

Conversas com Ronaldo Fraga

Conversations with Ronaldo Fraga

Maria Claudia Bonadio

Universidade Federal de Juiz de Fora – Instituto de Artes e Design

mariacbonadio@uol.com.br

Gabriela Ordones Penna

Universidade Federal de Goiás – Programa de Pós-graduação em Arte e cultura Visual - Doutorado

gabipenna@yahoo.com.br

Apresentação:

Conversas com Ronaldo Fraga referem-se, primeiramente, a uma entrevista realizada pelas autoras com o designer em setembro de 2013, originalmente publicada em inglês na edição especial sobre o Brasil da revista *Film Fashion and Consumption*, volume 2, number 3, 2013, pp.329-340 e também, a outra entrevista realizada por Gabriela Penna com o designer em 08 de junho de 2015 sobre o desenho de Alceu Penna. Alguns trechos dessa foram usados na sua tese de doutorado *Produções de Sentidos em um Arquivo Pessoal: As ilustrações de Alceu Penna para Brazil Export (1972)*, defendida em 2016 no Programa de Arte e Cultura Visual da Universidade Federal de Goiás.

G.P. e M.C.B - Quem é Ronaldo Fraga?

R.F - Eu sou formado em Estilismo pela Universidade Federal de Minas Gerais UFMG e pós-graduado na Parsons School (NY) e Central Saint Martins (UK). Eu entrei na moda, ou ofício da moda pelo desenho, pelo registro gráfico, pela possibilidade da construção de memória gráfica, pelo diálogo da memória gráfica para vestir. Hoje o que me dá mais prazer é, justamente, esse lugar que a moda permite como um vetor interdisciplinar, que sem dúvida alguma tem o poder de comunicação mais poderoso no mundo moderno e, com facilidade e, sem vergonha alguma, estabelece conversas e papos com todos os outros vetores de cultura.

G.P. e M.C.B - Como você definiria a marca Ronaldo Fraga? Quais suas principais características?

R.F - A marca foi estabelecida no final dos anos 1990 quando eu voltei de Londres, mais precisamente em 1996. De 1996 a 2000 foi uma fase mais experimental, nem a via como trabalho e assinatura. A partir de 2000 ela vira efetivamente uma empresa e marca registrada.

Enquanto estilo a marca aparece, quando o Brasil começa um processo de construção de cultura de moda, coisa que nós não tínhamos. Isso veio em um momento em que o Brasil começa a exercer autoridades, quando as marcas deixam de ter nome de coisas para ter nomes de quem cria – valor da assinatura, da identidade pessoal, da referência pessoal, o cultural do criador transposta para a roupa.

171

IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte

Vol. 9 nº 1 – Setembro de 2016, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 1983-7836

Portal da revista IARA: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/>

E-mail: revistaiara@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

Hoje a marca tem estabelecido uma relação muito próxima com a cultura em geral, que sempre foi um desejo meu, acho que se existe uma face da moda que é extremamente sedutora e transformadora é como vetor cultural. Acho que como economia, os chineses têm mostrado ao mundo que não estão de brincadeira e estão fazendo isso muitíssimo bem, então nos cabe hoje entender a moda como esse vetor cultural. Esse é o grande desafio para o Brasil, entender a cultura brasileira, a história brasileira, pensar na "marca Brasil" como reflexo dos produtos que consumimos aqui. Essa é a minha busca... ela continua me permitindo a investigação e troca com a literatura, etnografia, com fazeres tradicionais, música e outros produtos brasileiros, que julgo mais bem resolvidos do que a moda.

G.P. e M.C.B - A sua experiência fora do país, em especial Londres, teve alguma influência no seu trabalho hoje? Se sim, de que forma?

R.F - Ah influenciou demais, tanto em questão prática como em questão conceitual, principalmente conceitual, porque a Londres mudou muito, mas a Londres daquela época, dos anos 1990, carregava muito ainda o "swinging London" dos anos 60, que estimulava a criação, a autoralidade, e eu tinha certeza que existiam dois lugares únicos nesse mundo, Tóquio e Londres nas capitais como exercício de expressão. Foi a primeira oportunidade que eu tive de viver e entender observando um país à distância, então tudo o que vivi e eu me perguntava, mas por que o Brasil não pode fazer a mesma coisa?

E esse fazer não era aquele fazer, do qual fomos habituados, o da cópia, mas entender a nossa cultura, entender sutilezas do nosso ser, como o inglês fazia na época e imprimir isso no desenho, isso no design. Como eu sobrevivia em Londres? Eu vendia chapéu nas feiras de Portobello e Camden Town, os espaços *trendys* da época, então eu sobrevivia na Europa, eu pagava escola, pagava tudo, fazendo chapéu, eu e meu irmão Rodrigo (Fraga).

Logo quando eu cheguei em Londres e fui montar a minha grade curricular na Saint Martins, escolhi primeiro as matérias práticas, que eu não tinha no Brasil...como eu iria aprender chapelaria no Brasil? E chapéu no Brasil não ia dar. Então, acho que Londres nesse sentido me permitiu voar. Então quer dizer, o que eu fazia, o que eu vendia, dependia unicamente de mim mesmo.

Aquela coisa de ir para a rua, ter uma banca e vender um produto, uma editora passava comprava uma peça, e daí no mês seguinte ela estava em um editorial da The Face e ID, então quer dizer, o Brasil ainda não tinha essa questão da moda de rua, na sequência, inclusive, o Brasil fez o Mercado Mundo Mix, muito nos modelos das feiras de Londres, mas a rua de Londres estava fervilhando... ¹Eu ainda gosto muito de Londres, mais hoje eu acho que ela, de certa forma, ficou parecida com o mundo inteiro, que dizer do modelo de lojas de departamento americanas, quer dizer, isso tomou conta de Londres também. Ainda continua sendo uma das poucas capitais que te permite tirar o pé do chão, mas a cidade era mais contundente na época. Fiquei lá de 1992 a 1996.

G.P. e M.C.B – Em 2012 você lançou um livro sobre seu processo criativo. "Ronaldo Fraga – Caderno de roupas, memórias e croquis" (Editora Cobogó). Como se dá a criação das suas coleções, partindo do entendimento desse processo como parte da sua criação final?

¹ Nota das entrevistadoras (n.e.): Mercado Mundo Mix é uma feira itinerante que abriga diversos designers de moda, acessórios e decoração ou em início de carreira.

R.F - Eu adorava quando perguntavam isso para a Pina Baush e ela dizia: "Ah, mas que pergunta ridícula! Não existe isso não". A cada espetáculo que eu vou fazer, eu procuro trilhar caminhos que nunca transitei por isso um espetáculo eu falo de Lisboa, o outro eu falo do Chile, outro do Brasil, quer dizer isso, por si só, já se configura um processo criativo", então, Pina Baush não tem como escapar do registro de processo.

Aí esse ano, era uma coisa (o livro) que me pediam há muito tempo, são coletâneas de fragmentos de cadernos de 36 coleções, do registro gráfico. A minha narrativa de moda nasce do registro gráfico, da escrita. Fui convencido da importância da publicação desse livro, porque é muito raro. Acredito que não haja nenhum registro de um estilista brasileiro, que desenhe seu processo de criação.

Hoje, principalmente, que o mundo perdeu as normas, a única norma é a criação. São várias as formas de pensar moda, de fazer moda, de se chegar. Acho até que é um caminho paralelo ao academicismo. Eu concordo com você, acho que o primeiro produto, que nasce antes da roupa é o processo. No meu caso, esse processo são cadernos, em termos de memória. Então entre 04 a 06 meses eu vivo para colocar uma coleção.

Então muito mais do que registro de um passo a passo de como montar uma coleção, na verdade é um caderno de memórias, o momento em que tô vivendo, o que está acontecendo comigo naquela fase da vida. Hoje eu consigo pegar os cadernos e voltar a questões da vida pessoal, que estão ali registrados de alguma forma.

Então, isso foi muito legal, surpreendeu, superou expectativas... o livro esgotou, era uma expectativa de em 4 meses lançar nova edição e esgotou em 40 dias, porque justamente, despertamos a atenção para a área de criação em geral, dessa exposição desse processo. Lembrando da Pina Baush, cada um é um. Por exemplo, quando eu vou fazer uma coleção eu vejo, ela está me pedido esse papel, esse formato. Eu adoro essa coisa de desconstruir o desenho. Vocês acham que meu desenho tem essa cara? Então vamos lá vou fazer uma coisa totalmente diferente. Você acha que eu desenho só com papel Kraft?

Então vou desenhar em aquarela em papel branco. Então hoje, o que eu nem via como processo, mas mais uma forma de organizar, me ajuda bastante, porque toda estampa, toda parte gráfica sai dali e não só para essa coleção em questão. Às vezes, preciso resolver alguma coisa e volto aos cadernos antigos, em coisas que nem foram transformadas em roupa. É para o meio acadêmico, uma forma livre, vai, de se pensar, mas como registro ela fica configurada como uma forma de criar.

G.P. e M.C.B - Recentemente o Ministério da Cultura aprovou a captação de recursos via Lei de Incentivo à Cultura, a captação de recursos para a realização de desfiles de moda dentro e fora do País. Grande parte da opinião pública se posicionou contra tais ações, mas especialmente em relação ao financiamento de desfiles fora do País. Já a ministra da Cultura, Marta Suplicy argumenta que²:

"O Brasil luta há muito tempo para se introduzir e ter uma imagem forte na moda internacional. Essa oportunidade tem como consequência o incremento das confecções e gera empregos. E é um extraordinário 'soft power' no imaginário de um Brasil glamoroso e atraente"³.

Por outro lado, na recente história da moda, os países que mais se projetaram no cenário internacional foram o Japão e a Bélgica, nos quais a moda foi amplamente impulsionada pelo governo. Sendo você um dos

² (n.e.) Marta Suplicy foi Ministra da Cultura entre setembro de 2012 e novembro de 2014.

³ (n.e.) Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1329824-ministra-libera-lei-rouanet-para-desfile-de-roupas-na-franca.shtml>, acesso em 17 de maio de 2016.

beneficiados pela nova lei, qual sua opinião sobre a importância das ações governamentais para o impulsionamento da economia criativa? Em sua opinião, quais os possíveis impactos da internacionalização da moda brasileira para a nossa economia e, sobretudo, para a projeção da moda brasileira no cenário internacional?

RF - É um assunto polêmico, principalmente, porque a Lei Rouanet (Lei de Incentivo à Cultura do Brasil) é polêmica. É uma lei desgastada, é uma lei que tem mil falhas, que criou muitos vícios nas empresas com patrocínio público, mas é o temos. Evidentemente, vou ser muito sincero, se eu tivesse que escolher... qual a porta que deveria ter sido aberta para a moda no Governo Federal... claro que era a porta da (Ministério) Fazenda! Nosso problema é o seguinte nós pagamos tributos a cada etapa de se desenvolver um produto no país. Como está acontecendo no mundo inteiro, a indústria de confecção migrou para os países asiáticos.

Só que se não estimularmos agora o pensar o produto Brasil, nós teremos perdido amanhã a alma do produto. Então a Inglaterra, o Japão, a Alemanha produzem na China? Produzem. E eles (chineses) colocam orgulhosamente no produto que aquilo foi pensado no país. Então nós precisamos pensar... é um estímulo ao pensamento. Esse estímulo ao pensamento vem de encontro a cultura e também do entendimento, que novos vetores são entendidos como cultura no mundo, que não só a moda, mas a gastronomia, a arquitetura, o Design, e, naturalmente, eles vão começar a ser contemplados aqui no Brasil.

Então, a moda passou a ser entendida como cultura pelo Governo Federal há dois anos, mas ninguém tinha conseguido fazer algo de forma prática, porque isso é um vespeiro⁴! Eu nem sei se a Martha (Suplicy) fez por coragem ou ela não tinha noção do barulho que ela ia causar, acho que ela marca uma história com isso, principalmente em um momento, especialmente, delicado que o Brasil está passando e que ninguém está tomando assim, postura, nenhum posicionamento que gere polêmica, porque não é momento para polêmica e essa mulher (Martha Suplicy, Ministra da Cultura) me faz uma coisa dessas, então ela ganhou muitos pontos comigo. Acho que o que é muito bacana e precisa ser esclarecido é que, por exemplo, as pessoas em geral, não têm conhecimento do que sejam leis de fomento e incentivo à cultura. A imprensa ajuda muito pouco ou quase nada, aliás, acho até que atrapalha, porque o que foi publicado!

Pronto, dois milhões no bolso de cada um deles! Muitos escreveram isso, que muitos (dos contemplados) vão estar com casa nova, vão trocar de carro. As pessoas não sabem que dos 100% liberados na Lei Rouanet só 30% é captado na melhor das hipóteses. Então nem está dividindo o bolo com o teatro e cinema, que é o grande medo. Tem uma briga aí que é econômica, principalmente, no caso dos jornais no Brasil os maiores jornais ganham muito com a Lei Rouanet, porque são os veículos de comunicação direta de cinema e teatro, então eles (jornais) pensam que se abriu a porta para três, abriu precedentes e a moda tem seus próprios veículos de comunicação, aí pensam: vamos perder nisso! Houve isso por trás também. Achei muito fértil essa discussão.

Teve gente que veio e falou "Ronaldo, você não precisava estar aí com esses outros estilistas (Alexandre Herchcovitch e Pedro Lourenço, os dois outros

⁴ (n.e.): A partir de 2010, a moda passou a ser compreendida como uma linguagem artística pelo Ministério da Cultura, e o setor ganhou um assento no Conselho Nacional de Política Cultural. Entre 2010-2011 Ronaldo Fraga era o titular dessa cadeira e seu suplente era o organizador da São Paulo Fashion Week – maior semana de moda do Brasil – Paulo Borges. Na ocasião foi formado também um Colegiado Setorial de Moda, formado por formado por 15 membros titulares e 15 suplentes, representantes da sociedade civil, representando as cinco macro-regiões brasileiras e os três segmentos da cadeia produtiva da moda – criativo, associativo/institucional e empresarial.

contemplados pela Lei de Incentivo à Cultura), seu trabalho já é conhecido, sabido". Mas quando ela (Martha Suplicy) veio e me pediu um projeto de três estilistas que tivessem três visibilidades, em situações, pontos diferentes, um em Paris, um em São Paulo outro em Nova York, eu falei "Gente é o mínimo que eu tenho que fazer para uma geração futura de designers".

É pouquíssimo provável que eu consiga captar isso [os dois milhões que a Lei Rouanet autorizou a captação], em uma época que o dinheiro todo está indo para a Copa do Mundo e Olimpíada, é pouquíssimo provável, mas um precedente foi aberto, uma porta se abriu. Eu fico é chocado quando o próprio setor se coloca contra, colegas metendo o pau. Não foram eles somente (os estilistas contemplados) que foram privilegiados, mas todo um setor! É a ponta de um iceberg.

G.P. e M.C.B - E a moda acaba se voltando para a economia, para o cinema, teatro, a dança... ela está ligada a todos esses setores que você falou agora.... É multidisciplinar...

RF - O teatro e cinema no Brasil, por exemplo, com raríssimas exceções, o diretor faz o figurino, o cara da iluminação faz outra coisa. No teatro brasileiro os figurinos são feitos por estilistas brasileiros e todos que vem atrás de mim para (fazer) figurino não tem verba para isso, mesmo em produções grandes, falam: "Pega isso para seu acervo! ". Aí o que vimos ultimamente é a Lei Rouanet contemplando o *Cirque de Soleil*, Igreja Evangélica, Festa do Peão de Barretos, aí quando você fala de um vetor que dialoga com tudo isso...

O que eu adorei nesse bafafá todo, porque a questão foi colocada à baila, à mesa, então se você lembra antes da gestão de Gilberto Gil (Ministro da Cultura de 2003 a 2008) o Ministério da Cultura não existia. Na época do (ex-Presidente da República) Fernando Henrique (Cardoso) até banqueiro havia sido Ministro da Cultura, então (o Ministério da Cultura) passou a existir com o (Gilberto) Gil, com todas as polêmicas e vespeiros que o Gil mexeu. Inclusive quem trouxe esses novos vetores, para serem entendidos como cultura foi a gestão do Gil, estamos vindo já de um tempo de discussão. A nossa cultura rasa de moda nos leva a acreditar, que a moda é uma fila de afetados aqui, outra ali, uma modelo gostosona ou magricela com um casaco de oncinha e botão dourado requebrando pra lá e pra cá. É isso entendeu? Mais superficial, que não entende a história.

A indústria de design do Japão ganhou projeção internacional com a moda. Até os anos 1970 o Japão trazia ainda aquele estigma de copista, era a China da época. Copiava tudo o que via no mundo inteiro depois do pós-guerra. Então com todo esse investimento, quando chegam os japoneses nas semanas de moda em Paris estourando, aí fico pensando, se esse investimento tivesse acontecido quando o Rio de Janeiro era o centro da moda nos anos 1980, no momento do Grupo Mineiro de Moda, se essa turma tivesse sido projetada para fora... quer dizer, eles teriam copiado menos, porque eles já tinham técnica, tinham aquela vontade de fazer e hoje a minha geração teria trilhado um caminho mais fácil, mais aberto⁵.

Então acho assim, um caminho está sendo pavimentado. É uma ponta do iceberg, porque muita gente vai dizer, quer dizer que qualquer desfile de shopping pode ser contemplado pela Lei de Incentivo? Precisamos ter pareceristas dentro do Ministério da Cultura, que entendam a moda como cultura e mesmo a referência de moda como cultura tem que ser colocada no papel. Teve gente falando, por exemplo,

⁵Grupo mineiro de moda – Grupo formado em 1982 por diversas marcas de moda do Estado de Minas Gerais, tais como Art-I-Manha, Patachou, Renato Loureiro, que se reuniam para a realização de desfiles periódicos até 1995

esse menino (Pedro Lourenço) que foi desfilando em Paris, nada tem a ver com moda brasileira, ele nunca trabalhou com moda brasileira!

Creio que nesse momento não é para analisar a obra de cada um individualmente, mas o conjunto todo e agora sim, tentar formatar isso da melhor forma. Vou te dizer nem sei se vão conseguir, porque o teatro não conseguiu, o cinema. Você pega o cinema brasileiro, por exemplo, nos últimos 10 anos, os títulos dos filmes contemplados pela Lei, qual vai entrar na história, que vão ser concebidos como cinema-arte? Dois ou três talvez, não sei. Acho que a turma foi muito cruel nisso daí. A imprensa de moda no Brasil dá um passo para frente e vem outra geração e dá outro para trás A discussão ficou nos cadernos de cultura, porque os de moda não souberam lidar com isso.

G.P. e M.C.B - Ainda em relação às políticas governamentais e a moda, um dos pontos que mais chamou atenção na polêmica em relação ao uso das Leis de Incentivo para o financiamento de desfiles, foi a repercussão que isso gerou na internet e na imprensa, de tal forma que para alguns, o que mais pareceu absurdo foi o fato da moda ser encarada como parte da cultura. Você concorda que ainda há resistências em entender a moda como cultura? Como você explicaria essa rejeição?

R.F – Isso vem da nossa educação. Nossa educação não é uma educação difusa. Para você entender de cultura você tem que ter um olhar difuso sobre todas as coisas entendeu? Em um país onde as pessoas mal leem um livro, uma média de um livro e meio por ano, quando muito, e aí você vai querer que as pessoas entendam o que é uma narrativa de cultura pela moda? É pedir demais né?

É esse olhar difuso que nosso tempo precisa, para que nós possamos caminhar e construir algo novo. Porque essa coisa do olhar focado em uma coisa, isso está por fora. A cultura hoje pede para ser viva, tem que estimular e transformar o olhar. Teve um estilista aí, não me lembro do nome, na ocasião que saiu essa matéria na *Folha* (jornal *Folha de S. Paulo*), (disse) que o estilista que quiser ser entendido como cultura, então que ele vá desfilando dentro do museu. Um estilista falando isso! Alguém liga para essa pessoa e fala que a própria arte já saiu do museu! A arte se libertou do museu! E a moda está cansada de ficar amordaçada pela roupa. É simples assim.

G.P. e M.C.B - Por outro lado, hoje o Brasil é provavelmente o País que mais concentra escolas de moda, segundo dados do MEC são aproximadamente 150, como você explicaria tamanha popularidade?

R.F - Porque é negócio. Com a mercantilização do ensino cursos ligados ao glamour, que vendem uma ideia de glamour, eles provocam isso. Esse desejo rápido. Brasileiro tem esse gosto por moda, então se houve um tempo em que qualquer menina de classe média queria ser atriz, modelo, manequim. Hoje evoluiu um pouquinho. Hoje ela quer ser estilista, ou melhor, modelo, atriz, manequim, estilista. Virou negócio, mas você pode bater tudo no liquidificador, que não dá meio copo.

G.P. e M.C.B - Você hoje é provavelmente o designer de moda brasileiro mais estudado e analisado em monografias de conclusão de curso e pós-graduação. Como você explica tamanho interesse?

R.F. Tem várias coisas. Já pensei muito nisso. Eu sou da primeira geração saída da escola de moda, provavelmente, eu sou o primeiro estilista de visibilidade que tenha passado por uma trajetória acadêmica, tanto aqui quanto fora do país. Então acho que isso aí é algo que chamou muita atenção.

Segundo, esse caminho que eu escolhi, e eu tenho uma relação obstinada com ele, que é pensar o meu país como referência, ponto de partida, para qualquer narrativa de design. É algo também, que desperta muito a atenção de uma geração de designers. Na verdade, é o que falo: copiar dá trabalho demais, dá um trabalho a tal da cópia! Você tem que correr para copiar. A maioria dos estilistas que conheço, quando eles estão terminando o curso, a pretensão que eles têm é de poder criar mesmo, pois depois vão cair no mercado, você tem que ter espaço de manobra.

Eu na verdade me preparei para dar errado. Tive um professor na faculdade, que me disse uma vez, que é tão difícil essa história de viver de moda no Brasil, mas que moda com cultura é pior ainda, (o professor disse) você tá sabendo que você vai ter dificuldade com essa conversa? E aí, com isso eu fui fazer muitas coisas, trabalhar com muitas marcas, e isso sim, foi a minha verdadeira escola.

Hoje por exemplo, tenho produtos licenciados, mil produtos, do papel higiênico ao rótulo de *champagne*, leite condensado, enfim, uma série de coisas. Primeiro eu gosto de fazer isso, algo que foi conquistado na sobrevivência mesmo, em uma época que não era normal fazer esse tipo de coisa. Então me preparei para dar errado. Se eu tivesse que trabalhar em uma fábrica de jeans para me viabilizar... nunca fui dado a enfiar a faca no peito... eu trabalhava para as empresas, então como eu emplacava as coisas? Eu inventava, falava para a dona da confecção - vocês viram isso no desfile da Prada? E deixavam passar. Hoje não sei se passaria, porque tem a internet. Aos poucos eu ia construindo coisas. Mentia dizendo que certa coisa era de japonês, mentira... era coisa minha! E essa coisa do desejo de criação, a moda não pode perder isso.

Se ela for só para o negócio e grudar no vetor econômico ela será somente roupa. Volto aí a dizer, aí estaremos perdidos. Algo que é caro, eu acho, é você conquistar teoria e prática ao mesmo tempo. O que eu falo você vê naquilo que está comprando. Nessa altura do campeonato seria fácil colocar um monte de vestido justo de onça na loja, ia vender até! Então essa coisa do pulso, de dizer não, que esse é o playground construído por mim e eu escolho o que entra e o que não entra. Mas eu sei exatamente o que vende. A minha narrativa é outra coisa.

G.P e M.C.B - Seu trabalho já foi exposto no Design Museum em 2008, por ocasião da mostra *Brit Insurance Designs of the Year* que reunia os trabalhos indicados ao prêmio de mesmo nome. Tal indicação em nossa opinião demonstra uma visibilidade internacional do seu trabalho, mas aparentemente você não ambiciona realizar desfiles no exterior. Está correta essa percepção? Porquê dessa opção (de concentrar sua atuação no Brasil)?

R.F – O mundo encolheu. Está todo mundo sabendo o que está acontecendo em tudo quanto é parte. Aquela polêmica do Bombril (esponja de aço) esse ano ficou quatro dias na página da *BBC* de Londres, deu página inteira no *Corriere della Sera* na Itália, então a coisa encolheu, tudo muito rápido.⁶ Eu poderia ter ficado em Londres, ter ficado lá e poderia até mesmo hoje parar e ir para NY. O difícil é fazer aqui. Eu já

⁶No desfile de sua coleção para o verão de 2014 apresentado na São Paulo Fashion Week, a inspiração maior era o futebol brasileiro das décadas de 1930-1940, as modelos que apresentaram a coleção portavam perucas de palha de aço, ou "Bombril" – marca popular de palha de aço. A caracterização foi bastante criticada nas redes sociais e imprensa de moda que considerou o procedimento racista, uma vez que fazia referência aos cabelos encarapinhados dos negros, que muitas vezes é chamado de forma popular de "cabelo ruim" ou "cabelo de Bombril". Já segundo Ronaldo Fraga "a ideia para o look do desfile era ressaltar a beleza de cabelos que podem ser moldados como esculturas, não importando o fato de serem crespos. (...). Foi também uma forma de subverter um preconceito enraizado na cultura brasileira. Por que o negro tem de alisar seus fios? Eles são lindos!" <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/03/ronaldo-fraga-diz-que-seu-desfile-foi-uma-critica-ao-racismo.html>, acesso em 26 de setembro de 2013.

expus no museu de Tóquio, já apresentei um case da Biojóias em Londres, em Portugal, Bélgica, sem contar os países da América Latina.

Hoje a coleção que eu quiser, apresento em qualquer lugar, agora esse formato tradicional das semanas de moda lá fora, tenho muito medo disso, porque é uma estrutura extremamente cara, que você faz uma, duas... tenho colegas que desfilam fora e que hoje dizem que deveriam ter pensado melhor antes de entrar, porque agora é difícil sair. Não têm como voltar para trás. O meu negócio é por outra história. Eu não acredito nisso. Acho que nosso mundo acabou. Um mundo novo está pedindo para ser construído e nós não sabemos como fazer, em todas as áreas, o mundo acabou, caducou entendeu?

Acho que muito da resposta de um novo mundo está no terreno do intangível. Aquilo que te provoca e você não sabe por que. É esse o lugar da moda que gosto de investigar. Tem uma coisa que gosto muito, existe coisas que a gente fala, que há até um tempo atrás se pensava... ah essa daí é mais para o terreno do emocional. Hoje essas mesmas coisas estão no terreno do econômico. Então você falar que o mundo não quer consumir coisas mudas... isso é econômico, nós queremos adquirir coisas que digam alguma coisa, que vai desde uma xícara de café a uma roupa, casa. Claro que as pessoas não sabem nomear essa sensação, mas é uma corrente que rola. Não queremos mais coisas desmemoriadas no ponto que estamos. Acho isso fantástico.

Adoro uma fala da Lina Bo Bardi nos anos 1960, que sonhava com o dia que os talheres para comer, as cadeiras para sentar, as casas para morar e as roupas para vestir desenhadas nesse país tragam o mínimo da grandiosidade da cultura deste. Essa mulher que implantou a primeira escola de moda no Brasil, uma italiana, nos anos 1940, durou apenas dois anos, porque os quatrocentões da época falaram que ela era louca... "isso não é escola de moda, é de traje típico"⁷.

Ela falava que ia fazer como na Itália, tudo quanto é produto que se fazia lá estabelecia um diálogo muito próximo, de braços dados com a cultura italiana. Falar disso nos anos 1940 no Brasil? Até hoje é (um pensamento) para frente perante as escolas (de moda) no Brasil. Temos muitas escolas (moda) no Brasil, acho extremamente importante a forma de discussão, o quanto ela evoluiu, mas todas sem exceção seguem o mesmo currículo das escolas americanas sucateadas na Europa.

Não existe aquilo de vou para Santa Catarina porque lá aprendo isso, vou fazer moda na escola de Belo Horizonte porque lá aprendo aquilo, é tudo a mesma xaropada entendeu? O curso de moda no Brasil, enquanto produto precisa criar uma vocação, não têm. Poxa um país tão grande e diferente como esse era importante provocar o intercâmbio dentro do próprio país. Essa estrutura está aparecendo nessa nova geração de estilistas que estão por aí,..é "roupinha de shopping". O que menos importa na moda é o que é feio ou bonito.

G.P. e M.C.B – A sustentabilidade, o compromisso com o meio ambiente é algo cada vez mais problematizado em vários setores, incluindo o da moda. É algo importante para você? Se sim de que forma?

R.F- Tem uma coisa que acho muito séria, que é o termo. Não sei se ela inventou, mas quem fala disso lindamente, a Marina Silva (política e ambientalista brasileira, Ministra do Meio-Ambiente entre 2003-2008), sobre sustentabilidade estética. Se discute muito a sustentabilidade no campo ambiental, mas acho que a parte que caberia à moda seria a sustentabilidade estética. O que seria isso? Por exemplo, de

⁷ Aqui provavelmente faz referência às ações do Instituto de Arte Contemporânea e em especial ao desfile "Moda Brasileira", realizado em 1952 e que exibiu 50 peças de roupas cujos tecidos, modelos e padronagens foram criados nas oficinas do Museu e comercializados na loja de departamentos Casa Anglo-brasileira (Mappin).

tempos em tempos, eu coloco um trabalho o que muitos intitularam como "coleções etnográficas".

Sobre o fazer tradicional ao redor do Brasil. Eu fiz um trabalho no interior de Pernambuco uma vez, porque a região sempre viveu dos bordados e a atividade estava em decadência, as filhas das bordadeiras ganham mais dinheiro com prostituição do que com bordado, ou seja, há uma ancestralidade de um povo se perdendo.

O pouco que existe, o atravessador, por questão de custo, estava levando para elas bordarem no poliéster, na viscolycra. Isso para mim é um caso de ser visto pela "sustentabilidade estética". Não há vestígio de história, ao patrimônio público, não tem respeito da memória. Então a discussão que me interessa em termos de sustentabilidade é essa, a estética. Onde você preserva a memória, a cultura... estamos falando de educação, com ela você preserva o mundo. Agora essa história de vamos fazer uma roupa de garrafa PET, um algodão orgânico tal, essa conversa me enche o saco.

Conversa sobre Alceu Penna

G.P – Em um momento em que a discussão da moda como cultura atravessa esferas políticas, econômicas e intelectuais, torna-se necessário pensar como o Brasil vê e se relaciona com a sua história, o passado, seus personagens, esses, que deixam legados que respondem às questões da contemporaneidade. Nesse sentido há um crescente interesse sobre a obra do artista gráfico mineiro Alceu Penna, que remonta a década de 1990. Em 2015 comemora-se o seu centenário com uma exposição no Centro de Referência de Moda em Belo Horizonte. Você não apenas o conhece, mas é um admirador do trabalho de Alceu Penna. Fale um pouco sobre isso.

R.F – Alceu Penna foi uma das principais figuras da moda brasileira. Não dá falar da nossa história sem mencioná-lo. Ele teve seu auge na década de 1950 e 1960, mas é atualíssimo. Um dos primeiros, sem dúvida, que pensou o Brasil nos seus desenhos, que trouxe esse pensamento para a moda. Moda não apenas no sentido comercial. Seu trabalho não foi somente (desenhar) vestidos bonitos, mas ele criou um estilo, uma maneira diferente da mulher pensar a sua identidade. Alceu pensou a moda, para além da roupa. E isso é importante, principalmente, em um momento que estamos repensando o mercado, como fazemos as coisas por aqui.

G.P – É notório em seu trabalho uma preocupação não apenas com a roupa em si, mas com o processo que o leva até ela, ou seja, os caminhos de construção, os processos de criação. Existe a preocupação com o desenho. A sua coleção é antes de virar realidade, uma ideia, traduzida em traços e cores. Esses que parecem receber o mesmo cuidado que as roupas. Não é ao acaso, que você é um ilustrador, além de designer, uma vez que nem sempre essas duas qualidades caminham juntas. Você consideraria que o trabalho de Alceu Penna partilha dessa mesma visão?

R.F – Creio que sim. Os seus desenhos são bem trabalhados. Ele tinha um cuidado enorme com cada cor que escolhia, cada traço que dava. Não é feito sem planejamento. Isso é visível, claro. Ele parecia fazer o desenho não de primeira, mas de segunda, de terceira... O acabamento, até nos esboços. Algo que mostra metodismo, disciplina e, claro, técnica.

G.P – A técnica então sobressai nos desenhos do artista? Sabe-se que ele foi daltônico, algo que em certa medida deve ter contribuído para esse esmero na produção dos desenhos. Combinar cores deveria ser algo, incrivelmente, difícil de ser feito. O que você pensa sobre isso?

R.F – É perceptível que ele fez escola. Que ele estudou o desenho. Tem técnica no seu traço, mas acho que isso é o de menos. O desenho dele é vivo e importante até hoje, porque não se resume a representar apenas. Ele cria uma atmosfera, ele traz para seu trabalho visões, atitudes. Até mesmo o seu modo de trabalhar com a moda, para além da sua materialidade dialoga com a importância do desenho, porque é a partir dele que as coisas tomam forma. Isso era importante para Alceu, tanto quanto a moda em si. Ele ter sido daltônico torna as coisas um pouco mais complicadas, mas quando se entende o desenho como ele fazia, combinar cores se torna uma operação menos racional e mais sensível.

G.P - Alceu Penna é um artista que atuou em muitas frentes, algo que torna a tarefa de defini-lo um tanto difícil. Foi designer gráfico, figurinista, ilustrador de moda, de partituras infantis, livros, entre outros. Quem foi Alceu Penna para Ronaldo Fraga?

R.F – Penso nele como um diretor de arte. É claro que isso não existia naquela época, mas na prática ele representou bem essa função. Por que não o pensar como um dos primeiros diretores de arte brasileiros? O diretor de arte opina sobre o vestuário sem ser costureiro, opina sobre o cenário sem ser cenógrafo, entra no mérito do figurino sem ser um figurinista. Não parecia ser o bastante entregar o figurino, mas participar da construção visual do espetáculo. É claro que isso foi uma coisa da época, de não ter especialização, mas isso propiciou o aparecimento de artistas que atuavam em muitas frentes. E aí voltamos a um dos grandes méritos dele, pensar a moda além dessa caixinha, que há séculos vem a amordaçando.