

APRESENTAÇÃO À ENTREVISTA DE CYRO DEL NERO¹

Maria Claudia Bonadio

RESUMO

Em 2005, a Rhodia do Brasil comemorou os 50 anos do início da produção do nylon no Brasil, produto que fabricou pioneiramente e do qual deteve o monopólio de produção no país até 1965. Para comemorar a data instalou um *lounge* na SPFW no qual o cenógrafo Cyro del Nero reproduziu um dos tantos cenários que realizou para as promoções da Rhodia nos anos 1960. Trata-se do cenário produzido em 1969, para a comemoração dos 50 anos da empresa no Brasil.²

O que esse cenário tem de peculiar entre tantos outros, é que configura uma espécie de antropofagia publicitária, uma vez que é composto por centenas de peças publicitárias (anúncios e editoriais de moda) produzidas pela Standard propaganda para a Rhodia entre 1960-1969. A mistura entre tantas imagens acaba gerando um espaço colorido e completamente ocupado por imagens de roupas e marcas. Excesso? Pode ser, mas um dos propósitos da referida publicidade era exatamente o excesso que resultava de uma produção tão criativa quanto voraz, e que pretendia fixar as marcas e produtos Rhodia, bem como criar o gosto por estes junto ao público consumidor, e para tanto, veiculava com grande frequência

¹ Agradecimentos: Denise Pollini, Fausto Viana e Jéssica Volpin.

² A Rhodia instalou-se no Brasil em 1919 e até os anos 1929 atuou exclusivamente na área química. Para um histórico mais amplo da atuação da empresa no Brasil até os anos 1960, ver: BONADIO, 2005.

(semanal ou mensalmente) anúncios e editoriais de moda nas principais revistas então em circulação no país.

O que hoje parece um ato corriqueiro era nos anos 1960 uma grande novidade, pois até o início da década eram raríssimos os editoriais de moda produzidos no país (o mais comum era a veiculação de fotografias compradas de agências internacionais de notícias), e em termos de publicidade de moda, o que se via nas revistas eram propagandas de tecidos fabricados no país, uma vez que as confecções ainda ocupavam um papel muito secundário no âmbito da moda produzida no país. Já nos anúncios e editoriais de moda produzidos para a Rhodia (massivamente veiculados), pouco a pouco as marcas nacionais de roupas vão ganhando espaço e começam a se tornar mais familiares aos leitores/consumidores (ainda que seja preciso esperar os anos 1980 para que a compra de roupa pronta supere aquela feita na costureira).



Ilustração 1: Cenário de Cyro del Nero para campanha de 50 anos da Rhodia no Brasil. Da esquerda para a direita: Vestido RhodianyI Pabreu com estampa de Tomoshigue Kusuno; vestido de Hermelindo Fiamianghi de malha Tricô-Lã; longo Rhodalba com estampa de Jacques Avadis; vestido de crepe Rhodosá da tecelagem Nossa Senhora do Brasil com estampa de Moacyr Rocha; vestido RhodianyI de crepe Cotesp com estampa de Fernando Martins; vestido de musselina RhodianyI Cotesp com estampa de Frederika Geelmuyden; e vestido Rhodalba de jérsei Jouzas com estampa de Glauco Rodrigues. Crédito: Peça promocional da Rhodia, 1969. (BASUALDO, 2007, p.86)

Se por um lado tais campanhas invadiram o cotidiano dos brasileiros nos anos 1960 e colaboraram para a elaboração de uma visualidade brasileira na moda – sobretudo através de cenários e estampas, posto que as linhas das roupas mostradas precisassem seguir de perto as tendências internacionais; por outro colaboraram para alavancar a produção da Rhodia, que a partir da segunda metade da década de 1960 passa a ocupar com frequência as primeiras colocações nos *rankings* das maiores empresas do país.

Findadas em 1970 em razão de um redirecionamento da empresa, tais promoções, por seu vulto e peculiaridade passaram a constituir recentemente

(sobretudo a partir dos anos 1990, quando da solidificação do campo da moda no Brasil), parte de uma (recentíssima) memória para a moda no Brasil e da qual, alguns de seus atores se tornaram agentes propagadores, e Cyro del Nero o principal deles, uma vez que manteve consigo fotografias, croquis e outros materiais que documentam tal produção – parte desse material foi exibido no módulo *Metamorfoses do Consumo* (do qual foi curador) na exposição Arte/Cotidiano (curadoria geral de Adélia Borges) realizada no Itaú Cultural entre o final de 1999 e o início de 2000³.

Em novembro de 1999, tive a oportunidade de estar presente na inauguração da exposição Arte/Cotidiano e ali fruir as imagens produzidas pelo grupo capitaneado por Livio Rangan (diretor de publicidade da Rhodia) e pelo qual passaram Alceu Penna, Licínio de Almeida, Roberto Dualibi, Neil Ferreira, Mario Gatti, Bigú e Rodolfo Volk - mencionando apenas o grupo que trabalhava na elaboração da publicidade da empresa, porque a lista de pessoas envolvidas na execução das idéias é muito maior (sobre esse tópico ver BONADIO, 2005). Lembro-me de ter ficado bastante impressionada com os objetos e as imagens ali exibidas. Foi, entretanto alguns dias depois que me dei conta da relevância do que eu havia visto, ao ouvir o depoimento de Cyro del Nero por algumas horas em uma pequena sala no prédio da Universidade Paulista (Unip) na Avenida Paulista, onde funcionava a sede do Nidem (Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Moda⁴.

Mestre da cenografia, professor titular da Universidade de São Paulo, e responsável pela abertura de várias novelas e programas de televisão, Cyro del Nero (1931-2010) era também um artista das palavras, palavras encantadas que tornavam ainda mais impressionante a fatia da história da moda “fabricada” (em todos os seus sentidos) no Brasil dos anos 1960 pela publicidade da Rhodia. É um

³ Sobre a História e a Memória da moda no Brasil ver: BERGAMO, 2009.

⁴ A entrevista abaixo disponibilizada foi realizada pelos integrantes do Nidem para o subprojeto “Memória da Moda” coordenado por Alexandre Bergamo, desenvolvido no âmbito do projeto de “Moda Contemporânea e construção interdisciplinar”, financiado pela FAPESP (processo no. 98/08484-5) e coordenado pela professora Solange Wajnman.

pouco dessa narrativa que o leitor poderá acompanhar nas linhas que se seguem.

Boa leitura!

BIBLIOGRAFIA

BERGAMO, Alexandre. As estampas da memória: aproximações e distanciamentos entre a memória e a história da moda. In: Iara: revista de Moda, Cultura e Arte. volume 2 | número 2 / 2009.

Bonadio, Maria Cláudia (2005). *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S. A. 1960-1970*. Tese de Doutorado em História Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas.

Crédito da imagem

BASUALDO, Carlos (Org). **Tropicália**: uma revolução na cultura brasileira. São Paulo: Cosac & Naif, 2007.

Entrevista de Cyro del Nero Oliveira Pinto concedida em dezembro de 1999.

SOLANGE WAJNMAN – Essa é a nossa 4^a entrevista, de um de nossos projetos do grupo NIDEM (Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Moda). Esse projeto se chama Memória da Moda no Brasil que uma idéia original do Alexandre Bergamo, e o nosso núcleo NIDEM (Núcleo Interdisciplinar de Moda), ele é financiado pela FAPESP e pela Unip. Todos nós temos pesquisas individuais, eu queria rapidamente situar para você Cyro, e eu quero que você se apresente, mas eu quero que cada um se coloque primeiro a Marília Malzoni.

MARÍLIA MALZONI- Eu me chamo Marília Malzoni, sou programadora visual, trabalho com vitrines, cenários e expografia, e também dou aula, dou aula na FAAP e ministro palestras.

SOLANGE – O Carlos Mauro que também foi um dos nossos entrevistados, pode se apresentar de novo.

CARLOS MAURO FONSECA ROSAS- Trabalhei na Rhodia durante 22 anos, praticamente na década de 70,80 e posteriormente trabalhei na Faculdade Santa Marcelina, e hoje presto consultoria para empresas e volto a desenhar, que foi o início da minha carreira.

SOLANGE – Ele vai ter uma segunda rodada na nossa entrevista.

SUZANA AVELAR- Meu nome é Suzana Avelar, sou formada em moda na Faculdade Santa Marcelina e hoje eu faço mestrado em semiótica de moda na PUC e meu tema é moda e globalização através das revistas de moda feminina, a partir de 60, quer dizer, o prêt-à-porter.

ALEXANDRE BÉRGAMO – Alexandre Bérغامo, aqui junto ao núcleo, eu estou pesquisando a moda, para tentar fazer um resgate das pessoas que fizeram a história da moda no Brasil. Deixa eu só explicar uma coisa, Carlos Mauro não integra o núcleo de pesquisadores, mas tem um motivo muito importante dele estar aqui. A gente entende todo o grupo que algumas pessoas podem dar contribuições ao projeto e como o intuito é enriquecer o material da melhor forma possível, algumas pessoas são chaves para estar colaborando com o grupo nesse sentido.

CARLOS MAURO – Quem fazia essa chave foi o Cyro Del Nero em 68 e que ele me direcionou e indicou para o Livio Rangan que chefiava a publicidade Rhodia. Ele é mais oportunista do que eu (risos).

MARIA CLAUDIA BONADIO– Meu nome é Maria Claudia, eu sou historiadora, faço mestrado na Unicamp a minha pesquisa é sobre moda e sociabilidade feminina da década de 20 na cidade de São Paulo, para isso eu utilizo fontes de publicidade principalmente de publicidade do Mappin publicado entre 1913-1930.

ADILSON JOSÉ DE ALMEIDA – Meu nome é Adilson José de Almeida eu sou formado em história pela Universidade de São Paulo e trabalho no serviço de objetos na coordenadoria de objeto do Museu Paulista que é unidade na Universidade e tenho recentemente um mestrado sobre uniformes da Guarda Nacional me integrei neste semestre ao NIDEM, espero trazer contribuições da minha área para as preocupações de todos os membros aqui.

SOLANGE – Meu nome é Solange Wajnman, eu sou socióloga, eu sou doutora em sociologia e sou coordenadora do NIDEM também e, minha pesquisa, minha área de interesse é moda e novas tecnologias.

Agora eu vou passar então a palavra para o Cyro Del Nero. A gente sabe que hoje ele é o professor titular do Centro de Artes Cênicas da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da USP, (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO). Nós sabemos que em 62 ele trabalhava na Rhodia, e pra FENIT também como cenógrafo para foto em desfiles, inclusive a gente pode constatar isso uma maravilhosa exposição que está havendo agora nesse mês de Dezembro de 1999 no Itaú Cultural, sobre a Metamorfose do consumo, e hoje está em outro ramo. Então a gente quer convidá-lo a falar começando por esse tempo 1962, seu primeiro contato com a moda.

CYRO – Muito bem, meu nome é Cyro Del Nero, e em 1960 eu fui, junto com um grupo de figuras maravilhosas, fundador da TV Excelsior em São Paulo. A TV Excelsior era na Rua Nestor Pestana, no prédio da Cultura Artística. Nós alugamos a Cultura Artística e transformamos num estúdio de televisão e tínhamos como propósito, vender um produto que era uma novela semanal, um episódio semanal, num apartamento com o Léo Villar (Leonardo Villar) e uma atriz que eu não me lembro quem era. Eu era o diretor de arte da TV Excelsior e fiz a cenografia do apartamento onde haveria a ação, e os contatos da TV Excelsior foram procurar a Rhodia para oferecer patrocínio e veio de lá um senhor muito elegante, que tinha sempre a aparência de que estava saindo do banho. Bonito homem, um italiano de Trieste. Ele veio ver as condições de gravação, o equipamento e fez algumas exigências etc., e afinal foi convidado a ir ver o cenário. Ele chegou diante do cenário e perguntou: - Quem é que fez isso? Eles disseram: - 'É o Cyro Del Nero, o cenógrafo que acaba de chegar da Europa, depois de três anos na Europa, alguém que trabalhou na Grécia, trabalhou na Alemanha, foi assistente de cenografia de

Wieland Wagner diretor dos festivais de Festival de Bayreuth e quem está fazendo cenografia para nós e artes gráficas. Naquele momento a televisão Excelsior era a única que tinha um programa de identificação visual. Nos intervalos você sabia que emissora era. Foi a primeira que teve isso no Brasil, eu desenhava os intervalos, tinha um estímulo. Então você passava no intervalo sabia que era a Excelsior, coisas que as outras emissoras não tinham ainda. Vocês sabem que o tempo dedicado às artes gráficas na televisão é muito grande. Num dia quem faz as artes gráficas tem mais tempo do que quem faz um programa. O tempo no ar é muito grande. E eu tomava aquele tempo no ar e Livio disse: - Eu quero falar com esse sujeito. E, me pediu que fosse (eu não o conhecia), e me pediu o estar na *Standard Propaganda*, e a *Standard Propaganda* era virar na Praça Roosevelt. Eu perguntei: - Mas que diabo de homem é esse, eu tenho que botar o paletó? Não, não muito informal, muito simples, é uma coisa muito informal. Não precisa botar o paletó.' Eu fui lá e a primeira pergunta que Livio me fez foi: - Você tem uma firma? Eu disse: - Não, eu sou um artista, trabalho por cachê. E o Livio respondeu: - Então você faz uma coisa, você abre uma firma.

Durante oito anos, nós trabalhamos juntos. Eu fiz parte de um tripé, que eu chamo de um tripé de criação que era Livio Rangan, Alceu Penna e eu. A criação era no seguinte sentido: Livio tinha que produzir muito, porque o produto dele era o fio sintético e havia muita gente solicitando toneladas ou quilos de fio para fazer tecidos, malharia ou não. O Livio tinha não só, que abastecer de publicidade, de editoriais de moda, para todos os clientes da Rhodia, como também desfilas, fazer coleções, etc. Alceu e outros (mas o Alceu estava mais próximo) desenhavam as roupas. Até que uma nova geração de costureiros foi aparecendo e esse trabalho foi sendo distribuído, entretanto, o Alceu Penna ficou com o núcleo e a grande quantidade de criação do modelo a ser desfilado e fotografado. A minha participação era a seguinte: o Livio tinha em mim alguém que possuía a informação cultural suficiente, que era um artista plástico, que já havia feito excursões em toda Europa, estava em São Paulo, acabava de ganhar a 6ª Bienal como melhor cenógrafo nacional⁵. O Livio então ganhou certa tranquilidade, certo repouso, Livio sonhava e colocava em cima da mesa ideias. Eu comentava, ele aprovava, e eu realizava a coisa. Às vezes ele tinha a necessidade de algo, e não sabia o que era. Eu opinava, sugeria e ele poderia dizer: - 'Ah'. Ou então ele dizia: - 'Puxa'. Era aquilo e nós fazíamos aquilo. Em 1962 ele falava mais italiano do que qualquer coisa.

⁵ É provável que tenha se confundido, pois foi Cyro del Nero foi premiado na 4ª. Bienal e não na sexta http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_teatro/index.cfm?fuseaction=personalidades_biografia&cd_verbete=726 acesso em 20 de agosto de 2011.

Então eu realizava o quê que era realizar? - realizar era um gastar um tempo tão assombroso que hoje eu mesmo me culpo de ter feito isso. Para vocês terem uma idéia, eu era casado, tinha cinco filhos e ninguém sabia. Porque nós estávamos presentes trabalhando sete dias por semana. Livio tinha problemas, pessoais - eu acho que ele não gostava do espelho da casa dele. Ele só vivia fora de casa, e era um homem tão dedicado ao trabalho, tão *workaholic* que inventava trabalhos para repor uma atividade num tempo no qual ele não sabia o que fazer. Tinha um bom gosto extraordinário. A origem de Livio era o *ballet*, e era casado com uma bailarina, aliás, ele tinha chegado à Rhodia para propor um *ballet* a ser patrocinado pela Rhodia e ficaram tão entusiasmados com a venda, com a figura do Lívio: 'O corpo destrói, o corpo é o destino' que contrataram imediatamente o Livio. Muito bem, o tempo de trabalho nosso é uma coisa que vocês não acreditam vocês nunca viram, não é possível, isso não existiria em termos hoje e nunca aconteceria se estivéssemos no Rio de Janeiro, quando é um pecado colocar alguém para trabalhar depois das seis da tarde e pelo sábado de manhã; em São Paulo isso ainda era possível. Isso era exercido por nós que tínhamos o entusiasmo e tínhamos verdadeiramente uma mola material que era a seguinte: "- O Livio nunca disse não para os lançamentos". A verba de Livio de certa forma era quase infinita. No final dos anos nós examinávamos o orçamento gasto e tinha sobrado dinheiro, e era necessário fazer alguma coisa, porque no ano seguinte a Rhodia diminuía, porque nós não tínhamos gasto esse orçamento e aí saiam às viagens internacionais: Bangkok, Luxor, Paris, Barcelona; o *Art Nouveau* de Barcelona o metrô de Paris, íamos a Londres, ao Japão e o "diabo a quatro" para fazer editoriais de moda, os mais luxuosos; para cobrir páginas da revista *Jóia*, das revistas da Bloch e das revistas Abril, principalmente num certo momento da revista, *Jóia* cujo arquivo tem que ser levantado um guia para a história da moda. Uma das coisas mais ricas que já aconteceram nesse país. Para você ter uma idéia, uma revista *Jóia* às vezes eu fazia cenografia (para fotografias de moda) diariamente.

No dia (às fotos) anterior, fotografando o Livio me dizia:- Amanhã nós vamos fotografar as meninas do maiô - que era uma equipe diferente. - Ao fotografar essas meninas do maiô eu pressenti uma coisa que tinha árvores que seja externo, uma coisa com suportes, você tem que inventar suportes coloridos, porque os maiôs são todos óticos, preto e branco. Os maiôs são todos óticos (preto e branco) e no dia seguinte tinha de ter. Eu tinha uma equipe muito grande, eu tinha um estúdio, e mais tarde dois estúdios. Foi a primeira vez no Brasil que alguém tinha um estúdio de moda. Na rua em frente, atravessando a rua, tinha um laboratório para revelação de fotos coloridas e instantâneas. Enquanto fotografava o Livio via o cromo em termos estéticos. E nós estamos em 1960 e poucos.

SOLANGE – Isso era novidade?

CYRO – Isso não existia; a tal ponto que as necessidades fotográficas eram tão grandes que eu disse: - Não Livio, vamos trazer um fotógrafo europeu. Eu contratei um fotógrafo da Bauhaus para vir, e ele veio, e não se deu bem com o Livio, mas se, deu muito bem comigo. Era um arquiteto, filho de carpinteiros que tinha uma sensibilidade para materiais enorme. Tinha um bom gosto, aquela limpeza da Bauhaus e foi meu assistente para a construção dos stands na Fenit. Não só meu trabalho, mas outros stands (todos do mundo da moda) *Helanca*, *Valisère*, *Rhodianil*, etc. Ele trabalhou comigo durante 10 anos. Então trabalhávamos muito, toda noite tinha uma sessão fotográfica, desfiles. A aventura dos desfiles pelo Brasil era uma coisa assombrosa. Em 1967 a Ford lançou o Galaxy. Licínio de Almeida e eu (Licínio era diretor de arte da Standard da propaganda). Fizemos projetos para se pintar os Galaxy por fora, como se pintam aviões. Então nós pintamos esses sete carros. E esses sete carros saíram com as seis manequins, alguns técnicos pelo Brasil em viagens de moda. Vocês não sabiam disso? Um acidente de aventuras, um tiro de bilheteria, desfile de moda em Recife e etc; gente muito louca. Lennie (Dale) que foi uma das figuras mais loucas que eu já encontrei na minha vida. Eu já fiquei com impressão, eu disse a ele: - 'Lennie, nós somos mortais, você é imortal'. A sua ansiedade, o seu talento a sua disposição, esse seu bater de corpo de cabeça contra a parede..... Preso muitas vezes, preso por drogas, num show que eu fiz no Canecão, no Rio de Janeiro, depois da época da Rhodia... Nós tínhamos toda a tarde que ir ao Batalhão da Polícia Militar tirar o Lennie para ele vir fazer o show e levar ele de volta. Ele era amante do Bandido da Luz Vermelha, era uma figura. Eu não sei se esse tape está sendo gravado para menores de 14 anos (talvez eu possa dizer algumas coisas à parte).

SOLANGE – Claro que pode.

CYRO - Lennie foi o inventor de um modelo de transa sexual. Eu quero contar para vocês uma coisa absolutamente nojenta, só podia sair dele. Ele ajoelhava em tampa de vaso sanitário e chupava a válvula Hidra (não é maravilhoso?). Alguém que faz o coito anal e coito oral ao mesmo tempo. Uma pessoa só, muito bem, o Leny e essas figuras todas. Essas figuras aparecidas nos desfiles, nas fotografias da Rhodia são incríveis. Eu tive meu estúdio, por exemplo, destruído pelo Pasquim que veio no Rio de Janeiro. Eles entraram no meu estúdio, como se fosse uma fila, 1 a 1 como se eles fossem há algum lugar, como se no fundo do estúdio tivesse uma porta e eles entraram numa disposição e saíam em algum lugar e não tinha, tinha uma parede. Chegando a essa parede, a título de graça eles amarraram todo urdimento, quebraram, riscaram coisas no meu estúdio, e aí começou a sessão de

fotografia e foi belíssima. Esse tipo de talento dos anos 60 e é uma coisa que eu não imprimirei na cabeça de vocês o suficiente é de que nós vivemos os anos 60 isso. Só quem esteve lá pode saber da glória dos anos 60, todos os detalhes, pílula....

ADILSON – O que a gente tava percebendo, essa efervescência, a gente já começa a identificar: são anos 60. Eu vivi o finalzinho disso tudo, mas a gente tinha essa idéia dos anos 60.

CYRO - Os anos 60, porque os anos 60?

ADILSON – E tinha essa consciência, as pessoas viviam essa coisa da invenção, ou era algo que se mergulhava?

CYRO – Não; era um estado de espírito.

ADILSON – Inclusive no caso de moda, a gente discute um pouco também a questão o caso da industrialização, da padronização, da produção de moda e pelo que o Senhor coloca, tinha uma coisa muito pessoal, quase que artesanal para esse desenvolvimento pessoal de tempo, com a produção de moda também. Parece que tá um reflexo muito grande com a época. A própria maneira de pensar, produzir, difundir moda é própria desse período.

CYRO – Você sentiu o que era os anos 60? Muito bem. Nós estamos nos anos 60 na Bela Vista, e a Bela Vista era reduto do pó, mais da maconha, do LSD e dos hippies. Há jipes cheios de hippies andando nas ruas, ali do Bixiga. Eu tenho um estúdio depois outro, e um escritório do outro lado da rua. Um açougue que saiu, eu aluguei, para colocar designers para fazer o Pavilhão Brasileiro para feira de Osaka no Japão. Existe outra casa, que é o Clube Um (vocês devem saber onde é), que é roupa masculina, depois virou uma porção de coisas. Então há uma efervescência de notícias internacionais que nós mascateamos e, sobretudo, o som dos anos 60 e nós vivemos isso. E vivemos também, sem dúvida nenhuma nos anos 60, a pílula, coisa que vocês não sabem o que é. Vocês depois vocês tiveram uma notícia mórbida a respeito de sexo que é a AIDS e nós não tínhamos. Nós tínhamos a grande dificuldade de transar e isso foi facilitado pela pílula e pelos elementos psicodélicos todos, etc. Então eram os anos 60. Nessa efervescência, como eu digo lá na exposição que estava no Centro Cultural Itaú (em referência ao Instituto Itaú Cultural), nós não tínhamos pra tudo que fazíamos consumo, não era para consumir. Quando me perguntaram na primeira reunião, para qual Cyro del Nero organizou o módulo que tratava de moda o que você vai dizer sobre consumo se o tema é arte, cotidiano e consumo? Essa era a pergunta. Quem consumíamos

éramos nós. Nós. Consumíamos o quê? - arte brasileira. Eu acho que nos anos 60 não fora a música popular brasileira e arquitetura, os desfiles de moda teriam sido os eventos culturais mais fortes da década. Foram fundamentais, para invenção de comportamento e para referência estética que nós colocávamos porque tínhamos dinheiro para fazer. O show *Stravaganza* de 1969 foi um ápice de qualidade, grandeza estética, música e etc, etc,...

SUZANA – Esses desfiles de moda, eu imagino que tenha uma grande diferença dos desfiles que acontecem hoje?

CYRO – Nada a ver.

SUZANA – Hoje é restrito, só para a imprensa.

CYRO – Eu diria até que os desfiles de moda hoje, são mais desfiles de moda do o que nós fazíamos. O que nós fazíamos era uma festa mesmo. E, nós tínhamos teatro (imagine que os mestres de cerimônia eram Raul Cortez, etc.), tínhamos esses músicos todos que apareciam e nós formávamos depois eles iam para os Estados Unidos e faziam sucesso lá. Nós tínhamos um pé no show, no teatro e no cinema, e fazíamos então, a festa da moda. E a moda era só a cerejinha. A estrutura toda era um evento de multimídia.

SOLANGE – Que era o quê?

CYRO – O que levava gente...

SOLANGE – Sim, mas esse evento era composto de músicos?

MARIA CLAUDIA – Quem era o público?

CYRO – Muito bem. O auditório era lá no fundo do Pavilhão (da Fenit), um auditório grande, todo ele cercado e envidraçado (cada ano tinha um design). Um ano, por exemplo, eu fiz um grande poço na frente do auditório que havia um boto (o boto, eu não vou contar a história porque é um crime). O boto foi uma idéia, não se de que FDP, e nós tínhamos que levar o boto e tentamos diversas vezes, ou não conseguíamos pegar no Rio Amazonas (que é a água salgada) ou morreram no transporte, nós trazíamos a maca com água jorrando contínua, mas ele morre; colocamos um outro no Jardim zoológico num lago que tem no Jardim Botânico e quem fez todo o *know-how* foi o Mario Autuori, diretor do Jardim Zoológico de São Paulo, cujo filho era nosso fotógrafo. Afinal, trouxemos o boto e o boto ficou lá e morreu no dia seguinte em que a Fenit foi fechada; cumpriu com suas obrigações. Foi para servir à ciência para o Instituto de Zoologia e foi feita uma autópsia no

boto para estudo e, eu levei um grande susto visitando Autuori porque havia sobre o mármore um boto aberto e era um corpo humano era uma caixa torácica igual a nossa, é mamífero! Fiquei muito impressionado com aquilo, fiquei com um sentimento de culpa para sempre; era um corpo humano aberto, era um homem. E, essa foi à frente de um dos auditórios.

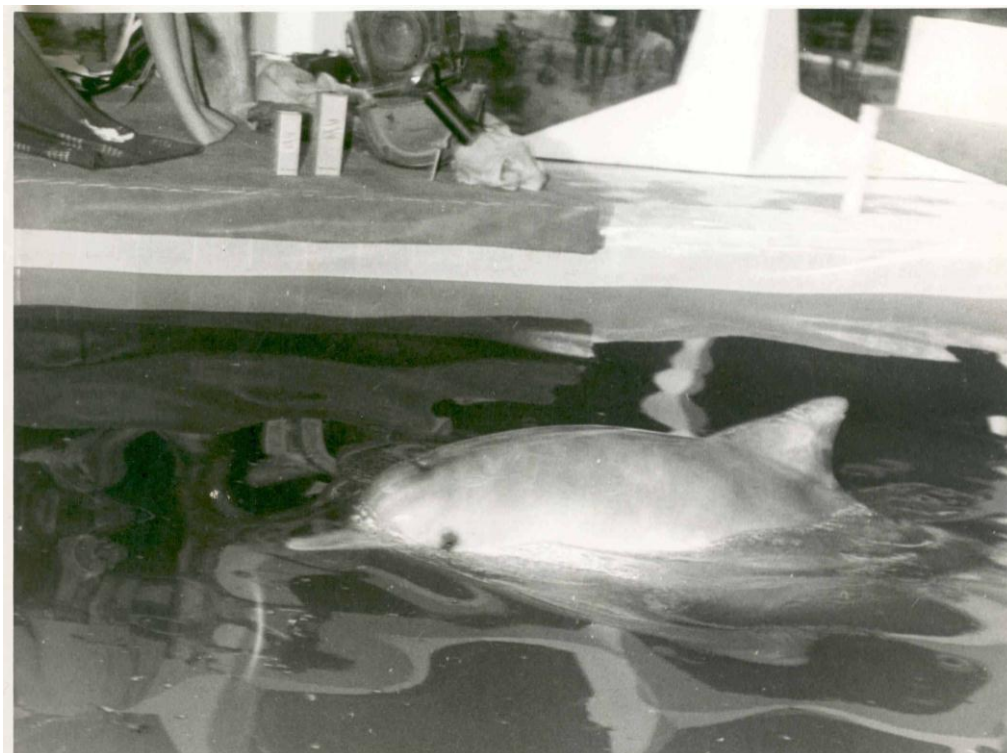


Ilustração 1: Boto cor-de-rosa que compunha o cenário do show Brazilian Style, apresentado pela Rhodia na Fenit em 1964. Acervo Alcântara Machado.

SOLANGE – O Boto era pra quê?

CYRO – Não tinha a menor razão de ser.

MARÍLIA – Falando nisso, então como era o seu estúdio, quantas pessoas você teve? Qual a estrutura, como tava organizada?

CYRO – O meu estúdio estava organizado assim: tinha o escritório (contabilidade, obviamente), o departamento de produção que ia buscar as coisas, de manhã cedo, eu ligava pra lá, 08h00min horas da manhã: - Preciso de papel floral para forrar tantos painéis, de tanto por tanto, e a produção saia para arrumar. Preciso de tijolos de concreto, preciso de não sei o quê. E a produção corria porque ia chegar seis horas da tarde, saindo da Standard propaganda, para fotografar até meia

noite. Provavelmente porque ele (Livio) não tinha programa mais para fazer a noite, e nós não tínhamos porque só sabíamos trabalhar e ou porque nós estávamos narcotizados. Um dos auditórios tinha um grande quadro no final que era o casamento das noivas, e um mês antes tinha saído um produto na praça que era tubo de PVC para hidráulica (ninguém conhecia), pouca gente tinha usado. Eu comprei tubos de PVC, fiz um grande órgão de canudos e o grande Samuel Kerr tocava o órgão no quadro das noivas e saiu daqueles canudos que era um órgão de canudos da Renascença medieval, e o *Stravaganza* era o desfile. Para vocês terem uma idéia da qualidade de produção nós precisávamos de coche fúnebre antigo puxado a cavalos pretos, que tinha que ter no show. Eu fiz uma pesquisa no Brasil, de achar coche que pudesse comprar e achei em Santa Catarina. O coche veio de caminhão. Veja que não havia um problema financeiro.

MARILIA – Não era mais fácil você produzir já que você tinha marcenaria, pintor, tudo, não era mais fácil?

CYRO – Eu e o Livio éramos pelo realismo, se houvesse o próprio. E não teríamos nunca imaginado como fazer as ferragens douradas, feitas para segurar uma madeirinha na outra, os florais de metal solto, o teto com uma pinha de ouro em cima. Era uma coisa!

SOLANGE – Como seria interpretado, que sentido que tem esse boto, esse coche? Tem algum sentido? Qual a proposta?

CYRO – O sentido era o seguinte: a revista *Life* tinha publicado na capa, um close, a cabeça do Piolim (o palhaço) E o Livio disse assim: Esse ano nós vamos fazer uma coisa (estava uma crise no Brasil tão grande): o Alceu vai desenhar roupas de viúvas e as seis vão desfilar a morte do circo, não é lindo isso?

Como vai se chamar isso? Circo 69. Não, não. Circo... E alguém falou: - Isso é uma extravagância, ficou *Stravaganza*. Fazia-se isso. Havia um *life motive*, *Brazilian Primitive*, *Brazilian Fashion Follies* (que era *Art. Noveau*), etc.. o circo era por causa do sucesso do Piolim, que no show fazia um quadro, ele e um escada (um outro palhaço) só com assobio e o outro palhaço cantava para ele como se fosse um sabiá fêmea; havia um diálogo só de assobio. Mas era uma coisa tão linda, tão infantil, tão pura, era um espetáculo, era uma coisa inimaginável, um poema, tinha um lirismo. O público? Quem era o público? As feiras não eram por convites, como hoje, eram abertas ao público. Então havia o turista das feiras, o dono do estande, os clientes do dono do estande, e como era ao redor da cultura brasileira: Lula Cardoso, Aldemir Martins, Danilo di Prete, quem vocês imaginarem, Livio Abramo, todo mundo. Então haviam os interessados em cultura, os interessados

especificamente em moda, e havia o pessoal mais importante na minha memória: os convertidos. Aquele que vai interessado e se converte à moda. Eu com 68 anos, ainda hoje, acho gente que diz: - Você sabe, que eu vi o *Stravaganza*, e a partir daí.... Cyro eu era menino e eu fui ver o *Stravaganza*...Os convertidos é que são no futuro do nosso público ideal. Nós estamos trabalhando para conversão isto é também como em todo ofício um apostolado, não é isso? Que mais?



Ilustração 2: Croqui de Alceu Penna representando o vestido de uma das “Viúvas do Palhaço”, para o show *Stravaganza*, apresentado pela Rhodia na Fenit em 1969.

Acervo Thereza Penna

MARÍLIA – Fale um pouco da Rhodia!

CARLOS MAURO – A primeira vez que eu entrei

no Estúdio 13, na entrevista com o Cyro e ele conversou comigo. Depois me disseram que ele foi tomar um cafezinho e voltava em 5 minutos. Eu fiquei maravilhado diante tudo aquilo porque eu já conhecia do Ibirapuera, (eu morando em Moema) e via toda aquela beleza e de repente ela estava próxima de mim. Eu disse: Posso ficar aqui? Ele disse (aponta para Cyro): - ' Não, aqui é uma capela'.

CYRO – Essa figura imediatamente apresentei ao Livio e ele se integrou à Rhodia queria fazer vitrines, queria dirigir exposição de moda, e fez uma carreira brilhante. Uma carreira realmente brilhante, ele conseguiu uma reputação extraordinária por sua seriedade e por comportamento. Ele não deve nada a mim, como eu já disse aqui, corpo é destino! Ele era a figura do papel, mas ele foi convertido primeiro né, ele se converteu.

ADILSON – Houve uma junção, aí (na publicidade da Rhodia) de invenção e dinheiro...

CYRO – Num filme Charlie Chaplin, alguém diz da tragédia da vida: - É só um pouquinho de imaginação e um pouquinho de dinheiro.

Como tudo, você tem que se colocar à disposição das coisas. Nós estávamos à disposição do privilégio do dinheiro da Rhodia e correspondíamos muito em esforço, trabalho inventivo, não sem oposição, porque havia gente lá dentro que odiava as nossas atividades. Em geral, a atividade artística encontra em gente frustrada uma negatividade e uma imposição. Então havia gente realmente sombria, burocrática e fechada. Aquilo tudo era uma felicidade ele nunca teria. Esses FDP gastam nosso dinheiro, fazendo festa e não sei o que, e eles é que saem nas revistas e nós aqui...(isso na presidência, na diretoria)

SOLANGE – Então quer dizer que vocês trouxeram uma idéia nova para os nossos padrões brasileiros através da Rhodia. Que política que é essa, desse glamour, romper com os limites da moda, como trouxeram isso? Que formação que eles tinham? Quem eram essas pessoas que vinham? Qual a relação com a Europa?

CYRO – Eu acho que o negócio é esse: temos um produto novo, fio sintético, é necessário divulgá-lo. A *Nestlé* quando chegou o leite em pó, divulgou que o leite maternal não era tão bom quanto o leite em pó, cometeu esse crime. Esteve aqui um Senador da Suíça acusando a *Nestlé* disso. O fio sintético era um produto tão maravilhoso que havia aparecido num filme americano com Gregory Peck – alguém tem que se esconder dentro do chuveiro, e alguém sem querer abre a água e a água vai cair em cima, e ele (a pessoa que está escondida) está toda vestido de gravata, e ele sai, e o terninho está inteiro. A maior publicidade era o fio sintético, e

o fio sintético era esse milagre. Quando chegou o café aqui, e não gostaram do café, alguém teve uma idéia, plantar o café 2x2, fazer uma grade de ferro e dizer que é proibido tirar. Foi a grande divulgação do café, então você tem que vender de alguma maneira, e a maneira achada do fio sintético, moda tinha que ser o glamour. "Vamos entregar para esse italiano para ver o quê que ele propõe". O italiano propôs comprar a cultura brasileira e a associá-la ao fio sintético. Decisão da maior felicidade, mas que não durou mais do que uma década porque aí chegou um canalha da Europa com uma palavra nova em folha brilhando que nunca tínhamos ouvido chamada Marketing, que veio nos dizer que estávamos errados. Que as camisolas da *Valisère*, todas juntas amassadas numa cesta de supermercado, venderia muito mais. Entretanto, o prestígio e a colocação na História do Brasil que nós fizemos para Rhodia (isso) é inestimável. Então, a única desculpa que eu encontro para a palavra *Marketing* é daquele presidente da Sony que acaba de morrer (em referência à Akio Morita [1921-1999]) que dizia: "Quando eu tenho que tomar uma decisão de marketing eu chamo todos os meus especialistas, eu ouço um a um e decido por intuição".

MARILIA – Agora me diga, o quê vocês faziam não era Marketing?

CYRO – Eu acho que o que nós fazíamos era mais promoção, e promoção institucional do que *Marketing*. Nós não tínhamos vinculação com os números de vendas, não tinha um número de pesquisa de mercado, portanto não era Marketing. Essa palavra chegou (no Brasil) em 1969-1970.

SOLANGE – É que agora, fica mais técnica, depois vira uma ciência, vira uma especialidade, por isso se misturava um pouco com a festa, com a filosofia, com os anos 1960.

CYRO – Qual é a posição da Rhodia hoje?

SOLANGE – Por isso que eu queria saber a posição da Rhodia, a posição dela antes e hoje.

CYRO – Eu fiz uma exposição aqui nesse prédio (em referência ao prédio da Rede Gazeta, onde se localizava o curso de bacharelado em moda da Unip e a sede do Nidem) e havia o capítulo moda, - uma década de moda – e fui à Rhodia procurar o diretor de Marketing. Chegando lá eu disse: - "Eu vim, é o seguinte, estou vendendo contas, para eles é uma coisa ridícula. Aí ele disse assim: - 'Só queria dizer uma coisa para você, não cite o nosso nome, nem na exposição, nem fora da exposição, não diga pra ninguém que nós demos esse dinheiro para você, por diversas razões. Primeiro: Rhodia moda é anátema, isso não existe; nós

abandonamos e não teremos nem na nossa memória. Nós somos Rhodia plástico, Rhodia não sei o quê... Aí eu disse - 'E a participação de vocês na cultura brasileira, e o rodo metálico?' - Vocês sabem o que é? O rolo metálico era aquele tubo de metal de *spray* que se usava no carnaval, o lança-perfume, chamava-se rodo metálico. Depois foi feito em frasco de vidro (muito melhor), quebrava depois você comprava outro - então a participação da Rhodia nos carnavais foi uma coisa fundamental, inclusive em publicidade, desenhos, em editoriais de jornais, sempre aparecia. Aquilo era sinônimo de carnaval, e depois nos anos 1960. Eles não querem que se toque no assunto. Um dia nós faremos com maior satisfação cultural, faremos um espetáculo, ou um filme ao redor da figura de Livio Rangan, sobre o brilho da moda nos anos 60, o propósito, o perímetro da moda, o alcance do público, etc... Foi para nós um capítulo maravilhoso, e com uma vantagem, nós éramos felizes e sabíamos.

SOLANGE - Vocês se divertiram muito, não é? Eu ainda não entendi por que eles não querem se vincular com a moda?

CYRO - Eu não sei dizer o quê é.

CYRO - Eu não posso dizer para vocês, talvez ele possa. (aponta para Carlos Mauro)

CARLOS MAURO - Mudança de estratégia interna para se dedicar cada vez mais as ciências da linha, saúde do homem, natureza.

SOLANGE - Isso (a moda) é um motivo de vergonha ou politicamente incorreto?

CARLOS MAURO - Não sei, política comercial talvez.

CYRO - E tem mais uma desgraça, eles são meus clientes até hoje. Eu comecei em 1962. Engraçado, mas não é de propósito, não é porque eles me amam, é um acidente. Eu sou chamado (eles querem fazer um estande), uma coisa especial, eles querem uma coisa dramática, teatral, então é reprodução daquilo que eu vi. Vocês sabem querem que eu faça uma reunião lá e digo: -'Vocês foram bons nos anos 60? Vocês se lembram do Livio Rangan?'.
SOLANGE- São outras pessoas.

SOLANGE- São outras pessoas.

CYRO - Já é a terceira geração, não tem mais nada, acabou.

ALEXANDRE - No período que tudo isso estava acontecendo, você tinha essa divisão interna na Rhodia então tinham pessoas lá dentro que não aprovavam. Mas

isso foi durante todo o tempo que isso aconteceu, ou algum momento a Rhodia foi unânime em aceitar aquilo? Como é que foi, internamente na Rhodia?

CYRO – Você sabe, nós “comprávamos” os diretores da Rhodia, porque haviam manifestações da cultura com oficialidade e aqueles porquinhos franceses eram convidados a vir para receber homenagem, então eles eram comprados pela circunstância que eles não dominaram e que vinha de graça para eles.

SOLANGE – Não tinha um mentor intelectual lá da Europa que vinha aqui falar, vamos fazer “assim e assado”?

CYRO – Livio só se aguentou por simpatia pessoal do presidente da Rhodia, tinha alguém que ele gostava, alguém que compreendia o aspecto cultural da Rhodia, o prestígio, o nível altíssimo diante da cultura brasileira, da oficialidade brasileira. Esse homem compreendia, não bastava compreender. Ele tinha simpatia por Livio. Acho que era a essência que segurou...Quem era o presidente da Rhodia? Não era brasileiro. A figura forte brasileira era um senhor que tinha uma simpatia por Livio e que tinha carta branca. Era um senhor enorme!

ALEXANDRE – E a Seleção Rhodia, como é que ela se constitui?

CYRO – Isso quem pode dizer melhor é Carlos Mauro. Não? Sou eu mesmo? Então...A Seleção Rhodia, cada ano tinha um título e um estilo, e aí de repente acho que em 62-63 apareceu o selo, era um selo triangular arredondado, verde sobre verde, seleção Rhodia moda. Esse era o “diploma de qualidade” dado ao comprador do fio sintético e se ele chegava a determinado nível de qualidade em seu produto, ele era incorporado ao desfile. Agora o Seleção Rhodia Moda, às vezes era dado para um pequeno, que nem tinha produto para aparecer ele só tinha esse selo exposto na sua loja e para ele era de um prestígio. Era uma espécie de diploma aristocrático industrial. Esse era o selo, e esse selo era um tipo de desfiles também, como nasceu, como se organizava, que importância financeira tinha, eu não sei. Eu não sei também qual era o degrau para se chegar sendo cliente da Rhodia, para se chegar até se adquirir o selo de qualidade da Seleção Rhodia Moda.

MARÍLIA – Agora havia uma preocupação que a Rhodia sempre teve essa preocupação de levar a informação pelo Brasil de profissionalizar a Moda? De organizar, de profissionalizar de fazer as coleções? Isso existia já nessa época?

CYRO – Esse senhor (apontando para Carlos Mauro) foi durante anos, alguém que dizia o que era moda, para estação e fazia cartela com cor de qualidade de fio, o

orientador moda da Rhodia. Esse trabalho a que você se refere estava sob esse orientador.

MARILIA – Que lhe passava?

CYRO – A mim não; a relação dele era com o mercado!

CARLOS MAURO – Teve mudança na política de marketing da Rhodia. Ela deixou de se voltar para o consumidor e passou a se dirigir aos seus clientes diretos e indiretos, fiações, tecelagens malharia, confecções, lojas.

MARILIA – Por que hoje em dia como a gente trabalha, tem o pessoal que passa o *briefing*: “- Olha a coleção é isso, a tendência é essa, a cor é essa, em cima disso você vai fazer a criação. Não era assim que acontecia?”

CYRO – A palavra tendência, inclusive está muito mais clara para você do que estava para nós. A tendência, estava no nosso bolso, a gente tirava do bolso, claro que com formações mundiais, francesas.

CARLOS MAURO – Se tratava de cultura, se tratava de informação que emergia naquele momento, novos veículos como *Jóia* e outros. Os movimentos de música popular, os festivais de música popular, jovens que estavam aparecendo, no caso consumidor ouvia falar desses acontecimentos e no tempo eu via que eles adquiriam uma dimensão assim, Brasil e mundo através desses shows e foi o caso, por exemplo, os baianos.

CYRO – Os baianos, Tropicália.

CARLOS MAURO – Era num



Ilustração 3: A cantora Gal Costa, estrela do show-desfile Stravaganza, promovido pela Rhodia e revista Claudia para a Fenit de 1969, na capa da edição de agosto de 1969 de *Claudia*.

dado momento, esse palhaço abaixava a cabeça, a luz apagava puxava a peruca e era Gal Moda, a Gal Costa.

MARILIA – Você chegava num teatro com o quê? Com caminhão, com toda sua cenografia, com tudo?

CYRO – Era a caravana que chegava. Naturalmente Livio sempre arrebanhava, sobretudo colunistas sociais nos locais. Então, tinha fulano de tal, com mochilinha de tal que arrumava os convites. O local a gente dizia, que tamanho de palco queria com todas as iluminações e ele contratava alguém. Essa caravana chegava com uma infra-estrutura já organizada. Em geral, elas, sobretudo, através de colunistas sociais ou gente ligada à sociedade e influente na sociedade para trazer a nata social do lugar.

MARILIA – Você ainda enfrentava, Mesmo levando tudo, todo mundo, etc (que até hoje a gente enfrenta esse problema), tinha algum problema técnico?

CYRO – Eu nunca enfrentei problema nenhum porque havia dinheiro para que eu fizesse uma caravana, então saiam alguns caminhões com tudo isso aqui, e eu levava o meu cenotécnico (que graças a Deus é o maior e último cenotécnico do Brasil), ele é o último chamado Pupe. Gomes Pupe, que é quem faz o *Morumbi Fashion* hoje, ele monta tudo lá (esse cenotécnico seria bom vocês entrevistarem). Eu levava o Pupe e os homens todos, então entrava com aquela tropa com aventuras extraordinárias. Desfile de moda no Hotel Glória no Rio de Janeiro em 63; Simonal, cantando *Ela é carioca* - grande sucesso do momento. Eu infelizmente bolei um cenário (no desfile de moda) que era um número muito grande de portas de vidro, com estrutura de ferros que as seguravam no chão, e essas portas abriam, e haviam “porradas de portas”. As meninas apareciam por trás atravessando portas de vidro, desfilando portas de vidro, produção absolutamente irresponsável, que ninguém faria hoje, por causa dos problemas técnicos, etc. Mas era uma beleza, esse desfile foi uma coisa. Mandeí todos os vidros de São Paulo e em Aparecida a Kombi com os vidros todos tombou, capotou. Todos os vidros do show desapareceram ali. Me telefonaram imediatamente dizendo do desastre, que não haveria desfile, e aí eu tive que contratar um produtor do Rio de Janeiro para comprar vidro e arranjar gente para colocar em algumas horas no Hotel Glória, por causa desse acidente. Sobre a *Manchete*, nós cobrimos a piscina do Senhor chamado Adolfo Bloch, realmente só não era um homem da Renascença porque era judeu (e na Renascença os judeus não tinham a posição que ele tinha). Cobrir a piscina dele foi um impacto pra ele porque ele não queria que se tocasse, o prédio da *Manchete* era o a menina dos olhos dele e era belíssimo o prédio. Com aquela

vista da praia do Russo, e eu prometi então a ele forrar todo o contorno da piscina com feltro quatro vezes, passar feltro quatro vezes, para posar uns caibros que estavam colados no feltro, para cobrir a piscina e fazer o desfile ali. Levantei foco, e suspendi do palco um lençol de plástico até o décimo quinto andar do prédio pintado de azul, e descia aquilo tudo. Felizmente chovendo, o povo estava coberto. A bolha d'água que se fez naquela barreira foi logo atrás do palco que durante o espetáculo todo havia um homem com um cabo de vassoura, empurrando a água para a água cair adiante, porque havia uma bolha e se a bolha crescesse aquilo tudo ia abaixo, etc, etc, etc...

SUZANA – Eu queria só perguntar uma coisa, por exemplo, sobre essas exposições: então tem o estilista, o cenógrafo, tem as cores, tem as matizes que se trabalha na estampa e isso antes do prêt-à-portê, ou continua no prêt-à-portê, como é que quer dizer, como que se faz o estilo, quer dizer toda a padronização das tecelagens, das cores, das formas, como que combinava isso, com o que estava fora, com o trabalho da cultura brasileira?

CARLOS MAURO – Esse casamento foi se caracterizando mais na década de 70, porque na década de 1960 as pessoas se formavam viajando ou atuando no seu caso, no artista, na obra. Mais ai, na Rhodia, no quarto andar - chefia da publicidade Rhodia - chegavam as assinatura em torno de 51 revistas. Nós podíamos ver depois que a chefia da publicidade desse uma espiada. Quando nós podíamos ver as revistas, elas já estavam esfaceladas, com página arrancada. Eu gostaria de observar isso, porque você citou uma fase emocional e falou-se também a questão de tornar uma ciência, um método. Então, uma das primeiras etapas, que seria descaracterizar o processo de criação do estilismo, a tal tendência, é que você a partir da informação, revistas ou qualquer outro documento, que faça sua cabeça, a partir dessa documentação é que você extrai os dados que Suzana disse, de cores para a estação, matérias para tecelagem, desenhos para estamparia, formas para confecção, atendendo diferentes formas da cadeia têxtil.

SOLANGE – A gente viu isso na entrevista dele e da Lais Pierson (jornalista), a coisa das tendências, dos cadernos de tendências, como se fazia⁶.

CARLOS MAURO – A Rhodia recebia, seria assim um embrião dos posteriores cadernos, eram ligados à alta costura para promoção de tecidos (luxuosos para alta

⁶ Em referência à entrevista com a jornalista de moda Laís Pierson para o projeto Memória da Moda, realizada pelos integrantes do Nidem no segundo semestre de 1999.

costura) e isso nem passava pela publicidade. Ficava na direção comercial, com o gerente comercial, que já começava implantar o tal conceito de *Marketing*, como era chamado.

MARILIA – Já que vocês tocaram no assunto, vamos falar dos costureiros dessa época.

CYRO – O Dener.

MARIA CLAUDIA – Eu queria aproveitar, falar dos costureiros e falar um pouco das modelos. Eu li nessa revista que está em cima da mesa que naquela época, então tinha um trio básico de modelos, que é a Mila, a Ully e a outra eu não vou lembrar o nome, é porque é uma edição especial da *Vogue* sobre Caio de Alcântara Machado, depois o Livio e depois um *Quem é quem*, que até eu descobri quem era Cyro Del Nero (que até tem a Mila Moreira falando então, quem era, não sei o quê), porque hoje tem uma coisa. Eu tenho impressão que essas modelos elas eram, tem a cara da Rhodia (os desfiles da Rhodia), não sei, foi uma coisa mais, uma identificação maior. Eu quero saber se era sempre o mesmo grupo, porque hoje a gente busca vê essa coisa do desfile e a cada ano é uma modelo nova, é um investimento muito grande, e eu quero saber como que é essa relação de vocês nessa época?

CYRO – Existe uma figura que atravessou a década que se chama Mila Moreira. A Mila era a primeira estrela de um grupo de seis. Eram sempre seis. Depois apareceu a Ully e quase tomou o lugar da Mila, e a Mila continua, e a cada ano, a cada dois anos, essas seis figuras se transformavam. Uma saía, outra ficava. Outra figura que atravessou a década foi a Mailú, a portuguesa de Gôa, (todo mundo pensa que é chinesa), oriental.

MARIA CLAUDIA – Dizem que é o tipo oriental.

CYRO – Certo, a Mailu. Depois as outras, a Betina, a Lilian e etc... Ficaram um tempo, foram substituídas, a Lucia, por exemplo (que é a esposa do embaixador Moreira Sales), ficou um grande tempo, e as permanentes eram essas três. Depois as outras três, foram ficando um tempo, sendo substituídas. O Otto Stupakoff que foi o fotógrafo original da Rhodia casou-se com uma menina e a levou para os EUA (uma das manequins) e até depois ele fez um gesto muito bonito, ele tinha se separado dela e ela morreu no Brasil. Ele veio para fazer a missa de sétimo dia dela. Então três, eram seis e existiam também as seis do maiô, que era um segundo time. Apareciam raramente, só quando havia maiô, e a da lingerie

também às vezes as seis principais também fotografavam lingerie, mas era mais raro.

MARIA CLAUDIA – Era sempre esse grupo, se fosse para fotografia, desfile. É interessante a forma de trabalhar muito diferente.

CYRO – Queria que vocês notassem também que a faixa etária delas é muito mais alta do que as manequins de hoje.

MARIA CLAUDIA – Ah...com certeza

CYRO – Eram funcionárias.

ALEXANDRE – Havia um critério de escolha dessas manequins? Elas eram escolhidas com base em quê?

CYRO – Eu acho que naquele momento, o Livio escolhia pela diferenciação, por exemplo, não tinha morena, tinha negra. Eu sempre faço isso também, quando contrato uma recepcionista, pode ter uma branca, uma japonesa e não uma mestiça, mas uma negra. É o que Livio sempre escolhia. Então havia esse partido da diferença, mas havia também o partido de um certo *élan*. Nunca malícia, mas um *élan*, uma maneira de ser, meninas que poderiam entrar com maior altivez em qualquer sala. Não era o físico, não era o corpo legal, não era o vestir bem só, era uma questão de personalidade – que para Livio era fundamental. Era postura, postura social.

ALEXANDRE – Postura social. Mas, essas meninas elas eram provenientes de que faixa social e essa postura, ela vem um pouco da própria casa, um pouco da educação...

CYRO – Aquela não é a década do *Book*. Tinham meninas que tinham um porte bonito, que alguém tinha dito que conhecia alguém que fazia fotografia pra revista, fotografia para moda, para ilustrar qualquer coisa e elas se aproximavam, apareciam e tal. Lá no meio dos anos 60 já havia uma certa consciência criada por esse grupo, de que havia uma possibilidade profissional para manequim e que havia manequim de fotografia. Isso tudo também acontece na realidade social dos anos 60.

MARILIA - Quando tudo nasce, na verdade no campo da moda, não é?!

CYRO – Eu acho que as coisas nascem em 1962, com o Livio sendo contratado para fazer alguma coisa da qual eu fiz parte.

SUZANA – Eu tenho a impressão também, que com essa maneira de divulgar a moda que vocês faziam, ela dissocia a moda da divisão de classes, assim. Antes era o que, aqueles dois padrões de moda: era a classe mais alta que lançava, e os outros iam copiando.

CYRO – Havia uma universalidade dentro do grupo.

SUZANA – Principalmente aqui no Brasil, tinha ido por outro lado a severidade do Dener, vocês não tinham trabalho nenhum com isso, na hora de fazer as peças

CARLOS MAURO – Dener começou com isso, mais tarde.

SOLANGE – Mas é interessante como são as coisas: vocês vão surgindo junto com Bossa Nova, depois os baianos, todo mundo que está mexendo nas estruturas, os hippies, é histórico, tudo simultâneo.

CYRO – Se você estudou História, vocês vão saber que Homero e o rei Davi são da mesma época, uma coisa incrível. Os dois maiores poetas da História. Depois tem um certo momento também, Grécia 600 a.C., que tanto na Grécia quanto na cultura oriental aparece Buda (aparece eu não sei o quê), é uma coisa magnética.

MARIA CLAUDIA – Ainda na mesma revista, está dizendo que o único acervo iconográfico que restou dos anos 1960 (dos shows da Rhodia), se é que agente pode falar assim, está com você e, ainda assim, como é que ninguém mais registrou isso? O que é esse acervo é o que está na exposição?

CYRO - Ele tem um acervo milionário importantíssimo – aponta para Carlos Mauro – que está depositado no quarto de empregada dele, os quadros com pedaços dos estampados (que estavam nas salas de aula), coisas que valem milhões. Ele está podre de rico agora. O resto do acervo são 60 vestidos que estão no MASP e toda a documentação gráfica e fotográfica que eu tenho. Nós fomos pegando (graças à Deus), eles já não tem mais nada. A Rhodia chegou a me queimar a coleção da revista Jóia.

MARIA CLAUDIA – Até fiquei com uma curiosidade, que esses vestidos (em referência aos vestidos usados pelas modelos na peça promocional do show-desfile Momento 68) são os mais famosos, que a gente tem referência e eles não estão na exposição.

CYRO – Os vestidos? Eles não poderiam estar, pelo seguinte, porque eu cheguei para Livio e disse: “Nós estamos usando a ampliação preta e branca, a colorida vem depois”. Eu disse: “Livio, tem um cara aí que faz ampliação fotográfica, não em

papel, em tecido” - aí nós examinamos tal, e aí não houve criador. Esse tecido não dava para se mexer; ele era tão duro que tinha que ficar parado, só serviu para foto.

MARIA CLAUDIA – É a imagem que mais me faz lembrar...



Ilustração 4: Peça promocional do show Momento 68, veiculada em diversas revistas nacionais.

Acervo Thereza Penna.

CYRO – Seria maravilhoso, andar com ele. Hoje seria possível.

MARILIA – Voltando...nós passamos...Vamos falar dos costureiros, desse momento...

CYRO – Ele vai falar sobre os costureiros depois (aponta para o Carlos Mauro), coisas maravilhosas. Eu só posso dizer a vocês o seguinte: é do momento primal. Eles são quase imberbes, eles tem uma homossexualidade reprimida (nós estamos em 62) e a experiência mais contundente que eu tive com eles, foi da chegada de caixotes dos costureiros franceses – e que eu tinha por obrigação abrir os caixotes ir lá e botar as araras para o pessoal dos camarins botar em ordem. Então chegam os caixotes Cardin, Courrèges, etc... e os primeiros que chegaram (os meninos estavam todos ao redor), nós abrimos os caixotes como se fossemos retirar. O que eu pude presenciar (não esqueço, jamais esquecerei) é o exame que eles fizeram

de cada peça. O exame do vestido. Curiosos pela engenharia da moda – “mas por que esta costura aqui?”; “É porque a queda cai errada, porque a manga cai”. Esse cara fez essa costura aqui por outra razão, isso foi maravilhoso. Essa foi a real escola, essa foi a real escola diante do produto francês tão sofisticado, engenharia de moda. Você não sabe o porquê, o cara fez um negócio lá no vestido. Você só sabe com aquele vestido desfilando, você vê que função tem aquilo. Diante desse caixote, diante desses vestidos é que eu pude ver a epifania do novo costureiro, foi maravilhoso, eles cresceram daí. Eu posso dizer a vocês, que nós todos da equipe, tínhamos o nosso favorito né? Quem era melhor. No momento do desfile de noiva era a prova dos nove, porque já não era fazer bem um vestido, era exaltá-lo. Havia um momento em que o vestido era um evento e havia claramente uma competição, e a maioria estava com lirismo. Era de um lirismo feminino, uma coisa, uma exaltação, um amor à mulher que o vestido tinha, que é fundamental em moda, apesar da geral homossexualidade dos costureiros, o fundamental é o amor ao corpo das mulheres e o Guigui (Guilherme Guimarães) exaltava esse o corpo das mulheres. Era uma flor da natureza era uma beleza, ele era um dos favoritos.

SUZANA – Alta-costura?

CYRO – Alta-costura.

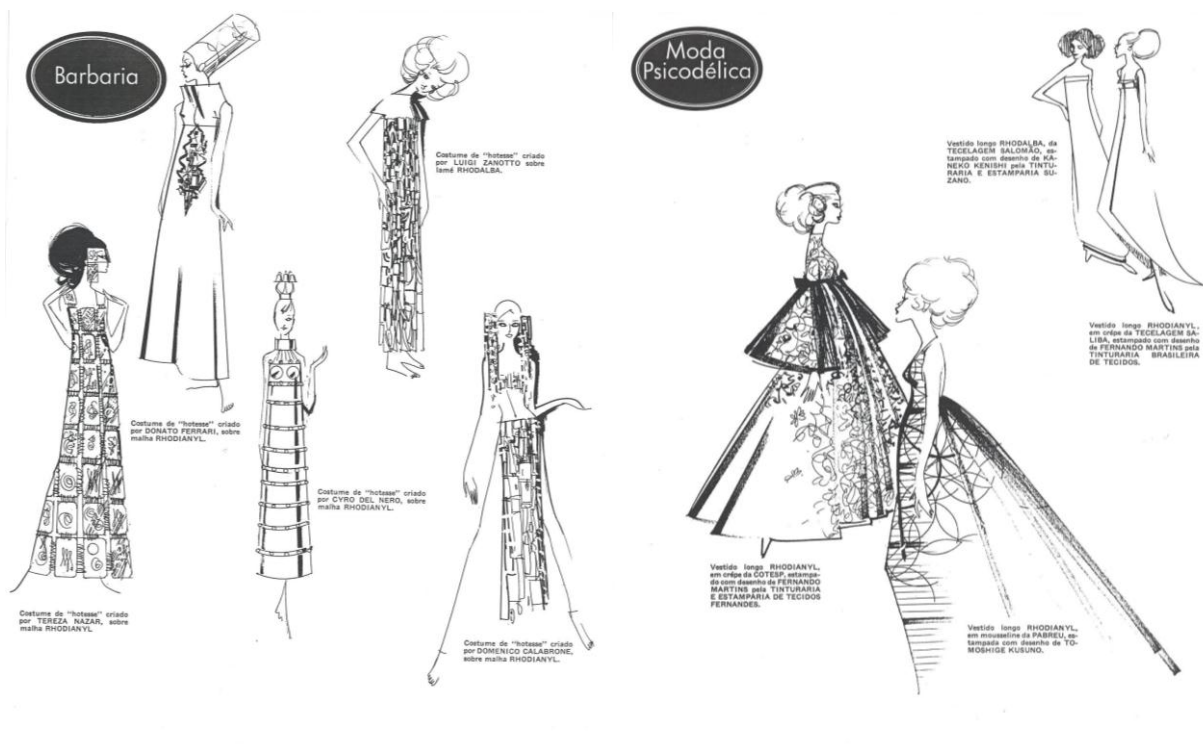
MARILIA – E se mesclava então, os vestidos vindos dos costureiros, com os costureiros nacionais?

CYRO – Eles faziam uma divisão de atos e quadros, como no teatro, então entravam seis com o grupo tal, entrava as seis com outro grupo de roupa, entrava as seis com África, entrava as seis com (*Brazilian*) *Primitive*, entrava seis com *Art Nouveau*, e no final entrava as seis com vestido de noiva. Eram quadros dos diversos atos do desfile.

CARLOS MAURO – Tinha um tempo nos cadernos de tendências que era se caracterizando como temas.

CYRO – Temas. Era um espetáculo teatral.

CARLOS MAURO – Bem lembrado Cyro, eu tenho conhecimento, que ele (Livio) participou do balé do IV Centenário.



Ilustrações 5: Fotos do catálogo do show-desfile Momento 68, apresentando em 1968 pela Rhodia na Fenit, no qual Alceu Penna apresenta a imagem de alguns dos vestidos usados em dois quadros do show: Barbaria e Moda Psicodélica.

CYRO – Com o grupo dele, e a bailarina era a primeira mulher dele, a (Suzana) Faini que é atriz da Globo.

CARLOS MAURO – E ele queria montar um grupo.

CYRO – Exatamente, e foram oferecer à Rhodia.

CARLOS MAURO – Como?

CYRO – E foram oferecer à Rhodia.

CARLOS MAURO – E ele também me ofereceu, conversou com o Senhor Antônio Alves Lima, ele queria uma quantia emprestada, seu Antônio Lima emprestou, e Livio pagou.

CYRO – Eu queria falar um minutinho só. Vocês tem um interesse genérico, um interesse centrado no assunto moda, então vocês tem um interesse nas personalidades que fizeram. Eu acho que vocês deveriam dedicar sempre que pudessem, sempre dedicar um tempo à figura do Livio.

SOLANGE- Ele faleceu de uma maneira trágica, muito jovem né?

CYRO – Ele teve um problema no cérebro e fizeram uma pequena maquininha solta, que parece uma maquininha de cortar frios e cortaram o cérebro dele em pequenas fatias para tirar um bicho que tinha vem na carne de porco. Neste corte foram juntos os substantivos próprios, então ele não lembrava de nomes. Para mim foi uma alegria saber que o meu nome desapareceu e uma vez ele quis se referir a mim para o Carlito Maia e fez o maior cumprimento que talvez não fizesse se meu nome não tivesse desaparecido. Ele disse: 'Aquele, aquele, sem ele nós não teríamos feito nada, pôxa qual é o nome dele?' Não é maravilhoso? Eu fiquei tão comovido quando soube disso.

ALEXANDRE – Mas por que é que a coisa esvaziou ao longo do tempo, porque depois de todo esse show, foi perdendo essa força?

CYRO – O Livio foi despedido da Rhodia, acabou. A Rhodia resolveu que a Rhodia/Moda acabou.

ALEXANDRE – Foi uma decisão interna, não tinha nada a ver com o alcance?

CYRO- Nada, nada. E Livio chegou há algumas figuras e organizou uma agência de publicidade que se transformou numa das maiores do país que se chamava Gang e não era feliz. Eu vivia no Rio de Janeiro e fazia shows no Rio de Janeiro com o diretor de arte da Globo e soube um dia, que no meu show no Canecão alguém tinha procurado por mim e tinha perguntado se eu ia lá toda noite. Aí explicaram quem era, era Livio. Ele tinha passado lá no Canecão e ele estava em São Paulo, aí eu voltei para São Paulo eu o encontrei na Gang e ele me disse o seguinte: "Eu hoje passei 45 minutos numa sala de espera, num chá de cadeira" - o que para a importância do momento brasileiro dos anos 60, não se devia fazer isso com alguém. É uma coisa no Brasil, você trabalha feito um desgraçado, você tem importância cultural, tem gente que liga para você...Um cara ligou para mim um dia desse e disse: "Cyro, eu só conheço você em letra de forma, nunca te encontrei." Tão agradável seria que nós já estivéssemos lendo alguma coisa, que alguém tivesse escrito sobre nós. Você está numa batalha diária, isso para Livio foi quase mortal. Ele foi o nosso (Florenz) Ziegfeld da moda.

ALEXANDRE – Por que será, essa idéia? De repente toda essa estrutura montada, mobiliza pessoas e tudo mais, de repente não mobiliza mais, e os convertidos e os...

CYRO – Bom, eu vou dizer uma coisa para vocês. Vocês são uma geração, em relação com a moda recente, quase inédita. Se vocês têm idéia de que nós vivemos um mundo aqui e que moda era notícia para colunazinha de variedades nos jornais, não tinha a menor importância cultural, era festinha, era dispensável, era uma coisa que se via à parte. Não havia um teórico, havia os picaretas pendurados na moda que hoje assinam teorias de moda. Vocês são uma raça absolutamente nova. Não havia nada disso. Nós éramos uma marginalidade, essa é a verdade.

SOLANGE – Pelo que você está me contando, me parece que essa política da Rhodia, ela vai acontecendo aos trancos e aos barrancos, as negociações não tem um projeto, as coisas vão acontecendo, não tem uma estrutura.

CYRO – Eu nem sabia o que estava acontecendo.

SOLANGE – Não tinha programa nenhum.

CYRO – Não tinha programa nenhum.

MARILIA – Ai vem a parte financeira, que não estava organizada dessa forma que está hoje, não era sólida.

CYRO – E outra coisa, eram os anos 60, era ainda um clima maravilhoso, deixado por Juscelino. Juscelino é aquele anjo que apareceu sob o Brasil e atirou pétalas de rosas e criou o estado virginal das coisas, haviam uns garotos olhando o mar em Ipanema, criaram-se a Bossa Nova. Começa o Cinema Novo. Aí criaram o carro; criaram uma bosta de carro, “o avanço da indústria automobilística”. Foi tão forte que quatro anos depois tinha que ter uma repressão. Tiveram que castrar tudo, e a liberdade só no carnaval e dentro do quarto na sua cama. Fora está proibido.

MARIA CLAUDIA – É curioso tudo acontecendo no Brasil em repressão, por que, pelo que agente vê...

CYRO – Mas não nasceu no Brasil em repressão; todos nós sofremos a repressão. Fomos presos, ficamos escondidos e tal, antes disso as coisas eram... Tanto que durante a repressão ainda havia voz, Pasquim, etc.. Nós não somos frutos da repressão; sobrevivemos à repressão e ironizamos a repressão.

SOLANGE – Mas vocês não tinham um movimento político?

CYRO – Não, nós não tínhamos um movimento político.

SOLANGE- Vocês não tinham uma intenção, vocês tinham uma coisa da estética.

CYRO – Da estética e do prazer.

SOLANGE – A Tropicália.

CYRO - É um fenômeno criativo.

MARIA CLAUDIA – A Tropicália entra nos desfiles, nos desfiles não, nas festas.

CYRO – Exatamente. Queria só contar um detalhe da Tropicália para vocês: nós preparamos com Livio um show no Som de Cristal, sabe onde é? Atrás do Teatro da Arena. Tinha ali uma... não existe mais.. Gafieira, a mais famosa de São Paulo e nós íamos fazer um show. Livio escolheu: “Não, tem que ser Som de Cristal porque Caetano, Gil, Eliana Pitman”. Aconteceram uma porção de coisinhas engraçadas que não tem a menor importância, mas eu tenho o prazer de contar para vocês. Por exemplo, a mãe da Eliana, Ofélia era uma mulher tão insuportável (Eliana Pitman vocês sabem quem é) que o Moreira da Silva, uma hora, no meio do silêncio, todo mundo esperando o Livio chegar – que ele tinha ido cumprir as coisas dele na Rhodia. No fim marcou às três horas, já eram seis. De repente aquele silêncio, aí ele: ‘Ofelha da put...’. E, nesse ensaio Livio demorou tanto que Caetano subiu em cima de uma mesa exasperado, Livio não vinha, e para Caetano era terrível, ele não era dono do contrato, o dono do contrato era a Rhodia (ele era contratado). Era uma situação de prisão para ele: “Esse filho da put... desse italiano, não vem e não chega esse filho da pu...”. Aí nós tínhamos um show, claro que ia cantar “Coração de Mãe”, Vicente Celestino, vocês não sabem quem é? “Coração que cai”, e ele veio pro ensaio e depois foi embora para o hotel para botar a roupinha. Daí há uma hora, soubemos que ele tinha morrido. Ele morreu indo para o Hotel (ele morreu no Hotel Hilton). Morreu nessa tarde e nós fizemos o show em homenagem à ele. Foi um show maravilhoso, Tropicália e Livio, escolheu o som de cristal, eu fui lá e dei um jeito.

ALEXANDRE – Esses artistas, ele eram contratados pela Rhodia, isso era por quanto tempo esse contrato?

CYRO – Show. Show, contrato de show.

ALEXANDRE – Existia algum artista que estava ligado à Rhodia?

CYRO – Permanentemente não, sobretudo na área da música não.

ALEXANDRE – E a ligação com as pessoas que escreviam, como é que era a intervenção?

CYRO – Era um outro capítulo maravilhoso. Nós fomos ao Rio de Janeiro falar com o Drummond e o Drummond estava ligado ao Paulo Mendes Campos e aqueles dois

bobocas, eles queriam comercializar sua capacidade literária e tinham bolado fazer uma firma para vender texto. Acho que o Livio soube, “- Não é possível, Drummond pode escrever um show para nós.” Está bom, Millôr já tinha escrito um. Fomos ao apartamento do Drummond no Rio de Janeiro, falamos muito pouco o inglês, e na hora de colocar o negócio do preço, diante de uma figura da Arcádia (falar de dinheiro com o Drummond!) e o Mário Gatti ficou encarregado de fazer o papel sujo, aí disse: “Ô Sr. Drummond, o senhor esta me devendo...”. E o Drummond disse, (eu vou dizer uma importância correspondente a hoje): - “1.500 reais, está bom para você?” Nós estávamos estimando 150 mil. Foi como se nós tivéssemos morrido de vergonha de ter colocado o poeta naquela situação, e estar tratando (uma vergonha) com alguém com os valores não são aqueles, me perdoe. E no caminho nos lamentando: - “Ter essa sujeira com o maior poeta do ano, e aceitar 1500, nós estimávamos 150 mil.” E aí Livio:- “Vamos dar 100 mil” - e aí um problema inverso de ofendê-lo. - “Ele pediu 1500, você vai mandar 3000?” Uma situação, e Livio mandou o dinheiro a mais, mandou 3000. Texto maravilhoso, metrificado, sobre cada um dos nomes das seis meninas (eu tenho o texto todo) texto maravilhoso, o que ele escreve sobre a Uli: -Uli, Uli, *lullaby*..- maravilhoso.

ALEXANDRE – Como é que foi com o Millôr?

CYRO – Com o Millôr, foi maravilhoso, porque o Millôr é um homem, porque a primeira coisa que ele queria conversar é o dinheiro, facilita tudo, dinheiro, direito autoral, quantas vezes vai aparecer e tal. Porque ele é um homem que veio lá do Meyer e está escolado. Quiseram fazer o diabo com ele, não deixou. Ele já ganhou mil processos, então não tem problema nenhum. Eu fiz o cenário do show dele. Eu me lembro, ele chegando na Fenit e eu fui o primeiro a encontrá-lo. “-Ô Millor, puxa vida” - eu disse. –“Nós somos dois, agora vamos ver o resto”.

MARILIA – Falando em Fenit, você poderia contar um pouco a relação com Caio de Alcântara Machado.

CYRO – Caio é um grande FDP, mas eu gosto muito dele. A relação dele com o Livio era maravilhosa porque era de total dependência do Livio, porque o sucesso da Fenit dependia da Rhodia. Eram seis ou oito stands de firmas da Rhodia, Rodhalba, Rodhianyl, etc... e o auditório (da Rhodia), e nunca conseguiu comprar Livio porque em termos comerciais teria que haver uma corrupção. Chegou a mandar para Livio um cheque em branco (confessado por Caio) e Livio rasgou no meio, pôs no envelope e devolveu. A última vez que eu estive com Caio (jele estava doente, agora, ele está melhor) Caio disse: “Livio é um homem único que eu encontrei com H maiúsculo, ele era perfeito.” Não havia corrupção. E corrupção,

quem podia ter corrompido o Livio, trabalhava com ele diretamente, as verbas grandes passavam por mim a não ser de mídia, nunca, nunca houve menor parte. Uma vez ele me deu uma bronca porque meu orçamento era muito alto, na presença do Mário Gatti, do Rodolfo Volk.- "Eu não vou pagar isso, eu quero falar com você em partícula". Saímos do estúdio da 13 de maio e fomos para o café. Chegamos ao balcão e que Livio me dizia irônico: "Noi italiani sono tutti arlequino?" Uma vez ele comprou um apartamento, onde ele morreu na Alameda Lorena e me pediu para decorar o apartamento dele, e eu decorei o apartamento, ele tinha muitas peças, obras de arte, tal. Ele tinha uma mesa na sala de estar, baixa com objetos e eu peguei os objetos e coloquei em ordem os objetos, depois ele virou o diabo. O quarto dele era uma loucura barroca! A biblioteca dele eu desenhei, fiz um apartamento louco. Nessa mesa eu coloquei todos os objetos e ele disse: "Não mexe Cyro. O Luiz Carlos vai fotografar amanhã para ter uma fotografia desta na minha cozinha para a empregada botar toda manhã no mesmo lugar."

O Caio a relação dele era essa, dependia do Livio e eu pessoalmente devo muito a ele, porque um dia recebi um telegrama dele da Suíça.- "Cyro, temos que fazer a feira de Osaka, 1970-69, foi em 69, temos que fazer a feira de Osaka, procure o embaixador tal no Itamaraty". Nós fizemos o pavilhão. Caio costuma muito passar obrigações e se ausentar completamente, o que é um sistema de fazer pessoas trabalharem. Eu gosto dele, agora é um grande bandido!

SOLANGE - Talvez só para título de contraponto, assim, como é que você vê a situação da moda hoje, do *glamour*?

CYRO – Essa é uma pergunta que sempre me fazem. Cyro o que é que você acha das cenografias que fazem da TV Globo nos anos 60 e a televisão hoje?

SOLANGE – Você faz também cenografia para televisão hoje?

CYRO – Eu faço para televisão, cinema, teatro, etc. Então é sempre há comparação. Comparação baseada em quê? Os tempos são tão diferentes. A população é diferente, o corpo humano é diferente As manecas são diferentes. A moda é diferente. A situação social é diferente. O dinheiro é outro, não tem comparação. Quando me perguntaram: - "O que você acha, por exemplo, das aberturas de novelas coloridas das aberturas da Globo hoje, comparadas ao que você fazia na década de 70?" Em comparação eram cinco canais no ar, hoje eu tenho 90 na minha casa. Um público muito maior. A necessidade de alimentar graficamente isso. Os meios são diferentes. Eu fazia efeitos na carpintaria, fazia com maquininha,

fazia um cilindro sobre o rolimã para virar o cilindro com a câmera dentro, só para a câmera girar, era carpintaria!Hoje o computador faz isso com facilidade.

MARIA CLAUDIA – Que aberturas de novelas? Será que eu lembro de alguma?

CYRO – Os ciclos que eu fiz?

MARIA CLAUDIA – É....

CYRO – Gabriela, Fogo sobre Terra, O espigão, Cuca legal..

CARLOS MAURO – Aberturas do Fantástico.

CYRO – As aberturas do Fantástico..

SOLANGE – Antes do Hans Donner?

CYRO – Não, eu é que examinei o Hans, quando veio para São Paulo!

ALEXANDRE – Só mais uma pergunta, só pra gente encerrar, pegando o outro lado, comercialmente para a Rhodia, isso trouxe resultados? Todo esse jogo, mas por um lado não há lado estético, glamour, valor arte. E o lado empresa como é que é isso aí?

CYRO – Houve um momento em que nós estávamos vendendo fio; havia produção esgotada, mesmo assim produtos paralelos, influências, etc. Tudo isso era um lucro vivinho. Hoje a Rhodia é uma empresa normal, mas naquela época, prestígio que ele tinha no momento, em virtude do trabalho que a gente fazia. Sabe o que aconteceu? Nós fizemos isso efetivamente para uma empresa que não estava preparada. Não havia meta, não havia planejamento, não havia nada. Mas a maior burrice da Rhodia foi não arrecadar o mérito do crescimento.

SOLANGE – Exatamente é isso que dá para perceber, politicamente, esteticamente, ela nem percebeu o jogo de trabalho, o nível mais bárbaro. Tinha um a inteligência

CYRO – Abandonar categoricamente, mesmo como memória. Coisa absurda!

SOLANGE – Que coisa, né? Qual a formação dos assessores, dos dirigentes da Rhodia?

CYRO – Da Rhodia? Em geral?

SOLANGE – Mas técnicos...

CARLOS MAURO – Engenheiros.

CYRO – Especialistas em tecelagens...

SOLANGE – Agora, voltando para fechar (se alguém quiser perguntar mais, tudo bem). Eu tinha te falado não só como você vê hoje, não só a cenografia, mas também a estetização, o *glamour* da moda, aí você falou que entrou, um tal de Marketing, uma ciência chamada Marketing, que faz isso, faz uma glamourização, faz uma estetização.

CYRO – Faz, sobretudo uma promoção de nomes, produtos, etc.

SOLANGE – Então, você acha que vocês, ajudaram a construir o que está aí hoje, dessa maneira?

CYRO – Eu acho que muitos elementos que fazem, e o serviço de moda hoje, de uma de uma certa idade, são os tais convertidos dos anos 60.

SOLANGE – Que beberam na sua cartilha e aí foram pessoas que....

CYRO – Mais jovens, a não ser que queiram dizer que havia uma coisa fabulosa, fantástica dos anos 60, ou chegar a ver, convertidos. José Victor (Oliva) é um exemplo com a mulher dele porque ele sofreu duas conversões com criações, com as quais eu estive envolvido. Uma foi *Stravaganza* que ele viu e outra foi o Papagaio Disco Club, a primeira discoteca brasileira do Ricardo Amaral, que era minha (cenografia) e Zé se transformou em homem da noite, no momento em que entrou na Papagaio que era uma coisa esfuziante.

MARILIA – Ah, o projeto é seu, Papagaio? - maravilha.

CYRO – Foi maravilhoso, você viu o Papagaio?

SOLANGE – Quantos anos você tem?

MARILIA- Eu tenho 37 anos, eu tinha 16 e falsificava (o RG) para 18, foi um momento maravilhoso.

CYRO – Você é uma menina, você ia lá tomar champanhe com...

MARILIA – Foi um outro momento também, incrível.

CYRO – E era uma casa, modéstia a parte, muito bonita.

SOLANGE – E esses desfiles que a gente tem agora, o Phytoervas, o Morumbi.

CYRO – O contato que eu tenho com moda é através de vídeos, fotografias, etc, e tal... Um dos capítulos mais tristes, que mais me entristece de moda hoje é vitrine, que não é bem a vitrine, é a relação com a peça de moda.

MARILIA – Não existe mais, não tem vitrine. O que a gente tem uma má disposição de produtos. Eu não consigo nem mais sair na rua, assim, de fazer compras, é terrível.

CYRO – Eu estou naquela idade de quem já não entende mais nada. Me parece que a filosofia é: “-Tomara que me odeiem” - é incrível. A preocupação que a gente tinha, puxando o que não estava correto, tinha que passar antes, você passa um tempo na vitrine, a Zoomp, é estranho, um outro ponto de vista que me escapa.

SOLANGE – Você acha que está como Marília? A vitrine está como?

MARILIA – Não, não existe vitrine; não dá para reclamar. Existe uma má disposição de produtos. Em alguns casos são, um pouco melhor, mas você não tem uma proposta. Se não tem uma mensagem, você não mexe com o cotidiano das pessoas, você não.

CYRO – Talvez o Marketing das vitrines seja um marketing sádico, talvez isso funcione. O próprio Ricardo Amaral tinha uma posição sádica. Champanhe em copo de papel de Coca era uma posição sádica, naquele momento e enorme sucesso. O jovem queria beber aquela coisa, champanhe em copo de papel, era uma coisa que ele esperava; era uma revolução que ele esperava. Mas, a intenção de Ricardo era ser sádico, o sádico era uma forma de narcotizar o consumo, talvez seja isso.

SUZANA – Puxando a sardinha, um pouquinho só para o lado da minha pesquisa. Eu queria saber: na hora de fazer os editoriais da revista feminina de moda, nessa década de 60, como era? Tinha as mesmas pessoas das revistas? Porque você era de uma revista feminina da década de 60 só dá Rhodia. Tem até um que me chama a atenção, não sei, primeiro tem a mulher no quarto dela, e de repente tem a Rhodia que são duas páginas que era um lugar desterrado assim, só de terra. Não tem luz ou redes elétricas, e quatro, cinco, modelos de maiô, não sei, porque pra mim é muito estranho.

CYRO- Eu gostaria muito de encontrar essa, você tem essa?

SUZANA – Eu acho que tenho.

CYRO – Era um terreno de aluvião e que tinha nos buracos enterrados um pedaço de espelho, em que a manequim ficava, fui eu que fiz. Nós fizemos isso no início da

abertura da (rodovia) Castelo Branco, num sábado, domingo, e que eu levei grandes pedaços quebrados de espelho e que eu enfiei na terra em diversos lugares e havia até com a umidade, não sei lá porque, acho que era por causa do espelho, umas folhas compridas que de vez em quando apareciam na frente também. Eu tenho uma foto, bom, a pergunta era qual?

SUZANA – Como que acontecia para fazer esses editoriais de moda, porque tinha a propaganda desses editoriais (feitos pela equipe de publicidade da) Rhodia, então como que acontecia isso para fazer as revistas?Tinha gente da revista que vinha, ou vocês começaram a ver desfiles, que era o que a Rhodia queria?

CYRO – Nós tínhamos, por exemplo, o (Abelardo) Figueiredo, que ele vinha do Rio de Janeiro, ficava em São Paulo, nos fim de semana, ou durante a semana em que íamos fazer os editoriais da revista Jóia. Ele estava ali, só fazendo as relações públicas, porque a Rhodia tinha dinheiro e comprava a revista inteira, as relações eram comerciais, não é maravilhoso?

SOLANGE-É impressionante. Alguém quer colocar mais alguma questão?

MARIA CLAUDIA – Não sei, mas acho que é uma colocação. Eu estou muito satisfeita de ouvir todas essas declarações, porque eu mexo com moda no período anterior a isso, e apesar de gostar muito do que faço, tenho sempre a impressão que tudo aquilo é importado e que não existe inspiração no Brasil. Eu não sei, talvez você possa falar alguma coisa para me complementar, enfim, se existe criação mesmo, tão como vocês fizeram na década de 60, antes disso no Brasil. Porque o que eu vejo na década de 1920-1930 e a impressão que eu tenho, é que eles traziam os estilistas que faziam, mas, não é nada tão associado à cultura brasileira, nada que explore as coisas que a gente tem aqui.

CYRO – Eu vou dar só dois fatos para você para você ter idéia da relação que se tinha antes, nos anos 1930, depois teve 1940. Só dois fatos que são dois fatos relativos à moda para você ver o que havia e o que não havia de criatividade. Eu nasci em 1931, ainda no início dos anos 1930, os lençóis de linho eram lavados em Portugal, sabia disso?

MARIA CLAUDIA – A gente vê a propaganda (do Mappin nos anos 1920):
- Roupas e tecidos laváveis e eu estou curiosa para pesquisar isso, quando os tecido começa a ser lavado no Brasil.

CYRO – Havia uma firma em São Paulo que recebia seus lençóis, mandava de navio para Portugal (15 dias para ir) e eles voltaram lavados e dobrados e a dobra

passada. Aberto havia um desenho geométrico. Só para vocês verem a relação com criatividade, outro dado para vocês: eu mesmo nos anos 1960 fui a Buenos Aires fazer terno.

SOLANGE – Pra você?

CYRO – Os alfaiates argentinos estavam 100 graus acima dos alfaiates brasileiros. Esse foi outro trabalho de Livio. Arranjou dois ou três alfaiates e o Martinez (Hélio Martinez), desenhava roupa masculina, que era feito pelos alfaiates (vocês vejam então, que não havia na praça ninguém). Eu fui fazer terno de casimira Em Buenos Aires (na Argentina). Este é o Brasil anterior, são dois exemplos diferentes.

MARILIA – Então vamos só retornar, você ia falar sobre o Club Um e daí passou né?

CYRO – Aí inventou-se o Club Um que foi uma idéia extraordinária de Livio que esteve ligada há algumas confecções e uma das figuras chave, você está informado então, me corrige (dirigindo-se a Carlos Mauro). Uma das figuras chave é o nosso amigo da Vila Romana (no início). Aconteceu uma coisa engraçada, o Clube Um era em frente o meu estúdio, e um sobrado que eu aluguei e fiz de estrutura e o Livio me pediu que registrasse em meu nome, então tava naquela correria um pouco irresponsável, enfim, e sem saber o rumo que a coisa iria tomar. Quando o Livio deixou a Rhodia e montou a Gang eu fiquei com um grande drama nas mãos: eu tinha a estrutura de moda do Brasil nas mãos, sem clientes e fui à falência (ou quase), houve um processo de falência ao qual eu requeri porque foi agravado pelo Carnaval de 1970 da Prefeitura que não me pagou porque – eu cometi uma imbecilidade e eu me esqueci que no dia 25 de janeiro mudava a administração. Foi o Carnaval da mudança da administração e o prefeito posterior não queria pagar as dívidas do prefeito anterior, eu fiquei entalado. Houve um processo e eu recorri ao Supremo Tribunal, eu recorri foi ao Tribunal de Alçada, no qual o presidente era primo da minha mãe e eu fui lá falar com ele. Parte do meu problema foi o Livio ter deixado a Rhodia. Eu fiquei com o Club Um, mais uma loja de design, mais um prédio com as costureiras, com Guigui (Guilherme Guimarães) dirigindo e o Alceu desenhando. Dois estúdios, a minha administração sem clientes. Fechei tudo, paguei como pude, não pude pagar alguma coisa, muita gente fala: 'Você não me deve nada' – e fui embora para o Rio de Janeiro que não agüentava mais. Estava de saco cheio. Chegando no Rio de Janeiro, o Boni me mandou uma mensagem – 'Cyro, você tá contratado da Rede Globo'....Então, eu estava falando do quê mesmo?

MARILIA – Você ia explicar um pouco o quê que era o Club um, a idéia.

CYRO – Ah, O Clube um, então tem uma casa que é o Club Um, no momento em que Livio ia deixar a Rhodia, Livio fez uma sacanagem comigo, me mandou o Mauro Salles bater um papo comigo e o Mauro chegou meio chateado porque eu estava com a faca e o queijo na mão, mas eu não era dono de nada. Eu não saberia o que fazer com aquilo, e o Club Um, naquele auge. Eu disse: 'Ou eu tenho 30% de tudo ou está vago para mim, o que você prefere? Ou tenho 30% e continuo o nisso, a dívida que está me separando (a Gang já não estava mais aqui), ou eu não quero nada, e esse papo ficou assim para o Mauro me responder, e aí em virtude da saída do Livio e outras condições...

MARILIA – Mas, voltando o que era exatamente? Pessoas que se reuniam para....

CYRO – Era o mesmo processo da Seleção Rhodia Moda. Havia um selo chamado Club Um, se era Clube Um, era bom, em diversas confecções masculinas.

CARLOS MAURO – A maioria dos homens tinha, já não era Rhodia, agora era Club Um, ternos coloridos, naturais, uma nova forma.

MARILIA – Mas isso se dava como? Então, os proprietários das confecções se encontravam...

CARLOS MAURO – Sempre se encontravam, no caso, vinham os proprietários das fiações, as tecelagens que fabricavam, então, Rhodia moda, começou a fazer moda masculina.

CYRO – Era a Seleção Rhodia Moda para homem.

Eis aqui a prova definitiva de que o Club Um entende de moda masculina.

Um número e algumas palavrinhas: Tergal foi escolhido para fazer 99% das roupas que levam a etiqueta Club Um. Para maior esclarecimento, lembramos das provas anteriores:

- 1.º O Club Um é formado por 12 cidadãos aqueles que mais entendem de moda masculina neste País;
- 2.º Um artigo Tergal não amassa, (mesmo que você saia com Raquel Welch lava e seca rapidamente. Em suma, não chateia;
- 3.º Os 12 caras do Club Um só colocam a sua etiqueta em algumas roupas dos melhores confeccionistas brasileiros;
- 4.º Tergal tem uma impressionante variedade de cores, padrões e texturas. Mas, na sua modestia, permite a utilização de 1% de outros tecidos. Ora, juntando Tergal, Club Um e confeccionistas pra lá de exigentes, o que pode dar? Roupas Club Um, aquelas que têm uma etiqueta que vale ouro e, no entanto, custam apenas uns cruzeirinhos mais que as roupas vulgares.

Tergal está pagando este anúncio para que você tire a roupa, agora que 12 homens estão pensando em moda por você. Tire a roupa que você está usando e vista uma com a etiqueta Club Um. Dê esta pequena contribuição pessoal para apagar de vez o passado cinza da roupa feita no Brasil.

Ilustração 6: Anúncio do **Club Um**. *Veja*, 11 de novembro de 1971.

SOLANGE - Eu acho que a gente está bem satisfeito, então a gente agradece e se vocês quiserem tecer algum comentário final, inclusive eu peço um pouco a opinião dos nossos entrevistados sobre nós. O que você pensa de um grupo assim?

CYRO - Vocês estão completamente loucos!

SOLANGE - Olha só !

CYRO - Uma coisa é o seguinte: em primeiro, lugar, se vocês tiverem 10% do prazer que eu tive de estar aqui, está maravilhoso. Por diversas razões, primeiro para falar para uma geração posterior à minha, que é a juventude que vocês têm, sem prestar um pouco da experiência (foi bom para vocês, maravilhoso). Também gosto muito de estar em um lugar que respire entusiasmo, então é outra coisa (vocês gostam do assunto, aí já é maravilhoso. Eu quero agradecer essa honra e quero avisar a vocês que no exame do que eu disse, vocês se lembram que eu não vim aqui como *homo sapiens* eu vim aqui como homem que faz. Então o que eu posso dizer é que é uma experiência muito imediata do que tive, do que fiz, contei porcarias para vocês e etc.. Agradeço muito e espero que vocês sejam o muito que dê flores o mais depressa possível. E a flor principal da moda nesse país seria o Museu da Moda; alguém tem que começar a pensar isso.

SOLANGE - E a gente vai passar para você a nossa revista vai ficar pronta a gente vai editar quer saber se você concorda, entregar material.

CYRO – Eu queria que vocês perguntassem ao Carlos Mauro o que ele achou porque ele é mais ponderado que eu...

CARLOS MAURO – Eu tenho muito respeito e carinho por esse grupo, por esse menino Alexandre Bergamo que de tempos em tempos eu via no tumulto dos desfiles do Morumbi Fashion, e via que um pouco, ele tateava no escuro e eu achava que era minha obrigação passar para ele uma dada coerência que existe no campo, não é? Uma dada lógica vamos dizer, nada surgiu do nada, naturalmente isso deverá ter uma continuidade no futuro e então ver o Cyro Del Nero dando esse depoimento, eu percebo que é o mesmo espírito vital que me emocionou naquela época e que emociona até hoje. Marília Malzoni perguntou sobre o público, não é, desses eventos todos...eu moro em Moema, tinha uma floresta lá perto e nós em criança, nós íamos pegar peixinhos na lagoa e com o tempo surgiram umas construções estranhíssimas e diferentes não é? No tempo, eu via uma mulherada bonita andando de lá e para cá, e via que os narizes diminuíram (ou aumentavam de tempos em tempos) e os queixos... eu via o que se chama em arte maravilhoso, e com o tempo foi arranjado um jeito, de ir assim a fundo, de onde partia tudo aquilo, e eu aprendia que eram os tais bastidores dos stands da Rhodia, era toda uma linguagem que se aprendia, via esse tal italiano, elegante, bonito.

SOLANGE – Ele passava por ali, Moema?

CARLOS MAURO – Não, era praticamente mato e eu me lembro, uma vez que assisti um desfile maravilhoso, num dado momento Mailú tinha uma capa dourada, e ela abria a capa num dado momento e todo mundo fazendo: ` - Ah, ah !- e ela fechava e eu esperando ela abrir um vestido dourado, inteirinho bordado, ela falava é a diva que estava ali, e eu via assim, figuras, andando para lá e para cá e eu nos bastidores morrendo de medo que viesse para sala. No início eu entrei através do Leandro que fabricava calçados, manequins, depois através de um francês que ia ser meu vizinho e Fábio Alvim, colega da FAAP. Nós, fazendo faculdade e que também ninguém sabia o que era. Fábio muito feliz me disse que estava trabalhando com Cyro Del Nero e aí eu lembrei. Eu conheci Cyro Del Nero na Bienal de 1962-1964, não, não 62. Darcy Penteado, e eu estava então também com amigo Fábio Magalhães que me apresentou o primeiro prêmio de teatro, que tinha umas maquetas, sei lá...

CYRO – Quarto de dispensas.

CARLOS MAURO – E no tempo, eu vi nos bastidores também essa mesma figura e eu ficava emocionado de ter esses pontos de contato, e esse maravilhoso

emocional. Fabio me disse um dia que o Cyro iria quebrar um galho para ele entrar na Rhodia. Um dia Fabio Alvim ficou me esperando que eu fosse da comissão didática para falar comigo. Eram 11 horas da noite e eu naquele dia, pensei, - Ele quer que eu peça a nota para professora. Terminou a reunião tava o Fábio sentado na escadaria esperando que o Cyro Del Nero queria uma pessoa para fazer três vitrines na Augusta e disse:- Olha, não sou vitrinista, não pretendo ser, eu não quero. Fui, dei de cara com o Cyro e ele me disse:- 'Não agüento mais'. Quando eu voltei já era Rhodia boy, um italiano bonito que ficava lá nos ensaios que era o Livio Rangan e aí o Cyro disse: 'Não se trata de vitrines, não é nada disso.' O Livio olhou para mim (sempre aparecia lá nos stands, ensaios). Voltando à pergunta, eu acho que para o NIDEM ter uma visão do que seria assim, uma espinha dorsal, eu achava e acho que foi fundamental o depoimento do Cyro e lembrando ainda a pergunta da Marília, se havia uma preocupação deles em formar os profissionais. Eu me sinto formado por eles. Havia uma preocupação assim, no sentido de terem exigido ao me contratarem, uma pessoa, estar fazendo artes plásticas. O Livio me fez uma série de perguntas e a partir dessas perguntas e depois da seleção do Cyro ele me disse: 'Você já desenhou nas paredes?' Não., "Você vai desenhar." Você já fez não sei o quê?" Não. "Você vai fazer"" Eu morrendo de medo, perguntava e o Cyro disse: - 'Não, vai em frente.' Surgiu o primeiro trabalho, era uma vitrine no Rio de Janeiro eu fui falar com o Livio e ele vira e disse assim:- 'Não sei, qual departamento é seu, foda-se'. Eu voei no Cyro e ai ele me indicou Laurie Hacker e era uma preocupação com a formação na medida em que no tempo eles foram delegando para mim, Livio. O último stand da gestão dele e primeiro no Anhembi ele delegou para mim, mas já era um exemplo do tal de marketing, deveria ser um stand com 22 vitrines. Se tratava de um novo serviço que a Rhodia estava implantando que ia chamar-se Ponto de Venda.

CYRO – Essa outra figura que você precisava, a vitrinista dos anos 60.

MARILIA – Sinceramente eu estou aqui babando.

CYRO – Eu sei onde ela está, ela mora perto do Rio de Janeiro.

CARLOS MAURO – Ela estava em Parati, casou-se, é uma figura, alemã...

MARILIA – Eu gostaria muito de falar com vocês sobre outros assuntos, especificamente, gostaria muito..Se possível...

CARLOS MAURO – A vida dela é muito interessante, e implantou a Hoechst no Brasil.

MARILIA – Graças a Deus, vocês me deram emprego; nos últimos cinco anos, eu fui consultora da *Valisère* para vitrines, é um emprego muito bom.

CYRO – Eu queria frisar uma coisa que você disse: os tais camarins no auditório dos desfiles da Rhodia eram acabados como a casa de vocês (era todo coberto com papel de parede), não era compensado, e vivíamos lá por quinze dias. Outra coisa que eu ia dizer para vocês, o Livio não precisava pedir para você o melhor de você. Livio era alguém pra quem você queria dar o melhor.

SOLANGE – Que personalidade, hein?

CYRO – Eu encontrei duas pessoas assim, na minha vida: uma se chama Boni e outra se chama Livio Rangan.

SOLANGE – O seu nome, Cyro del Nero, ele é diferente?

CYRO – Diferente, ele é um nome italiano da barriga da perna da Itália. O meu nome é Cyro del Nero de Oliveira Pinto. Del Nero é minha mãe, Oliveira Pinto é o meu pai, mas desde os 14 anos eu esqueci o Oliveira Pinto. Você conhece, Cyro Del Nero é um tom gráfico. Você lê e você lembra não é? Parte do dinheiro que eu ganhei na minha vida foi porque meu nome é memorável.

CYRO – Foi um prazer.

Fim