PONTO BÁSICO

EDIÇÃO
COMEMORATIVA

10
ANOS

Beleza
Figurino
Entrevista
Mix Bazaar
Decorativismo

Ponto Básico é uma revista independente.
Todas as opiniões e informações expressas aqui são
de responsabilidade única e exclusiva de seus autores.

Capa

Sérgio Lopes

Expediente

Curador: Antonio Rabadan
Diretora de criação: Kethyene Sperhacke
Revisão: Pricila Dias
Diagramação: Lilian Aguiar

Agradecimentos

Joana Bosak, Ademir Correa, Daniel Keller, Paula Martins,
Lidia Paula, Leda, Nani Ximenes, Tania Maria, Milene Zardo, Dani Soares,
Serginho Branchi, Ana Mery, Lenira Fleck.

ORIGEM – PRETINHO BÁSICO 6
Antonio Rabadan

O ESSENCIAL DA MODA – E DA VIDA 8
Joana Bosak

A MODA COMO ELA É 10
Ademir Correa

CERTO E ERRADO ÀS AVESSAS 11
Daniel Keller

ALTERNATIVO 12
Paula Martins

PERFIL – JOTA SYBALENA 13
Kethyene Sperhacke

PROCESSO FIGURINÍSTICO DE ESTILISTA OU FIGURINISTA 14
Antonio Rabadan

FIGURINO NA UNIVERSIDADE 18
Lidia Paula

MIX DE LEMBRANÇAS 20
Nani Ximendes

MENOS É CHIC – MAIS É KITSCH 22
Antonio Rabadan

DECORATIVISMO 24
Milene Zardo

PONTO.YVES 26
Editorial

PERFIL – DANIEL LION 30
Kethyene Sperhacke

VOCÊ SABE O QUE SIGNIFICA MODELAGEM? 31
Leda

VAMOS CLONAR GISELE 32
Ademir Correia

BELEZA 34
Ana Mery

MUITO ALÉM DA BARBA FEITA 35
Serginho Branchi

VIAGEM DE MODA TUDISTA 36
Dani Soares

MEDIDAS(IN)CONSCIENTES...(DI)VAGAÇÕES NOVA-IORQUINAS 37
Lenira Fleck

COLABORADORES

Ademir Correa

Ana Mery

Antonio Rabadan

Dani Keller

Dani Soares

Jefferson Botega

Joana Bosak

Kethy Sperhacke

Leda

Lenira Fleck

Lidia Paula

Lilian Aguiar

Lúcia Panitz

Milene Zardo

Nani Ximendes

Paula Martins

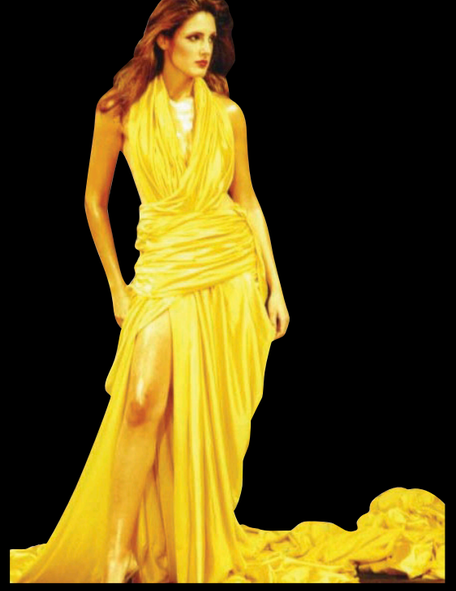
Pepe Pessoa

Pricila Dias

Sérgio Branchi

www.dressper.com

contato@dressper.com /dressperacessorios /dressper @dressper



Modelo Lucia Panitz. Fotografia por Jeferson Botega. Beleza por Pepe Pessoa. Assistência de Produção por Kika Freitas. Produção e texto por Antonio Rabadan.

ORIGEM

PRETINHO BÁSICO

"...o Pretinho Básico nasceu com o formato de fanzine, idealizado para suprir a necessidade do mercado em nível conceitual de moda."

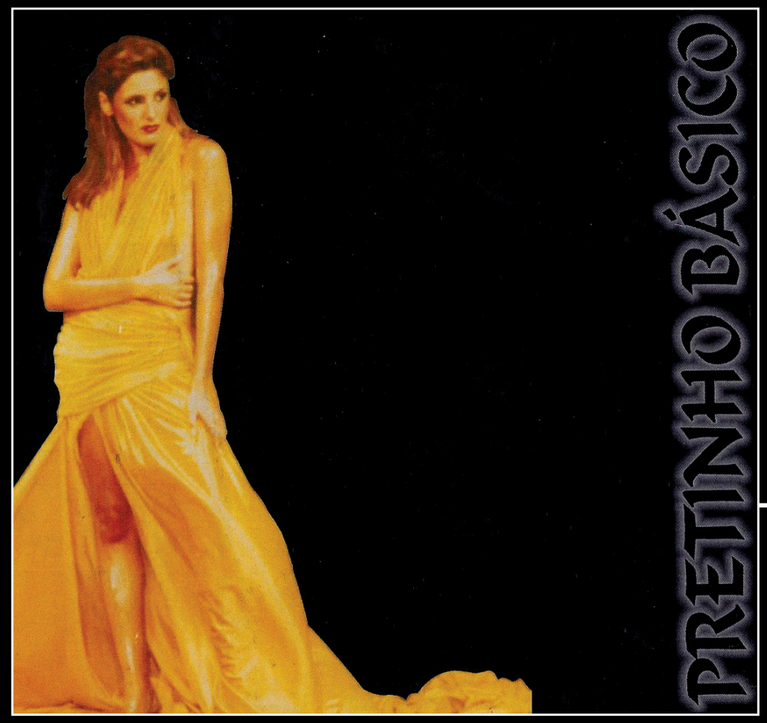
O Pretinho Básico surgiu da vontade de um grupo de colegas que queriam construir novos espaços para si e para seus pares. Este grupo de estudantes fazia parte da reativação do diretório acadêmico do curso de Moda e Estilo, da Universidade de Caxias do Sul. Sem muita consciência do que envolvia a construção e a manutenção de tais objetivos, foram à luta. Com o apoio de diversas pessoas da comunidade acadêmica e do mercado de moda local, o Pretinho Básico nasceu com o formato de fanzine, idealizado para suprir a necessidade do mercado em nível conceitual de moda. Tem no próprio nome sua mais pesada antítese, visto que é intenso e, muitas vezes, complexo: Pretinho Básico. Escrito por pessoas jovens, que já lidavam com a moda, teve sua edição em 2001 como está documentado pelas matérias de jornal da época feitas pela jornalista Alessandra Barros.

De Pretinho Básico para Ponto Básico.

A retomada do Pretinho Básico, em 2013, aconteceu devido a um projeto, no qual estou envolvido: o espetáculo "Re-Sintos", que teve sua estreia em 2008, com minha assinatura nos figurinos e a colaboração da Kethyene Megine Sperhacke na assitência.

RE-SINTOS: UM BRASIL MAIS PERTO, da Muovere Cia de Dança Contemporânea, passou por três cidades do nordeste do país: Recife/PE, Caruaru/PE e Parnaíba/PI, concluindo a primeira etapa do projeto. Em abril de 2013, dirigiu-se a Bahia. Gostei tanto do resultado dos figurinos que resolvi fazer um registro puro e simples. Convidei uma equipe para fazer um editorial utilizando o corpo plástico do espetáculo, seus bailarinos e seu figurino, com o acréscimo de algumas peças que não foram utilizadas. O material fotográfico ficou muito interessante. Me fez retomar a revista desenvolvida durante o curso de Moda e Estilo da UCS e, de forma singela, fazer um resgate de conceitos e ideais presentes naquele projeto ao refazer a revista, desta vez, em edição comemorativa de 10 anos de formatura em moda.

A primeira reformulação vem no nome da publicação, que agora chama-se Ponto Básico. Seu conteúdo traz alguns dos textos originais de 2001, outros revisitados pelos seus autores, além de novos colaboradores. Com o objetivo de comemorar o tempo, retomar relações e gerar novos encontros, Ponto Básico possibilita um olhar apurado pelos caminhos que já trilhamos e a necessidade de, tempos em tempos, sua retomada em novos ciclos de nossa caminhada.



Capa da primeira edição da revista.

O ESSENCIAL DA MODA E DA VIDA

Texto por Joana Bosak.
Imagens por Jefferson Botega.
Modelo Lucia Panitz.

Já dizia o samurai da moda, Yohji Yamamoto para Wim Wenders no magnífico documentário “Notebook on cities and clothes” (em nossa tradução “tabajara”: “A identidade de nós mesmos”), lá em 1989, que joga tudo no preto. No preto o que se trabalha são as formas e o criador não precisa se preocupar com mais nada. Para Yohji, portanto, no preto tudo funciona. Por outro lado, diz-se do preto que é ausência de cor, a cor dos buracos negros, que tudo à volta absorvem. Por aí se vê que resolvemos realmente absorver o universo à nossa volta, pois o negro impera, como o chic, o luxo, o básico de qualquer guarda-roupa contemporâneo.

Mas hoje, no vazio existencial da moda, que se ressemantiza, se recicla, morre e mata todos os dias, que fim levou o preto? Como disse Roland Barthes (Inéditos 3: Imagem e Moda, O duelo Chanel-Courrèges) de Chanel (que disse da moda): André Courréges, que era moda em 1960, passa. Chanel, convertida àquela época já em estilo, permanece, porque segundo ainda o mesmo semiólogo francês, ela é uma autora da história e da literatura nacional (francesa, biensûr), só que não escreve com pena e papel, e sim, com linha e agulha é que conta suas histórias. Ela, a verdadeira rainha da moda, teve esse papel de ditadora: aqui o preto fica. Decreta-se a morte da moda que não permitia o negro a não ser no luto, nas funções da magistratura e do clero. O preto, como cor relacionada ao poder, tinha tudo o que Mademoiselle buscava: autoridade, potência, elegância, força, mistério, sedução. Por isso, havia que se estar de luto, para matar a moda toda que vinha antes, e não apenas Paul Poiret. Valerie Steele, em seu estudo sobre o vestido preto (The Black Dress, 2007), sinaliza a origem do preto no luto – e com ele, a sua inserção no sistema da moda: com o assassinato de seu pai pelos franceses, Felipe, o Bom, Duque da Burgúndia (1396 – 1467), veste-se de preto.

Em uma corte famosa pelo fausto e pela ostentação, em que a cor imperava. Esta atitude acabou sendo interpretada como sinal de força e de virtude, não apenas de seriedade, mas também de elegância. Dessa forma, o preto é incorporado à indumentária real na Europa do século XVI, quando o preto é adotado com muita intensidade nas cortes de Carlos V (1500 – 1558) e de seu filho, o poderoso Felipe II, o Belo (1527 – 1598), Imperador de todo o mundo hispânico – lembrando que isso incluía, durante a União Ibérica (1580 – 1640), toda a América, partes de África e da Europa, mais as colônias asiáticas. Mais tarde, na própria Corte Espanhola, essa soberba do preto foi documentada em todo o seu esplendor por Diego Velázquez, no século XVII. E aí temos o poder do preto na arte, que se desdobra na moda, que continua.

Em tempos de morte da moda, não me parece leviano sustentar que o preto, esse clássico porque incorporado à gramática da moda, do estilo e da elegância, simultaneamente – que democrático! – nunca há de morrer, mas de permanecer em nossa pele, com todas as tonalidades possíveis de que já nos falava Christian Lacroix. Mas isso é assunto para outra coluna. Voilà!

A MODA COMO ELA É

Texto por Ademir Correa.
Um amigo gritado e um suspiro da realidade de um jornalismo que só usa preto.

CUIDADO!
Você deve ler esse texto corrido, sem pausas para respirar. Quando acabar e se sentir sufocado, pense que este pode ser o mundo da moda.

As pernas se cruzam e se fundem em uma interminável e gigante e grotesca passarela e corremos atrás de Kate Moss e da Linda renovada e a Gisele e seguimos a seca e sempre temos que estar encaixados em um padrão ou somos saudáveis ou ne rion-chic ou streetwear ou casual ou não podemos simplesmente ser nós mesmos com nossos moletons do Mickey e nossas calças largas dobradas na barra a ditadura continua e os olhos são implacáveis e ainda nos sacrificamos na busca de algo que não sabemos bem o que pode ser mais vai contra a nossa natureza se nascemos com cabelos lisos queremos que eles sejam crespos e se temos cabelos queremos ser carecas se somos magros tentamos adquirir alguns quilinhos se temos olhos azuis a moda são os castanhos e essa nesse fashion world vem o mundo fútil que o cerca e vai além muito além do antraz novaiorquino da fome na Somália da AIDS na África e das guerras afegãs quando teremos na passarela a primeira burqa DKNY ou Chanel.

Distante das crises argentinas de passeatas antiglobalização e ataques ao McDonald´s uma indústria que promete revival dos 60 aos 70 até mesmo dos feios e engordantes 80 e como aquele spencer era brega mas hoje é cultuado e revisado pelos estilistas e de como era feio aquele “bolerinho” de renda que sua mãe usava quando era madrinha dos casamentos onde todas as damas de honra estavam gordas e com seus vestidos de bombom Sonho de Valsa com certeza você já parou sem querer pra pensar qual seria a cartela de cores da próxima estação e imaginou uma reunião com pessoas cult definindo essas cores falando do amarelo do azul do salmão como se fala da dolarização argentina ou do aumento das mensalidades escolares ou do vestibular ou da vacina contra a rubéola.

“Olha que coisa mais linda, mais cheia de graça”, é a nossa procura pelo mundo de caras de conteúdo quem nunca pensou que o paraíso é o castelo de Caras ou a Ilha de Quem por mais Chiques e Famosos, estamos sempre prontos para a pose se seguimos a Vogue América ou a Vogue Itália o quanto gastamos em roupas e quando aquele traje caríssimo nos caiu mal mas ninguém teve coragem de dizer e ninguém nos disse que estávamos fora de moda pois talvez pudéssemos estar usando algo da coleção passada de uma marca que foi vendida e transformou-se ou de um tecido que não se usa mais porque foi decretado que ele não seria mais usado porque temos que ser tecnológicos e vestir os sintéticos porque eles são mais chiques clubber s e mais 2001 se temos que engordar ou emagrecer esperaremos a próxima estação e os próximos desfiles de Milão porque em Milão a moda é italiana e a Prada esta á e temos D&G, e temos as supermodelos e temos as de treze anos que nem podem desfilar e que nem tiveram temo de ter estrias e que quando chegarem aos vinte vão estar se achado velhas e tristes e comerão batata frita porque devem terminar o segundo grau e fazer uma faculdade e tentar ser feliz ou talvez engordar quando a moda for a androginia digital.

Por favor, levantem a barra das calças, vamos colocar supermodelos no ventilador. Vogue para todos!

CERTO E ERRADO

Texto por Daniel Keller.

Dia desses participei de um desfile de uma marca um tanto conhecida no cenário pseudo fashion e quase intelectualizado do Rio Grande do Sul e percebi a confusão criada entre o que se chama moda conceitual e o mix mais vanguarda de uma coleção. Guardadas as devidas proporções, vejo estilistas ainda confundirem moda vanguarda com a “roupa não usável” – conceito muito abordado nos cursinhos ministrados por aquelas conhecidas professoras que “costuram-a-vida-toda”, mas de pegada fashion um pouco duvidosa.

Tudo bem que deslizes acontecem, mas podemos escolher chamar de duas formas: “fácil de errar” e incompetência criativa. Todas as marcas precisam demonstrar o seu caráter conceitual, mas é fundamental saber desenvolver produtos vanguardas de maneira inteligente, sem cair no aspecto caricatural de figurinos muito vistos nas semanas de moda – grandes ou pequenas, de impacto mundial ou apenas regional.

A crítica aqui pode parecer pesada, mas com a entrada dos grandes grupos de investimento no mercado fashion – que conseguem levantar ou fazer cair qualquer estilista pouco amparado – é preciso que criativos entendam a sua responsabilidade dentro de um dos mercados que mais emprega e que mais cresce no território nacional.

O PIOR ACONTECE COM QUEM SE ACHA NO DIREITO

Outro drops de vida real que considero interesse aconteceu em uma oportunidade onde eu estava desenvolvendo uma campanha para uma marca de sapatos em que fui quase ignorado por uma produtora que, por algum motivo, homenageava Tim Burton que vestia uma mistura de “noiva cadáver” e “Edward Mãos de Tesoura”. Talvez, por estar vestindo apenas camisa, bermuda e havaianas, ela não conseguiu perceber que eu era o responsável geral por tudo e, por isso, minha indumentária já não transmitia o nível hierárquico que ela precisava.

Concordo que estilistas podem e precisam quebrar paradigmas do vestir, como forma de mostrar que estão à frente e, novas referências de estilo podem ser combinadas, mas será que essa indumentária não é somente uma casca superficial? A mesma carga de inovação deveria se transferir na sua criação, sua forma de gerir a sua marca, nas suas relações interpessoais no ambiente de trabalho. Adorno por adorno é ignorância, como já há muito é conhecido no contexto intelectual de moda.

Propor novas formas de vestir, novas possibilidades de construções têxteis sobre o corpo ou, simplesmente, um jeito diferente de abrir um bolso é sim responsabilidade do estilista. No entanto, por favor, nos ajude a mostrar que a futilidade do mercado fashion já caiu por terra. Responsabilidade, interesse, compromisso e, principalmente, proximidade com a realidade nos tornam mais interessantes e competentes como criadores. Colega, desce da nave, vem viver aqui fora: tem menos glitter, mas o mundo real também pode ser bastante interessante.

ALTERNATIVO

Texto por Paula Martins.

Desfile Alexander McQueen, Primavera/Verão 1999. Modelo: Shalom Harlow. Imagem em www.stylerank-ing.de

Desfile de Jum Nakao, A costura do Invisível, 2004. Imagem em www.jumnakao.com.br.

Que se diz ou faz com alternação. Que permite escolher em vez de outro, caminho alternativo. Deixar de lado o trivial. Optar pelo caminho ousado, pelo caminho alternativo.

Esse foi o caminho trilhado pelo curso de Moda da Universidade de Caxias do Sul, a UCS. Tanto no uso dos materiais, como na apresentação de seus desfiles acadêmicos, muito originais, o curso ganhou notoriedade, por inspirar, instigar a criatividade e mostrar novas perspectivas para seus expectadores, transformando moda em arte.

Em desfiles alternativos, conceituais, como os apresentados pelo curso de Moda da UCS, o estilista se despe do senso comum, do óbvio, e se veste da magnificência do novo, do desconhecido, do complexo, transformando a roupa em arte, se apropriando da ideia, do conceito, onde a roupa é o resultado final.

Dois momentos, em particular, marcaram essa transformação, de forma tão singular e irrefutável. O primeiro momento foi na moda internacional, na coleção de Primavera Verão de 1999, do mestre dos grandes espetáculos da moda, Alexander McQueen, falecido em 2010. No desfile em questão, dois robôs pintavam um vestido branco na passarela, criando uma verdadeira obra de arte, sob os olhos impressionados dos expectadores.

O segundo momento foi na moda brasileira, com o estilista Jum Nakao, que fez história em 2004 ao apresentar o desfile A Costura do Invisível, onde suas roupas, feitas de papel vegetal, que pareciam mais esculturas, eram rasgadas ao final do desfile, mostrando a efemeridade da moda, em um protesto aos valores capitalistas da nossa sociedade.

É, em desfiles como esses, que a moda se transforma e se apropria da arte, que inspiram, e muitas vezes, chocam, não para fomentar o consumismo exacerbado, e sim, para que seus expectadores possam sentir, compreender e refletir. Essa é a intenção do caminho alternativo, essa é a finalidade dos desfiles acadêmicos da UCS e, esse é objetivo desta coluna. Como diria o mestre vanguardista da moda transformada em arte, McQueen, “Você pode não gostar do que faço, mas ao menos o que faço leva você a pensar.”.

PERFIL JOTTA SYBBALENA

Texto por Kethyene Sperhacke.
Imagens: Divulgação.

A história de Jotta é repleta de idas e vindas, mas sua essência criativa permanece desde o inicio da sua relação com a moda quando cursava Belas Artes pela manhã e Estilismo na UFMG. Em 1992, ele foi chamado para integrar o grupo criativo do projeto Studio Arezzo, mudando-se para Campo Bom-RS. Logo depois trabalhou com o estilista Inácio Ribeiro, da grife anglo-brasileira Clements Ribeiro.

Depois de tantas experiência em sua efervescência criativa, Jotta lança sua marca própria, realizando 36 desfiles entre Casa dos Criadores, Phytoervas Fashion, Dragão Fashion, Belo Horizonte Fashion Week e outras.Em seu primeiro desfile em 1997, Jotta introduz sua marca registrada: a chama, que se repetia a cada criação. Mas esta não era a única característica do designer, Jotta criava imagens de impacto. Sempre pesava nos detalhes, inspirado pelos movimentolowridere pelo rock, transportando definitivamente muitos clássicos em peças uberfashion!

Após 13 anos, entre tantas perdas, Jotta resolveu acabar com sua marca e se dedicar a outros projetos, como a curadoria da Fiemg e uma consultoria para construção de imagem e criação da marca de calçados e acessórios de luxo,Guilhermina.

Depois de perceber que na época em que criava roupas, os calçados eram sempre um destaque, Sybbalena se reinventa como designer de sapatos e investe em sua marca. Unindo-se a novos parceiros, volta a recriar o que fazia parte do seu DNA e, trazer para os pés femininos muita atitude.

O mineiro, a cada ano, se mostra mais irreverente e peculiar, lançando sempre suas coleções em feiras de negócios de alta moda como o Minas Trend Preview. É bom sempre ficar de olho nas criações do designer que apresenta sua marca como J&S por JottaSybbalena!

PROCESSO FIGURINÍSTICO DE ESTILISTA OU FIGURINISTA

Texto por Antonio Rabadan.
Imagens de acervo pessoal.

Falar de figurino e do processo de construção sempre nos possibilita uma análise que pode ser alterada de acordo com a experiência de cada figurinista ou mesmo estilista que se propõe a essa aventura.

Com o passar do tempo, os figurinistas começaram a trabalhar também no mundo da moda e vice versa, já que a necessidade de qualidade e criatividade no produto final é cada vez mais exigida. Precisamos de um figurino ágil, criativo e muito bem cortado para que possamos dar maior realidade ao espetáculo. Devido a isso, temos notado a tendência de figurinistas que acabam estudando moda e estilistas no mercado artístico.

Exemplo desse trânsito é o estilista e figurinista de cinema Majori Gelley que tem, entre seus trabalhos, “Memórias Póstumas de Brás Cubas” ou o nosso figurinista e estilista Daniel Lion, perfil dessa edição que tem em seu currículo de inúmeros prêmios, tanto no teatro adulto como no infantil e um notável trabalho no mundo da moda, principalmente, nas passarelas performáticas. Assim como grandes nomes da alta-costura emprestam seu talento para o cinema e o teatro. Alguns exemplos são os figurinos de Jean Paul Gaultier para os filmes “O Quinto Elemento”, de Luc Besson, “Kika”, de Pedro Almodóvar e os figurinos de Ocimar Versolato para o filme “Tieta”, de Cacá Diegues.

Nosso objetivo não é aprofundar nesse assunto, mas apresentar um panorama do figurinista e estilista, através de um projeto específico que ilustre o processo de construção de figurino, no caso, optei por um projeto mais acadêmico que participei em Caxias com jovens estilistas. Tínhamos no grupo profissionais com formações diferenciados, uns mais em moda e outros mais em artes cênicas.

Esse projeto de música Pedro e o Lobo, do russo Sergei Prokofiev, ganha uma roupagem mais contemporânea no concerto que a Orquestra Sinfônica da UCS apresentou, com outros elementos cênicos, do teatro e moda.O projeto é do professor universitário e artista plástico Sergio Lopes, que há cinco anos tentava realizar a ideia. A direção cênica é de Néstor Monastério, e os figurinos foram criados por diversas gerações de estilistas formados pelo Curso de Tecnologia em Design de Moda da UCS, com materiais retirados do Banco do Vestuário de Caxias, buscando o reaproveitamento e a sustentabilidade da moda. Cada aluno trabalhou um personagem, para quem desenvolveu uma roupa-conceito.

A primeira etapa, em termos de apresentação de um personagem para o espectador, é a roupa que ele está usando na cena, pois antes da fala ou qualquer outra forma de expressão está a fotografia, a imagem plástica que conta parte da história do personagem, do enredo da peça e do trabalho em si.

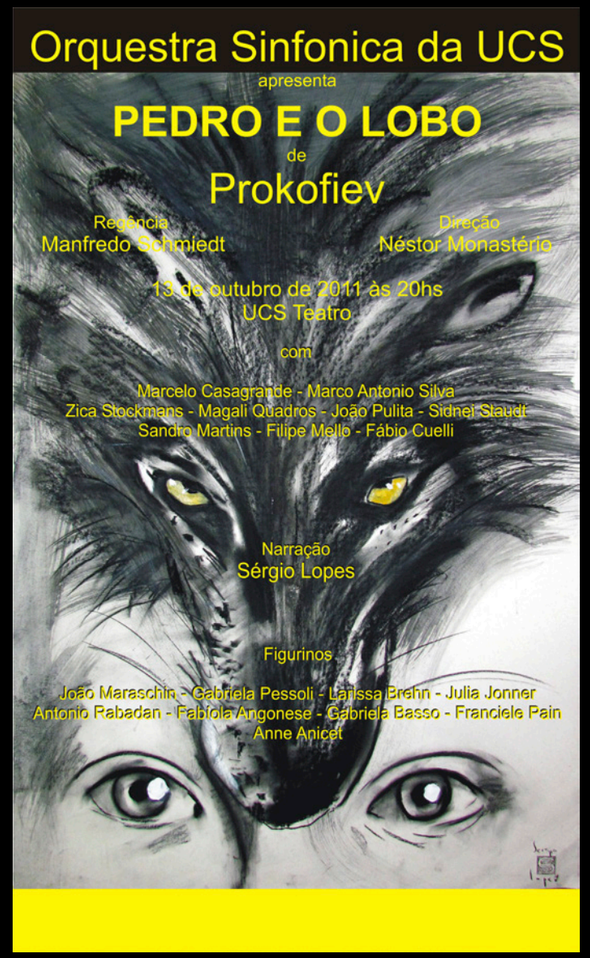
O figurino do personagem tem que trazer um complemento natural de apresentação. É como as pessoas no seu dia-a-dia: suas roupas mostram seu humor sua classe social, seus gostos, seus hábitos, sua cultura, e inúmeras outras características que as diferem, como indivíduo, uns dos outros.

Uma forma bem utilizada e um material de pesquisa que antecede os desenhos, que nos insere na historia vivida pelo personagem, um embasamento temporal de acordo com o tempo histórico proposto pela montagem e o estilo de encenação escolhido. Considero importante ter junto uma pesquisa de tendência e de materiais mais adequados para proposta.

Um figurino tem que completar todos os detalhes de criação do personagem. Só assim terá verdade e as pessoas irão acreditar na existência dessa pessoa. Além disso, essas vestes devem seguir uma unidade na linguagem de concepção, no tempo, no espaço, nas cores ou materiais a serem utilizados. É como a segunda pele do personagem.

Para podermos dar início à construção de um figurino temos de objetivar nossas ideias. Podemos fazer isso através de croquis, desenhos, roupas inseridas num esboço do personagem, colagens etc.

O importante é tornar “palpável” para as pessoas a ideia em questão, de acordo com o diretor e a proposta que você quer representar. Não há regra estipulada para isso e o tempo e os custos interferem, e muito, nessa apresentação. É claro que a forma como a ideia é representada ajuda para o processo de entendimento. Por outro lado, sem um bom argumento (ideia) não se faz nada.



Cartaz do espetáculo Pedro e o Lobo, exibido no teatro da UCS em 2011 criado e ilustrador por Sérgio Lopes.

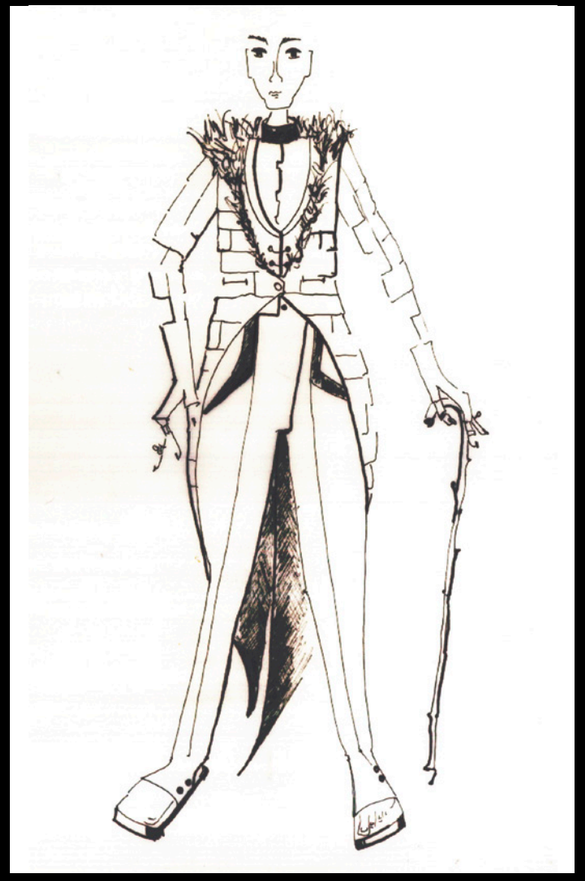
Depois da aprovação dos figurinos, começa outra etapa, a construção dos mesmos. De forma geral, ela não é feita pelo figurinista. Ele, geralmente, só acompanha a confecção. Mesmo não construindo com as próprias mãos, você dever ter conhecimento do processo.

De acordo com o modelo de roupa, sua construção é completamente calculada. Muitas vezes o figurinista usa a mulagem (cortar a roupa no corpo para conseguir o modelo desejado).

A criatividade nesse momento de execução é muito importante, pois, na maioria das vezes, o improviso se faz presente. Nem sempre uma montagem dispõe de verba suficiente para construção de determinados figurinos, aí entra a criatividade para transformar uma cortina em um vestido da mais alta categoria (quem não se lembra de Scarlet O´Hara e seu vestido de cortina em “E o vento levou”?), e por aí vai. Fora o construir uma roupa, o figurinista ainda pode usar peças prontas para compor o figurino, fazendo apenas algumas modificações, o que diminui consideravelmente o custo.

Por isso, da mesma forma que na apresentação gráfica de um figurino, na construção do mesmo é importante optar por um caminho que seja o mais viável possível. Mesmo depois de tudo isso, o figurino ainda precisa dizer algo dentro da montagem. Por isso, é de extrema importância que a parte visual, cenário adereços e iluminação estejam completamente afinados com a proposta de direção, sendo que todas elas têm importância crucial para o entendimento e a veracidade do trabalho.

Deseja-se que o figurino incorpore as ideias que sintetizem o desejo de vestir uma roupa como uma ação aliada à imaginação e ao pensamento e suas simbolizações, onde não há limite entre o palco e a vida (expressões cênicas e reais).



À esquerda: croqui original para o desenvolvimento do figurino. À cima: equipe no atelier colocando o croqui em prática.

Vivemos em um universo onde os limites e as barreiras são cada vez menores e a mescla entre as áreas arte e moda se dá de forma muito mais intensa utilizando-se da performance como uma real possibilidade.O futuro designer de moda está mais aberto do que as gerações anteriores às novas possibilidades para expressar suas ideias, buscando no espaço performática um campo híbrido, um território habitado e construído por universo múltiplo de conhecimentos e formas de expressão que se abastece das artes visuais e da moda, proporciona a esse novo designer uma janela para o mundo, onde pode se utilizar de novos experimentos para apresentar suas ideias.

Na atualidade, são crescentes os estudos acadêmicos que investigam o fenômeno da moda a partir de perspectivas diversas, possibilitando que se estabeleçam entrelaçamentos entre a moda e diferentes áreas do conhecimento. Como foi abordado até o presente momento, é possível reconhecer, a partir da década de 1990, uma difusão das imagens da moda no campo social. Neste contexto, surgem muitos estilistas que apresentam conceitos de figurino e vice versa em suas criações.

Depoimento do ator João Pulita sobre o figurino desenvolvido por Antonio Rabadan: “Para interpretar o gato da fábula “Pedro e o Lobo”, tive a alegria de vestir um dos figurinos mais criativos do espetáculo, assinado por ninguém menos que Antonio Rabadan, reconhecido designer que já vestiu grandes artistas do teatro gaúcho. Para a proposta da personagem que eu vestia ele não limitou esforços: apresentou uma pesquisa profunda com direito a portfólio, mapeando uma série de curiosidades sobre o animal que eu interpretava e estudos de personagens de gatos famosos. O resultado do trabalho de Rabadan foi aplaudidíssimo em outubro de 2011, no Teatro da UCS, em Caxias do Sul”

Detalhe do figurino produzido.

Ator João Pulita vestindo o figurino.

FIGURINO NA UNIVERSIDADE

Esta lembrança poderia ser tirada do fundo do baú, se um dia tivesse ido parar lá: Confecção dos figurinos do espetáculo Quem Conta um Conto Aumenta e Pronto. Foi um mês, daqueles com 31 dias, cheio de desafios que começavam em manhãs de frio e nevoeiro em Caxias do Sul, e terminaram com um Prêmio Tibicuera de Cenário e Figurino para Antonio Rabadan.

Com características únicas, as criações de Antonio nunca se limitaram a vestir personagens. E neste projeto não foi nada diferente. Não é à toa que conquistou colaboradores de dentro e fora da Universidade de Caxias do Sul, transformando um trabalho até então pouco conhecido em um evento concorridíssimo. Quando eu fui convidada para fazer parte da festa, ops, do trabalho, sem querer, ou querendo e sabendo muito bem o que fazia, Antonio me fez mergulhar no mundo “where dreams come true”. Com um entendimento absurdamente sutil do fio condutor da história que seria contada, os figurinos eram criados e construídos por tantas mãos que, ao ficarem prontos tinham a alma de todos. Eu nunca havia ficado na frente de uma máquina de overloque, e quando me dei conta, já tinha “overlocado” centenas de minifolhas que compunham a roupa do Lobo Mau (era do Lobo Mau, né?).

Éramos ele, eu, duas anjas costureiras e... quem mais ousasse passar por aquela porta da salinha dos fundos da Universidade de Caxias do Sul. Quem passava só pra olhar, não continha o encantamento com o processo de criação comandado pelo meu amigo Rabadan. A técnica? Simples e complexa ao mesmo tempo. Uma criatividade d’outro mundo, dele; um carisma quase irritante (dele) que abria portas, ligava máquinas, passava linhas por buracos de agulhas; uma energia contaminante (dele, claro) que nos fazia sentir calor em plenos 6 graus; e a certeza (de todos nós) de que apesar do prazo curto e dos contratempos, tudo ficaria perfeito na primeira prova com o elenco.

E ficou. E ganhou prêmio. E marcou um trabalho lindo, que está na história. Pra se contar por aí afora e torcer para que os novos artistas da criação captem esse espírito de “ver acontecer” antes mesmo de o resto dos mortais sequer imaginar como fazer.

Texto por Ligia Paula Sahagoff
Imagens de acervo.

Imagens do figurino da peça Quem Conta um Conto Aumenta e Ponto.

MIX DE LEMBRANCAS

Texto por Nani Ximendes.
Imagens de acervo.

Já faz tempo, mais de dez anos... Havia me formado. Recebi o diploma e também a “menção honrosa de melhor produto”.

Pensei: E daí? Grande coisa. Vou fazer o quê com este “troço”? Vou colocar em uma moldura na parede ou vou deixar debaixo do braço mesmo? Eu nem trabalho nesta área...

Porém, fui convidada a mostrar minhas criações em diversos eventos de moda. No primeiro semestre depois de diplomada me senti sentada entre duas cadeiras, acabei pedindo demissão do emprego que me sustentava. Saí sem nada.

Embora não fosse tão menina, me revelei inocente, iludida com os holofotes da moda, um misto de criatividade, esperança e sonhos. Afinal, tinha que usar o tal diploma.

Então que surgiu o convite que mudou toda a minha história. Aceitei participar de uma feira que se chamava ”MIX BAZAAR”. Seria a minha primeira vez naquele universo lúdico.O espaço do estande era minúsculo, a infraestrutura pequena, mas a feira era mágica. Dividi 6 metros quadrados com uma dupla de amigas. Elas vendendo bolsas e eu vendendo roupas de nylon paraquedas, a coleção que havia feito como trabalho de conclusão para a formatura de Moda e Estilo. Acreditávamos que, embora pequeno, o nosso estande era o mais legal.

Ali a soma de criatividade e liberdade de pensamentos rolava solta, sem qualquer preconceito. Se por um lado os produtos do MIX eram os mais diferentes por outro lado o público era o mais incrível. Tinha de tudo, new punks, a nona com a família, nerds descolados. Campo fértil para meus sonhos. Eu, praticamente Alice.

Esta foi a segunda edição da feira em Caxias do Sul, ocorreu no estacionamento do antigo Super Cesa. Teve um desfile em que os modelos entravam na passarela em carrinhos de supermercado, no mínimo divertido.

Meu prêmio foi ter um vestido selecionado pela hostess Charlene Voluntaire. Ela só desfilaria se fosse com o meu vestido roxo! Foram inúmeras edições do MIX, àquela feira me fez usar tudo o que houvera aprendido na faculdade, me fez encontrar meu caminho, entendi o porquê do tal diploma e acima de tudo aprendi a sempre me divertir e ter prazer com meu trabalho.

MENOS É CHIC E MAIS É KITSCH

Texto e croqui por Antonio Rabadan.
Fotografia por Jefferson Botega.

O Prêmio UCS/Sultextil de Moda e Estilo apresenta os trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos alunos matriculados na disciplina de Estágio Supervisionado em Moda e Estilo.

O professor que coordena este trabalho é Sérgio Lopes. As peças são confeccionadas utilizando, basicamente, a malha circular da Sultextil e outros elementos que complementam a elaboração do modelo proposto.

Os critérios de julgamento das propostas são criatividade, interpretação do tema e execução da peça, e serão avaliadas por um júri composto por grandes nomes da moda nacional.

O concurso instituído em 1999 conta, desde de sua primeira edição, com o patrocínio da empresa Sultextil, que concede ao aluno vencedor uma viagem a Paris com estadia de uma semana.

Na minha criação eu busquei uma interação entre arte e moda, o desfile e a encenação tomam dimensões tão grandes quanto a da roupa que ali estava presente. Paloma é o resultado conceitual de uma coleção intitulada *O Cavaleiro da Triste Figura*, baseado na obra de Cervantes. Com uma interpretação única, o cavaleiro sofreu uma feminilização, carregando no look cores como, o branco que simboliza o luto, o vermelho o amor e o preto o começo. A roupa apresentada ao público sofreu alterações com a projeção de imagens em cima dela e com mais de trezentos metros de babados.

Sou pura e casta Dulcinéia
sonhada e acalentada
pelo meu Cavaleiro
da triste figura.

Busco dentro de mim a
leveza de uma Paloma;
um sentimento que acalente
minha alma.

Me abro. Me parto em vários
para encontrar a triste figura
que há em cada ser.

Não sei se sou mais ou
se sou menos, não cabe ou
interessa a mim julgar.

O que resta em mim são
apenas sentimentos.

Acima, o texto que foi lido antes do desfile. A trilha sonora foi cantada pela Adriana Defentti e composta por Mirian Gazola. O vídeo que foi projetado na Roupa foi “Fragmento de Flamenco” de Carlos Saura.

DECORATIVISMO:
SEMPRE EM ALTA

Texto por Milene Zardo. Imagens divulgação do outono/invverno 2013 Dolce e Gabbana.

Decorativismo é definido como "estilo de ornamentação que busca enriquecer uma obra, um ambiente, uma paisagem, com requintes e floreios de grande efeito atrativo."

O decorativismo é também chamado de barroquismo, movimento artístico que surgiu na Itália no fim do século XVI, que tem como característica principal a riqueza de detalhes e a exuberância e influenciou um dos períodos mais ricos da pintura, escultura, literatura, arquitetura e moda. Resumindo o blá-blá-blá literário: decorativismo = decorar, adornar ricamente!

Para quem pensa que isso tudo é uma novidade na moda, é melhor parar. A onda decorativista já vinha chegando, devagarzinho, conquistando as mulheres e quebrando tabus. Quer ver? Até poucos anos atrás, quem ousaria sair por aí, em plena luz do dia, "montada" em paetês, ou com grandes colares com pedrarias, ou metalizados e franjas, sem que fosse foco de olhares de estranhamento? Pois, eis que a moda estava preparando o campinho para a chegada
- com força total - do decorativismo.

Na temporada de inverno 2013, o decorativismo dá carta branca para que as mulheres abusem de bordados, bijouxs poderosas, pedrarias, brocados, texturas, metalizados, paetês, plumas e peles (falsas, for god's sake), deixando o visual super luxuoso, até mesmo nas produções do dia. O barroco e o rococó aparecem representados em looks inteiros ou em acessórios. E sua influência será vista em todas as vitrines.

Mas vamos ao que interessa. E usa como? Nenhuma estampa representa melhor esse movimento que os arabescos. O segredo para acertar na proporção é a quantidade. Como a estampa de arabescos já é bem chamativa e imponente, combine com outras peças lisas ou minimalistas, deixando o foco de atenção para a estampa.

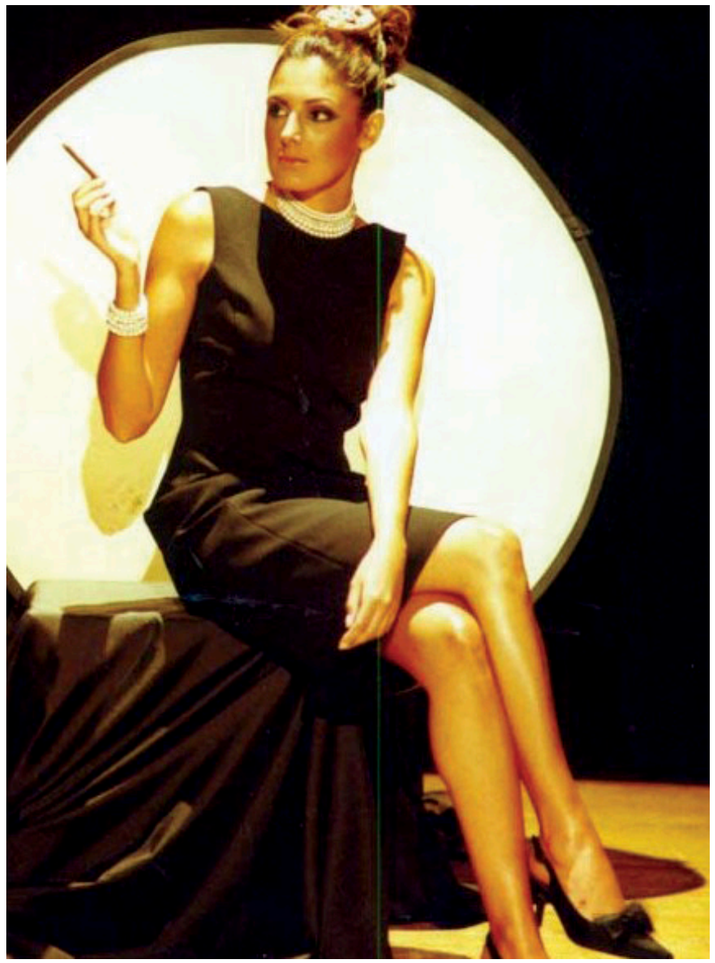
Para as mulheres que querem apostar de leve nessa tendência (o meu caso, por exemplo), sugiro uma peça importante do look com arabescos como uma calça ou jaqueta combinada com outras mais sequinhas e lisas. Um colar de grandes proporções cai muito bem para finalizar. Sugiro ainda o cabelo preso, para ajudar no drama...

Já para as fashionistas, o ideal é que usem a coragem e o bom gosto para combinar tudo-ao-mesmo-tempo-agora. A dica a ser seguida é mesmo o bom senso (melhor ainda se combinado com um espelho amigo). Se achar que está demais, pode remover algum dos excessos - ou não!!! - e arrasar da mesma forma! Os exageros estão liberados! Já estou louca pra ver esse luxo todo representado muito bem por nós, gaúchas. Até a próxima!

Fotografia: Jefferson Botega
Modelo: Lucia Panitz
Beleza: Pepe Pessoa
Produção: Antonio Rabadan

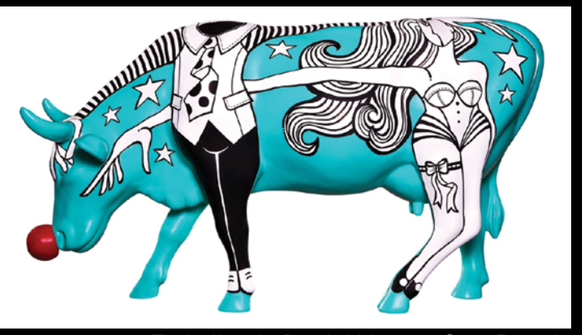
PONTO.YVES

O preto é o início de tudo, o ponto de partida,
a silhueta, o recipiente, depois o conteúdo.
Sem as suas sombras, o seu relevo e a sua proteção,
parecer-me-ia que as outras cores não existem.
O preto é ao mesmo tempo a soma de todas as cores.
É volúvel, cambiante, nunca é o mesmo.



Fotografia: Jéferson Botega
Modelo: Lucia Pantz
Beleza: Pepe Pessoa
Produção: Antonio Rabadan

Daniel Lion



Trabalho de Daniel Lion na Cow Parade

Figurino na peça Fantástico Circo

Figurino na peça Orfeu

PERFIL DANIEL LION

Texto por Kethyene Sperhacke. Imagens divulgação.

Caminho naturalmente traçado, assim pode-se dizer que foi a carreira de Daniel Lion. Ator de longa data, foi a partir disso que Daniel começou a desenvolver seus dons como figurinista.

Entre produções para peças em que atuava e o salto para grandes prêmios do teatro gaúcho, foi um movimento natural, de quem faz tudo com dedicação.

Cores, texturas, formas e o conhecimento cada vez mais aprofundado fez com que Lion mergulhasse no mundo da moda e desse o "start" para o mundo do estilismo, desenvolvendo sua marca própria junto há um movimento surgido na metade dos anos 2000 (Avesso-Núcleo de Moda formado por diversos estilistas gaúchos).

Entre sua marca e a moda business e o mundo fantástico do teatro, Daniel Lion sempre soube muito bem transitar entre esses dois "mundos", tendo os pés no chão para criar peças viáveis para suas clientes e alçar vôos sobre a criação de seus figurinos.

No mundo da moda, o destaque de sua carreira foi a participação no Donna Fashion (semana de moda gaúcha) e seu prêmio no concurso Next Generation, que lhe proporcionou maior visibilidade como criador de peças únicas e com construções interessantes. Já no teatro seu sucesso é constante, entre os mais de 15 prêmios que coleciona, o seu trabalho mais comentado atualmente é o Fantástico Circo - Teatro de Um Homem só, monólogo da Cia Rústica, com Heinz Lima Verde, premiado como melhor figurino no Prêmio Açorianos de Teatro de 2012.

Criativo de uma forma instigante, Lion já passeou entre estéticas futuristas como a de Orfeu, aos rebuscados circenses, como o Wonderland e muitos outros. Seu trabalho imprime sua entrega a cada trabalho e instiga todos a acompanharem seu mergulho e conferirem os resultados finais. Um espetáculo a parte!

VOCÊ SABE O QUE SIGNIFICA MODELAGEM?

Texto por Leda. Imagens por Jefferson Botega.
Beleza por Pepe Pessoa. Produção por Antonio Rabadan.
Modelo: Lucia Pantz.

"A modelagem, quando bem feita, determina o estilo do produto nos mínimos detalhes"

Quando você compra alguma roupa você leva isso em consideração? A modelagem influencia sua escolha? Aos olhos dos consumidores, na sua maioria leigos às técnicas de modelagem industrial (molde para o corte no tecido), você percebe esse trabalho na estética da roupa e, principalmente, nos detalhes da peça.

A modelagem, quando bem feita, determina o estilo do produto nos mínimos detalhes, como o tamanho de uma gola (que até meio centímetro maior ou menor é relevante), ou o comprimento de um blazer. E o consumidor simplesmente gosta, ou não, do que está comprando. O sucesso da roupa, traduzido por agradar o maior número de pessoas possível, envolve estilistas, modelistas e confeccionistas atentos à pesquisa de novos materiais e às técnicas de modelagem (o design).

Já a ergonomia da roupa é percebida através do conforto: basicamente, se a roupa veste bem ou não. Este também é um aspecto em que a modelagem desempenha importante papel.

Somente com a criatividade aliada à técnica, o modelista consegue harmonizar e dar uma unidade entre o desenho ou projeto do estilista, as possibilidades de produção e os aspectos da moda que devem agradar ao cliente. O trabalho do modelista dificilmente alcança as manchetes. A modelagem, no entanto, está lá, através da ergonomia e do design da roupa.

VAMOS CLONAR GISELE

Texto por Ademir Correa. Imagem Reprodução (Self Service).

De forma geral, a busca pela beleza parece um atributo antiquado das últimas décadas, algo que só serve para adorno, complemento, parte fútil da vida ou, simplesmente, uma fuga. Parece tão simples, só que por traz dessa imagem se escondem muitos sacrifícios e, às vezes, grandes perdas.

Aparentemente, o belo pelo belo pode nos fazer sofrer e, até morrer de fome, mesmo quando ainda nos achamos acima do peso. Mas não é bem assim. Beleza move montanhas, abre portas e é nosso cartão visitas. É o primeiro aspecto que nossos olhos captam. Por isso, para se sentir melhor e, principalmente, enquadrar nos padrões de beleza, as pessoas cometiam, e ainda cometem, loucuras.

Enquanto os homens precisavam apenas se adequar a um modelo sem sacrifício ou um pouco truculento, como os gregos, as mulheres eram modificadas fisicamente, apertadas pelos espartilhos, machucadas pelas doloridas depilações, ou pés achatados para que eles não crescessem. Em suma, elas eram meros objetos de beleza.

Essa busca do belo não é de hoje. Nesses tempos modernos, usamos máscaras e cosméticos para esconder nossos defeitos. A cirurgia plástica veio afinar nossos corpos, nos dar cara nova, cintura e curvas. Sobram cicatrizes, silicones, fios de ouro e pele esticada em um sorriso permanente mesmo quando choramos... Nesse novo milênio, podemos agradecer a diversidade de padrões de beleza que nos cercam, ou que já são aceitos pelos “ditadores” da moda. Já conseguimos conviver com o charme das gordinhas e a anorexia de Twiggys e Kates, mas ainda usamos cremes e porções mágicas para curar, ou pelo menos amenizar, nossas estrias e celulites. O que vale mesmo é uma boa proposta, termo que adotamos para ocultar a “busca pela perfeição”, mesmo sabendo que nos enganamos com certa frequência e fazemos de conta que isso não faz mais parte do nosso presente e que somos extremamente democráticos.

Um dia nossa corrida incessante pelo belo poderá ser considerada barbárie. Aonde chegaremos com tanta tecnologia? Talvez ainda possa existir um não-culto à perfeição.

Nosso eterno poeta, Vinícius de Moraes, disse uma vez que beleza era fundamental. Será?

BELEZA

... “Moça do corpo dourado do sol de Ipanema o seu balançado é mais que um poema é coisa mais linda que já vi passar “...

Baudelaire, numa ousadia de vanguarda para a segunda metade do século XIX, propôs uma dupla composição para o belo. Além do belo eterno da arte, sinalizou um novo belo, circunstancial e efêmero, existente na moda, na época, na moral, na paixão, enfim, na vida pulsante das cidades.

A estética baudelaireana introduz uma dose de relatividade nas rígidas dicotomias modernas. Assim, inicia-se o diálogo entre opostos tradicionais como: a aparência e a essência, o corpo e o espírito, a sensação e a razão, o natural e o artificial. A evidência da realidade social, da vida cotidiana, do senso comum passa a constituir uma forma de conhecimento. Aquilo que aí está, que é percebido, que é sentido, que se deixa ver é rico em significação.

Por outro lado, fenômenos econômicos-sociais modernos como a industrialização e o crescimento das cidades provocam mudanças no cenário. A vida pública das pessoas supera, em tempo e espaço, a vida privada. Assim, o cidadão urbano mostra-se, vê, é visto, e seu corpo suspeito e censurado pelo racionalismo moderno ou pela cristandade, volta à cena, com a energia do recalcado.

Na visão de Maffesoli, o corpo individual e coletivo, “pavoneia-se”, ou seja, intensifica todas as possibilidades de comunicação. Nesses tempos, proliferam as academias de ginástica, o esporte, a maquiagem, a dança, os artifícios, as férias de verão ao sol, as dietas, as cirurgias plásticas, a roupa, a moda e toda a sua sedução.

McLuhan disse que o vestuário é uma extensão da nossa pele, mas não parou por aí, desdobrou suas ideias reverenciado os espaços escultórios que vão sendo descobertos em nosso corpo e, que nestes espaços, castelos da pele podem ser construídos. Na era do biquíni, grafismos mínimos redesenham o corpo, começamos então a compreender que o castelo da pele possui inesgotável espaço e mundo próprios. Além de máquina de comunicar como diz Eco, permite a prazerosa cumplicidade entre real e imaginário. O corpo é foto, filme, texto, escritura, pintura, desenho, espetáculo...

O corpo virou signo, assim como virou signo o erotismo de que o corpo é pródigo, diz Santaella. Inicia-se a do corpo, do desnudamento, da ideologia da beleza, que é intensificada através da moda, da publicidade, da política, das imagens midiáticas. Mostrar-se, ver e ser visto são ações que articulam a escrita do mundo da aparência.

Vivemos um novo paradigma estético “a barroquização” que segundo Mafesoli é comprazer-se na aparência, ligar-se aos jogos das formas e reconhecer a estética como emoção vivida em comum. Mas isto tem história, é um fenômeno cíclico, na Grécia, no barroco e na contemporânea estetização do cotidiano, confirma-se que o prazer do belo é parte de nossa estrutura antropológica.

Texto por Ana Mery.

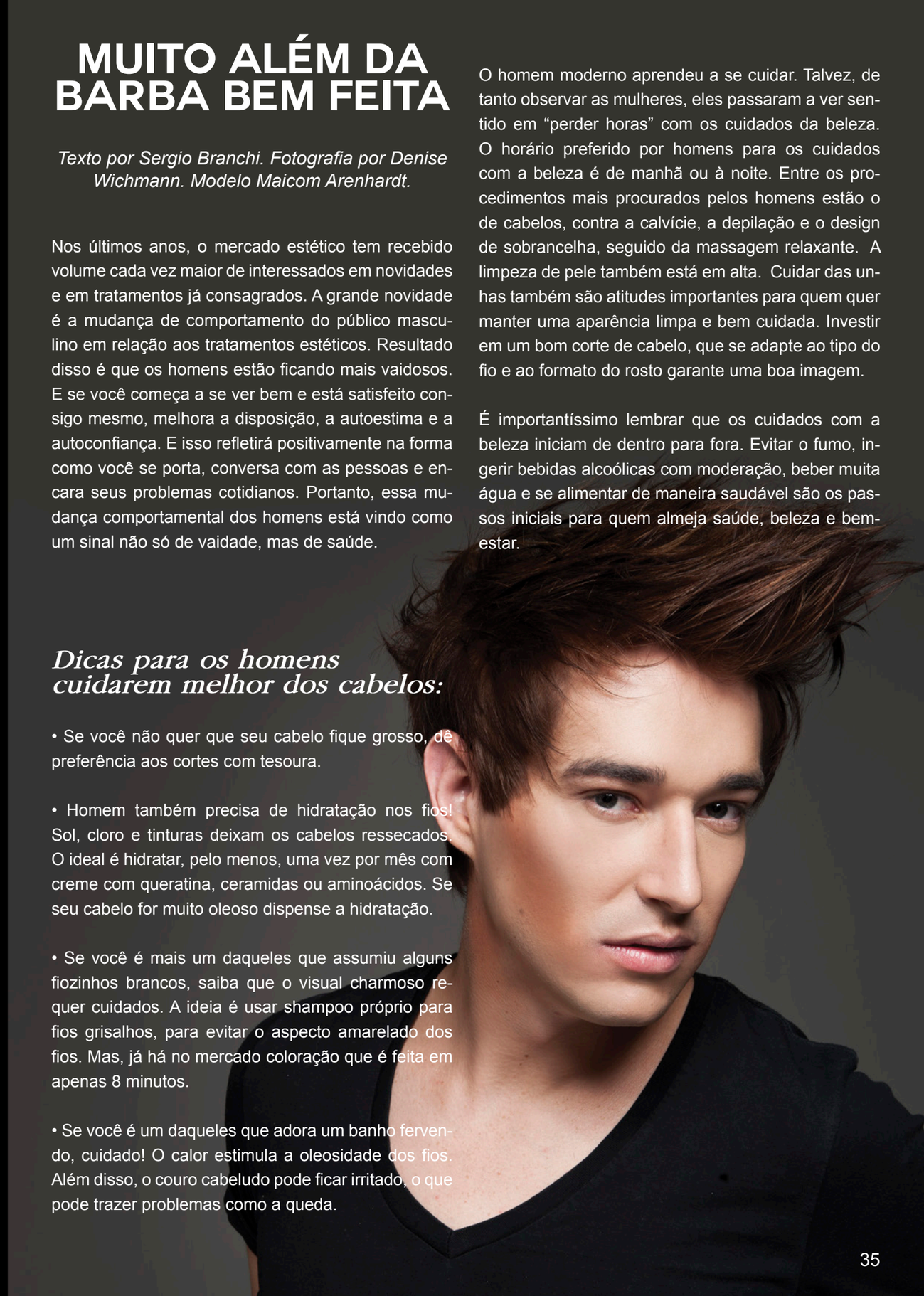
MUITO ALÉM DA BARBA BEM FEITA

Texto por Sergio Branchi. Fotografia por Denise Wichmann. Modelo Maicom Arenhardt.

Nos últimos anos, o mercado estético tem recebido volume cada vez maior de interessados em novidades e em tratamentos já consagrados. A grande novidade é a mudança de comportamento do público masculino em relação aos tratamentos estéticos. Resultado disso é que os homens estão ficando mais vaidosos. E se você começa a se ver bem e está satisfeito consigo mesmo, melhora a disposição, a autoestima e a autoconfiança. E isso refletirá positivamente na forma como você se porta, conversa com as pessoas e encara seus problemas cotidianos. Portanto, essa mudança comportamental dos homens está vindo como um sinal não só de vaidade, mas de saúde.

O homem moderno aprendeu a se cuidar. Talvez, de tanto observar as mulheres, eles passaram a ver sentido em “perder horas” com os cuidados da beleza. O horário preferido por homens para os cuidados com a beleza é de manhã ou à noite. Entre os procedimentos mais procurados pelos homens estão o de cabelos, contra a calvície, a depilação e o design de sobrancelha, seguido da massagem relaxante. A limpeza de pele também está em alta. Cuidar das unhas também são atitudes importantes para quem quer manter uma aparência limpa e bem cuidada. Investir em um bom corte de cabelo, que se adapte ao tipo do fio e ao formato do rosto garante uma boa imagem.

É importantíssimo lembrar que os cuidados com a beleza iniciam de dentro para fora. Evitar o fumo, ingerir bebidas alcoólicas com moderação, beber muita água e se alimentar de maneira saudável são os passos iniciais para quem almeja saúde, beleza e bem-estar.



Dicas para os homens cuidarem melhor dos cabelos:

• Se você não quer que seu cabelo fique grosso, dê preferência aos cortes com tesoura.

• Homem também precisa de hidratação nos fios! Sol, cloro e tinturas deixam os cabelos ressecados. O ideal é hidratar, pelo menos, uma vez por mês com creme com queratina, ceramidas ou aminoácidos. Se seu cabelo for muito oleoso dispense a hidratação.

• Se você é mais um daqueles que assumiu alguns fiozinhos brancos, saiba que o visual charmoso requer cuidados. A ideia é usar shampoo próprio para fios grisalhos, para evitar o aspecto amarelado dos fios. Mas, já há no mercado coloração que é feita em apenas 8 minutos.

• Se você é um daqueles que adora um banho fervendo, cuidado! O calor estimula a oleosidade dos fios. Além disso, o couro cabeludo pode ficar irritado, o que pode trazer problemas como a queda.

TUDISTA
TUDISTA
TUDISTA

Texto e imagens por Dani Soares.

Os ataques terroristas aos EUA fizeram eclodir valores de estilos e comportamento há muito instalados no planeta fashion. Os conceitos mudam e entram em pauta o romantismo, a ingenuidade, a inocência, a suavidade, a poesia, a calma e o amor. A moda perde, finalmente, o seu direito à futilidade. Surge, daí, a vocação pela inocência, o uso do patchwork, a atenção para etnias, a volta da estampa Paisley, a paixão pelo branco.

E um olhar sob o estilão dos anos 60, início dos 70, provam-se marcas fundamentais. O novo romantismo hippie-folk é uma espécie de cartilha que sintetiza mudanças que a moda pode sugerir. Enfim, indícios de uma nova moda. E o século 21 começa a ser desenhado. LÉO NYCE

De.lí.rio, s.m Exaltação de espírito, alucinação. Excesso de paixão ou sentimento. Entusiasmo, transporte. Med Desvariamento, perturbação temporária das faculdades intelectuais, motivada por moléstia e caracterizada por excitação mental, desassossego, desorientação, incoerência da fala e muitas vezes alucinações.

(Do lat. Delirim.)
DELÍRIO DISFILE MATERIAL ALTERNATIVO/2001.

MEDIDAS(IN)CONSCIENTES...(DI)VAGACOES NOVA-IORQUINAS...

Lenira Fleck NYC,2013-06-07

I ... a cada dia, a cada momento... trabalha... um algo desconhecido que tece complexos sentimentos. Sentimentos complexos por detrás de um todo... mimetizam-se aos panos que nos (en)cobrem... Neste caso, não há primeira, nem segunda pele... Há pele... derme... dinâmica emocional de toda a construção... inclusive a da imagem visual, que nos identifica.O descompasso entre o campo do visual e o do "temperamento" é da ordem do fantástico... por vezes aterrorizante... oscila... outras apenas básico... somos o que somos... impossível apagar o traço pessoal que nos identifica... por mais (tra)vestidos que possamos estar em vestes padronizadas... somos o que somos... no jeito (ou estilo) de carregar estes panos.Se existe uma estrutura narrativa capaz de exemplificar o lado totalmente passional do que sustenta nossa produção visual ... citaria o estilo da americana Ilene Beckerman[1], que despretensiosamente, em 2010 inspirou a premiada produção teatral das irmãs Ephron em NY (adaptação de Adriana Falcão no Brasil) ao criar uma narrativa biográfica centrada nos "modelitos" que marcaram os sentimentos mais vitais que nossa condição humana consome.Prova é que moda não tem nada de fútil e, sim, esconde-se, que através da moda se consome sentimentos... e não apenas panos... por detrás dos panos... ali... com todo o brilho... está a morada do "Narciso" que nos controla, que nos embebeda, que nos seduz e enlouquece..., mas acima de tudo nos apaixona: o desejo.

II Patti Smith sobe ao palco no Bowery Ballroom em NY, com uma camisa embaixo de um blazer bem casual... Procurou uma camisa para usar no concerto em homenagem ao aniversário de Federico Garcia Lorca, convidados e familiares do escritor espanhol presentes e etc. Afinal era um show, com um público um pouco diferente, com muitos intelectuais. Ela "pode", "licença artística", poderíamos dizer: É Patti Smith! Mas ninguém desconfiou... que no estilo "Patti", o modelo sui generis era a camisa de um pijama. Ninguém jamais diria que ela saiu de casa de pijama. Não fosse a artista explicar o figurino, alegando ter esquecido ser peça de pijama até ter sido lembrada num evento anterior, justo pela designer do pijama, que da plateia reconheceu a peça de sua coleção: - É pijama, mas é bem bonitinho, vocês não acham? (risos artísticos...)

III Uma escolha nem tão aleatória... acordar... esperar realmente acordar... escolher a roupa para sair... ritual quase que da ordem do universal, mesmo que seja o de optar por não escolher e usar a mesma roupagem do dia anterior, o que já se trata de uma escolha... O que está em jogo nesta rotina? Nem tão rotineira quanto possa parecer! Quem já não expressou o cansaço em vestir sempre as mesmas roupas?... mesmo que tenha se dado ao trabalho de adquirir novas peças... O que leva alguém a ser escolhido pela roupa? Escolher ou ser escolhido? Esta transitoriedade cria uma liga mimética com algumas peças, que lembram o paninho do qual não queríamos nos separar por motivo algum, por proposta alguma... Afinal, estava ali o valor estimativo da peça... Ou ainda está? O cheirinho? Um objeto transicional... de passagem... que reedita sentimentos "muito" remotos... A escolha da roupa é um enigma que merece ser desbravado em mais linhas... quem sabe?

PS. Próxima coluna Medidas (IN)conscientes: I. Permissividades Nova-iorquinas; II. Sex and the City; e, III. O Diabo (nem sempre) veste Prada.

[1] Love, Loss, and What I Wore (Amores, Perdas e Meus Vestidos). Assisti em 2009 a esta peça Off Broadway, que recebeu o Prêmio Drama Desk Award/2010.