por isso, tornam pouco claros os limites que hoje determinam o gosto” (CALANCA, 2008, p. 190).

A fragmentação da moda relaciona-se a um fenômeno histórico, o pós-guerra³⁰. Logo, as “antimodas” surgem, contrariando a dinâmica que se impusera após os dois grandes conflitos. A recessão e a escassez de matérias primas são realidades nesse momento. Nesse contexto, a “antimoda” apresenta, na sua essência, a referência a ideais e valores. Surgem assim os movimentos identitários que se opõem aos padrões vigentes, reivindicando uma identidade que se expressaria em estilos de vida, de música, de comportamentos alternativos e que também se expressam é, claro, nas roupas utilizadas pelos integrantes desses movimentos de contestação. Entre esses movimentos, também chamados de movimentos de contracultura, que marcaram o pós-guerra, modificaram valores e padrões estão: os *Rockers*, os *Mods*, os *Hippies* e os *Punks*.

A fragmentação dos estilos e a inexistência de regras estéticas que caracterizam a moda atual, segundo Calanca (2008, pgs. 203 e 204) tem sua máxima expressão no surgimento do *prêt-à-porter* que unifica as indústrias e a moda, dissemina pelas ruas estilos e gostos, “estetizando a moda industrial e massificando a grife”. Com a estilização, a roupa industrial de massa adquire novo *status*, torna-se um produto de moda. Nos dias atuais,

²⁹ S. Grandi, A. Vaccari & S. Zannier, *La moda nel secondo dopoguerra* (Bolonha: Clueb, 1992), p. 164. Ver também, A. Grassi, “Moda frantumata, em *Gap*, março de 1988, p. 77; G. Borioli, “10 annidi moda. 1980 - 1990. Cronache-tendenze-protagonisti”, suplemento de revista *Donna*, abril de 1990, *apud* Calanca (2008, p. 189);

³⁰ Estamos nos referindo aqui ao período histórico que sucedeu à II Grande Guerra.

segundo Calanca (2008, p. 205) a tendência é considerar as criações do *prêt-à-porter* “como a parte mais viva da moda”.

As contribuições a respeito dessas transformações que influenciaram diretamente na criação e na comercialização da moda são importantes, pois fornecem elementos que possibilitam visualizar a moda na atualidade e suas implicações. Hoje, as roupas são produzidas em larga escala e podem ser adquiridas por todas as classes sociais, devido ao mercado globalizado, à importação de artigos de baixo custo, às facilidades de compra, como o crediário, e ao surgimento do micro - empresário que movimenta a economia e encontra “espaço” no mercado pela oferta de seus produtos. A moda acompanha essas transformações e firma-se assim no mercado também.

De acordo com os autores citados, a partir da utilização da indumentária e de seu estudo, é possível esclarecer e identificar diversos aspectos das sociedades em diferentes contextos, pois além de conferir aos indivíduos um poder de representação (ou seja, aquilo que se deseja transmitir ao outro) a indumentária lhe confere um sentido de identidade. A moda, então, evidencia-se como um elemento que se vincula intrinsecamente às construções e manifestações humanas que acontecem no território.

3.2 Os bordados

Um dos motivos pelos quais a moda festa foi escolhida para análise neste trabalho foi a presença dos bordados. Mesmo que de forma pontual, em um vestido ou outra peça do vestuário, é significativa a presença do bordado na moda confeccionada em Belo Horizonte que se mostra, praticamente, universalizada nas marcas que atuam na confecção deste traje específico. Contudo, o que é o bordado? Genericamente o dicionário da língua portuguesa Houaiss (2009) descreve o bordado como:

bordado *adj.* (sXV) **1** que se bordou; ornado de bordadura <uma toalha b.> *s.m* **2** ato de bordar (‘ornamentar com fios’) <interrompeu o b. para descansar> **3** ADRN trabalho sobre tecido (ou outro material), em que se criam ornatos com fios de diferentes tipos, introduzidos por meio de agulha, às vezes com aplicação de outros materiais, como miçangas, lantejoulas etc. <blusa com bordados> **4** *p.ana.* aquilo que evoca um bordado pela ornamentação delicada ou profusa <o b. de pedras das igrejas manuelinas> (HOUAISS, 2009, p. 314).

O significado atribuído ao ato de bordar, por sua vez, está intrinsecamente relacionado com a ornamentação de materiais, como pode ser observado no verbete extraído da mesma fonte:

bordar v. (sXV) **1** *t.d.int.* ornamentar (tecido) com fios (de algodão, de seda, prata, etc.) <*b. um manto*> <*costumava b. após o jantar*> **2 bit.fig.** espalhar cores, formas; colorir, ornar, enfeitar <*a natureza bordou de graciosas flores a campina*> **3** *t.d.fig.* inventar (histórias, críticas, etc.), fantasiando; tecer engendrar <*b. comentários*> (HOUAISS, 2009, p. 314).

Tem-se, aliás, a presença do bordado nos registros históricos referentes à história do vestuário, sobretudo como adorno utilizado para agregar valor e riqueza de detalhes aos trajes. Boucher (2010) traz importantes considerações sobre a ornamentação das peças no que se refere aos bordados. No contexto do mundo ocidental, e considerando todas as formas de influências europeias, os modos de vestir também fazem parte do arcabouço cultural da Europa, o qual afetou diretamente as novas terras desbravadas.

No século XVI já é possível ter notícias da presença dos bordados nas peças do vestuário desta época. Segundo Boucher (2010, p. 182) o têxtil se configura na indústria mais importante do século no que se refere ao volume e na variedade dos produtos. O Renascimento, como renovação literária e artística é consolidado. Assim, com a idealização do corpo humano o vestuário passa a corresponder aos novos ideais. Tem-se então registros a respeito do emprego do bordado nas vestes, como pode ser observado a seguir:

Esse orgulho da beleza física, esse requinte na arte de agradar, engrandecidos pela roupa, contaram com o apoio que o século XVI deu a matérias-primas luxuosas, como tecidos suntuosos e pesados, bordados espessos, joias suntuosas, rendados vaporosos. Nenhuma época – nem mesmo o Grande Século – terá proporcionado cenário mais propício para o homem alcançar a perfeição da beleza humana (BOUCHER, 2010, p. 182).

O autor também faz referência ao bordado “elisabetano” e à influência direta da invenção das agulhas de aço e da importação de seda durante o século XVI, fatores que proporcionaram novo impulso aos bordados ingleses, cuja fama tem origem ainda na Idade Média (BOUCHER, 2010, p. 2013). A Imagem 3 demonstra as características do bordado utilizado naquela época, no ano de 1620, especificamente:

Imagem 3 – O bordado inglês



Fonte: BOUCHER, 2010, p. 203.³¹

Através da análise da Imagem 3 observa-se a riqueza de detalhes do traje, a qual é destacada pelo emprego do bordado que, aparentemente, utiliza a aplicação de pedrarias. Já o século XVII traz a influência do Barroco no vestuário como pode ser verificado na citação a seguir:

³¹ Marcus Gheeraedts, Margaret Layton of Rawdon, final de 1620, col. Visconde Rothermere, Victoria and Albert Museum, Londres.

A influencia da arte, que já se fizera sentir na evolução do vestuário principalmente a partir do século XVI, torna-se mais nítida e intensa durante o século XVII, o Grand Siècle, tendo como referencia novas doutrinas estabelecidas por Academias recém criadas: não poderíamos negligenciar as incidências do Barroco e do Classicismo sobre o vestuário europeu [...]. Entre 1625 e 1670, constata-se uma nítida correspondência entre o vestuário e a tendência barroca – esta considerada no sentido do recurso à imaginação e ao virtuosismo (BOUCHER, 2010, p. 215).

Como ressalta o autor (2010, p. 215), entre os atributos fundamentais do Barroco, destaca-se o desdém pelo equilíbrio, o gosto pela liberdade, as oposições e o movimento e o exagero dos detalhes. Tais características apontam a atração por “rebuscamentos, singularidades exageros que beiram o preciosismo [...]” os quais por sua vez são expressos no vestuário.

Destaca-se também, neste contexto, o gosto pelo uso de pedrarias:

“[...] o gosto pelos adereços de pedrarias ganhou, no traje masculino e feminino, um impulso que atingiu seu apogeu durante os casamentos nobres; em 1644, um comerciante do Le Temple, nas cercanias de Paris, descobrira um procedimento para colorir o cristal e imitar as pedras preciosas; eram os diamantes do Le temple, por sinal já em voga na Alemanha e na Boêmia (BOUCHER, 2010,p.224).

Nota-se então, desde o século XVII, o gosto pela ornamentação em pedrarias com a finalidade de agregar riqueza aos trajes utilizados, sobretudo, em ocasiões sociais, como o casamento, por exemplo. Os bordados, no século XVIII passam a ser mais delicados. Boucher (2010, p. 259) registra que diante das facilidades de obtenção de dinheiro e da inclinação ao luxo, o bordado nesse período histórico, continua a ser empregado tanto nos trajes femininos e masculinos, como nos coletes masculinos e nos vestidos da corte. Nos anos do século XIX, registram-se vestidos ricamente bordados como aqueles utilizados na corte de Napoleão, como pode ser observado na Imagem 4 (BOUCHER, 2010, p. 322). Já no século XX, entre os anos 1920 e 1939, tem-se notícias dos bordados nos trajes para a noite: “Quanto aos vestidos para a noite, curtos e sem fecho, coberto por miçangas ou lantejoulas... [...]” (BOUCHER, 2010, p. 398).

Imagem 4 – Vestido bordado da corte de Napoleão



Fonte: BOUCHER, 2010, p. 323.³²

A Imagem 4 apresenta um modelo do traje da corte, utilizado em evento específico daquela época. É notável a presença dos bordados em todo o comprimento que

³² Vestido da coroação da rainha Désirée (Clary), 1819, Gabinete das Armas, Estocolmo.

se estende até a cauda. O vestido, praticamente, é encoberto por detalhes que conferem brilho a peça, revelando todo o trabalho de ornamentação sobre o traje.

No Brasil, especificamente no final do século XIX e início do século XX, o bordado juntamente com a costura, passa a ser parte integrante da rotina das donas de casa, pois “toda mulher devia receber ensinamentos sobre costura e bordado, ainda no convívio familiar [...]” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 79). As práticas da costura e do bordado constituíam alternativas ao ócio para as classes de maior poder aquisitivo. Em contrapartida, para as classes com menor poder aquisitivo, o ofício configurava uma opção complementar à renda familiar (PRADO e BRAGA, 2011, p. 79). Registra-se ainda que:

Além de terem função ornamental, os bordados eram uma forma de individualizar os trajes com monogramas que traziam as iniciais dos nomes próprios ou referências à atividade profissional ou, ainda, alguma qualidade do portador (PRADO e BRAGA, 2011, p. 79).

Ainda que neste contexto o bordado em pedraria não tenha sido evidenciado (o que não implica na sua inexistência no contexto do bordado familiar), observa-se que o bordado era, geralmente, aplicado com a finalidade de atribuir valor e ornamentar as peças, ao longo dos anos em diferentes contextos históricos e culturais. No contexto familiar brasileiro, como apontam os autores, ele era utilizado para diferenciar os trajes dos indivíduos, atribuindo certa distinção às roupas. Nota-se ainda, que a atividade, manual e artesanal, foi instituída no seio familiar, o que pressupõe a transmissão deste ofício através das gerações.

O bordado então sempre esteve associado à ornamentação de peças, sobretudo no caso dos trajes de festas ou de cerimônias formais e noturnas. Como assinala Boucher (2010) nas classes de maior poder aquisitivo, o emprego do bordado denotava opulência e ostentação a partir dos bordados confeccionados em cristais, pedrarias e até ouro.

Através dos séculos e de acordo com as contribuições dos autores, o bordado se apresenta como recurso utilizado no adorno dos trajes. Aqui nesta pesquisa, o bordado é, também, um meio de ornamento dos trajes femininos de moda festa, no contexto da cidade de Belo Horizonte. Historicamente e culturalmente, a festa (além de representar um momento de confraternização) e o traje de festa adquiriram relevância para os indivíduos. Posto isto, podemos refletir sobre a seguinte questão: qual a importância do traje de festa? No item 3.3 “A festa é uma festa!”, a seguir, procurou-se responder a tal indagação.

3.3 A festa é uma festa!

Gilda de Mello e Souza na obra “O Espírito das Roupas, a moda no século dezenove”, aborda esse período histórico, inclusive no contexto do Brasil, destacando a importância atribuída às festas e aos trajes utilizados nestas ocasiões, especialmente, para as mulheres que, relegadas ao “ócio” do lar, aos rígidos padrões de comportamento da época e ao casamento como objetivo de vida, encontravam nos eventos sociais, um momento de relaxamento de tais restrições sociais.

No século XIX, o desenvolvimento intenso da industrialização, o surgimento da burguesia, a emergência da democracia e o crescimento das carreiras e profissões liberais, possibilitaram a origem e o desenvolvimento de novos estilos de vida, os quais influenciaram diretamente a moda. O exercício das profissões liberais, por exemplo, constituiu um dos fatores responsáveis pelo deslocamento da atenção dos homens em relação à moda, ao passo que as mulheres, continuavam a se interessar, cada vez mais, por ela (SOUZA, 1987, p. 22).

A partir dos avanços na indústria e das mudanças nos estilos de vida da sociedade no século XIX, emergiram as distinções e normas de comportamento e de posicionamento perante a sociedade, para homens e mulheres, e a afirmação individual diante de um grupo, é destacada pela autora. O desenvolvimento da indústria alterou quase que por completo as atividades produtivas das mulheres no âmbito do lar. O centro urbano passou a fornecer alimentos como o pão, além de propiciar acesso a outros produtos como a renda e o chapéu. A evolução dos meios de comunicação facilitou a divulgação da moda de forma mais ampla e para diferentes lugares. Essas transformações colocaram as mulheres da classe burguesa sob a necessidade de encontrarem novas atividades e afazeres, direcionando suas atenções para o casamento tornando-o o único objetivo socialmente instituído a ser alcançado por elas. Nesta época, o matrimônio também era considerado uma forma de ascensão social. Conforme visto no capítulo dois deste trabalho, desde o século XVIII, no contexto da capitânia mineira, o casamento constituía também uma forma de ascensão social.

Com disponibilidade de tempo livre e tendo o casamento como principal propósito de vida, as mulheres da novata classe burguesa investiam seu tempo aprendendo música e cultivando o interesse pelos vestidos. A mulher que não se casava tinha seu prestígio social rebaixado. A autora salienta, a propósito, que:

À mulher do século XIX restava, portanto, apenas o casamento. Esta única alternativa permitida ao sexo feminino não podia deixar de favorecer o desenvolvimento intensivo da arte da sedução. E se a moda agora era acessível a todos através da prancha colorida que a revista de senhoras publicava, também proliferavam por toda a parte os livros de boas maneiras, característicos de uma classe que se formava, e onde este sutil esquema do comportamento ainda não se tinha imposto pela tradição. A dificuldade estava exatamente em conciliar a arte de seduzir com as regras de etiqueta (SOUZA, 1987, pgs. 91 e 92).

É neste panorama que a mulher do século XIX se encontrava, com as esperanças na consagração de um casamento, e, ao mesmo tempo, sendo levadas a desenvolverem técnicas de sedução e de exibição embora condizentes com a rígida moral da época. Segundo a autora, a vestimenta, juntamente com o movimento dos corpos, tinha papel fundamental na sedução e na atração dos olhares para o corpo feminino, como pode ser observado na passagem a seguir:

Por outro lado, a vestimenta vai seguir a tendência geral da faceirice, acentuando a oferta interrompida através dos véus que escondiam a meio rosto, combinando o despudor dos decotes com a multiplicação das anáguas. E se a fragilidade excessiva da cintura estava a pedir um braço que a contornasse, havia sempre entre o gesto solicitado e o corpo da mulher o empecilho intransponível da crinolina.

A autora completa informando sobre a crinolina:

Esta poderosa fortaleza de aço era, aliás, um novo elemento na arte de seduzir, pois animada por uma oscilação ininterrupta, ora cobria, ora revelava os pés, criando ao rés do chão uma inquietante zona de espera (SOUZA, 1987, pgs, 93 e 94).

Ao longo do dia, os trajés se alteravam. No período matutino, os vestidos eram discretos, simples e recatados. Porém, à noite, as regras de decência se modificavam. Esperava-se então, que o vestido deixasse à mostra o corpo feminino, através dos decotes e das mangas curtas, evidenciando braços e colos, o que ocorria nas ocasiões de bailes e teatros (SOUZA, 1987, p. 94). A crinolina, utilizada em baixo dos vestidos possui papel fundamental, no âmbito da festa, acentuando o movimento dos corpos e oferecendo amplitude ao traje. A Imagem 5 pode exemplificar o caimento do vestido sobre essa “armação de aço”:

Imagem 5 – A crinolina



Fonte: BOUCHER, 2010, p. 363.³³

No período do século XIX as vestimentas reforçavam o papel da mulher, a qual deveria ser recatada e zeladora de sua boa reputação para que conseguisse um bom casamento. Não obstante, a autora ressalta que o casamento não eliminava por completo as frustrações das mulheres naquela época. A literatura de romances, escritos especialmente para o grupo feminino, não contava os detalhes da vida de uma mulher casada, indicando um contraste entre a fantasia dos romances e as realidades concretas do matrimônio. A desinformação sobre as questões sexuais, filhos e partos era comum na vida das mulheres, (SOUZA, 1987, pgs. 98 e 99), como pode ser observado a seguir:

Abandonada a si mesma, a mulher aplicou aquela curiosidade desassossegada de se encontrar, que o ócio acentuava, no interesse pela moda. Enquanto ao companheiro a sociedade permitia a realização integral da individualidade na profissão, nas ciências ou nas artes, a ela negava interesses de outro tipo além dos ligados à casa, aos filhos e à sua pessoa (SOUZA, 1987, p. 99).

A autora complementa ainda que:

Tendo a moda como único meio lícito de expressão, a mulher atirou-se à descoberta de sua individualidade, inquieta, a cada momento insatisfeita,

³³ *A prova*, 1865.

refazendo por si o próprio corpo, aumentando exageradamente os quadris, comprimindo a cintura, violentando o movimento natural dos cabelos (SOUZA, 1987, p.100).

No século XIX, a vivência familiar era muito valorizada, os gestos eram contidos, a seriedade era expressa através da fisionomia e dos posicionamentos dos corpos. Demasiadas intimidades não eram toleradas e as rígidas regras de decência eram impostas às ações dos corpos, demarcando a separação entre os sexos (SOUZA, 1987, p. 146). Nesse contexto repressor, povoado de pudores é que a festa adquire caráter especial: “A festa arremessava os seres nas remotas regiões da fantasia onde, livres temporariamente das interdições e da vigilância rigorosa, homens e mulheres se abandonavam ao ritmo de suas tendências” (SOUZA, 1987, p. 147).

É no âmbito da festa que homens e mulheres se encontram. Na festa, a corte entra em cena, e, através das descrições das fontes literárias, Souza (1987, p. 148) registra sobre as danças, o contato e os toques entre os corpos feminino e masculino, como se percebe no trecho que segue: “O testemunho dos documentos literários demonstra como é possível, na contradança, burlando a vigilância, cerrar mais vivamente os dedos do par ou, libertando as mãos da luva, sentir melhor o frêmito do corpo enlaçado [...]” (SOUZA, 1987, p. 149). A moda então, se apresenta como eficaz ferramenta de exibição do corpo, como pode ser observado na passagem a seguir:

A roupa simples da vida comum, ajeitada às exigências triviais da realidade, é substituída na festa pela forma fantasmal que o narcisismo apõe ao corpo e ao rosto. O universo do sonho é também o reino das transmutações. E uma nova personalidade emerge no momento de exceção, quando à esfera da pessoa se acrescenta uma ambiência fictícia, feita de novas cores com que se enriquece o matiz natural da epiderme, de novas curvas que se adicionam ao corpo, ajustando muito os vestidos ou multiplicando as formas com o recurso dos folhos, dos babados, dos *ruches* e franzidos. [...] É que as barreiras, derivadas de uma moral estreita, impedindo a admiração estética do corpo nu, deslocavam em grande parte o interesse para o invólucro do corpo, e a avaliação dos valores eróticos baseava-se tanto nas modas de vestimenta quanto na apreciação da beleza física. [...] A discreta vestimenta diurna cedia lugar ao exibicionismo da indumentária noturna quando, com os recalques, transbordavam das vestes as formas escondidas. (SOUZA, 1987, pgs. 151 - 152).

Para os homens, a vestimenta assumia outra função na competição da festa. Seus trajes deveriam ser impecáveis, mas o galanteio era sua poderosa arma, pois o seu prestígio dependerá de sua elegância e da habilidade de elogiar, sem ofender a moral vigente (SOUZA, 1987, pgs. 153 e 154). Assim, na festa: “Faceirice e galanteio – eis,

portanto, as duas faces de uma posse simbólica que se realizava na festa, atenuando um pouco as tensões entre os sexos” (SOUZA, 1987, p. 154).

Observa-se a importância que a festa adquire uma vez que os trajes elaborados para o evento se transformaram em uma ferramenta de sedução. A festa associada à vestimenta adequada era a oportunidade, no passado, para as solteiras “alcançarem” o almejado casamento. Para as senhoras casadas - não tão ingênuas mais acerca dos mistérios do matrimônio - era a oportunidade de serem admiradas novamente, necessidade que supria, por um breve momento, as eventuais decepções do casamento.

No contexto do século XIX, as vestimentas de festa representam uma forma de comunicação do indivíduo com a sociedade à sua volta. Desejos, intenções, objetivos e pensamentos “adquiriam vida” com este traje. Para a mulher, o vestido de festa assumia singular importância para a atração dos olhares sobre si, ressaltando seus atributos físicos. Nota-se então, o valor adquirido pelo traje de festa e pela própria festa.

Atualmente, apesar de não haver barreiras tão rígidas de comportamento entre homens e mulheres como outrora, o traje de festa é amplamente comercializado para o gênero feminino. Os modelos são variados e atendem aos diversos perfis de público. Os vestidos de festa são comercializados para debutantes, formandas, madrinhas, mãe da noiva e demais convidadas. É na festa que estes modelos aparecem.

Considerando o foco desta pesquisa no contexto territorial de Belo Horizonte e na moda festa confeccionada nesta cidade, considerou-se relevante, esclarecer, de forma breve, a moda no contexto brasileiro em geral. É o que trata o item 3.4, em seguida.

3.4 A moda no Brasil: breve introdução

A moda no Brasil, cujas raízes coloniais ainda emergiam, acompanhava as tendências e os ritmos da moda europeia, especialmente a moda francesa. Como registram Prado e Braga (2011, p. 27):

Na última década do século XIX e início do século XX – período definido como a *Belle Époque* -, os brasileiros ainda delongavam em assimilar os estilos de vestir da florescente sociedade industrial europeia. Nosso passado colonial resultara na formação de uma aristocracia rural que ambicionava se vestir à imagem e semelhança das elites europeias, referenciadas na França. Após a Independência, ocorrida em 1822, isso pouco mudara: a roupa era (como continuou sendo), acima de tudo, uma forma de estratificação e um código de pertencimento de grupos sociais [...].

De acordo com os autores, mesmo com o clima tropical, a referência da moda brasileira permanecia sendo a moda francesa. O Rio de Janeiro, então capital federal, influenciava os gostos do resto do país. No que se refere à comercialização das roupas os autores registram que:

Nas primeiras quatro décadas do século XX, a comercialização de roupas prontas com expressão de moda atendia, no Brasil, especialmente ao consumo de luxo, com peças importadas restritas, ou – em outro extremo – ao de roupas confeccionadas em grande escala, com tecidos rústicos e padrão popular. A maior parte das pessoas vestia-se com roupas sob medida, confeccionadas por alfaiates, modistas ou costureiras - que se espalhavam aos milhares por todo país. [...] As modistas não manufacturavam produtos ou artigos, mas eram as responsáveis pelo embelezamento e pela ornamentação das roupas propriamente ditas. Geralmente, aqui no Brasil, eram imigrantes francesas ou italianas (PRADO e BRAGA, 2011, p. 27).

Nota-se que durante o século XX, as roupas, apesar de seguirem as modas europeias, quando não eram importadas, eram confeccionadas por costureiras e alfaiates, espalhados por todo o território brasileiro. No que se refere ao desenvolvimento industrial, o Brasil não acompanhou a revolução na Europa. De acordo com Paulo e Borges (2011, p. 37), nossa indústria começou a surgir em meados da primeira metade do século XIX, sendo que os primeiros passos foram dados pelo ramo têxtil. Registra-se uma passagem interessante da história, principalmente, por afetar Minas Gerais, como pode ser lido a seguir:

Antes, porém, de as máquinas “automáticas” de tecer chegarem aqui (então movidas a energia hidráulica, a carvão ou a vapor), ainda no período colonial, as manufaturas tiveram uma fase de apogeu. Em 1750, devido à farta produção de algodão no Brasil, a Coroa lusa implementou medidas auxiliares ao estabelecimento de manufaturas no interior do país. O progresso foi tanto (principalmente nas Minas Gerais) que os portugueses se alarmaram, pois desejavam sua colônia sul-americana delimitada à condição de mera produtora de matérias – primas (PRADO e BRAGA, 2011, p. 37).

Percebe-se aí a interrupção de um processo de produção de algodão, matéria prima amplamente utilizada no setor têxtil, o qual poderia se transformar em indústrias afetando diretamente o desenvolvimento futuro e econômico do país.

No Rio de Janeiro e em São Paulo as grandes *magazines* foram pioneiras, como a *Casa Colombo* e o *Parc Royal*, ambas no Rio de Janeiro. Esses estabelecimentos

vendiam “tecidos e aviamentos com roupas prontas importadas” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 50).

De 1919 a 1930, a moda no Brasil continuava a ser o reflexo do que se vestia no exterior. A moda de Paris, aparecia no Brasil através de jornais e revistas pela reprodução dos croquis. Entretanto, começava a nascer a busca pela identidade cultural, por parte dos intelectuais da época, embora na moda não houvessem ainda expressões de uma moda ou formas de criação tipicamente locais (PRADO e BRAGA 2011, p. 97). Mesmo não ocorrendo expressões autônomas de uma criação de moda brasileira, as costureiras se espalhavam pelo país como se observa na citação a seguir:

No Brasil, um exército de costureiras anônimas produzia, em ateliês domésticos ou informais, as peças também sob medida, mas sem o mesmo *glamour*, que vestiam a nossas mulheres, quando não eram feitas pelas próprias donas de casa – todas já municiadas de máquinas de costura, equipamento presente na maioria dos lares de classe média. Algumas costureiras, eventualmente, ganhavam notoriedade e alcançavam *status* de *madame* [...] (PRADO e BRAGA, 2011, p. 98).

No que se refere ao desenvolvimento da indústria têxtil, de acordo com estes autores, nos anos de 1905 a 1921 o número de fábricas de tecidos de algodão aumentou consideravelmente: de 110 fábricas para 242, crescimento proporcionado pela próspera atividade econômica da cafeicultura. No período de 1921 a 1927, o número passou para 354 fábricas no estado do sul e do sudeste. O governo do período incentivou a estruturação das fábricas e a conquista do mercado interno. Destaque para São Paulo, que apresentou o maior crescimento; Nova Friburgo, onde foi instalada a fábrica que veio a ser a maior fabricante de bordados da América do Sul, e Petrópolis, no Rio de Janeiro; em Blumenau, Santa Catarina, a Fábrica Rendas e Bordados foi instalada em 1913. A mão de obra técnica predominante era composta por estrangeiros: portugueses, ingleses, alemães e italianos. Em 1926, a indústria deixou de ser tão próspera quanto foi nos 25 anos anteriores (PRADO e BRAGA, 2011, pgs. 116 e 117).

Na década de 1920 as confecções representavam quantidade expressiva, conforme censo do IBGE³⁴ deste ano: “o segmento ‘indústria do vestuário’ – integrado pelas confecções, fábricas de calçados e de artefatos em tecidos – perfazia, no país, um total de 1.988 estabelecimentos” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 126). Já na década de 1930, mesmo com a urbanização e industrialização das principais capitais brasileiras, as vestes,

³⁴ In: *Avesso da Moda: trabalho em domicílio na indústria da confecção*, de Alice Rangel de Paiva Abreu; Hucitec, São Paulo, SP, 1986.

de grande parte da população, ainda eram confeccionadas de forma artesanal ou semiartesanal, a não ser por determinados nichos, como as roupas íntimas. No contexto da década de 1940, entretanto, o contexto foi o seguinte:

[...] as empresas dedicadas a roupas prontas cresceram em número e em produção, assumindo um caráter semi-industrial, possivelmente para ocupar nichos deixados por produtos importados, que se tornaram escassos em decorrência da Segunda Guerra Mundial. [...]

O sistema de produção, contudo, continuava quase o mesmo das confecções surgidas ainda no século XIX: as fabriquetas essencialmente riscavam e cortavam as peças que, depois, seguiam para serem fechadas e acabadas por mão de obra externa – as chamadas “costureiras – satélites” -, que trabalhavam em suas residências, sem vínculo empregatício (PRADO e BRAGA, 2011, p. 164).

Mesmo com a presença deste tipo de estabelecimento pelo Brasil, o interesse pela criação de moda, segundo os autores, era quase nulo. As confecções se restringiam aos pedidos das lojas, magazines e indústrias têxteis produzindo peças de acordo com esta demanda (PRADO e BRAGA, 2011, p. 164). Todavia, o contexto mudou na década de 1950: a criação de moda surgiu nos ateliês ou butiques da época e nomes como o de Clodovil Hernades apareceram.

Em São Paulo, destaque para o bairro Bom Retiro, que na década de 1950 já apresentava tendência comercial na área do vestuário: “ainda na década de 1950, apareceram ali as primeiras galerias abrigando conjuntos de lojas que vendiam roupas de tecidos planos, malharias e acessórios” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 256). Ainda assim, mesmo com o surgimento de costureiros que tiveram notoriedade, a alta costura brasileira cedeu às imposições do *Prêt – à Porter*, nas décadas seguintes.

Já no contexto dos anos 1980, os autores registram que a moda brasileira teve significativas transformações no que se refere às iniciativas de uma moda típica brasileira:

Evoluiu e se disseminou em confecções por todo país, originando polos regionais que tinham suas próprias feiras (miniFenits se replicaram pelo Brasil afora), assim como seus “grupos de moda”, reunindo pequenos confeccionistas. O pioneiro deles, criado em 1978, foi o Grupo Moda – Rio, surgido na capital fluminense, que inspirou mais tarde outras iniciativas similares em várias capitais, configurando um fenômeno histórico que se prolongou por toda a década de 1980. No comércio, as butiques de rua cederam lugar às lojas com visual padronizado dos *shopping centers* e aos magazines de roupa pronta, como a rede de origem holandesa C&A [...] (PRADO e BRAGA, 2011, p. 406).

Em 1996 surge a semana de moda *Morumbi Fashion Brasil*, que em seguida, se torna a *São Paulo Fashion Week*. Conforme os autores (2011, pgs. 571 e 572), a semana

de moda possibilitou a organização da cadeia de moda, pois naquele contexto, diversos lançamentos ocorriam de forma desorganizada, “os elos da cadeia de moda” não funcionavam de forma conjunta, estruturando o calendário de lançamentos de moda.

Através das considerações destes autores, observa-se que a moda no Brasil, de forma geral, apresenta origem artesanal devido às inúmeras confecções e às costureiras que se espalhavam pelo país, ainda que as roupas produzidas fossem uma cópia daquilo que Paris ditava como moda.

3.5 Belo Horizonte: aqui se cria moda, mineira, uai!

Na década de 1980 surge em Belo Horizonte, o Grupo Mineiro de Moda (GMM)³⁵ revelando Minas Gerais para o Brasil. De acordo com Prado e Braga (2011) a criação de moda no início da década de 80 era restrita ao Rio de Janeiro. Belo Horizonte, neste período, representava: “no máximo, a capital das broas, do pão de queijo e do Clube da Esquina do Milton Nascimento” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 497). Todavia, foi nesta época que um grupo de pequenas confecções introduziu o estado no cenário da moda brasileira.

Naquele momento, a Savassi³⁶ era o local das novidades e das butiques. Tereza Leite Pereira Santos, criadora da marca *Patachou* e integrante do GMM, registra que nesse período, a capital mineira já possuía várias “confecções de fundo de quintal”³⁷. E foi, neste contexto, especificamente no ano de 1982, que as dez confecções se encontraram e criaram o Grupo Mineiro de Moda, o qual permaneceu atuante por 12 anos (PRADO e BRAGA, 2011, p. 498). Os autores assinalam que:

com o tempo, foi se consolidando uma estrutura regional: um comprador de outra localidade visitava o *showroom* de um dos integrantes, que indicava os *showrooms* dos demais. Isso foi possível, também, porque não havia muitos concorrentes diretos: alguns eram fabricantes de acessórios (bolsas, sapatos, etc.); outros, de roupa masculina; e mesmo os seis que faziam roupas femininas trabalhavam com materiais e conceitos distintos (PRADO e BRAGA, 2011, p. 499).

³⁵ O Grupo Mineiro de Moda foi formado pelas seguintes confecções conforme Prado e Braga (2011, p. 498): “Allegra (de Helen Carvalho e Sheila Mares Guia), Artimanha (de Mabel Magalhães), Art-Man (uma ‘dissidência’ da Artimanha, de Marcia Corrêa e Luiza Magalhães), Barbara Bela (de Cláudia Carvalho), Comédia (de Liana Fernandes), Femme Fatale (de Eliana Queiros), Frizon (de Cláudia Mourão), Patachou (de Terezinha Santos), Pitti (de Renato Loureiro) e Straccio (de Nem Tolentino)”.

³⁶ Tradicional praça da Zona Sul de Belo Horizonte;

³⁷ O Brasil na Moda, vol. 1, edição de Paulo Borges e João Carrascosa; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

Um dos principais objetivos do Grupo foi fixar um calendário de lançamentos de coleções. No decorrer da década de 1980 realizaram vários desfiles, “quase que anuais” e de grandes proporções cenográficas, em que alguns lugares emblemáticos da cidade de Belo Horizonte, como o Museu de Arte da Pampulha e a Praça da Estação Ferroviária, foram palcos para essas produções (PRADO e BRAGA, 2011, pgs. 499 a 500). Nota-se então a relação do Grupo Mineiro de Moda com a cidade, uma vez que escolheram para os desfiles, os pontos turísticos da capital.

No que se refere à criação os autores registram que:

É fato que os integrantes do Grupo Mineiro de Moda fugiam da moda folclórica como o diabo foge da cruz. Já a partir de meados da década de 1980, as pesquisas criativas que faziam não buscavam as entranhas de Minas, mas, sim, o exterior, em viagens à Europa, aos Estados Unidos e ao Japão [...]. Reconhecidamente industriais e urbanas, as criações do Grupo Mineiro ficaram, segundo Renato Loureiro, no meio termo: ‘Não éramos tão *avant-gard* como o pessoal do Rio, nem tão clássicos como os de São Paulo’³⁸. De qualquer modo, o grupo perseguiu as estéticas que marcaram o período, olhando sempre para cima, querendo atingir a *crème de la crème* da clientela (PRADO e BRAGA, 2011, p. 499).

O contexto econômico da década de 1990 afetaria o Grupo Mineiro de Moda, bem como o resto do mercado, devido à abertura do mercado brasileiro à importação, no governo Collor de Melo. O grupo deixou de promover desfiles por três anos e resurgiu para o último desfile, em 1994, realizado na Igreja São Francisco de Assis, em Ouro Preto. “Caso foi que cada empresa tomou um rumo distinto: umas cresceram, outras optaram por ser pequenas mesmo, outras resolveram virar ateliês de arte” (PRADO e BRAGA, 2011, p. 501).

Outras marcas e estilistas surgiram após a “abertura dos caminhos” pelo Grupo Mineiro de Moda. Marcas como a Vide Bula e Divina Decadência surgiram e, conforme registram os autores, tais marcas atingiram portes maiores e se destacaram na moda brasileira na década de 1990 (PRADO e BRAGA, 2011, p.502), como pode ser observado no seguinte trecho:

[...] Até porque, antes do GMM, ‘a tradição de Minas em moda era zero. Quando começamos, o parque industrial não existia. Foi a partir do grupo que a moda começou a existir’³⁹, admitiu Terezinha Santos. Mas esse era (pode-se afirmar) um percurso já determinado pelo desenvolvimento econômico que vinha ocorrendo na própria indústria da confecção no estado (assim como o resto do país): ao final da década de 1980, Minas

³⁸ Depoimento ao projeto HMB gravado em junho de 2010.

³⁹ O Brasil na Moda, vol. 1, edição de Paulo Borges e João Carrascosa; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

Gerais contava com ‘mais de 7 mil confecções, entre informais e cadastrais (somando essas últimas cerca de 5 mil), das quais 70% estavam instaladas na capital’⁴⁰. Assim, era mesmo inevitável que ‘Belo Horizonte, de repente, entrasse na rota dos editores de moda e, em consequência, dos compradores’⁴¹ (PRADO e BRAGA, 2011, p.502).

O Grupo Mineiro de Moda, além de mostrar Belo Horizonte para o resto do país, incentivou o aparecimento de novos estilistas e confecções num contexto econômico-conjuntural favorável. Com o surgimento do Grupo, pode-se dizer que uma moda, genuinamente criada em território mineiro, modificou e influenciou a trajetória deste setor em Belo Horizonte. A partir daí, olhares foram atraídos para a moda confeccionada na cidade e territórios de moda emergiram na capital.

De acordo com informações do *site* Belo Horizonte⁴², a capital mineira tornou-se referência nacional na produção de moda. Alguns bairros, da cidade, então, tornaram-se destaques neste setor econômico, como os bairros Lourdes, Barro Preto e bairro Prado, sendo estes dois últimos tradicionalmente reconhecidos pelas vendas no atacado.

Segundo este mesmo *site* o Barro Preto é um dos bairros mais antigos da cidade e atrai para as lojas de pronta-entrega (de varejo e atacado) compradores de todo o país. Já o bairro de Lourdes, o qual possui o metro quadrado mais valorizado da capital, foi fundado na década de 1930 com a finalidade de receber as famílias mais ricas da cidade. O bairro abriga lojas que comercializam marcas nacionais e internacionais, além de cafés e restaurantes sofisticados. De acordo com o mesmo *site*, casarões do bairro foram ocupados por “lojas requintadas” voltadas para os públicos das classes A e B.

O bairro Prado, por sua vez, passou a abrigar várias confecções de moda. Localizado na porção oeste da capital, o bairro teve origem com a fundação da capital. A Rua Platina, uma das principais vias do bairro, constituiu-se de início, uma via de acesso por onde transitavam carroças que transportavam materiais para a construção da cidade. De acordo com informações do *site* da Prefeitura de Belo Horizonte⁴³ o nome do bairro se deu por influência do primeiro hipódromo de Belo Horizonte, o “Prado Mineiro”, inaugurado

⁴⁰ Moda em Minas, reportagem de Laurista Farias; *In*: Revista Etiqueta, ano IX, número 69; Direkta Editora. São Paulo, SP, maio-junho de 1987.

⁴¹ O Brasil na Moda, vol. 1, edição de Paulo Borges e João Carrascosa; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

⁴² Informações extraídas do site: Belo Horizonte – MG. gov. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/compras/polo-da-moda> Acesso em: 29/05/2016.

⁴³ Prefeitura de Belo Horizonte. Disponível em: http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=historia&lang=pt_BR&pg=5780&tax=14378

em 1909. Neste local a sociedade da época se encontrava para assistir às corridas de cavalos, comuns naquela época.

De acordo com as informações disponíveis neste *site* existem no bairro casas que ainda mantêm quintais e jardins, o que indica características de um bairro tipicamente residencial. Apesar disso, o Prado contempla inúmeros serviços como restaurantes e agências bancárias. O site da Prefeitura de Belo Horizonte destaca que no campo dos negócios, a indústria das confecções é a atividade que mais se desenvolve no Prado. Essas confecções têm se destacado pela oferta de produtos que levam em consideração o acabamento e o atendimento personalizado. Ademais, estão entre os segmentos que mais geram empregos no estado. Segundo informações extraídas do *site* Belo Horizonte, uma característica do bairro é que muitas destas confecções instalaram-se em antigas residências, as quais, atualmente, são utilizadas como fábricas ou ateliês para os estilistas. A Imagem 6 apresenta um exemplo de como as confecções estão dispostas pelo bairro entre as casas e prédios:

Imagem 6 – Confecção *versus* residências no bairro Prado



Fonte: Acervo de Pesquisa; bairro Prado, 2015.

De acordo com a Imagem 6, observa-se a utilização de um imóvel que, supostamente, foi uma residência e agora passa a abrigar uma confecção. Há ainda a presença de outros imóveis, aparentemente residenciais, bem como os prédios de pequeno porte. Ademais, o bairro Prado é alvo de políticas públicas que privilegiam a atividade econômica relacionada à moda aí presente. Tendo em vista algumas das características pelas quais podem ser determinadas as Áreas de Diretrizes Especiais - ADE em agosto de 2011 acrescenta-se ao texto legal o parágrafo único da expansão da ADE Polo de Moda, incluindo aí ruas do bairro Prado⁴⁴. Nota-se, então, a materialização da intenção governamental em desenvolver economicamente essa área, com características específicas, relacionadas a tal atividade produtiva.

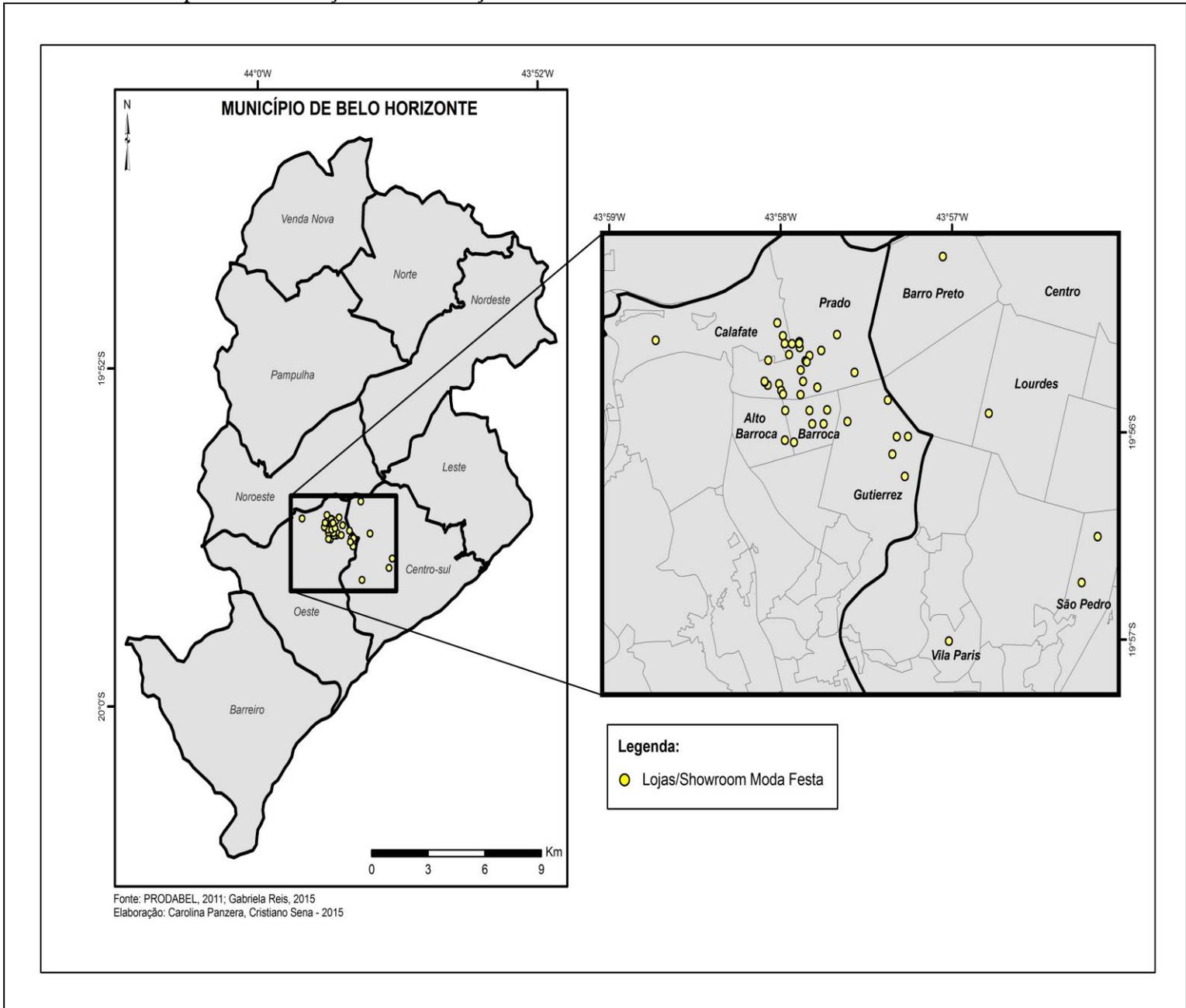
Neste contexto, a moda festa, destaca-se no cenário de moda mineiro. No presente trabalho a moda festa será considerada como uma roupa confeccionada especificamente para as mulheres e que apresenta bordados em sua composição. São trajes destinados a eventos como casamentos, formaturas, festas de debutantes e ocasiões que, em geral, solicitam o traje a rigor, formal e de festas. Para esta pesquisa, o traje de festa, essencialmente, contém bordados em sua composição. Com o objetivo de observar sobre a dimensão das confecções de moda festa no bairro Prado considerou-se relevante mapear as confecções de moda festa localizadas neste bairro, como pode ser observado a seguir no Mapa 1:

⁴⁴ De acordo com informações do *site* da Câmara Municipal de Belo Horizonte: “Devem-se fixar diretrizes especiais para áreas que, por suas características específicas, demandem políticas de intervenção e parâmetros urbanísticos e fiscais diferenciados – a serem estabelecidos em lei –, os quais devem ser sobrepostos aos do zoneamento e sobre eles preponderantes, tais como: I – proteção do patrimônio cultural e da paisagem urbana; II – proteção de bacias hidrográficas; III – incentivo ou restrição a usos; IV – revitalização de áreas degradadas ou estagnadas; V – incremento ao desenvolvimento econômico; VI – implantação de projetos viários.”.

Câmara Municipal de Belo Horizonte: Disponível em:

<<http://www.cmbh.mg.gov.br/images/stories/secren/novembro07/PL1532-07-instrucao0001.pdf>> Acesso em: 29/05/2016.

Mapa 1: Distribuição das confecções de moda festa em Belo Horizonte



Fonte: PRODABEL 2011; Gabriela Reis, dados de pesquisa, 2015⁴⁵
Elaboração: Carolina Panzera, Cristiano Sena, 2015.

Através do Mapa 1 é possível perceber que grande parte das marcas do segmento moda festa, indicada nos *sites*, está localizada no bairro Prado. Apesar disto, há ocorrências desse segmento também em outros bairros como: Lourdes, São Pedro, Vila Paris, Guitierrez, Barro Preto, Alto Barroca, Barroca e Calafate. Observa-se também que o

⁴⁵ Mapa desenvolvido através da indicação da localização no programa *Google Earth* das confecções de moda festa informadas nos três *sites*: Moda Minas, Guia da Moda Mineira e Moda Minas BH.

bairro (além de concentrar a maioria dos *showrooms*) assume relevância no cenário de moda belo-horizontino, na medida em que atrai lojistas de outras cidades e estados para realizarem compras nos *showrooms* aí localizados. Isto, por sua vez, movimentando diversos outros tipos serviços como os meios de transportes, os serviços de alimentação e hospedagem impulsionando também, a atividade turística voltada para a realização de negócios.

Ainda com base na análise do Mapa I, nota-se que a localização de outras marcas de moda festa acontece em bairros próximos ao Prado como o Alto Barroca, Barroca e Gutierrez. Tal proximidade pode ser atribuída ao fato de o Prado concentrar grande parte destes *showrooms*. Localizar-se, então, próximo a este bairro pode, além de facilitar o trânsito entre diferentes marcas, proporcionar maior visibilidade perante o público lojista consumidor.

Por outro lado, a moda confeccionada em Belo Horizonte também conta com incentivos que estimulam, fomentam, fortalecem e promovem a moda para além da metrópole mineira. Um dos exemplos é o evento *Minas Trend Preview*. Se o Rio de Janeiro apresenta o *Fashion Rio*, São Paulo a *São Paulo Fashion Week*, Belo Horizonte apresenta o *Minas Trend Preview*. O *Minas Trend*⁴⁶ é um evento criado com a finalidade de impulsionar as vendas da indústria de moda mineira. É um dos principais eventos de pré-lançamento introduzindo Minas Gerais no calendário de moda nacional. De acordo com informações concedidas em entrevista pela representante do Sindinvest-MG, o sindicato acredita que o *Minas Trend Preview* “foi um grande incentivador e fomentador da moda mineira” e, atualmente, o evento é considerado “o melhor evento de negócios do Brasil”.

Segundo informações disponíveis no site da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG, no que se refere ao produto de moda apresentado durante o evento, o informações contidas no *site* pontuam que:

A qualidade, adequação às tendências e design diferenciado são características que tornam o mix de produtos apresentado no salão de negócios uma referência para compradores e lojistas que buscam maior competitividade de mercado. [...] A compradora uruguaia [...], proprietária de lojas em Montevidéu e Punta del Leste, focou seus interesses na área de acessórios e derrete-se em elogios aos produtos aqui encontrados. “Design, apresentação, atendimento em nível internacional”. A lojista também se entusiasma quando questionada sobre a aceitação dos artigos brasileiros no

⁴⁶ Informações extraídas do site *Minas Trend*. Disponível em: <http://www.minastrend.com.br/o-evento/>. Acesso: 23/04/2014.

exterior. “É muito bem aceito. As cores, as misturas de texturas e as gamas de pedrarias carregam o charme do Brasil” [...] compradora do site Privalia, visita a feira pela 2ª vez considerando-a “mais confortável, mais bonita e com maior volume de negócios”. Segundo a compradora, “a feira proporciona uma experiência mais gostosa” e destaca o atendimento personalizado que recebe. “Aqui você conhece o estilista, o designer, é uma venda mais consultiva e com menos tempo você consegue um maior volume de compras”, finaliza (MINAS TREND, 2014).

De acordo com a representante do Sindinvest- MG, o *Minas Trend* surgiu a partir de uma demanda do setor, cuja solicitação foi de que a FIEMG realizasse um evento em Belo Horizonte. Assim, surge o Salão de Negócios, o qual começou com a presença majoritária de marcas mineiras. Atualmente, as marcas de Belo Horizonte são a maioria presente no salão, mas há também aquelas provenientes do interior do estado e de outras localidades do país. O entrevistado ainda acredita que, no âmbito do evento, 40% das empresas presentes são do segmento moda festa, demonstrando, novamente a representatividade desse segmento em Belo Horizonte. O entrevistado pontua ainda que a moda festa mineira é muito procurada, é o segmento de moda mais vendido em Belo Horizonte. Complementa ainda registrando que as marcas mineiras de moda festa têm se destacado neste cenário, bem como aquelas que possuem um tempo maior de atuação no mercado.

Observa-se, então, o interesse em fomentar a moda confeccionada em Belo Horizonte, seja através da realização de eventos que favorecem a geração de negócios, movimentando a economia local, ou a partir do incentivo de políticas públicas direcionadas à moda. O evento *Minas Trend Preview* é uma forma através da qual o setor de moda de Belo Horizonte, e também do estado, se manifesta. Os incentivos ao setor demonstram o interesse em tornar, cada vez mais, a moda mineira reconhecida no cenário nacional. O bairro Prado, por sua vez, nasce juntamente com a capital mineira e integra parte da história dessa cidade e, nos últimos anos passou a concentrar as confecções de moda cuja criação das peças ocorrem nas antigas residências do bairro. A trajetória da moda belo-horizontina indica a busca pela criação de uma moda genuinamente mineira. Neste cenário, destaca-se a moda festa criada neste recorte territorial.

Confeccionada em território mineiro, a história da moda belo-horizontina sugere o desejo de se criar uma moda que “nasce” em terras mineiras. No decorrer dessa trajetória a moda festa emerge como um dos segmentos de moda mais atrativos no recorte territorial de Belo Horizonte. Considerando o território como *lócus* de manifestações

culturais e a trajetória da moda em Belo Horizonte, pode-se dizer que a moda festa mineira pode apresentar características típicas, as quais remetem diretamente ao reconhecimento deste segmento.

Como mencionado anteriormente, destaca-se o bordado presente no traje típico de festa, muito utilizado pelas confecções de Belo Horizonte. Compreender como ocorre o processo de criação/confecção da moda festa, através da perspectiva do estilista, pode indicar os elementos que expliquem a escolha pelo emprego do bordado e o destaque este segmento tem alcançado.

4. MODA FESTA EM BELO HORIZONTE: DO BARROCO AO BORDADO, CRIAÇÕES QUE BRILHAM!

4.1 Moda e cultura: combinam?

Os bordados nos trajes adquirem importância, sobretudo, para as roupas de festa. Esta vestimenta, por sua vez, assumiu ao longo dos anos papel de destaque por apresentar características especiais, as quais a diferenciam do traje do dia e das vestes usuais cotidianas. O traje de festa é elegante, é a roupa refinada, elaborada especialmente para as ocasiões festivas. Pode expressar, neste caso, o desejo da mulher, de se vestir de forma impecável, na medida em que almeja usar uma roupa que carregue “algo a mais”, detalhes e características especiais. Este “algo a mais” pode ser oferecido pela aplicação dos bordados. Os trajes de moda festa confeccionados e comercializados no contexto do recorte territorial de Belo Horizonte apresentam-se repletos de bordados.

Entendendo o território como um espaço apropriado por sujeitos que ali se organizam, estabelecem vínculos, produzem significados e constroem uma história sobre o mesmo, o território torna-se o *locus* de manifestações culturais. Considerando, então, a moda festa produzida na capital mineira procurou-se, neste momento, verificar se existem aspectos da cultura mineira expressos na moda festa produzida nesta cidade.

A criação das peças de moda festa alude ao aspecto subjetivo do sujeito que cria, neste caso: o estilista. Essa subjetividade pode ser representada pelas crenças, valores, saberes, conhecimentos e pela apreensão do contexto cultural em que o estilista está inserido. Tais elementos devem ser aliados ao estilo próprio da confecção durante o processo criativo. Dessa forma, o contexto histórico-cultural pode influenciar na percepção de mundo dos indivíduos. Nessa perspectiva, verificou-se como ocorrem os processos criativo e de confecção no âmbito das confecções de moda festa mineiras através do olhar dos estilistas.

O processo criativo aqui é entendido como a etapa onde as peças são concebidas e desenhadas pelo estilista e/ou a equipe de estilo (a qual pode conter mais de um estilista). Em seguida, as peças são confeccionadas resultando, como produto final, a coleção da estação e a sua divulgação. Assim, procurou-se verificar como o bordado aparece, de que maneira e porque é utilizado.

No contexto das confecções de moda festa, cujas entrevistas foram realizadas, todos os cinco estilistas são mineiros, sendo dois deles naturais de cidades do interior do

estado de Minas Gerais (Teófilo Otoni e Perdões). Todos também acreditam que a moda é capaz de expressar aspectos de uma cultura. Quatro deles, inclusive, relacionam que tal expressão pode ocorrer durante o processo de criação e de confecção das vestimentas.

No contexto do recorte territorial de Belo Horizonte, de acordo com a maioria dos entrevistados, a moda festa aqui confeccionada se destaca no cenário nacional. Ressaltam a grande procura, em Belo Horizonte, por este estilo de moda específico e a valorização dada pelos clientes à moda festa mineira. Os estilistas entrevistados percebem, de maneira geral, essa moda festa como “diferenciada”, “elaborada”, “bem acabada”, “bem feita”. Destacam o bordado, o trabalho manual e artesanal realizado, sobretudo, pelas bordadeiras. Dois entrevistados, inclusive, atribuem à presença dos bordados ao estilo barroco e, um deles, cita as igrejas e os monumentos barrocos presentes nas cidades do entorno da capital. Citam ainda, e conferem à moda mineira, características que compõem o estilo barroco como: rebuscado, requintado e rico em ornamentos. Dois deles ressaltam que os mineiros gostam de se vestir de forma “arrumada” e que não “sabem” ir a uma festa trajando roupas “simples”.

Sendo assim e, considerando o estilista como elemento fundamental no processo criativo das peças, conhecer a origem teve a finalidade de verificar se os mesmos se identificam como parte integrante da cultura mineira, pois, nascido em território mineiro, o sujeito poderia, ao longo de sua vida ter absorvido/recebido referências no que diz respeito à cultura regional.

No que se refere à percepção dos entrevistados quanto ao o que é ser mineiro, observou-se que os mesmos percebem o mineiro como “desconfiado” e como aquele que se comporta de forma discreta, além de ser cauteloso naquilo que faz. Acreditam também que o mineiro remete à ideia de um povo interiorano, da cidade do interior, da roça, próximo a natureza, rodeado pelas “montanhas”, o que por sua vez, atribui certo “mistério” a este povo. Assim, em Minas, nada seria encontrado com facilidade. Um dos entrevistados considera também que os belo-horizontinos são “um povo acolhedor”.

Dessa forma, pode-se observar, através das falas dos entrevistados, a assimilação com características que compõem a identidade regional mineira, a mineiridade, como: o “ser desconfiado”, “trabalhar em silêncio”, o mineiro como tido o “caipira” e como “povo hospitaleiro”. Tais atributos seriam provenientes do contexto colonial e da intensa atividade mineratória que ocorria outrora. Essas características (“trabalhar em

silêncio” e “ser desconfiado”) podem remeter à introspecção, à cautela e ao cuidado. Pode-se dizer que tais características podem ser expressas na confecção da moda festa na medida em que os estilistas percebem a moda, fabricada em Belo Horizonte, como “bem acabada” e “bem feita”. O cuidado e a cautela podem ser exteriorizados no ato de confecção dessas peças resultando na boa qualidade e no primor dos acabamentos. Os desdobramentos dessas características da mineiridade podem ser expressos, também, pelo trabalho artesanal e cuidadoso dos bordados desenvolvido na moda festa.

A cultura mineira, por sua vez, é percebida pela maior parte dos entrevistados como “diversa” e “rica”. Nas falas dos estilistas os mesmos atribuem essa riqueza às cidades históricas e às suas construções. Destacam também a reunião das diversas culturas em território mineiro, como os costumes e crenças dos escravos, bem como o artesanato e a influência da religiosidade. Um dos entrevistados se refere ao aspecto interiorano do mineiro e o relaciona com a culinária, citando o “pão de queijo”, tradicional alimento consumido no contexto territorial de Minas Gerais.

Nessa perspectiva, todos os entrevistados consideram-se mineiros devido ao apreço e a identificação com aspectos da cultura mineira como: a diversidade desta cultura (seja pela combinação das crenças religiosas, das festa religiosas, ou pela mistura dos povos que habitaram o território de Minas ao longo dos anos); a referência à culinária e a sociabilidade que é gerada em torno do alimento; o artesanato local e tudo aquilo que é feito a mão; ao aspecto fisiográfico alusivo às serras presentes na paisagem de Belo Horizonte e de seu entorno.

Percebe-se então a menção a elementos da cultura mineira como a presente religiosidade na sociedade, a qual permeia, desde o século XVIII, a história da formação territorial e cultural de Minas Gerais, como visto no capítulo dois deste trabalho. Naquela época, a igreja possuía papel fundamental na sociabilidade dos indivíduos e as construções das igrejas barrocas são, também, a materialização dessa religiosidade. Tais aspectos ainda se fazem presentes no contexto territorial mineiro, sobretudo, no entorno de Belo Horizonte pelas festas religiosas e pelas construções barrocas. No que se refere à alimentação, os quintais de outrora e os alimentos típicos produzidos nestes locais tinham papel fundamental na economia e na sociabilidade dos indivíduos. Nota-se então, que os alimentos típicos mineiros são ainda motivo de reuniões e encontros sociais como antigamente, principalmente em Belo Horizonte, em que os bares são locais de encontro e

de degustação da culinária típica mineira. Observa-se então, através das falas dos estilistas, a identificação dos mesmos com aspectos da cultura regional mineira.

No âmbito das confecções de moda festa, o processo criativo se torna atividade essencial e rotineira para os estilistas de uma confecção de moda. Para eleger as confecções de moda festa em que este processo poderia ser identificado, através de entrevistas, cinco critérios de avaliação foram elencados, conforme explicitado anteriormente. Com a finalidade de sintetizar essas informações e proporcionar uma visão geral referente às oito confecções (em que não houve entrevistas), a Tabela 1 foi elaborada, explicitando o atendimento aos critérios, a partir das informações disponíveis nos *sites* de cada confecção, como pode ser observado a seguir:

Tabela 1 – Confeccões: análise a partir de dados secundários

Confeccão	Critérios de análise				
	Apresenta algum tipo de bordado	Utiliza veículos de comunicação; associação com blogueiras, artistas e/ou apresentadoras de TV.	Bairro	História da marca/fatos que contam a história da marca.	Tempo de existência
Confeccão A	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais, blogueiras, atrizes; revistas)	Não atende (São Pedro)	Atende	Atende (1990)
Confeccão B	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais, blogueiras, atrizes; revistas)	Atende	Atende	Não atende (2013)
Confeccão C	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais e revistas)	Atende	Atende	Atende (aproximadamente há oito anos)
Confeccão D	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais e revistas)	Atende	Não atende	Atende (há 23 anos no mercado)
Confeccão E	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais e blogueiras)	Atende	Não atende	Não identificado
Confeccão F	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais e blogueiras)	Não atende (Vila Paris)	Não atende	Não atende (2013)
Confeccão G	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais, revistas, participação em novela da Rede Globo)	Atende	Atende	Atende (1991)
Confeccão H	Atende (pedrarias)	Atende (redes sociais, blogueiras, atrizes; revistas)	Não atende (Lourdes)	Atende	Atende (1998)

Fonte: Elaboração própria, dados de pesquisa, 2016.

Segundo os dados da Tabela 1, observa-se que todas as confecções apresentam algum tipo de bordado nas peças que confeccionam, bem como é comum a todas elas a utilização de veículos de comunicação, redes sociais e/ou a associação com blogueiras/artistas/apresentadoras de TV. Observa-se ainda que a maioria das confecções da Tabela 1 localiza-se no bairro Prado e apresentam tempo considerável de existência no mercado de moda no recorte territorial de Belo Horizonte. Portanto, todas as confecções listadas acima atendem, fundamentalmente, aos dois primeiros critérios, considerados essenciais para a escolha das mesmas.

Como visto anteriormente, e como pode ser observado no Mapa 1, existe uma concentração de confecções de moda festa no bairro Prado. Posto isso, perguntamos aos estilistas os motivos pelos quais a confecção foi instalada ali. Três entrevistados (cujas confecções ou o *showroom* localizam-se no Prado) informaram que isto ocorreu devido à concentração já existente de outras confecções neste bairro. Dois deles informaram que, anteriormente, o bairro Barro Preto abrigava muitas confecções, porém, este bairro tornou-se “popular” e as confecções ali instaladas passaram a comercializar peças a varejo. Assim, o Prado começou a receber as confecções que comercializavam roupas somente no atacado, bem como, a abrigar as confecções “mais selecionadas”, o oposto daquelas consideradas “populares”. Dessa forma, a concentração de confecções que começou a ocorrer atraiu outras confecções ao longo dos anos, tornando o bairro uma referência em moda nos dias atuais. As confecções de moda festa também seguiram este fluxo como pôde ser visto no Mapa 1. Conforme a Tabela 1, as confecções cujas análises foram realizadas através dos *sites*, grande parte delas está situada no bairro Prado.

Localizar-se em um bairro como o Prado, o qual apresenta características residências e prédios de pequeno porte, pode reportar a essas confecções aspectos familiares ou àquilo que é “privativo”, “exclusivo”. Portanto, faz alusão ao que é “característico” e “original”, “próprio” e “distinto”, ou seja, pode-se dizer que, localizar-se em um bairro residencial atribui às confecções aspecto mais “intimista”. Apesar de o Prado localizar-se próximo a duas grandes vias de acesso da capital (Avenida Amazonas e Avenida do Contorno) e de haver um intenso movimento gerado pelas confecções ali instaladas, o ambiente residencial no entorno das confecções pode proporcionar impressões/percepções diferentes daquelas quando se visita um centro comercial ou um

shopping, por exemplo. De maneira geral, as confecções de moda festa em Belo Horizonte estão localizadas em bairros.

A concentração dessas confecções no Prado ocorreu, também, devido a fatores relacionados ao mercado das confecções, de acordo com as informações dos estilistas. Todavia, as confecções continuam a se instalar nesse bairro como é o caso da confecção *B* que existe há três anos. Pode-se dizer que a escolha por este bairro, além da concentração ali existente, remete à concepção sobre o mineiro como povo “reservado” e “desconfiado”, por exemplo. Sendo, os mineiros, um povo em que tais características lhe são atribuídas, isso poderia ser expresso, também, na organização dessas confecções neste bairro e na escolha pela instalação das mesmas em antigas residências. O bairro, que ainda apresenta características residenciais, pode ser visto como “aconchegante”, mas também, de certa forma, “escondido”, se comparado a centros, galerias comerciais ou *shoppings*, os quais se instalam em locais estratégicos e de grande circulação, por exemplo.

No que se refere à estrutura das confecções cujos estilistas foram entrevistados, a maioria delas possui a fábrica e o *showroom* no mesmo local. Nas outras confecções, o *showroom* e a fábrica apresentam endereços diferentes. No contexto das confecções 1 (bairro Barroca), 3 (bairro Prado) e 4 (São Pedro) a fábrica e o *showroom* localizam-se no mesmo local. A confecção 2, por sua vez, o *showroom* e a fábrica estão em endereços distintos, porém, no mesmo bairro (Prado). No contexto da confecção 5, a fábrica e *showroom* localizam-se em locais distintos, sendo a primeira no Barro Preto e o segundo no Prado. Observa-se então, que a maioria das confecções concentra a estrutura no bairro Prado ou, parte dela. As imagens 7 e 8, registradas durante entrevista com estilista da confecção 1, exemplificam com são as fábricas e os *showrooms* de uma confecção de moda festa:

Imagem 7 – Fábrica da Confecção 1



Fonte: dados de pesquisa, 2016.

Imagem 8 – *Showroom* da Confecção 1



Fonte: dados de pesquisa, 2016.

De acordo com as informações obtidas pelas entrevistas e como pode ser observado na Imagem 8, o *showroom* funciona como mostruário das peças que compõem uma coleção. Neste espaço, o lojista escolhe as peças que deseja comprar (atacado), organiza o seu pedido (por modelos, tamanho e quantidade) e, se houver disponibilidade das peças, o lojista deixa o *showroom* com as peças em mãos. Caso não haja disponibilidade imediata, as roupas são enviadas posteriormente.

No contexto das confecções em que não houve entrevistas, de acordo as informações dos respectivos *sites* ressalta-se que algumas delas possuem loja física e *showroom*. Especificamente, a confecção *H* possui loja física, porém o *showroom* e a fábrica estão localizados em um bairro próximo ao Prado, no Calafate. De acordo com o Mapa 1 é possível verificar a proximidade destes dois bairros e a concentração de outros *showrooms* no Calafate.

Todas as confecções trabalham com a moda festa como principal estilo de roupa, mas não exclusivamente. Entre os outros estilos confeccionados estão: a linha casual, o casual *chic* ou a linha coquetel⁴⁷. O movimento das coleções nas confecções se pauta, para a maioria delas, pelas datas do *Minas Trend Preview*. As confecções cujos estilistas foram entrevistados, um deles ressalta o tempo curto entre uma coleção e outra, o que por sua vez afeta (de forma desfavorável) o processo criativo e de produção das peças, pois, como destaca um deles, “o tempo está cada vez mais acelerado”.

Todos os estilistas entrevistados, à exceção de um (pois não soube dizer) informam que membros da família integram a equipe de trabalho da confecção. Três deles, inclusive, definiram as confecções como “empresas familiares”. Assim, essas confecções nascem a partir de uma história específica, de um fato curioso ou devido à tradição sobre um ofício específico, como a tradição na fabricação de estampas exclusivas, por exemplo. Um fato curioso à uma dessas confecções, é que o nome dado ao empreendimento corresponde à junção das duas primeiras sílabas dos nomes das sócias e fundadoras.

Com relação à história das confecções da Tabela 1, uma delas teve início a partir de um sonho, o qual foi interpretado pela sua fundadora como um “sinal” para dar

⁴⁷ A linha casual corresponde a roupas utilizadas em eventos durante o dia ou, até mesmo, para o dia-a-dia. A linha casual *chic* também são roupas utilizadas em eventos durante o dia, para o dia-a-dia e para o trabalho (dependendo do modelo), porém são, de certa forma, mais elegantes. A linha coquetel pode ser destinada a eventos sociais um pouco mais formais, mas que não aqueles que chegam a exigir o traje de festa.

início à criação das roupas. A artista plástica (cuja obra é a criação de vitrais) fundou esta confecção. Um trecho desta história pode ser observado a seguir:

[...] a fundadora [...] é uma artista plástica que, há 25 anos, teve um sonho que serviu de inspiração para a mudança que tanto desejava. Enquanto dormia, ela vislumbrou uma mulher vestida de branco, que apontava para um cabideiro no qual os seus vitrais estavam dispostos. Depois dessa visão, a mineira entendeu que sua arte servia não somente para adornar, mas também para vestir. A partir daí [...] materializou a ideia e alinhou a beleza de seus vitrais às peças do vestuário feminino com aplicações e estampas exclusivas que remetiam à técnica que dominava⁴⁸.

Atualmente, as filhas da artista plástica herdaram a criação das peças. Observa-se então, o nascimento da criação de moda festa proveniente de um contexto artístico, da elaboração de vitrais e, portanto, propício para a criação. Assim, nota-se a expressão de uma arte em forma de vestuário, o que atribui originalidade e particularidade a essas peças. Como pontuado anteriormente, Minas Gerais e Belo Horizonte destacaram-se como territórios cujas manifestações artístico-culturais foram expressivas. Foi ressaltado, inclusive, a qualidade da mão de obra existente no período colonial, bem como a manifestação cultural das artes eruditas em território mineiro.

Já a confecção *C* da Tabela 1, por exemplo, surge do sonho de sua fundadora. A proprietária, e também estilista, entrou no mercado devido ao grande interesse pela moda, pela experiência e conhecimento dos processos que integram a criação e a produção de moda. A proprietária optou pelo segmento moda festa com intuito de vestir a mulher para ocasiões especiais. Destaca-se, no contexto desta confecção, a criação de uma moda voltada para a mulher, com a finalidade de que as mesmas se sintam “especiais” através da utilização de um traje de festa elaborado, sobretudo, com riqueza de detalhes e ornamentos.

A confecção *H* é considerada no cenário nacional como tradicional marca de moda festa que se destaca pelo trabalho feito à mão, pela modelagem e acabamento. Atualmente, as respectivas proprietárias atuam, diretamente com uma equipe de profissionais, inclusive, com a estilista. A confecção *G*, por sua vez, informa que também é referência nacional em moda festa, sendo reconhecida pela “exuberância de suas peças”. O nome dado à confecção é de origem italiana, remete à noção de “tudo” e “toda” e expressa o objetivo da confecção: “criações completas e irretocáveis para grandes eventos.”. Pontuam, ainda, que o nome (feminino) remete ao compromisso com as mulheres de

⁴⁸ Informações extraídas do site da confecção *A*, Tabela 1.

realizar os sonhos das mesmas. Atualmente as filhas da proprietária assumem cargos nesta confecção.

Destaca-se que grande parte das confecções foi fundada por mulheres, as quais ainda gerenciam estes empreendimentos. Isso se repete na sucessão dessas proprietárias, em que muitas vezes é(são) a(s) filha(s) que assume o cargo da mãe ou outros cargos na confecção. A mulher, então, adquire importante papel no contexto das confecções de moda festa na medida em que idealizam tais empreendimentos e são a inspiração para a criação das peças. Ressalta-se a transmissão de saberes e de um ofício entre as gerações destas famílias, cujas filhas assumem cargos no contexto destas confecções no recorte territorial de Belo Horizonte.

De acordo com as discussões sobre a cultura e o território, a transmissão da cultura ocorre ainda no contexto familiar. No caso da moda festa e das confecções da capital mineira, nota-se que a maioria das confecções aqui selecionadas são empresas familiares pois, membros da família atuam ou na criação e confecção das peças ou assumem cargos administrativos. Destaca-se também, a presença majoritária das mulheres neste contexto, seja como fundadoras dessas confecções ou como estilistas de moda festa. Ainda no século XVIII, as mulheres assumiam as rédeas das suas vidas, comandavam fazendas e comércios em um período em que as atividades das mesmas se restringiam aos afazeres do lar e ao zelo pela reputação. Desde o período colonial, a mulher mineira assume o protagonismo de sua vida sendo capaz de materializar seus desejos, inclusive, através da moda. No recorte territorial de Belo Horizonte é a mulher mineira, que reside na capital mineira, quem produz, usufrui e dá continuidade à moda festa produzida pelas confecções.

4.2 A moda festa em Belo Horizonte: pelas mãos de quem cria

Neste momento da pesquisa, procurou-se, especificamente, analisar como ocorre o processo de confecção e criação das peças. Mesmo diante das referências de identificação com aspectos da cultura mineira, expressas pelos entrevistados, quando questionados sobre o fato de se sentirem mineiros e, se isso interferiria no processo de criação, dois estilistas entrevistados, afirmaram que isso não interfere no processo criativo, pois consideram, sobretudo, a mulher como inspiração e consumidora direta das peças. Em contrapartida, a maior parte dos entrevistados acredita que o fato de se sentir mineiro

interferiria, sim, no processo de criação. Apresentaram justificativas diversas para tal avaliação, sendo que as mesmas convergem no sentido de considerar que os mineiros apreciam tudo o que é bem feito e bem acabado. Dois entrevistados, inclusive, ressaltam a influência do barroco na criação das peças.

Observou-se também que as atividades dos estilistas compreendem tudo que engloba o processo criativo: desde a criação à definição final de uma peça, ou seja, acompanham todas as etapas de confecção das peças. As coleções, por sua vez, atendem a um calendário determinado, pautado, sobretudo, pelo evento *Minas Trend Prview* como já mencionado. Assim, grande parte das confecções organizam suas atividades conforme as datas do evento.

De acordo com a maioria dos entrevistados para desenvolverem uma coleção de moda da estação (primavera/verão e outono/inverno) os mesmos realizam pesquisas sobre as tendências do momento. Um dos estilistas entrevistados informa que as tendências se dividem em duas: macrotendências e microtendências, sendo, a primeira, uma resposta ao “o que o mundo está dizendo”, o que por sua vez, reflete diretamente nos modos de vestir. A segunda (as microtendências), remetem aos tecidos, ao tipo de caimento das roupas, aos materiais dos bordados, aos *shapes*, etc. Os entrevistados ressaltam que a criação é aliada às tendências de mercado, mas sempre considerando a essência da confecção. Para a maioria dos entrevistados as viagens ao exterior são as principais fontes de inspiração e de pesquisa de tendências.

No processo criativo das coleções de moda festa, o bordado emerge como um dos principais recursos de decoração dessas peças. De acordo com as informações dos entrevistados, todos informaram que utilizam bordados em pedrarias nas peças de moda festa. A maioria dos entrevistados informa que a escolha do material para a confecção dos bordados dependerá do tipo do vestido, do conjunto de peças da coleção, das cores, dos tecidos, de acordo com as tendências, etc. Estes materiais serão escolhidos durante a definição de tudo aquilo que compõe uma única peça, ou seja, da escolha do tecido, às cores e o desenho da roupa. Materiais como cristais, miçangas, vidrilhos, *strass*, canutilhos e paetês são citados e utilizados nas roupas por grande parte dos estilistas, como pode ser observado através da ilustração da Imagem 9:

Imagem 9 – Material utilizado nos bordados em pedraria



Fonte: dados de pesquisa, 2016.

A Imagem 9 exemplifica os tipos de materiais utilizados nos bordados, bem como a organização dos mesmos no contexto de uma confecção de moda festa, neste caso a Confecção 1, cujo registro foi realizado durante a entrevista com o respectivo estilista.

As aplicações dos bordados nas peças são feitas pelas bordadeiras. Todas as confecções terceirizam a produção dos bordados. A forma e o tipo de contratação das bordadeiras variam de acordo com a confecção. A maioria dos entrevistados também menciona sobre a “peça-piloto”. A “peça-piloto” é o modelo final de um vestido, ou seja, é a ideia da roupa materializada. As bordadeiras devem seguir exatamente este modelo de peça, ou seja, as medidas do modelo, o desenho dos bordados, as cores e os materiais.

Neste contexto, aliás, emergem as “chefes de produção” das costureiras, citada por um dos entrevistados. As “chefes de produção” transmitem todas as informações sobre as roupas para que as outras costureiras confeccionem os modelos, de forma padronizada, pois todos devem ter o tamanho e as medidas iguais conforme o estabelecido.

O emprego dos bordados em pedrarias aparece a partir da percepção de que este recurso é indispensável para a moda festa. Assim, é unânime entre os estilistas entrevistados, a defesa da ideia de que os bordados agregam valor às peças. A maioria pontua que seu emprego remete ao “brilho”, ao enriquecimento e valorização da peça. A Imagem 10, registrada no *showroom* da Confecção 1, exemplifica o resultado, nas roupas de moda festa, do emprego dos bordados, como pode ser observado a seguir:

Imagem 10 – Peças de moda festa com aplicação de bordados

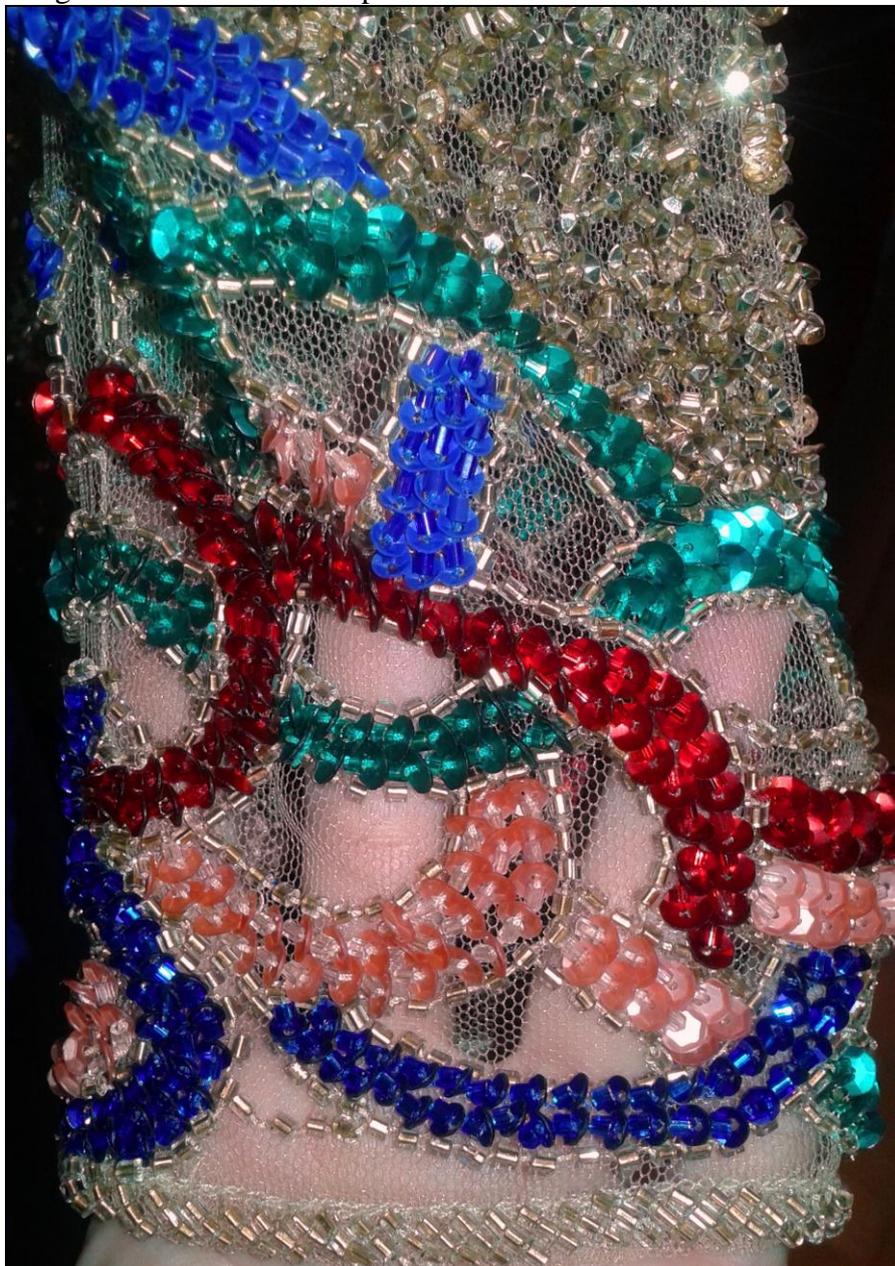


Fonte: dados de pesquisa, 2016.

Através da análise da Imagem 10 é possível observar o brilho que o emprego dos bordados confere às peças de moda festa, bem como a riqueza dos detalhes de cada

vestido. As Imagens 11 e 12, a seguir, exemplificam a minúcia dos desenhos bordados sobre os vestidos de moda festa:

Imagem 11 – Bordados em pedraria nos vestidos de moda festa



Fonte: dados de pesquisa, 2016.

Imagem 12 – Detalhe dos bordados em pedraria nos vestidos de moda festa



Fonte: dados de pesquisa, 2016.

Através das Imagens 11 e 12, nota-se os desenhos feitos pelos bordados, o trabalho manual realizado nestas peças. Os detalhes e o acabamento emergem pelas cores e pela sincronia entre os materiais, o desenho bordado e o tecido utilizado. Destaca-se, novamente, o brilho atribuído a essas peças e toda a ornamentação de uma roupa conferida pelo emprego dos bordados em pedrarias.

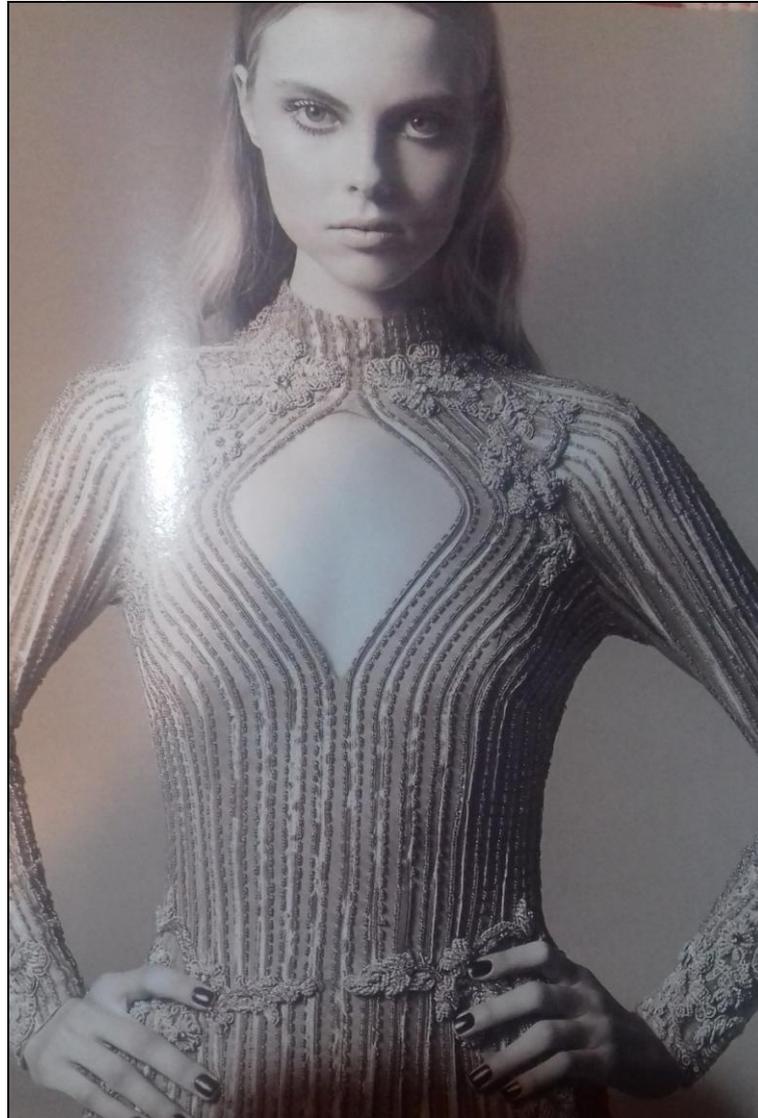
Para divulgar os modelos de moda festa produzidos nas confecções do recorte territorial de Belo Horizonte, todas as confecções estão ligadas a ações de *marketing* que almejam, sempre, maior visibilidade. Assim, a aparição em meios de comunicação e/ou as parcerias com blogueiras, atrizes e/ ou personalidades da TV constituem uma alternativa de divulgação para essas confecções.

No caso das blogueiras, a procura é recíproca: tanto as confecções procuram por elas quanto as blogueiras buscam pelas confecções. Dois estilistas entrevistados, por exemplo, reconhecem a visibilidade que elas proporcionam, bem como a mudança que elas (as blogueiras) provocaram no mercado da moda. Todas as aparições que a blogueira faz, sejam elas públicas ou através de postagens nas redes sociais e nos *blogs* são combinados entre as confecções e as mesmas. De acordo com um dos entrevistados as blogueiras fazem

tais aparições usando determinada peça de roupa, mediante cachês definidos. Um dos entrevistados informou, contudo, que a confecção optou por não trabalhar mais com blogueiras devido aos altos custos que as mesmas geram. Em contrapartida, mantém parcerias com a Rede Globo, por exemplo, cujas peças aparecem nas novelas e em atrizes. Neste caso, a busca é recíproca também.

No que se refere às confecções da Tabela 1 é também comum a utilização de veículos de comunicação, redes sociais e/ou a associação com blogueiras/artistas/apresentadoras de TV. A Imagem 13 exemplifica uso destes veículos de comunicação por uma das confecções analisadas:

Imagem 13 – Veículo de comunicação utilizado pela confecção A



Fonte: Vogue, 2015.

A Imagem 13 foi extraída de uma das mais importantes revistas de moda do mundo a *Vogue Magazine*. A Imagem 13, então, pode indicar, a intenção de ampliar a divulgação da moda festa produzida por essas confecções, utilizando-se de veículos de circulação nacional bem como a associação com a imagem de atrizes e/ou blogueiras de moda. O alcance dessas publicações pode ser ainda mais abrangente devido ao uso das redes sociais, agora também utilizado pelas mesmas atrizes (modelos dessas campanhas de moda), bem como pelas revistas de grande circulação. Observa-se ainda a presença dos bordados no vestido divulgado na revista *Vogue*.

No que se refere às blogueiras, a Imagem 14 exemplifica como funciona a página de um *blog*, neste caso o *Blog da Mariah* blogueira que, recentemente, publicou fotos nas redes sociais usando vestidos das confecções A e H.

Imagem 14 – Página inicial do *Blog da Mariah*

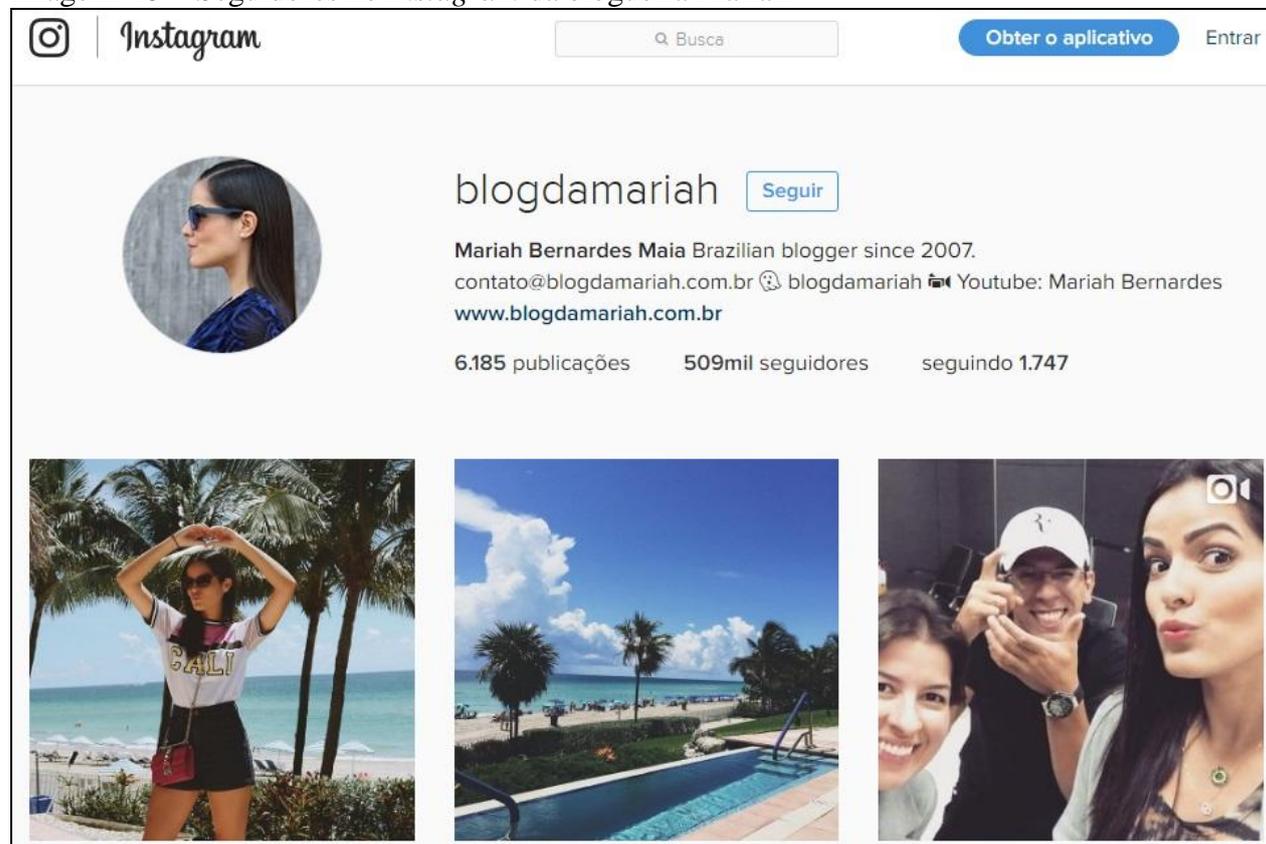


Fonte: *Blog da Mariah*⁴⁹.

⁴⁹ Disponível em: < <http://www.blogdamariah.com.br/index.php/page/1/> > Acesso em: 01/06/2016.

Nestes *blogs* as blogueiras publicam o que vestem, as marcas de todos os produtos que usam, as viagens que fazem, os eventos que participam, os locais que frequentam e, sobretudo, os *looks* do dia (o que vestem - incluindo roupas, bolsas, sapatos e acessórios), ou o que vestiram em determinado evento, por exemplo. As confecções que vestem a blogueira devem ser indicadas nas fotos. Assim, os seguidores (*followers*) podem conhecer tais confecções e adquirir as peças das mesmas, se for o caso. No aplicativo *Instagram*⁵⁰, *Mariah Bernardes* possui 509 mil seguidores, o que indica a o alcance de público das suas postagens (com os devidos créditos de publicidade nas fotos) como pode ser observado na Imagem 15:

Imagem 15 – Seguidores no *Instagram* da blogueira Mariah



Fonte: *Instagram* da blogueira Mariah⁵¹

Devido ao expressivo número de seguidores o mercado da moda identificou mais um espaço para divulgar seus produtos, aliado, à figura da blogueira, a qual aparece para o público, talvez, como indivíduos “mais acessíveis”, “mais próximos” do que artistas e modelos, por exemplo. Observa-se, então, que a associação com blogueiras de moda são

⁵⁰ Tipo de rede social onde o usuário publica as fotos que deseja.

⁵¹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/blogdamariah/> > Acesso: 01/06/2016.

uma das principais ferramentas atuais de divulgação de moda. As confecções do recorte territorial de Belo Horizonte, conforme as informações dos respectivos *sites* e dos estilistas, seguem também este movimento que emerge nas redes sociais. A partir daí, a moda festa mineira é divulgada para o mundo.

Considerações finais

Minas Gerais, assim como os outros estados brasileiros, surge através da dominação colonial que tomou o Brasil por alguns séculos e pela busca de novas fontes de exploração e riqueza. Assim, o território mineiro aos poucos é apropriado por indivíduos de diferentes origens e nacionalidades. Povos estes que, juntos, construíram as raízes da diversidade cultural que se manifesta neste território.

A presença do ouro em solo mineiro, desencadeou processos sociais, econômicos e culturais que conformaram na formação e constituição do território mineiro. O ouro, os diamantes, todo o brilho e riqueza que resvalam desses minerais são o ponto de partida da história deste estado. As manifestações e atividades que daí resultaram têm como base a extração de pedras preciosas, dos diamantes. A partir daí, não menos ricas foram as manifestações da cultura que se estabeleceram, como as manifestações artístico-culturais presentes, inclusive, no contexto da capital mineira.

O barroco, em Minas Gerais, é amplamente empregado e disseminado nas igrejas da época e nas demais construções. O emprego do dourado nas decorações dessas igrejas exemplificam toda a opulência dessas estruturas e assinalam as características deste estilo, rico em detalhes e ornamentos. O ouro extraído das terras mineiras, decora a arte desenvolvida no interior dessas igrejas. O brilho e o requinte se fazem presentes até os dias atuais e torna-se referência cultural para os mineiros.

Na contemporânea capital mineira, Belo Horizonte, a qualidade e originalidade das manifestações culturais diversas destacam-se na história da cidade e ainda ecoam na atualidade. Exemplos como a música do Clube da Esquina são referências que remetem ao contexto territorial e cultural desta cidade mineira. No que se refere à moda, tal situação não poderia ser diferente, especialmente, para a moda festa.

Entendendo o território como *lócus* de manifestações culturais e, considerando-as como elementos específicos de um contexto socioespacial e histórico particular de uma coletividade que se apropria de um território, foi possível observar que a moda festa

confeccionada em Belo Horizonte apresenta aspectos da cultura mineira. Tais aspectos podem ser expressos pelo emprego do bordado como recurso que agrega valor, bem como pela boa qualidade atribuída à essas peças, principalmente, pelo acabamento das mesmas. O uso do bordados como ornamentos nas peças de moda festa confere brilho, riqueza de detalhes e expressam o trabalho manual e metucioso feito à mão. A presença dos bordados pode ser conferida à presença do barroco e a utilização do ouro (que proporciona brilho) por este estilo artístico. O movimento barroco e o seu emprego nas construções mineiras permeiam a história da formação do território mineiro e se mostra como expressão da cultura mineira. Os estilistas mineiros, à frente da criação das confecções entrevistadas, podem ter como referência cultural e, como fonte de inspiração, o estilo barroco, encontrado, também, nas cidades históricas que contornam Belo Horizonte.

Imersos no contexto territorial e cultural mineiro e, percebendo os estilistas como parte integrante e fundamental no processo criativo, foi possível observar que os mesmos percebem-se como indivíduos que vivenciam a cultura mineira e se identificam com os elementos da mineiridade. O gosto pelo “bem feito” e pelo “requinte”, podem ser expressões da efervescência artístico-cultural presentes desde o período colonial no território mineiro. O trabalho manual e artesanal emerge, então, como resposta a este gosto e o bordado surge, novamente, como opção que oferece requinte e agrega valor às peças de moda festa, conferindo brilho e sofisticação. O trabalho feito à mão, realizado principalmente, pelas bordadeiras, expressa o bom acabamento e o esmero atribuído à moda festa mineira, o que, por sua vez, atribui boa qualidade a essas roupas.

As tendências mundiais de moda apesar de fazerem parte do processo criativo, são ajustadas ao contexto das confecções mineiras através do olhar “mineiro” dos estilistas, levando em consideração o objetivo que cada confecção possui ao fabricar uma roupa destinada às mulheres. As mulheres, por sua vez, mostraram-se protagonistas na moda festa mineira e na transmissão dos conhecimentos relacionados a este setor às suas sucessoras.

Tem-se assim, uma moda festa confeccionada no recorte territorial de Belo Horizonte, reconhecida no cenário nacional, cuja boa qualidade e “diferencial” atraem lojistas de todo o país, bem como os olhares dos meios de comunicação e das blogueiras de moda. Tal distinção, por sua vez, pode ser atribuída à presença destes aspectos culturais aqui pontuados. A presença e a permanência destes elementos da cultura mineira, conferem

à moda festa mineira características típicas que remetem à cultura e ao território mineiro, diferenciando-as das outras confecções de moda festa no contexto brasileiro.

Assim, buscar a expressão de aspectos de uma cultura regional nas atividades, organizações, comportamentos e nas diversas formas de manifestação dos sujeitos que se apropriam de um território é, também, descobrir o que está por trás da presença de elementos típicos, os quais se destacam, como o bordado no contexto da moda festa mineira. É conhecer as crenças, os valores, as tradições e as técnicas de uma coletividade sobre o contexto geográfico e histórico-cultural em que esta coletividade se insere.

A moda, além de se apresentar como um tema amplo e complexo, susceptível a inúmeras reflexões revelou-se, neste trabalho, como fonte de expressão da cultura mineira. Cultura esta que nasce a partir da busca por riquezas, pelo ouro e pedras preciosas, encontrados nas serras e rios de Minas Gerais. A moda então surge nesta pesquisa como uma das várias formas de expressão das riquezas culturais presentes no território mineiro. Tem-se assim, a confecção de uma moda festa mineira que emerge, quase que, literalmente, das “montanhas” para o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A prova, 1865. {S.l.:s.n.}

ABREU, Alice Rangel de Paiva. *Avesso da Moda: trabalho em domicílio na indústria da confecção*. Hucitec, São Paulo, SP, 1986.

BAHIA, Cláudio Lister Marques. *Belo Horizonte: uma cidade para a modernidade mineira*. Artigo apresentado no Seminário “Formas Culturais e Estéticas do Modernismo em Belo Horizonte”, realizado na Casa do Baile, Pampulha – Belo Horizonte, 2004. Publicado em *Cadernos de Arquitetura e Urbanismo*. Belo Horizonte, v. 12, n. 13, p. 185-200, dez. 2005.

BOSCHI, Caio. *O Barroco mineiro: artes e trabalho*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BOUCHER, François [1885 – 1966]. *História do Vestuário no Ocidente: das origens aos nossos dias*. Título original: *Histoire du costume em Ocident*; tradução André Telles. Nova Edição atualizada por S. H. Aufrère, Renée Davray-Piékoklek, Pascale Gorguet Ballesteros, Florence Müller, Françoise Tétart-Vittu. Ed. ampliada por Yvonne Deslandres. São Paulo: Casac Neify, 2010, 480 p.

BRANT, Fernando. *Lugar de encontro*. In: *Museu Clube da Esquina*. Guia de Belo Horizonte: roteiro Clube da Esquina. Belo Horizonte: [s. n.], 2006. p. 14.

BRAUDEL, Fernand. *Civilização Material, Economia e Capitalismo, Séculos XV - XVIII - Volume 1: As Estruturas do Cotidiano*. Tradução Telma Costa. São Paulo, Martins Fontes, 1ª edição brasileira, 1995, 541 p.

BORGES, Paulo; CARRASCOSA, João. *O Brasil na Moda*, vol. 1, edição; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

CALANCA, Daniela. *História social da Moda*. São Paulo/ Paolo Sorcinelli, organizador; Alberto Malfitano, Giampaolo Proni: colaboradores. Editora Senac; tradução de Renato Ambrósio, 2008, 214 p.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE. Projeto de Lei 1907/2011 – ADE Polo de Moda. Belo Horizonte, Agosto de 2011.

CLAVAL, Paul. *A Geografia Cultural*. Tradução de Luíz Fugazzola Pimenta e Margareth de Castro Afeche Pimenta. Florianópolis: Ed. da UFSC 3ª ed., 2007, 453 p.

- CLAVAL, Paul. *A Volta do Cultural na Geografia. Mercator - Revista de Geografia da UFC*, ano 01, número 01, 2002, p. 19-28.
- COELHO, Rafael Senra. *Dois Lados da Mesma Viagem: A Mineiridade e o Clube da Esquina*. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Letras da Universidade Federal de São João del-Rei, 2010.
- D. ROCHE, *Storia delle cose banali* (Bolonha: Clueb, 1995), p. 13.
- FARIAS, Laurista. *Moda em Minas*. In: Revista Etiqueta, ano IX, número 69; Direkta Editora. São Paulo, SP, maio-junho de 1987.
- FRIEIRO, Eduardo. *O diabo na Livraria do Cônego*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1957.
- FURTADO, Júnia Ferreira. *As mulheres nas Minas do ouro e dos diamantes*. p. 481- 504. In: *As Minas Setecentistas*, 2. Organizadores do volume Maria Efigênia Lage de Resende e Luiz Carlos Vilalta. Belo Horizonte: Autêntica; Companhia do Tempo, 2007. – (História de Minas Gerais/ coordenadora – geral da coleção Maria Efigênia Lage de Resende). Vários autores. 695 p.
- G. Puglisi, *I modi della moda*. Palermo: Sellerio, 2001.
- GHEERAEDTS, Marcus. *Margaret Layton of Rawdon, col. Visconde Rothermere*. Victoria and Albert Museum, Londres, [final de 1620].
- HAESBAERT, Rogério. *Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade*. In: HEIDRICH, A. L. et al. *A emergência da multiterritorialidade: a ressignificação da relação do humano com o Espaço*. Porto Alegre: Editora UFRGS/ ULBRA, 2008, p. 19-36.
- HOUAISS, Antônio (1915 – 1999) e Villar, Mauro de Salles (1939 -). *Dicionário Houaiss da língua portuguesa / Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar*, elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. 1.ed. – Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. 1.986 p.
- JUNQUEIRA, Isabel. Revista Vogue. n. 441. Edições Globo Condé Nast, São Paulo, 2015.
- LAFAZANI, Dora. *Appartenance culturelle et différenciation sociale dans le bassin du bas-Strymon*. Paris, Thèse Paris-Sorbonne, 1993.
- LEFEBVRE, Henri. *De l'État 4. Les contradictions de l'État moderne*. Paris, UGE, 1978. p. 25.

LEFEBVRE, H. 1986 *La Production de l'Espace*. Paris: Anthropos, (1974).

LIMA, Alceu Amoroso. *A voz de Minas (Ensaio de sociologia regional brasileira)*. São Paulo: Abril S/A Cultural, 1983.

MARTINS, Bruno Viveiros. *A canção amiga nas ruas da cidade*. *Revista do Arquivo Público Mineiro*. Edição: Arquivo Público Mineiro. Belo Horizonte. Ano / Volume: 44 Número / Fascículo: 2. Páginas: 120-133. jul./dez. 2008.

MENESES, José Newton Coelho. *A terra de quem lavra e semeia: alimento e cotidiano em Minas Colonial*. p. 337 – 358 pgs. In: *As Minas Setecentistas, I*. Organizadores do volume Maria Efigênia Lage de Resende e Luiz Carlos Vilalta. Belo Horizonte: Autêntica; Companhia do Tempo, 2007. – (História de Minas Gerais/ coordenadora – geral da coleção Maria Efigênia Lage de Resende). Vários autores. 695 p.

OLIVEIRA, Myriam Andrade Ribeiro de. *Barroco e Rococó no Brasil*. Belo Horizonte: C/Arte, 2014. 128 p.

PAULA, João Antônio de. *Raízes da Modernidade em Minas Gerais*. Belo Horizonte: Autentica, 2000. 156 p.

PIVETAU, Jean-luc. *Temps du territoire*. Carouge-Genève, Éditions Zoé, 1995.

PRADO, Luís André do & João Braga. *História da Moda no Brasil: das influências às autorreferências*. 2. ed. Barueri, SP: Disal, 2011. 637 p.

RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do Poder*. Título original: *Pour une géographie du pouvoir*, Paris, (1980). Tradução: Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993, 269 p.

REIS, Liana Maria. *Mineiridade: identidade regional e ideologia*. Publicado em *Cadernos de História*. Belo Horizonte: v.9, n. 11, 2007.

S. Grandi, A. Vaccari & S. Zannier, *La moda nel secondo dopoguerra*. Bolonha: Clueb, 1992, p. 164.

SACK, R. *Human Territoriality: its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANCHO & DEUS; Altair Sancho, José Antonio Souza de Deus. *Áreas protegidas e ambientes urbanos: Novos significados e transformações associados ao fenômeno da*

urbanização extensiva. Publicado em: *Soc. & Nat.*, Uberlândia, 27 (2): 223 - 238, mai/ago/2015.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 255 p.

TUAN, Yi – Fu. *Espaço e Lugar: A Perspectiva da Experiência*. Tradução de Livia de Oliveira – São Paulo: DIFEL, 1983.

U. Volli, *Contro La moda* (Milão: Feltrinelli, 1988), p.50. Cf. Grande dizionario della língua italiana moderna, vol. III. Garzanti, Milão, 1999.

Vestido da coroação da rainha Désirée (Clary). Gabinete das Armas, Estocolmo, 1819.

Revista Vogue. n. 441. Edições Globo Condé Nast, São Paulo, 2015.

WEBER, Max, *Economia y sociedad*. Trad. Esp., 2.ed., 2º vol., México: FCE, 1964.

SITES CONSULTADOS

ARTE SACRA. Disponível em: <<http://www.artesacramoda.com.br/>> Acesso em: 28/05/2105.

BAILMAIN. Disponível em: <https://www.balmain.com/en_rw/> Acesso em: 01/04/2016

BELO HORIZONTE – MG. GOV. Disponível em: <<http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/compras/feiras-e-mercados/bairro-prado-em-belo-horizonte-e-polo-de-moda-e-referencia-para-todo-o>> Acesso: 20/04/2014.

BELO HORIZONTE – MG. GOV. Disponível em: <<http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/gastronomia/comida-di-buteco>> Acesso em 27/04/2016.

BELO HORIZONTE – MG.GOV. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/compras/polo-da-moda> Acesso em: 29/05/2016.

BLOG DA MARIAH. Disponível em: <<http://www.blogdamariah.com.br/index.php/page/1/>> Acesso em: 01/06/2016.

BURBERRY. Disponível em: <<https://br.burberry.com/>> Acesso em: 17/03/2016.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE: Disponível em:

<<http://www.cmbh.mg.gov.br/images/stories/secren/novembro07/PL1532-07-instrucao0001.pdf>> Acesso em: 29/05/2016.

CILA. Disponível em: < <http://cila.com.br/>>. Acesso em: 01/03/2015.

DIOR. Disponível em: <http://www.dior.com/home/pt_br> Acesso em: 01/04/2016

EARTH, Google: software livre. Versão 7.1.5, 2015.

FASHION CITY BRASIL. Disponível em: <<http://www.fashioncitybrasil.com.br/portal/>> Acesso em: 19/05/2015.

FIEMG. Disponível em:

<<http://www5.fiemg.com.br/Default.aspx?tabid=13356&mid=30568&ctl=Ver&id=2606>> Acessos: 23/04/2014; 28/05/2015.

GUIA DA MODA MINEIRA. Disponível em: <<http://guiadamodamineira.com.br/>>. Acesso em: 29/08/2015

HERMÈS. Disponível em:< http://www.hermes.com/index_br.html>. Acesso: 20/05/2013.

INSTAGRAM DA MARIAH. Disponível em: < <https://www.instagram.com/blogdamariah/>> Acesso: 01/06/2016.

IORANE. Disponível em: <<http://inverno.iorane.com.br/>> Acesso em: 28/05/2105.

JES. Disponível em <<http://jes.ind.br/>> Acesso em: 14/03/2016.

JAZZ SIDE. Disponível em: <<http://www.jazzside.com.br/>>. Acesso em: 25/05/2016.

LUIZA BARCELOS. Disponível em <<http://www.luizabarcelos.com.br/>> Acesso em: 10/11/2014.

MABEL MAGALHÃES. Disponível em: <<http://www.mabelmagalhaes.com.br/new/>>. Acesso em: 28/05/2105.

MEMORIAL DA VALE. Disponível em: <<http://www.memorialvale.com.br/>> Acesso em: 12/11/2013.

MINAS TREND. Disponível em: <<http://www.minastrend.com.br/o-evento/>> Acesso: 23/04/2014. Aceso em: 28/05/2015: <<http://www.minastrend.com.br/>>.

MODA MINAS CONSULTORIA. Disponível em: <<http://www.modaminas.com/site/>>. Acesso em 20/04/2015.

PATACHOU. Disponível em: <<http://www.patachou.com.br/>> Acesso em: 12/11/2014.

PATRICIA BONALDI. Disponível em: <<http://www.patriciabonaldi.com.br/>> Acesso em: 30/03/2015.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. Disponível em:
http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=historia&lang=pt_BR&pg=5780&tax=14378. Acesso em: 28/05/2015.

PRINTING. Disponível em: <<http://printing.provisorio.ws/pt/Home>>. Acesso em: 28/05/2105.

QUINTESSENTIALLY LIFESTYLE. Disponível em:
<<https://www.quintessentially.com/>> . Acesso em: 25/05/2016.

RENATO LOUREIRO. Disponível em: <<http://www.renatoloureiro.com.br/index.html>> Acesso em: 12/11/2014.

RHODIA. Disponível em: <<http://www.rhodia.com.br/pt/index.html>> Acesso em: 12/11/2014.

SWAROVSKI. Disponível em: <https://www.swarovski.com/Web_BR/pt/index> Acesso em: 17/03/2016.

ULHOA, John, Pato Fu. *Simplicidade*. Toda Cura Para Todo Mal, álbum , 2005. Disponível em: < <http://patofu.com.br/>> Acesso em: 02/06/2016.

VAGALUME. Disponível em: < <https://www.vagalume.com.br/pato-fu/simplicidade.html>> Acesso em: 02/06/2016.

VILELA, Ivan. *Uma nova perspectiva musical*. Disponível em: <www.museclubedaesquina.org.br>. Acesso em: 20 de agosto de 2008.

VIVAZ. Disponível em: <<http://www.vivazbrasil.com/intro.php>>. Acesso em: 28/05/2105.

ANEXOS

ANEXO A – Confeções eleitas após a “aplicação” dos critérios:

Confeções analisadas através das informações disponíveis nos respectivos sites:

Confeção A: atende aos critérios 1, 2, 4, 5;

Confeção B: atende aos critérios 1, 2, 3, 4;

Confeção C: atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;

Confeção D: atende aos critérios 1, 2, 3, 5;

Confeção E: atende aos critérios 1, 2, 3;

Confeção F: atende aos critérios 1, 2, 4;

Confeção G: atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;

Confeção H: atende aos critérios 1, 2, 4, 5.

Confeções cujos estilistas foram entrevistados:

Confeção 1: atende aos critérios 1, 2, 4, 5;

Confeção 2: atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;

Confeção 3: atende aos critérios 1, 2, 3, 4, 5;

Confeção 4: atende aos critérios 1, 2, 4, 5;

Confeção 5: atende aos critérios 1, 2, 3.

ANEXO B - Roteiro de perguntas realizadas aos entrevistados 4, 5, 6, 7 e 8

Parte 1) Raízes : Você é mineiro? Nasceu, viveu, cresceu em MG? Em qual cidade?

Para você o que é ser mineiro? Qual a sua opinião sobre os mineiros, em geral?

Como você percebe Minas Gerais no que se refere aos aspectos culturais?

Por que você se considera mineiro, o que te leva a se considerar como tal? Por exemplo, pelas preferências, hábitos, no que se refere à sua vivência/experiências.

H - Você considera que o fato de se sentir mineiro interfere no processo de criação e como?

O que você acha sobre Belo Horizonte, como você vê, sente a cidade? E os belo-horizontinos?

Parte 2) Funcionamento do showroom: Há quantos anos a marca existe? (Confirmar este dado).

Qual o segmento de roupas/do vestuário mais forte em que a marca atua?

Qual a história da marca existe, uma história por trás do surgimento da marca?

Sobre as influências em termos de criação que a marca sofre ou sofreu, de onde vem a inspiração?

Qual a estrutura administrativa do showroom? Membros da família trabalham?

Como é o seu trabalho no showroom (atividades, o que faz?)?

Como é o movimento das coleções durante o ano? Quais, como funciona, etapas...

Verificar a questão da visibilidade da marca (redes sociais, atrizes, blogueiras, celebridades...) como (como as peças chegam à celebridade almejada) e porque (os motivos por detrás disso e o que espera com isso) e isso é feito?

Como foi o processo de instalação no bairro Prado (porque vieram para o Prado (caso seja no bairro Prado)?

E a fábrica, onde é?

Pronta entrega?

Criação: Como é /ocorre o processo de criação?

Como é esse processo em você, ou seja, de onde você “tira” a inspiração?

Como é a escolha dos materiais, tecidos, pedras, etc.?

O que é o bordado (pontos, com materiais, pedras, etc.) O que eles entendem como bordado.

Por que os bordados (porque escolher o bordado?)

Como são feitos os bordados?

Existe algum modo de fazer específico, particular da marca? De costura, corte?

Conhecimentos específicos?

A marca possui alguma tradição durante o processo de confecção das peças?

Como é a sua relação de criação com o DNA/a mensagem da marca?

Existe alguma tradição, história, superstição, ritual, etc.?

Quais os planos para o futuro? Quais as dificuldades e desafios para permanecer neste segmento de mercado?

Parte 3) Moda e Cultura: Como você enxerga a moda produzida na cidade de BH?

Você acredita que a moda é capaz de expressar aspectos de uma cultura? Se sim, de que forma?

