

**CULTURA NORDESTINA: DAS GRANDES REFERÊNCIAS À (RE) UTILIZAÇÃO DE
MATÉRIA-PRIMA REGIONAL EM PRODUTOS DE MODA.**

Pedro Renan de Oliveira¹

RESUMO

A relação sobre moda e eco-design vem suscitando atualmente uma série de discussões. Depois de explorar recursos naturais e de experimentar relações globalizadas, os olhares se voltam para as heranças culturais e saberes populares. Esse trabalho discorre sobre essas transformações no mundo da moda, cujo referencial foi a coleção “A Lavadeira do Rio”, apresentada no Brasil Fashion Designers – Nordeste 2011. Dela se pretende mostrar todo o processo de pesquisa, desenvolvimento e produção com olhares para a região nordestina, com utilização de temas, formas e materiais que remetem à cultura desse povo.

Palavras-chave: Moda; Cultura Popular Nordestina; Matéria-prima regional.

¹ Discente do curso Design de Moda da Universidade Federal do Ceará. Bolsista do Programa de Educação Tutorial – PET Moda, com estudos sobre moda através da literatura cearense e sobre moda e cultura regional. Bacharel em Economia Doméstica pela mesma instituição, com estudos relacionados a políticas públicas e geração de renda através de projetos de corte e costura com famílias carentes.
pedrinoliveira@hotmail.com

ABSTRACT

The relationship of fashion and eco-design has raised a series of discussions nowadays. After exploring natural resources and experience global relations, eyes turn to the cultural heritage and popular knowledge. This paper discusses these changes in the fashion world, whose reference is the collection "A Lavadeira do Rio" presented at Brazil Fashion Designers - Northeast 2011. It basically shows the whole research, development and process, with looks to northeastern region, using themes, shapes and materials that relate to the culture of Brazilian Northeastern people.

Keywords: Fashion; Northeast Popular Culture; regional raw material.

1 INTRODUÇÃO

O processo de globalização vem suscitando uma série de discussões na sociedade contemporânea. Diante da emergência de novos produtos e novas demandas de um mercado cada vez mais exigente, destaca-se a busca pela nossa identidade e nossas tradições culturais. Em paralelo a essa tendência, destaca-se um crescimento de consumidores que buscam produtos novos, mas com referências ao debate sustentável e *Eco-Chic*². Estabelece-se um paradoxo em nossas formas de produção na busca pelo novo, porém com identidade e com heranças culturais.

Em meio a esse debate, retoma-se a figura do artesão, antes esquecido por conta do modo de produção vigente.

É na vida desses personagens e no artesanato, produto carregado de referências identitárias, que se buscam inspirações para suprir essa demanda da sociedade pós-moderna. Regiões, tais como o norte e o nordeste do Brasil, que estavam à margem da produção retomam seu lugar como pólos de difusão e criação, servindo como guias para a definição de tendências³.

Na moda, volta-se a produzir roupas com referências à cultura e ao artesanato brasileiro. Os grandes birôs de estilo, difusores de novas tendências e de comportamento, apropriam-se desse contexto e massificam a idéia de uma moda com olhares para o regional, para a identidade brasileira.

A região nordestina torna-se alvo de produtores, consumidores e caçadores de tendências. Seu artesanato, carregado de informações e heranças culturais, servem

² *Eco-Chic*, de acordo com Lee (2009), está associada a uma série de questões ligadas à preservação do meio ambiente. A indústria de moda, diante dessa problemática deve, portanto, se adequar a esses parâmetros e produzir uma moda que respeite o meio ambiente e, ao mesmo tempo, agrade aos consumidores, ávidos por novos produtos.

³ Grandes estilistas de renome nacional e internacional inspiram-se hoje na cultura popular e no artesanato regional para criação de suas coleções. Ronaldo Fraga é um dos estilistas brasileiros que mais sabem utilizar das tradições regionais em seus desfiles. Suas últimas coleções estão permeadas de personagens símbolos da cultura brasileira.

como guias para a produção de peças que aliem tradição e *design*. Artesãos e designers figuram-se como personagens essenciais nesse novo contexto da moda.

Diante disso, este trabalho aborda essa mudança nas formas de produção e consumo em nossos dias. Na primeira parte, discutem-se os conceitos de globalização e o paradoxo na busca entre produtos novos, mas com elementos regionais e culturais. Os conceitos de cultura popular, regionalismo e a tendência *Eco-Chic* na produção de moda são descritos na segunda parte. Posteriormente, abordam-se questões referentes ao artesanato e à cultura nordestina na cena da moda.

Por fim, analisa-se a coleção “A Lavadeira do Rio”, apresentada no Brasil Fashion Designers – Nordeste 2011. Essa produção foi pautada por elementos regionais e na confecção de roupas através de meios sustentáveis, sem deixar de lado, contudo, as referências globais ditadas pelos setores especializados em tendências de moda. Artesanato, regionalismo e cultura popular estabelecem-se como as grandes marcas da produção de moda nordestina e brasileira.

2 DO GLOBAL AO REGIONAL: VERSOS E REVERSOS NA PRODUÇÃO DE MODA

De acordo com os estudos de Santos (2001), a globalização é um processo que se desenvolveu com a expansão do capitalismo. Esse sistema está relacionado à rede de produção e de troca de produtos entre diversos países do mundo, o que aumentou devido o advento das inovações tecnológicas e científicas, notadamente aquelas ligadas à comunicação.

A globalização pode ser dividida em três períodos. A primeira fase ocorre na era das grandes navegações, sendo a característica mais marcante desse momento a extração dos recursos naturais das colônias conquistadas. A segunda fase está

registrada no período entre a primeira e a segunda revolução industrial (fim do século XVIII e início do XX), quando acontece uma maior integração entre os mercados mundiais, facilitada pela revolução nos meios de transporte. Essa fase pode ser definida como globalização industrial. Já a terceira fase, denominada pelos especialistas como globalização capitalista, é caracterizada pelas flutuações nas moedas e especulações nos mercados cambiais, momento pelo qual ainda estamos passando. (ALMEIDA, 2011)

Todos esses avanços tecnológicos advindos dessas revoluções reforçaram o caráter de efemeridade da moda, fazendo surgir “o culto ao novo” num processo acelerado de renovação dos objetos, que Lipovetsky (2005) denomina de obsolescência programada.

Na área da moda / vestuário essa obsolescência se destaca pelo desejo cada vez maior das pessoas, que segundo Nunes (2004), buscam incessantemente imagens constituídas e produtos fabricados em série, divulgados pelos aparelhos midiáticos como ideais de uma moda universal e rica em tecnologia.

Desse modo, a globalização é uma realidade no mundo da moda, nesse processo de comunicação cada vez mais veloz, no qual os criadores se permitem traduzir novos estilos e identidades em qualquer território ao redor do mundo, seja enfocando pequenas comunidades regionais ou esferas demográficas maiores.

Contrariamente a essa “febre” pelo novo, registrada com o advento das relações globalizantes, vemos hoje uma mudança em alguns padrões de produção e consumo na nossa sociedade. Essa transformação resulta do sentir e repensar as atitudes humanas e as suas conseqüências para o ambiente. A partir de então, o consumidor passa a refletir sobre suas ações e a procurar meios para preservar o ambiente em que vive e suas tradições, como Canclini (2003) afirma no seguinte trecho:

Não obstante, o tradicionalismo aparece muitas vezes como recurso para suportar as contradições contemporâneas. Nessa época em que duvidamos dos benefícios da modernidade, multiplicam-se as tentações de retornar a algum passado que imaginamos mais tolerável. Frente a impotência para enfrentar as desordens sociais, o empobrecimento econômico e os desafios tecnológicos, frente à dificuldade para entendê-los, a evocação de tempos remotos reinstala na vida contemporânea arcaísmos que a modernidade havia substituído (CANCLINI, 2003, p. 166)

Para Rech e Sousa (2010), essa é a razão do surgimento de produtos que visam atender essa nova demanda do público, valorizando aspectos socialmente justos e, principalmente, sustentáveis. Para isso, profissionais de diversas áreas passam a buscar formas diferenciadas de obter matéria-prima para a produção de bens que estejam de acordo com as ideologias propostas pela filosofia trabalhada na sustentabilidade, alterando, dessa forma, a cadeia produtiva do vestuário.

Nesse contexto, cria-se também um novo perfil do profissional designer de moda, preocupado com os seguintes aspectos: utilização de recursos renováveis; não acumulação de mais resíduos no ecossistema; direcionamento para a concepção de produtos com recursos provenientes de comunidades locais; união entre a produção com apoio social e a consciência coletiva da extração e utilização eficaz dos recursos. (RECH; SOUSA, 2010)

3 CULTURA POPULAR E PRODUÇÃO DE MODA *ECO-CHIC* NA TERRA BRASILEIRA: ALGUMA RELAÇÃO POSSÍVEL?

A produção de moda brasileira, com raízes, texturas, formas e volumes que caracterizam nosso estilo de viver, é objeto de estudo de alguns pesquisadores há

alguns anos e vem ganhando cada vez mais notoriedade, por conta da perspectiva de vocação regional na concepção do vestuário.

De acordo com Neira (2011), esse debate em relação à moda nacional data da década de 1920, quando ocorreu um nivelamento entre as indústrias brasileiras, européias e americanas. A partir desse momento, começa-se a questionar se o modo de produzir e portar o vestuário deveriam ser realmente dominados pela cultura de moda da Europa. Essa iniciativa, incitada por motivos econômicos, ganhou força com as manifestações culturais promovidas após a Semana de Arte Moderna de 1922.

Chataignier (2006) corrobora para essa discussão, analisando separadamente e com riqueza de detalhes, a cultura dos povos que aqui deixaram suas marcas. Do índio, herdamos a cultura de utilizar colares e pulseiras, os acessórios feitos de palha, adornos em cores fortes e vibrantes (amarelo, verde, azul, vermelho e preto). Do português, lançamos mão das rendas, dos tecidos finos vindos diretamente da Europa, assim como os bordados. Do africano, recebemos o legado das grandes argolas, dos balangandãs⁴, dos chinelinhos de salto, dentre tantos outros elementos.

Talvez, devido à riqueza de heranças da nossa cultura popular tão multi-étnica, aliada ao território continental do país, uma classificação precisa de nossas características seja difícil de ser realizada.

Para entender melhor como a cultura popular, e mais notadamente a nordestina, está inserida nesse novo contexto, onde inspirações vindas de tradições regionais ganham lugar de destaque na produção de bens, faz-se necessário uma breve abordagem sobre as teorias que falam de nossa cultura e dos nossos costumes.

⁴ Balangandãs são objetos, geralmente produzidos em metal, utilizados como enfeites (ornamento), ligados também às práticas místicas afro-descendentes, visto que são tratados com fins de proteção.

3.1 Cultura popular no Brasil: uma pequena análise histórica

Estudar as culturas populares, assim como a grandiosidade da herança do patrimônio histórico brasileiro, é um objeto complexo. De acordo com Fressato (2001), a cultura popular é intrinsecamente ligada às questões nacionais, visto que o que é popular diz respeito às heranças e tradições de determinado território, sendo essa marcada por resistência e defesa do que é nacional em detrimento das influências estrangeiras.

Outra particularidade apontada pelo autor diz respeito a não homogeneidade da cultura popular. Em um mesmo país, como o Brasil, por exemplo, dado suas dimensões continentais, o que é praticado culturalmente por um sulista nada pode significar para um nordestino.

Conceito pertinente nessa discussão é o que diz respeito ao folclore. Segundo Catenacci (2011), o termo, junção de *folk* (povo) e *lore* (saber), foi criado em 12 de agosto de 1846 por Willian John Thoms. Naquela época, essa expressão era utilizada para identificar os saberes tradicionais transmitidos pelos camponeses.

Com o passar do tempo e com as diversas transformações sociais ocorridas pelo mundo, os estudos sobre cultura popular e folclore foram se modificando. Com tantos avanços tecno-científicos, os estudiosos passaram a se perguntar se ainda havia espaço para o que era tradicional.

No Brasil, essa questão não foi diferente, onde se somou outra preocupação, relacionada à identidade nacional brasileira. Registrou-se no país, de acordo com Ayala & Ayala (1987), notadamente entre as décadas de 30 e 50, marcadas por intensa modernização, um aumento da preocupação em registrar nossas práticas culturais.

Ao mesmo tempo em que desejavam registrar as heranças do passado, os estudiosos do folclore brasileiro colocavam-se frente ao dilema de querer esquecer

alguns fatos que não foram prósperos para nossa população, tais como a escravidão e exploração colonial. (CATENACCI, 2011)

No século XXI constata-se uma preocupação por parte do Estado brasileiro em proteger, registrar e documentar as variadas manifestações artísticas e culturais do nosso povo, fazendo isso parte do patrimônio imaterial das nossas tradições. Vê-se, também, um cuidado maior das autoridades no estímulo às festas e as produções regionais, sendo a indústria do turismo a grande incentivadora para essas novas práticas. (FERRETI, 2011)

O autor destaca, ainda, que essas são ações até pouco tempo atrás eram refutadas na sociedade brasileira. Antes, só a cultura erudita era aceita pelas classes abastadas e pelo governo. O que vinha do povo, as danças, as festas populares, etc. eram consideradas um atraso ao desenvolvimento do país, sendo necessária a intervenção da polícia para combater essas ações tidas como imorais. Exemplo disso é a dança Tambor de Crioula, típica do estado do Maranhão. Por muitos anos, sua prática foi proibida, sendo perseguida por ser considerada indecente e ligada a cultos de feitiçaria.

Esse desinteresse pelo popular é, de acordo com Ferreti (2011), um dos motivos apontados por alguns estudiosos pelo fato de não haverem registros concretos de nossas tradições que vinham das classes menos abastadas. Essa situação foi tomando outras formas no Brasil contemporâneo e um dos grandes precursores da valorização de nossas raízes foi Mário de Andrade, que agiu junto ao governo no resgate da cultura popular brasileira.

Essa valorização de nossas tradições culturais é particularmente forte em nossos dias e demanda uma maior atenção de profissionais de diversas áreas, como, por exemplo, aquela referente à pesquisa e produção de moda. É crescente, em nossos dias, a preocupação com a criação de roupas ligadas às nossas características

culturais. Grandes empresas responsáveis pela divulgação de tendências de moda vêm destacando essa nova atitude em suas publicações. O estilo brasileiro, ligado a suas belezas naturais e suas múltiplas culturas, vem ganhando destaque, tanto nacional como internacionalmente.

3.2 Regionalismos: um olhar *Eco-Chic* sobre o que vem da cultura popular brasileira.

Recentemente, uma famosa revista especializada em tendências de moda (*USE Fashion*) publicou alguns pontos interessantes e que podem colaborar para o entendimento desse “olhar regionalista” para a nossa produção de moda. Segundo essa publicação, uma das fortes apostas para a moda é a questão da afirmação e valorização da cultura brasileira, tendo-as como pano de fundo para as discussões sobre nosso país e suas possibilidades futuras.

Outra macro-tendência apontada pela revista é a questão da identidade e essa diz respeito ao olhar novamente para as nossas referências. Um novo olhar para os registros étnicos e culturais de um determinado local são propostos como uma alternativa para o constante esquecimento dos traços regionais e culturais de um povo, fato esse corriqueiro no mundo globalizado.

Essas informações são importantes frente a essa nova disposição mundial. A globalização, como já mencionado, faz com que seja necessário repensar a cultura através de outras abordagens antes desconsideradas, sendo a moda uma delas. Guimarães (2008) defende que os processos globalizantes geram, conseqüentemente, a perda de importância das identidades tradicionais, sendo, em contrapartida, levadas em consideração novas e dinâmicas identidades, que se caracterizam como fluídas, plurais e efêmeras.

Diante da fluidez dessas referências, devem-se apontar os olhares para o que é nosso. O Brasil é um país onde a natureza se apresenta de uma maneira exuberante, admirada dentro e fora de seus limites fronteiriços. Leitão (2009) debate sobre a utilização da nossa rica fauna e flora para a identificação de nossas raízes culturais. Para a autora, essa riqueza seria fundamental para a construção de uma identidade nacional, servindo de referência para estudos desde o período do Romantismo, tendo a literatura como fonte para expressar os nossos heróis, índios, negros, mestiços, brancos, etc.

O fato de sermos conhecidos nacional e internacionalmente como detentores de uma natureza grandiosa colabora para um nicho de mercado em grande ascensão nos dias de hoje: o *Eco-Chic*, ou seja, uma moda ecológica, pautada na filosofia da sustentabilidade. As pessoas que compartilham dessa ideologia sustentável visualizam no produto brasileiro uma alternativa para a compra de bens éticos, que respeitem a natureza, as pessoas envolvidas não só com a produção desses bens, mas com a política de preservação do meio ambiente. Destacam-se nisso a valorização pelos produtos artesanais, naturais e aqueles conseguidos através de reciclagem. (LEITÃO, 2009)

A mesma revista citada anteriormente destaca, logo nas suas páginas iniciais, a preocupação de preservar a cultura regional e aproveitar ao máximo o que nossas tradições podem nos oferecer (matéria-prima, nossas lendas, nossas heranças multiétnicas, ditos populares, artesanatos, enfim, as nossas vocações regionais). Uma das regiões mais férteis em relação à cultura popular e as raízes tradicionais é o Nordeste brasileiro. Essa região possui um rico artesanato e vem chamando atenção de criadores, que se inspiram na sua cultura e nas suas paisagens para a criação de produtos de moda.

4. ENTRE RENDAS E BORDADOS, A (RE) UTILIZAÇÃO DO ARTESANATO NORDESTINO EM PRODUTOS DE MODA.

Quantos nordestes podem caber dentro do Nordeste? É com essa indagação que o folclorista Horta (2004) inicia seus escritos em relação ao nordeste brasileiro. O porquê dessa indagação inicial saberemos nas linhas que se seguem.

A região nordestina é composta por nove estados, formando um denso território de mais de 1,5 milhões de quilômetros quadrados. Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia compõem essa imensa faixa de terra, onde as chuvas são irregulares e a paisagem é dominada pelo clima úmido do litoral ou pelo clima semi-árido do sertão.

Com tantos estados, diferenças climáticas, misturas étnicas e um grande território, não é de se admirar que no Nordeste haja tantas tradições diferentes, formando um verdadeiro caldeirão cultural.

Antes de determos especificamente sobre a cultura e a produção artesanal nordestina, faz-se necessário traçarmos alguns comentários acerca dos conceitos e sobre a história do artesanato, particularmente o produzido no nordeste do Brasil, que, de tão complexo, nos dá espaços para múltiplas discussões.

4.1 Artesanato: conceito e historicidade

Marinho (2007) defende que o artesanato é uma forma de produção diferente do conhecido na lógica de produção capitalista, que se mantém vivo mesmo com os densos processos de industrialização registrados nos nossos tempos. O que faz gerar a distinção entre a produção artesanal de diversos lugares de um mesmo país diz respeito à forma de concebê-lo, bem como a maneira que o grupo social interpreta

suas tradições e a história local, sendo outro fator de diferenciação a matéria-prima disponível para a confecção dos artefatos.

O acelerado processo de globalização, paradoxalmente, vem promovendo uma maior valorização dos produtos confeccionados através das técnicas manuais. Desse modo, o artesanato promove um resgate tanto cultural quanto da identidade regional de um povo, em contraponto às noções de massificação e de uniformização dos produtos globais. (SEBRAE, 2008). “Ao contrário do produto globalizado, o artesanato procura personalizar diferenças, imprimindo sensibilidade e carinho como valores agregados ao produto final.” (SANTOS, 2007, p. 57)

A história desse meio de produção se confunde com a nossa História, surgindo desde que os nossos antepassados aprenderam a desenvolver com as mãos objetos utilitários que contribuíam para sua sobrevivência. As organizações artesanais destacam-se por seus ideais utópicos e possuem uma visão de mundo onde há uma maior preservação dos recursos, em oposição às idéias predominantes da sociedade moderna. (MARINHO, 2007)

Santos (2007) relata sobre as origens do artesanato em seu estudo. Segundo a autora, o vocábulo artesanato é oriundo do francês *Artisant*, sendo esse “[...] um complexo de atividades [...] através das quais o homem manifesta a criatividade espontânea.” (SANTOS, 2007, p. 57)

Até nossos dias, os artesãos produzem guiados pelas inspirações advindas de suas tradições, crenças, religiosidade, valores e modo de viver. Seus trabalhos representam um contexto social vivenciado no cotidiano. Portanto, “o [...] artesão [...], impregnado de subjetividade, trabalha como um minimalista das necessidades humanas e transforma a cultura em matéria concreta.” (MARINHO, 2007, p. 4)

Os produtos gerados através do trabalho manual do artesão caracterizam-se pelo seu caráter utilitário e funcional, podendo haver do mesmo uma seriação em pequena

escala. Essa característica permite também que o artesanato tenha uma função laboral e ocupacional, permitindo que grupos excluídos do trabalho formal possam ter meios para a aquisição de renda.

Devido a um mercado cada vez mais exigente, alguns artesãos procuram produzir bens que reflitam sobre sua realidade e que tragam consigo a riqueza de suas tradições culturais, pois “não basta fazer artesanato. O produto deve estar conectado com as particularidades do território.” (MARINHO, 2007, p. 6). O produto artesanal, mesmo produzido com materiais rústicos e, por vezes, com poucas ferramentas, deve ter identidade e ser de boa qualidade.

Uma das características do mercado atual é o desejo dos consumidores por produtos exclusivos que atendam aos seus desejos e contribuam para suas afirmações em seus grupos sociais. Um dos meios para conseguir exclusividade na aquisição de bens é através do artesanato. (SEBRAE, 2008)

Marinho (2007) destaca que existem algumas barreiras para o desenvolvimento de produtos artesanais, a saber: capacidade empresarial dos produtos, modelagem da produção, comercialização e mercado. Porém, os negócios com veias artesanais colaboram para a implementação dos ideais de sustentabilidade presentes em nossos dias. Assim, o artesanato, juntamente com o comércio justo, colabora para a sustentação da economia, preservação do meio ambiente e para o fortalecimento das tradições culturais de um determinado grupo social.

Canclini (2003) defende a ideia de que os bens produzidos de forma artesanal também carregam valores sócio-econômicos das pessoas envolvidas no processo, tendo em vista que essa produção fornece meios para que os artesãos consigam uma fonte de renda e se mantenham, havendo um interesse dos próprios pela continuidade da produção desses bens.

A ligação entre o artesanato e o meio ambiente é bem forte, pois boa parte da matéria-prima utilizada pelo artesão é obtida na natureza, oriunda do extrativismo mineral e vegetal. O produtor de bens artesanais deve também está preocupado com o meio em que vive, assumindo posturas sustentáveis, visando à preservação e a garantia de seu meio de trabalho. (SEBRAE, 2008)

O artesão é o artista que põe em suas produções traços de suas tradições culturais e de suas experiências em sociedade, procurando valorizar a arte manual. Misturado [misturados ou misturando] técnicas e elementos da cultura, ele dá forma a um produto com identidade e valor social. (LINKE; VELHO, 2010)

Outros desafios para a produção do artesanato dizem respeito à incorporação de mais *design*, cuidado com a embalagem do produto e meios para transportá-los. Não adianta desenvolver um objeto com esmero se esse não carrega consigo valores que o torne vendável. “Aliar artesanato e *design* é uma maneira de estabelecer um diálogo com o mercado consumidor, além de unir tradição e contemporaneidade.” (SEBRAE, 2008. p. 32)

Mesmo tendo um repertório cultural vastíssimo, o artesão não pode deixar de agregar outros elementos e contextos em suas produções. É necessário que se encontre “[...] um equilíbrio entre a folclorização do artesanato e o produto estritamente comercial.” (LINKE; VELHO, 2010, p. 31). Desse modo, a figura do designer é importante porque ele apresenta para os artesãos novas visões estéticas ligadas aos novos padrões de consumo moderno, sem desrespeitar as características culturais intrínsecas aos artefatos. A relação entre o designer e o produtor artesão deve ser de troca de conhecimentos. Dessa forma, ocorre também um engrandecimento do *design*. (SEBRAE, 2008)

4.2 Artesanato brasileiro e nordestino: caracterização

Conforme aponta Santos (2007), a produção artesanal está intrinsecamente ligada ao povo e à cultura brasileira, caracterizando-se mundialmente por ser bastante rica, criativa e pautada pela preservação da identidade nacional.

Desenvolver produtos artesanais de referência cultural significa valer-se de elementos que remetem o produto à sua origem. Essa referência está presente no uso de certos materiais e técnicas de produção típica da região, no uso de elementos simbólicos que fazem menção à visão de mundo e às origens de seus produtores. (SANTOS, 2007, p.58)

O artesanato brasileiro configura-se na utilização de cores da fauna e da flora local, bem como no uso de matéria-prima encontrada abundantemente no país e nas técnicas artesanais passadas de pais para filhos. (Idem, ibidem)

O artesanato de origem brasileira possui hoje, como vimos anteriormente, grandes perspectivas no cenário mundial, devido, principalmente, as suas peculiaridades e sua tradição.

No Nordeste estima-se que 3,5 milhões de pessoas vivem da atividade artesanal, influenciada pelo grande potencial turístico da região. Essa atividade tem ocorrência em mais de 600 municípios, sendo que existem onze tipologias artesanais, dessas sendo ramificadas 57 segmentos de produto. Com isso, não existe uma classificação uniforme do artesanato nordestino, o que acaba dificultando uma abordagem analítica uniforme das atividades desse setor. Além de propiciar a preservação dos valores e da cultural local, o incentivo à produção artesanal nessa região possibilita a diminuição das desigualdades registradas nos estados nordestinos. (SEBRAE/CE, 2010)

Alguns elementos e sua história são importantes para compreender o artesanato no Nordeste. Um deles é o couro. Esse material, utilizado desde a expansão da criação de gado no sertão nordestino, fez o povo da região ser conhecido como a civilização do

couro, tendo no vaqueiro a figura mais visível. Essa personalidade via na utilização desse material a possibilidade de não se ferir com os espinhos na “lida” com o gado no sertão. Era a roupa uma armadura composta pelas “perneiras sobre a calça, alpercatas ou botinas, o parapeito para proteger o peito da pessoa, como se fosse um escudo amarrado ao corpo, luvas nas mãos e um gibão por cima de tudo; na cabeça, o chapéu [...]” (HORTA, 2004, p. 53)

Ainda de acordo com o autor supracitado, outros caracteres importantes para a composição do artesanato nordestino são as múltiplas festas populares e as danças (Maracatu, Reisado, Marujada, Bumba-meu-Boi, Dança do Coco, Frevo, Babelô, Bate-coxa, Xaxado, Baião, etc.) oriundas da rica formação étnica do povo da região. Além disso, são importantes também as personagens populares (Zumbi, Antonio Conselheiro, O cangaceiro, notadamente o Lampião, o Cancioneiro e o famoso o “Padim Ciço”) que fizeram história pelas suas personalidades e por sua contribuição ao povo da região.

Figura 1 – Artesanato do Nordeste: diversidade em matéria-prima



Fonte: SEBRAE, 2008

Santos (2007) descreve um perfil do artesanato nordestino. Segundo a autora, às mulheres são destinadas as atividades ligadas ao bordado, à renda e à tecelagem. Já para os homens, o artesanato é desenvolvido através do couro, metais, madeira e cerâmica. Esses trabalhadores, na faixa etária entre 25 e 50 anos, localizam-se em suas cidades natais, havendo pouca migração dos mesmos, e tem ensino fundamental incompleto ou são analfabetos. A maioria qualifica-se em suas próprias casas, sendo seus conhecimentos adquiridos através de seus pais. Como em outras profissões, a renda das mulheres artesãs é inferior a dos homens, mas, em geral, a renda familiar de ambos gira entre 3 e 5 salários mínimos.

4.3 Artesanato nordestino na (e para) Moda

Analisando a história da moda na região nordestina, com base nos escritos organizados por Castilho e Garcia (2001), podemos verificar que está intimamente ligada às produções de caráter artesanal. Das rendeiras à beira-mar no Ceará, vimos crescer um artesanato que não para de ganhar adeptos. Com seus bilros, esperavam seus maridos, pescadores, nas viagens em busca de sustento em alto mar, mesma prática também era exercida pelas bordadeiras.

Borrvalho (2001) destaca a produção de moda maranhense ligada às manifestações culturais do estado, tais como o Tambor de Crioula, Tambor de Mina, as Festas do Bumba-Meu-Boi e do Divino. Nesse estado também era prática comum a confecção de renda de bilro. A autora chama a atenção ainda pelo crescimento da relação entre matéria-prima regional e moda. Segundo ela, a moda está se apropriando de elementos do vestuário típico de grupos populares da região. Os estilistas, cada vez mais ligados nessa nova “onda” da moda, passam a utilizar a

matéria-prima da região. No caso do Maranhão, enfatiza-se a utilização da fibra do buriti na produção de roupas e acessórios.

Do Rio Grande do Norte, Pimenta (2001) trata da relação da moda com os bordados e com as rendas produzidas pelos artesãos desde o início da história do estado. As produções mais notáveis são as de renda Richelieu, Racine, Valencianas e de bilro.

Já da Bahia, Pires (2001) ressalta a produção de moda baseada nos usos e costumes dos negros africanos que mais colaboraram para o desenvolvimento do estado. Deles, os baianos herdaram o gosto pela roupa branca, principalmente adotados nas segundas-feiras, por esse ser o dia do Oxalá.

O cruzamento de culturas pode ser o mote revelador do caráter e da aparência do baiano. Envolta no sincretismo que une a tradição africana à colonização européia, a cidade pulula em cores e vibrações. Permanece intacto na evolução dos costumes o traje da baiana, figura obrigatória nas festas religiosas. As origens são mantidas na brancura da renda, nas anáguas rodadas e engomadas, nas batas com bordados de *richelieu*, no pano da costa, no turbante obrigatório e nos balangandãs de prata. A penca de balangandãs é composta por vários objetos, entre eles figas e patuás usados para proteger contra inveja e outros malefícios. (PIRES, 2001, p. 135)

Esses são apenas poucos exemplos de uma cultura de moda nordestina que tem no artesanato e na cultura popular suas heranças mais fortes. De um canto a outro da região ferve a produção de artigos têxteis e de vestuário com essa influência cultural, identificada no resto do Brasil. A utilização dessas tradições regionais na produção de moda está inserida num contexto mais amplo, no qual o mercado consumidor volta novamente seus olhares para sua cultura. Essa retomada, citada anteriormente, vem tanto do desejo de identificação do indivíduo no seu grupo como também pela necessidade de portar objetos exclusivos e dotados de informação cultural e sustentável.

Na produção de tendências de moda, os grandes birôs responsáveis por essa tarefa utilizam-se de variados elementos, nos quais o artesanato se inclui, para a criação de apostas que serão vistas nas passarelas. O designer de moda busca inspirações nos grandes centros ditadores de moda e nas ruas, assim como o artesão, que vê nas figuras cotidianas inspirações para sua criação. A união entre produtos confeccionados para o mercado e elementos culturais de um povo, só fortalece o design do produto e, conseqüentemente, dá maior visibilidade ao artesão. O designer também recebe grande notoriedade quando se apropria de patrimônios culturais para a criação de moda. (LINKE; VELHO, 2010)

5 A LAVADEIRA DO RIO E A TIPIFICAÇÃO DA CULTURA POPULAR NORDESTINA NA MODA

A coleção que serviu como fonte de análise desse trabalho foi apresentada no Brasil Fashion Designers – Nordeste 2011. O tema do evento (*Opará - rio- mar, meu velho Chico*) faz alusão ao grande São Francisco⁵ rio que banha grande parte dos estados nordestinos. A idéia da organização do evento era tratar das tradições populares da região, visando uma valorização dessa esfera na construção de uma identidade de moda brasileira e preservando seu patrimônio, inserindo neste a fauna, a flora e a cultura popular brasileira.

Com o tema proposto, pesquisou-se sobre a História, costumes e crenças que permeiam a origem do rio e a relação dos ribeirinhos com ele. O resultado foi um banco de dados com muitas histórias de um rio que, desde os tempos da colonização

⁵ Ainda sobre o rio, sabe-se que ele se estende por 2,7 mil quilômetros da sua nascente até a foz, passando por diversas cidades e vilas, sendo fonte de renda para muitas famílias que vivem margem ribeirinha. Em relação ao seu patrimônio imaterial, existe uma infinidade de produtos artesanais, confeccionados em cerâmica, madeira e couro. (IPHAN, 2011) A bacia desse rio possui 630.000 quilômetros quadrados e as partes referentes ao seu curso inferior e médio estão situadas na região nordeste. A parte superior do rio está localizada na região sudeste. (HORTA, 2004)

brasileira, vem despertando curiosidades e saciando a sede dos diversos personagens que vivem no semi-árido nordestino.

Uma das figuras emblemáticas da ribeira desse e de demais rios brasileiros é a da lavadeira. Através do trabalho árduo na beira do rio, inúmeras mulheres lavam roupas a fim de conseguirem recursos para manterem o sustento de suas famílias. Assim, o Rio São Francisco se estabelece como meio de trabalho de fundamental importância para a vida dessas pessoas.

Essas lavadeiras, devido à batalha diária em prol dos seus entes, tornam-se mulheres fortes, guerreiras e austeras. Isso pode ser visto no semblante delas, nas mãos calejadas, na pele áspera e “queimada” pelo sol. Mas, em contraponto, existe a demonstração uma mulher doce e meiga. Uma mulher-mãe que é capaz de sacrificar sua vida em favor da sobrevivência dos seus filhos. Essas características puderam ser percebidas em depoimentos assistidos em vídeos na internet sobre essa personagem.

Com essa proposta pautada em vocações regionais, com inspiração nesse ser dual, que se desenvolveu a coleção *A Lavadeira do Rio*. Para a composição da coleção, pensou-se na mistura de materiais e formas que dialogassem com as duas facetas dessa personagem.

De acordo com essas referências citadas que serviram de guias, partiu-se para a pesquisa de tendências em sites e revistas especializadas. Da estação (primavera/verão 2011), as referências utilizadas foram às misturas de texturas, os tingimentos em degradê, a composição entre peças leves e pesadas, as saias amplas e com fendas e os modelos com ênfase na parte superior do corpo, notadamente aqueles que evidenciam os ombros.

Para a mistura de texturas, pensou-se em elementos que permeiam o ambiente no qual a lavadeira exerce seu ofício. Assim, miçangas, folhas secas, gravetos e

aplicação localizada de juta remetem as pedras, folhagens, raízes e elementos da natureza que circundam a personagem da coleção.

O tingimento foi feito pensando em dar um aspecto de molhado as peças, nos dando a idéia que as modelos (representando as lavadeiras) tinham acabado de sair de dentro do rio. Já para união de elementos rígidos e fluídos utilizou-se tanto das facetas desse ser dual que são as lavadeiras como da leveza do vento, da correnteza da água, da rigidez das pedras onde elas batem as roupas e as põem para quarar. A parte superior do corpo foi evidenciada, remetendo os looks às armaduras utilizadas por guerreiras.

Assim, formatos estruturados são colocados em composição com elementos mais leves. As modelagens mais firmes remetem as armaduras que protegem as guerreiras na guerra da luta pela sobrevivência. Os cortes mais soltos abordam tanto o lado mais feminino da lavadeira como o ambiente em que a mesma exerce seu ofício. Os tecidos com fibras naturais e sem grandes processos de beneficiamento corroboram para dar à coleção um conceito *Eco-Chic*.

A cartela de cores utilizada na composição das peças vai desde matizes bem suaves como o creme e o bege mesclados com tons terrosos, que se misturam também com tons mais fortes, como o cinza escuro. Essa cartela, além de brincar com a personalidade da lavadeira, também remete as tonalidade características da natureza da região nordestina.

Figura 2 – Fotos do Desfile



Fonte: Pedro Oliveira. Acervo Pessoal. 2011.

Esse efeito também é conseguido com bordados em tons terrosos e com os acessórios. Pensou-se em elementos que retratassem a realidade das personagens, que, na maioria, são muito religiosas e, através da fé, conseguem suportar as agruras da vida. Em colares e brincos, botões se misturam com crucifixos, medalhas de santos e o próprio sabão em barra, instrumento mais característico do trabalho da lavadeira. Nos sapatos, a textura lembra o solo do semi-árido, rachado pelo sol impiedoso. Nas polainas, gravetos e folhas secas suscitam a paisagem retratada.

A confecção dos acessórios citados foi pautada também na reutilização de materiais (cordões, botões, etc.), pensando-se, assim, em resgatar as práticas manuais e suscitar o uso de materiais reciclados em produtos de moda.

Arrematando essa aura nordestina na passarela, buscou-se uma trilha sonora composta do som entoado pelas lavadeiras na beira do rio, ritmado ao som de batuques e tambores.

Figura 3 – Detalhes do bordado e do sapato



Fonte: Pedro Oliveira. Acervo Pessoal. 2011.

A coleção *A Lavadeira do Rio* exemplifica essa nova perspectiva sobre a criação de moda mostrada ao longo desse trabalho. Diante de tantas informações e de tantos produtos que nos são oferecidos diariamente, da obsolescência programada citada por Lipovetsky (2005), voltamos a olhar para as nossas referências mais próximas na elaboração de novos bens.

O artesanato retoma seu lugar de destaque, ganha novas roupagens, com o olhar de um designer especializado, atendendo um novo nicho de mercado, que exige produtos que sejam carregados de identidade e de tradições populares, sem perder de vista as tendências ditadas pelos grandes birôs de estilo.

6 CONCLUSÃO

O processo de globalização vem fomentando vários debates atualmente. Busca-se incessantemente pelo moderno. Porém, um novo mercado consumidor, consciente e ecologicamente correto, exige que esse produto novo traga consigo referências do passado. Produtos, de moda ou não, devem estampar identidades, tradições e heranças culturais dos povos envolvidos na sua concepção e consumo.

Desse modo, o artesanato entra em cena novamente por ser revestido de elementos culturais regionais. No processo de produção desses bens, o artesão deposita toda a bagagem de conhecimentos adquiridos através da sua família e da sua comunidade, lançando mão da matéria-prima que sua região oferece. Muitos designers utilizam essas referências em seus trabalhos, reformulando-as e agregando mais valor as suas criações.

Culturas populares regionais, artesanato, matéria-prima natural (*Eco-Chic*), identidade da moda brasileira. Tudo isto são objetos de análise através de extensos estudos para explicar nossas raízes e as influências das mesmas e, então, transportar essas referências em novas criações e novas expectativas de produção.

A coleção abordada na concepção desse trabalho fornece elementos que contribuem para o entendimento dessas mudanças ocorridas em todo o processo de se produzir artigos de moda na atualidade. A começar pelo tema *Opará, Rio Mar – meu velho Chico!*, em alusão ao Rio São Francisco, que carrega em si aspecto da cultura nordestina, cujo foco maior de inspiração foi um dos maiores símbolos da cultura popular dessa região: *A Lavadeira do Rio*.

Além de um desfile, uma homenagem a uma das principais personagens de regiões ribeirinhas, num conceito de concepção de produtos que envolvem misturas de texturas em tecidos, utilização de materiais, cortes e cores com um forte apelo

regional e artesanal, distinguindo-se da moda massificadas e globalizadas, presente em nossos dias, que não valoriza os aspectos das tradições populares e os atores sociais envolvidos na execução dessas.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Paulo Roberto de. A globalização e o desenvolvimento: vantagens e desvantagens de um processo indomável. Disponível em: <http://www.pralmeida.org/05DocsPRA/1205GlobalizDesenv.pdf>. Acesso em: 20 de outubro de 2011.

AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. *Cultura Popular no Brasil: perspectiva de análise*. São Paulo: Ed. Ática, 1987.

BORRALHO, Fawsia. O Sertão Virou Mar. In: CASTILHO, Khatia; GARCIA, Carol. *Fragmentos de um Vestir Tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001. p. 59 – 76.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. Ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

CATENACCI, Vivian. Cultura Popular: entre a tradição e a transformação. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8574.pdf> Acesso em: 20 de outubro de 2011.

CASTILHO, Khatia; GARCIA, Carol. *Fragmentos de um Vestir Tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.

CHATAIGNIER, Gilda. Influências Étnicas na Formação da Moda Brasileira. In: VILLAÇA, Nízia; CASTILHO, Kathia. *Plugados na Moda*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006. p. 15 – 21.

FRESSATO, Soleni Biscouto. Cultura popular: reflexões sobre um conceito complexo. Disponível em: <http://oolhodahistoria.org/culturapopular/artigos/culturapopular.pdf> Acesso em: 20 de outubro de 2011.

FERRETI, Sergio F. Dimensões da Cultura: popular, erudita. Disponível em: <http://www.gpmina.ufma.br/pastas/doc/Dimensoes%20da%20Cultura.pdf>. Acesso em: 10 de outubro de 2011.

HORTA, Carlos F. de Melo M. *O Grande Livro do Folclore*. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2004.

IPHAN. Inventário do Patrimônio Cultural do Rio São Francisco. In. *Revista Brasil Fashion Designer*. Fortaleza, 2011.

LEE, Matilda. *Eco Chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

LEITÃO, Débora K. O Brasil é uma Paisagem: moda, nação, identidades e outras invenções. Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte – São Paulo – V.2 No.2 out./dez. 2009 – Artigo 1.

LINKE, Ana Paula P; VELHO, Ana Paula M. Moda, Artesanato e Cultura. Revista Multidisciplinar da UNIESP. SABER ACADÊMICO - n ° 10 - Dez. 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

GUIMARÃES, Maria Eduarda A. Moda, Cultura e identidades. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14326.pdf>. Acesso em: 25 de outubro de 2011.

MARINHO, Heliana. *Artesanato: tendências do segmento e oportunidades de negócio*. SEBRAE. Rio de Janeiro, 2007.

NEIRA, Luz García. A Invenção da Moda Brasileira. Disponível em: http://www.eca.usp.br/caligrama/n_10/04_neira.pdf. Acesso em: 13 de outubro de 2011.

NUNES, Alexandre. *Moda, Mídia e Globalização: estudo de caso da difusão da moda na revista Elle do Brasil e dos EUA*. Monografia. Rio de Janeiro: Universidade Candido Mendes, 2004

PIMENTA, Roberta. Bordados e Rendas: a síntese da criação de nossa gente. In: CASTILHO, Khatia; GARCIA, Carol. *Fragmentos de um Vestir Tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001. p. 121 – 125.

PIRES, Roberto. Dos Balangandãs ao Axé Look. In: CASTILHO, Khatia; GARCIA, Carol. *Fragmentos de um Vestir Tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001. p. 127 - 137.

RECH, Sandra R.; SOUZA, Renata Karoline R. de. Ecoluxo e Sustentabilidade: um novo comportamento do consumidor. Disponível em: http://www.ceart.udesc.br/revista_dapesquisa/volume4/numero1/moda/ecoluxoesust.pdf. Acesso em: 11 de agosto de 2011.

SANTOS, Tania Steren. Globalização e Exclusão: dialéticas da mundialização do capital. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 3, nº 6, jul/dez 2001, p. 170-198.

SANTOS, Evelynne dos. *Exportações de Artesanato do Ceará no período de 2004 a 2008: desafios e oportunidades*. Dissertação. Fortaleza: UNIFOR, 2007.

SEBRAE. Artesanato na Moda. In: *Artesanato: um negócio genuinamente brasileiro*. Ed. comemorativa 10 anos, v. 01, n. 01, mar, 2008

SEBRAE/CE. *Estudo Setorial: artesanato*. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/E1B356515E8B5D6D83257625006D7DA9/\\$File/NT00041F56.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/E1B356515E8B5D6D83257625006D7DA9/$File/NT00041F56.pdf). Acesso em: 11 de novembro de 2011.

USE FASHION. Ano 8, n. 92. Setembro 2011. Edição brasileira.