

UERJ | Universidade do Estado do Rio de Janeiro

ESDI | Escola Superior de Desenho Industrial

Desenvolvimento de Projeto de Programação Visual IV

CARIOQUICIDADE

**Estampando a alma da cidade
na virada do século XX**

Projeto Final | Relatório de Projeto

Aluna Ana Beatriz Novaes Silva

Orientação Zoy Anastassakis

Coorientação Noni Geiger

RESUMO

O trabalho consiste em uma coleção de estampas têxteis desenvolvida a partir de crônicas literárias, de autores consagrados, que retratem a cidade do Rio de Janeiro na virada para o século XX. Busca-se, aqui, retratar graficamente o que se pode extrair de genuinamente carioca nos textos escolhidos. A carioquice, como denominamos os hábitos e comportamentos típicos do Rio de Janeiro, foi a essência retirada dos textos. Para um melhor recorte e melhor compreensão dessa alma local, pesquisas históricas e questionários pessoais foram aplicados, a fim de compreender a identidade e a concepção de cidade e da moda em diferentes grupos sociais. Pretende-se, a partir da coleção realizada, propor representações do contexto da cidade à época no plano do design de superfícies, almejando o público da própria cidade.

Palavras-chave

Design; Design de superfície; Rio de Janeiro; Identidade Local; Moda

“O ESQUEMA DA DISTINÇÃO SOCIAL QUE SE IMPÕS COMO A CHAVE SOBERANA DA INTELIGIBILIDADE DA MODA, TANTO NA ESFERA DO VESTUÁRIO COMO NA DOS OBJETOS E DA CULTURA MODERNA, É FUNDAMENTALMENTE INCAPAZ DE EXPLICAR O MAIS SIGNIFICATIVO: A LÓGICA DA INCONSTÂNCIA, AS GRANDES MUTAÇÕES ORGANIZACIONAIS E ESTÉTICAS DA MODA.”

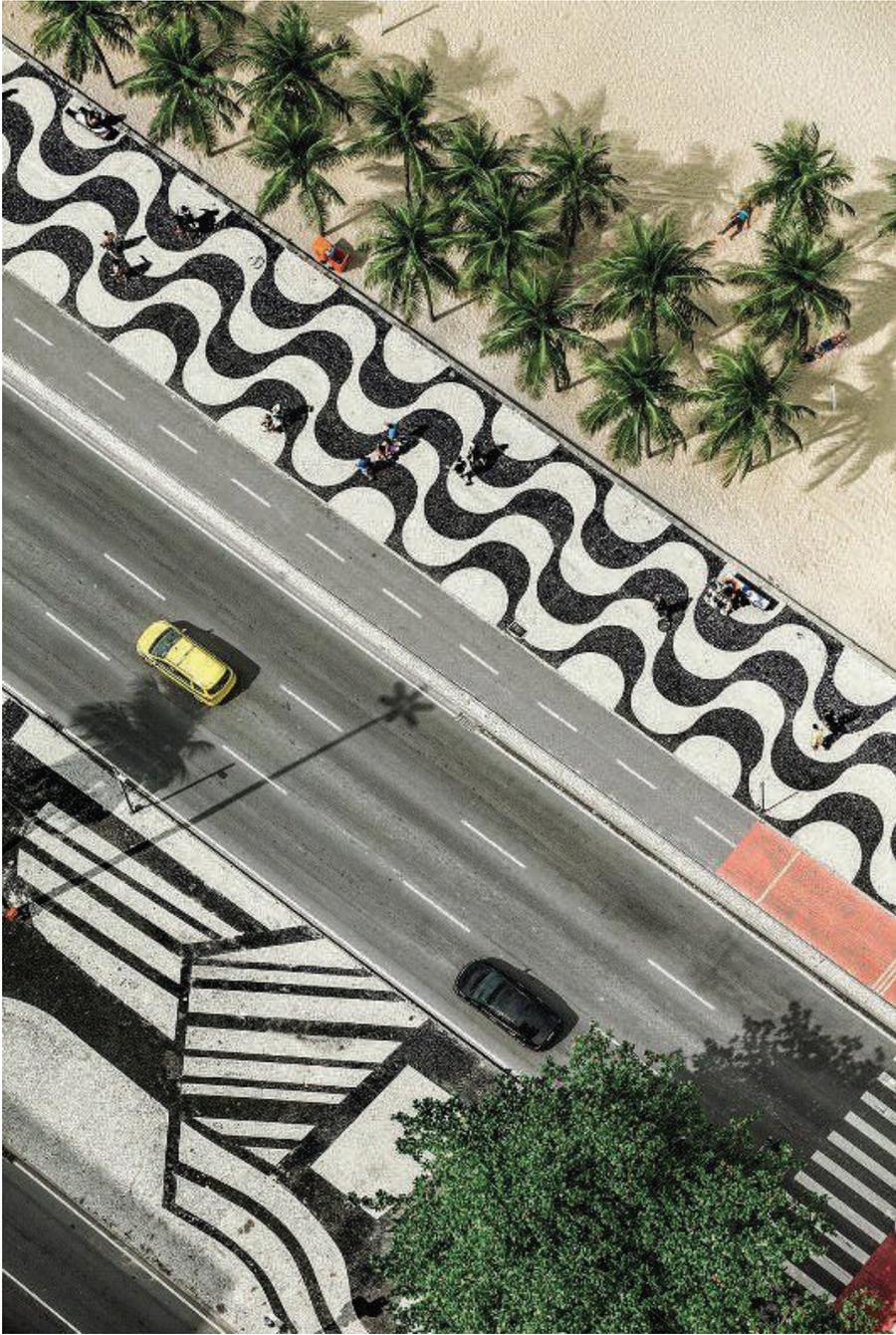
- GILLES LIPOVETSKY

DEDICO ESTE TRABALHO À MINHA
FAMÍLIA, PELO APOIO INCONDICIONAL,
À MINHA ORIENTADORA ZOY
ANASTASSAKIS, PELA INTELIGÊNCIA E
PERSEVERANÇA, E AOS CÉUS, POR TODA
AJUDA. SOU GRATA AO MEU NAMORADO,
QUE TORNOU ESTE TRABALHO UM
POUCO MAIS LEVE, AOS MEUS AMIGOS
PELA COMPANHIA PERMANENTE E ÀS
ORIENTANDAS 2015 DE ZOY, PELO
CAMINHO QUE TRILHAMOS JUNTAS.
TAMBÉM SOU GRATA À NONI GEIGER,
POR SEU OLHAR DIFERENCIADO E AJUDA
NAS HORAS MAIS NECESSÁRIAS.

SUMÁRIO

1.	Introdução	11
2.	Objetivos	11
	2.1 Objetivo Geral	11
	2.2 Objetivos específicos	11
3.	Pesquisa preliminar	13
	3.1 A moda na história	13
	3.2 São Sebastião do Rio de Janeiro	15
	3.3 O Rio de Janeiro e a moda	17
	3.4 Design de Estampas	19
	3.5 Pesquisa primária	19
4.	O projeto	25
	4.1 Conceituação do tema	25
	4.2 Definição da forma	25
	4.3 Obras escolhidas	27
	4.4 Partidos gráficos	29
5.	Desenvolvimento	33
	5.1 Fundos	33
	5.2 Paleta de cores	35
	5.3 Motivos	37
	5.4 Escala e densidade	37
6.	Resultados	45
7.	Considerações Finais	59
8.	Referências Bibliográficas	60

Anexo I | Obras estudadas



Praia de Copacabana, 2014

INTRODUÇÃO

Carioca. A menção desta palavra evoca, imediatamente, na cabeça de um leitor cujo repertório abranja algum conhecimento relacionado ao verbete, imagens relacionadas à cidade do Rio de Janeiro e do que ela representa. Pão de Açúcar, Cristo Redentor, Bondinho, Lapa.

Mas estes são apenas uma fina camada do que *kari'oka* verdadeiramente significa. Tais elementos não dão conta de significar a alma carioca e, se assim pode-se dizer, restringem-se a estereótipos. Tendo morado um ano fora do país, ao retornar à cidade, as características comuns entre os moradores se tornaram perceptíveis, mesmo diante dos imensos abismos sociais presentes no cotidiano carioca.

Pareceu natural unir o conhecimento técnico adquirido no exterior – majoritariamente relacionados a área de design de superfícies –, com as tais características comuns notadas no retorno ao Rio. Some-se a isso o aniversário de 450 anos da *my* leal e heroica cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro, e *voí* lá, tem-se o motivo perfeito para estudar o local. Atualmente, em meio a eventos esportivos e grandes acontecimentos, a cidade passa por uma renovação.

Entre as diretrizes deste projeto, a regionalidade e identidade – por refletir a cidade para os próprios moradores – e a comunicação através da moda e apelo tátil – estampas têxteis. Além de abranger os aspectos supracitados, o projeto buscou desconstruir os atuais estereótipos gráficos relacionados ao Rio de Janeiro e refletir a cultura antiga da cidade através de experimentações formais. O trabalho deve produzir uma peça final, tendo cunho prático e material, que retrate a paisagem construída carioca, tendo como público-alvo os moradores locais.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo é, a partir de estudos da moda, do design de superfície e da cidade do Rio de Janeiro, desenvolver uma coleção de estampas que reflita a carioquice e o contexto da cidade na virada para o século XX – época das reformas Passos, da Belle Époque e do aniversário de 350 anos da cidade. Pretende-se considerar, neste estudo, os abismos sociais existentes na cidade, as visões do Rio de quem enxerga a cidade por dentro e de fora, a curadoria dada pelas mídias à cultura carioca – atualmente e na época recortada – e a influência artística histórica sobre o Rio de Janeiro, especialmente na virada do século passado.

Objetivos específicos

- Entender como se deu o rápido desenvolvimento da moda carioca.
- Pesquisar como os cariocas e os não-cariocas enxergam o conceito de carioquice.
- *Decupar* a história e a estética da cidade.
- Representar elementos da cidade de relevância para os moradores e pouco explorados.
- Resgatar conceitos relacionados à cidade e seus moradores desde a primeira grande reforma carioca, realizado por Pereira Passos na virada do século XX.



Rei francès Luís XIV

A moda na história

O homem não nasceu vestido. Ao longo da história, necessidades físicas – tais como proteção de partes íntimas e contra o frio – e sociais fizeram surgir a vestimenta: peças que cobrem o corpo a fim de velá-lo e protegê-lo. Estima-se que o uso de peles como cobertura ao corpo tenha surgido cerca de 107 mil anos atrás. No entanto, os primeiros registros de vestuário remontam ao Egito, em 3000 a.C. (KÖHLER, 2001).

Aos poucos, com a evolução da tecelagem e da modelagem, a vestimenta tornou-se ferramenta de expressão de identidade, classe e cultura. Segundo De-Jean (2010), tal mudança ocorreu gradativamente, mas sobretudo na era do rei francês Luis XIV, famoso monarca que lançou uma série de decretos para tornar Paris a cidade mais luxuosa do mundo. Tais decretos incluíam normas de bem-vestir – e passou, a partir dali, a ditar tendências e exportar o estilo da corte francesa. A moda francesa.

Moda, segundo o dicionário Houaiss, “é o conjunto de opiniões, gostos e apreciações críticas, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos, aceitos por determinado grupo humano num dado momento”. No entanto, vale lembrar que, conforme ressaltado por Lipovetsky (1989), a moda é uma convenção social intrinsecamente relacionada ao mundo ocidental moderno.

A moda é um dispositivo social que tem o poder de orientar a sociedade e o consumo, refletindo diretamente na cultura e no comportamento humano; ela é o reflexo da sociedade, local e costumes em que está inserida. Desde o homem pré-histórico, o ato de vestir-se é considerado uma necessidade básica do ser humano. Porém, a roupa deixou de ser apenas um tecido que cobre o corpo, para tomar proporções significativas de comunicação e identidade (CALDERÓN, 2010).

No entanto, na época de Luis XIV, a criação autoral da vestimenta não era tido como algo relevante. A primeira Maison francesa foi criada pelo inglês Charles Frederick Worth, em 1858. Apenas no fim do século XIX, com o avanço industrial, os alfaiates passaram a ter importância no processo de criação e dissipação de tendências. Madame Vionnet e Paul Poiret despontaram em 1900 como a roupa que todos queriam usar, como lançadores de tendências. Passava-se a se identificar com o estilo de determinado modelista.

Entenda-se, aqui, tendência como conjunto efêmero de comportamentos e padrões estéticos que se pode perceber como comuns em um grupo social, dado um breve recorte temporal.

No Brasil, a profissionalização e industrialização do setor de moda se deu bem mais tarde em relação à Europa. Ocorreu durante a Era Vargas e concentrada em São Paulo, tendo sido difundida a partir da criação da revista *Feminina* e a loja *Madame Rosita* – que também inseriu o hábito de desfiles no país. No Rio de Janeiro, o surgimento do setor deu-se mais tarde ainda, com a criação da TV Tupi e a ascensão da metrópole ao topo da cena musical, no início dos anos 1960.



Rio de Janeiro, 1899



Praia do Arpoador, 1950

São Sebastião do Rio de Janeiro

Antes de ser Rio de Janeiro, o território da cidade era área de domínio dos índios tamoio. A dominação portuguesa se iniciou com a chegada de Gaspar de Lemos, em 1502. Após breve dominação francesa (sob comando de Vilegagnon), a cidade foi fundada por Estácio de Sá em 1 de Março de 1565, a partir do ponto onde hoje se encontra a Fortaleza de São João. Após transferir o povoado para o alto do Morro do Castelo, a cidade se expandiu.

A cidade se desenvolveu lentamente até a segunda metade do século XVII, quando se tornou a maior cidade da colônia, com 30 mil habitantes. No século seguinte, ganhou ainda mais importância com a descoberta das Minas Gerais, que tornou o local o principal porto de escoamento do ouro, levando o ministro Marquês de Pombal a transferir a sede da colônia de Salvador para o Rio de Janeiro, a fim de obter mais controle sobre o trânsito de metais.

Com a transferência da corte Portuguesa para o Brasil e a abertura dos portos, o local se tornou um centro comercial, além de sede do império, com a criação de instituições como a Academia Imperial de Belas Artes, a Biblioteca Nacional, o Jardim Botânico e a Gazeta do Rio de Janeiro, primeiro jornal do país

Após a Independência do Brasil em 1822, o Rio tornou-se a capital do Império – vindo a ser município neutro –, com Niterói como capital da província do Rio de Janeiro. Com a abolição do trabalho escravo e a proclamação da república, no período entre 1872 e 1890 sua população duplicou, levando a um crescimento urbano desordenado – com o surgimento das primeiras encostas ocupadas.

O embrião das favelas, a ocupação desordenada do centro e a eclosão de doenças contagiosas foram o mote para que Pereira Passos – à época prefeito da cidade – realiza-se reformas no centro da cidade, expulsando os moradores pobres (para os morros da Saúde e da Providência) e expandindo ruas, baseado nas reformas parisienses de Haussman.

Para marcar a transformação da cidade e celebrar os 100 anos de abertura dos portos, foram inaugurados o Bondinho do Pão de Açúcar, a Exposição Nacional (a ser mencionada em uma das crônicas trabalhadas), em 1908, e o Theatro Municipal, no ano seguinte. A cidade passa a se expandir, a partir de então, para o subúrbio e encostas – pelos mais pobres – e para a zona sul, a partir da inauguração do Túnel Velho e do Hotel Copacabana Palace, em 1923.

A cidade começou a perder seu poder político a partir da ascensão de São Paulo e Minas como potências agropecuárias, deixando de ser capital a partir de 1960, com a fundação de Brasília. Entre 1960 e 1975, foi cidade-estado da Guanabara.



Leila Diniz

O Rio de Janeiro e a moda

A cidade do Rio de Janeiro completou, em 2015, 450 anos de sua fundação. De início, como visto, era apenas um porto de escoamento da produção colonial local. Torna-se mais importante a partir da chegada da família real e passa por reformas para perder sua cara colonial e tornar-se centro da nação, a Paris tropical. Bibliotecas, Teatros e museus passam a nascer pelo local – e cada vez mais intelectuais de todo o país passam a ser interessar e migrar pela cidade e retratá-la em seus textos.

A cidade e alma local – a carioca – passam a, então, ganhar as páginas de obras literárias, canções e noticiários. Tendo sua provável origem no cruzamento entre o malandro da Lapa e a Garota de Ipanema, a carioca pode ser compreendida aqui como o conjunto de características comportamentais, sociais e físicas intrinsecamente relacionadas ao Rio de Janeiro e únicas à cidade.

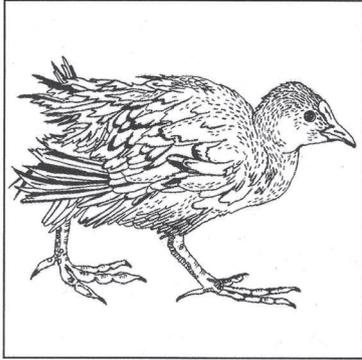
Apesar de um constante crescimento cultural, a cidade por muito tempo não possuiu destaque no cenário do vestuário. Principalmente por ser capital, importava suas modas da Europa – moda essa que era copiada artesanalmente por pequenos costureiros para aqueles que não podiam pagar por produtos tão caros. A cena de moda local desenvolve-se tardiamente por aqui. Apenas na década de 1950 as *maisons* que produziam suas roupas ganham relevância.

Entre as primeiras marcas de moda cariocas, estão a Gipsy e a Biba, tendo esta introduzido a colocação de seu logotipo nas roupas, chocando a cena *fashion* da época. Não havia, à época, destaque local para a autoria do estilista. Após essas, vieram as primeiras estilistas reconhecidas por seu nome como, por exemplo, Zuzu Angel, que além de estilista foi uma mulher memorável e fundamental à história da cidade. Cabe lembrar que o Rio de Janeiro também passava por uma revolução no comportamento feminino: Leila Diniz e Helô Pinheiro destoavam do ‘comportamento típico’ da mulher sessentista.

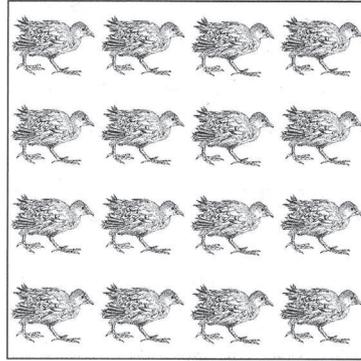
No entanto, essas marcas pioneiras não sobreviveram, sendo a grande maioria das marcas de sucesso atuais, recentes. Das grandes marcas cariocas, apenas a Cantão e a Richards possuem mais de 30 anos. Então, como um mercado tão recente ganhou tanta relevância, e porque vale ser estudado? Por sua importância econômica. De acordo com a consultoria Euromonitor (*in Rev. Exame*, ed. 1057), nos últimos dez anos o faturamento do setor de moda quadruplicou, e chegou a 140 bilhões de reais no ano de 2013. Outrossim, por ser um setor lançador de tendências e influenciador do comportamento social, interfere diretamente no modo como fazemos design.

Além disso, a moda é um dos setores em que há maior influência de classe nos gastos. De acordo com dados do IBGE (2012), as pessoas dobram seus gastos mensais com moda a cada letra que sobem na escada social. Portanto, conforme o país enriquece, maior é a possibilidade de se gastar com vestuário. Especialmente na cidade que foi denominada capital criativa, conforme políticas da prefeitura do Rio, e que é um dos polos da criação de moda nacional, ainda conforme o IBGE, faz-se necessário estudar a moda local.

Estampas são um dos maiores fatores de variação e de conquista do comprador em um contexto de moda. Portanto, estudar e valorizar o desenho da superfície ajuda a aumentar as vendas, aumentando a identificação entre o usuário e a peça em questão.



Estampa e Motivos



Repetição em bloco



Design Multidirecional



Deslocamento de 50%

Fonte: BRIGGS-GOODE, 2014



Mural de Referências da autora

Design de Estampas

O tratamento de superfícies têxteis teve seus primórdios entre os fenícios. Além de misturar diferentes cores de fios na tecelagem, eles desenvolveram as primeiras estampas como forma de valorizar o tecido, feita com blocos em madeira impressos no tecido. Seguiram-se a essa técnica o stencil e rolos gravados em metal. Com o tempo, a produção de tecidos estampados estava concentrada na Índia, que passou a exportar seus trabalhos para a Europa no início do segundo milênio cristão – através dos portos italianos.

No entanto, estampas só se popularizaram na Europa no fim do século XVII. Previamente a isso, o tratamento das estampas europeias era através do xadrez, criado na Dinamarca por volta de 50 a.C. Os alemães lideraram a produção europeia, alterando padrões orientais ao gosto europeu a partir do século XV, mas de uso mais restrito às camadas abastadas. Apenas com a Revolução Industrial, o gosto pelas estampas se dissipou – ganhando força com o movimento Arts & Crafts e o Art Nouveau.

Grande parte dessas estampas eram impressas em grandes pedaços de tecido e necessitavam de um padrão de repetição para dar uniformidade a impressão: é daí que surgem os módulos ou rapport. Através do rapport, consegue-se uma transição imperceptível da repetição da estampa. A partir de um motivo, pode-se construir diversas repetições diferentes, como se pode ver na imagem (BRIGGS-GOOD, 2014).

Pesquisa Primária

No período compreendido entre os meses de Abril e Junho de 2015, foram realizadas algumas pesquisas, primárias e secundárias, para melhor compreender a cidade do Rio de Janeiro e a moda local, após estudar a história da moda no mundo.

Primeiramente, fez-se necessário conhecer quais marcas eram mais relevantes no mercado, quais seriam as imagens mais comumente imaginadas ante a menção do Rio de Janeiro e quais os conceitos permeavam a cidade para as pessoas. Também foi necessário entender como o design se encaixa no setor de moda.

Foram realizadas pesquisas bibliográficas e de campo, em diversas etapas. O primeiro passo foi buscar *online* quais as imagens relacionadas à cidade, internacionalmente e nacionalmente.

As buscas foram realizadas em sites de tendências, blogs de *street style*, ferramentas de busca e redes sociais (a exemplo do site *pinterest.com*, que permite agrupar fotos por pastas e interesses), procurando fazer uma seleção de imagens que externasse a minha visão de carioca, no que eu cri autêntico ou estereotípico. Após isso, algumas imagens foram impressas e reagrupadas em um mural de referências, onde pude criar camadas de anotações e agrupamentos por cima.

Foi possível notar que a mídia se utiliza das visões mais óbvias do Rio de Janeiro, ao ater-se aos cartões-postais da cidade e uma visão bastante objetificadora da cidade e de seus habitantes. Poucas são as tentativas de extrair, em imagens, o cerne do que os locais consideram como carioca. Entre as fotos de moda, a

CARIOQUICE		
Farm	Lenny	Osklen
Cantão	Richards	Blue Man
Pepper	AD lifestyle	Eclectic
Isabela Capeto	Sobral	Maria Filó
Salinas	Redley	Leelo
Gilson Martins	Enjoy	

Figura 1

CONCEITOS		
Relax	Tropical	Futebol
Despojado	Calor	Esporte
Descombinado	Praia	Outdoor
Estampas	Frescor	Prático
Redondo	Caricato	'Over'

Figura 2

presença de tecidos de pouca estrutura (como crepe, malha e viscose) e vasta combinação de estampas saltam aos olhos.

Percebi, a partir das orientações e da troca de informações com colegas, que esse quadro refletia apenas uma pequena parte da visão de cariçoque, pois foi curada pela mídia (seja ela em *blogs*, revistas ou redes sociais) e curada novamente por mim.

O próximo passo foi, então, identificar o que outros profissionais da área de moda percebem como autenticamente do Rio, através de uma rápida entrevista, aplicada pessoalmente a 12 pessoas. Apesar de terem em comum a área de trabalho, o perfil dos entrevistados variaram, com idades entre 27 e 59 anos e graus de escolaridade que variam do ensino médio completo à pós-graduação. Para cada questionamento, o entrevistado pode citar 3 opções. Quando questionados acerca de marcas consideradas cariocas, as mais mencionadas estão representadas na figura superior ao lado (fig. 1).

Já quando questionados acerca de conceitos que representassem a cidade, os mais mencionados foram os representados no quadro inferior ao lado (fig.2).

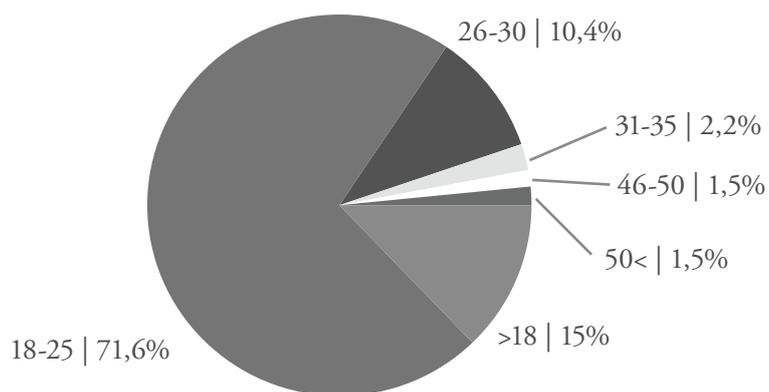
Ainda nessa pesquisa entre profissionais da área, questionei acerca da colocação dos designers dentro das respectivas empresas, a fim de perceber se os mesmos eram reconhecidos e necessários nas empresas dos entrevistados – a relevância do designer gráfico dentro das empresas de moda. A partir dessa questão, ficou perceptível que o papel do desenhista industrial ainda é pouco compreendido na área. Entre as quatro empresas analisadas (de um total de 12 entrevistados), apesar de os criativos (entre estilistas e designers) representarem, em média, 30% do quadro de funcionários, em apenas uma delas os desenhistas possuem setor próprio. Nas outras três, situam-se dentro do setor de marketing das empresas.

No entanto, a visão da moda e do setor segundo alguns profissionais da área também não é capaz de representar uma visão acurada do setor, já que estes representam uma porção ínfima da população e tem acesso à marcas que atendem a uma camada restrita da população, de classe A.

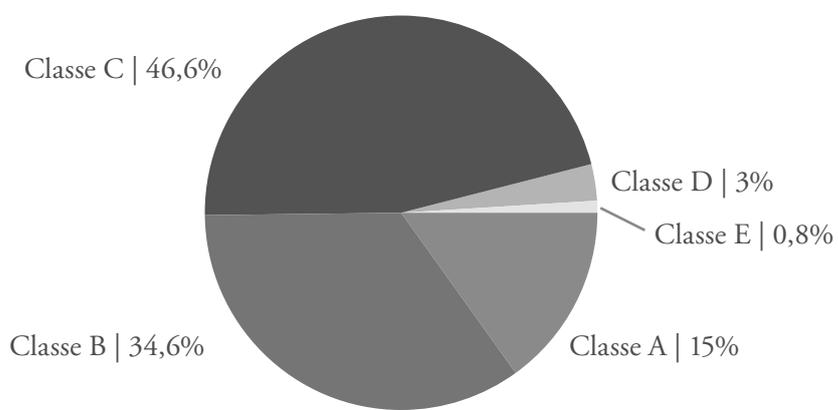
Então, foi feita uma pesquisa mais ampla – viabilizada pelo Google Formulários –, disponível entre diversos grupos de pessoas via *internet*, para entender a visão de cariçoque por cariocas e “estrangeiros”.

Entre as 250 respostas, obtivemos diferentes perfis sócio-econômicos de usuários e respostas surpreendentes. Dentre os entrevistados, a maioria são mulheres, a idade média de 18-25 anos e de classe C. 15 entrevistados não moram na cidade do Rio de Janeiro.

Após captação das respostas, foi feito um apanhado das respostas mais interessantes, a fim de obter possíveis *insights*. As palavras mais frequentes foram ‘gentileza’, ‘desigualdade’, ‘favela’, ‘música’, ‘boemia’, ‘despojamento’, ‘jovialidade’ e ‘chinelo’ (a palavra mais citada entre todas). Para os entrevistados do Rio, a cidade possui forma de losango, com muitas listras, prédios e ondas (curioso: será que, partindo do conceito físico, haveria uma equação do Rio?). Também para “estrangeiros”, os prédios estão presentes, juntamente com pedras portuguesas e mosaicos.



Faixa Etária



Classe econômica

As marcas citadas pelos profissionais de moda do questionário anterior foram muito semelhantes às citadas pelos não-cariocas. Os nativos citaram marcas menores, como Bazis, Garimppo, Wollner, Outer, Aquamar, Mercatto e HBS. Foi notória a constante variação entre marcas acessíveis e de luxo, em uma interessante mistura.

Para os entrevistados, o vestir carioca não possui regras, é livre (percebo regras muito bem definidas) – sendo dito como um estilo prático, *boho*, ousado e fluido. A partir das respostas, é notável a clara distinção do vestir entre sexos: a androginia é rara no vestir carioca, diferentemente de outras metrópoles. Ainda segundo as respostas, os cariocas se vestem de um jeito ousado, autoconfiante e com as pernas de fora.

Entre as pessoas consideradas referências de estilo e moda, são mencionadas blogueiras – como Camila Coutinho e Manuela Rangel –, atrizes como Thayla Ayala e Fernanda Souza e cantoras, tais como Karol Conká e Rihanna. A representatividade de etnia foi perceptível, com diversas negras figurando entre as citações.

Um dos entrevistados tenta expressar sua visão da *persona* carioca, de modo bastante caricato:

“um jovem classe média alta, zona sul, que estuda, fuma maconha, gosta de tomar cerveja na praça São Salvador, as vezes se enfia em alguma favela pra ir em festa mas gosta mesmo dos lugares mais perto de casa. Sempre que dá vai à praia, faz treinamentos funcionais por lá mesmo ao invés de ir pra academia. Ele queria ser ator, mas acabou fazendo publicidade mesmo Ps.: essa pessoa não existe... É só uma chuva de clichês.”

Após as perguntas discursivas, foram feitas algumas questões rápidas ‘pá-pum’ – entre duas opções, pedia-se que o usuário responde-se rapidamente a sua predileta entre elas –, de onde pode-se enxergar a predileção das pessoas por lojas de rua (quando comparadas a shoppings), blogs (a revistas), chinelo (a sapatilhas) e Ipanema (à Barra).

E foi a partir do resultado dessas questões que se obteve o elo para levar a pesquisa e o recorte histórico adiante. Diversas vezes, durante o questionário, os entrevistados mencionaram o Rio como poético, boêmio ou lírico. Lê-se, ao longo do resultado de pesquisa, essas palavras-chave, que foram fundamentais para recortarmos a carioquice a partir da literatura, como será visto a seguir.

A partir da pesquisa preliminar e com vários *insights* e palavras importantes obtidos das respostas ao questionário, iniciou-se um direcionamento e recorte a fim de melhor traduzir o Rio – através da literatura –, tentando evitar os estereótipos, abordando assuntos relevantes às diferentes camadas sociais de moradores e curando a minha visão da cidade.

O PROJETO

Conceituação do Tema

Como conta a história da cidade e apontam os entrevistados, a alma do Rio não é algo denotativo, palpável. Não se encontra, ao menos por enquanto, o verbete carioca em um dicionário. É um conceito fluido e abstrato, de forma que apenas aquelas que trabalham com o mundo conotativo conseguem escrever sobre ele: os literários. Por isso, parte-se desse ponto para construir o recorte de trabalho.

Ao desejar trabalhar com literatura, esbarra-se, no entanto, na possibilidade de distanciamento da realidade e tamanho dos textos. Crônicas parecem, desse modo, o gênero mais apropriado, por reterem-se à relatos cotidianos e curtos. Além disso – dadas as restrições de alfabetização da época –, os jornais (onde as crônicas eram inicialmente publicadas) eram o veículo de informação mais acessível à população.

A crônica é entendida aqui como uma forma textual narrativa baseada no cotidiano, de caráter informal e linguagem acessível, veiculada essencialmente pela imprensa.

Esbarra-se ainda, nos direitos autorais de cada autor. Por isso, e sendo as reformas que o Rio enfrenta atualmente semelhantes as ocorridas na virada do século passado por Pereira Passos (com reformulação do centro e transporte, expulsão de populações pobres de suas residências), recortamos os textos temporalmente na virada do século XX (visto que todos os textos escritos antes de 1923 são de domínio público e podem ser livremente, caso assim seja necessário, nas representações gráficas a serem criadas nesse projeto).

Isso leva a um recorte de obras bastante definido: **Crônicas de literários consagrados escritas nos anos arredores de 1900 que retratem algum aspecto do cotidiano carioca, escrita por quem ali vivia.**

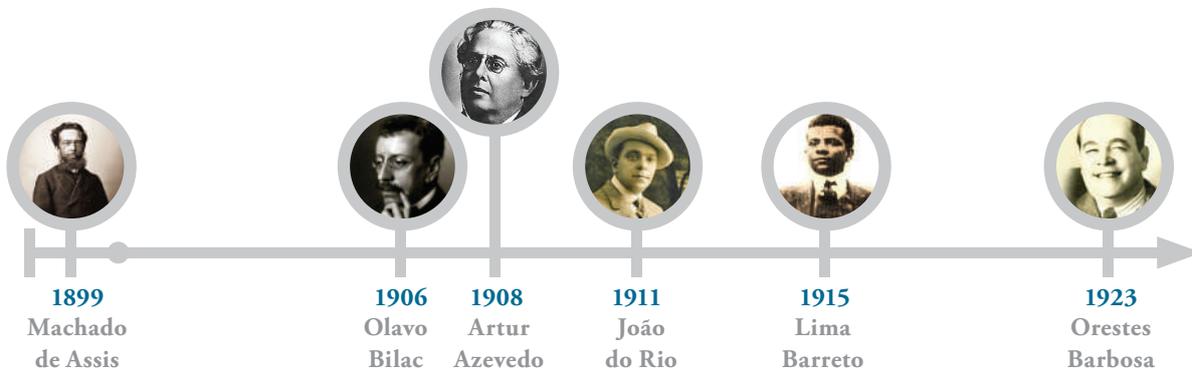
Definição da forma

Para permitir maiores experimentações estéticas e por trabalhar na área, as estampas foram escolha natural para trabalhar o Rio de Janeiro. A coleção é composta por seis estampas têxteis, cada uma trabalhando uma obra literária, a fim de compor um conjunto que converse entre si e com os textos de partida e seus conteúdos.

A coleção concentrou seu público alvo nos moradores locais – evitando se restringir a gêneros ou classes – e nos interessados na cultural e história da cidade.

As estampas são compostas em camadas. Seu fundo é composto por dados geográficos do Rio de Janeiro – relacionados à obra – enquanto os motivos sobrepostos àquele retratam imagens presentes nos textos trabalhados.

As estampas são compostas por uma cor e preto, de forma que possam ser impressas de forma acessível em diferentes tecidos através da serigrafia. Os módulos – ou rapport – de cada estampa possuem 1m de largura por 1,50 de altura, visto que essa é a altura impressa por diversas tecelagens. Em breve pesquisa,



foram entrevistadas quatro tecelagens: na Cataguases Têxtil, a largura do rolo é de 1,50 a 1,52m; na Industrial Têxtil, varia entre 1,44 e 1,47; na Glow Tecidos, possui de 1,48m a 1,52 ; enquanto na Bogarin o rolo possui apenas 1,36 de largura.

Obras escolhidas

Machado de Assis: um dos principais literários brasileiros, retratava especialmente a Zona Sul carioca e a política nacional para os folhetins da época. A obra escolhida é “14 de Fevereiro”, publicada n’A Gazeta em 1899.

A obra nos conta um pouco mais sobre o poder das gazetas sobre as pessoas e como elas repercutem as notícias, com destaque para Antônio Conselheiro e o Arraial dos Canudos. O narrador também fala sobre os efeitos da Guerra na mídia Internacional e no imaginário popular e o quanto a capital é distraída por notícias bobas, tal qual as modas de chapéus e o centenário de Cartola.

Olavo Bilac: abastado e reacionário, Bilac retrava a cidade do ponto de vista da elite. Assustava-se com a pobreza e os festejos populares. A obra escolhida, sem nome, foi publicada na Revista Kosmos, em 1907.

A história se passa sob o ponto de vista de um narrador que se vê rodeado pelos festejos de Nossa Senhora da Penha. Revoltado, ele nos conta o absurdo que é a festa da Igreja da Penha. Romeiros em carroças enfeitadas de chita puxadas por mulas decoradas “estragam” a visão da capital ao desfilar pelas avenidas a caminho da violência e da barbárie que tomam conta do Arraial da Penha.

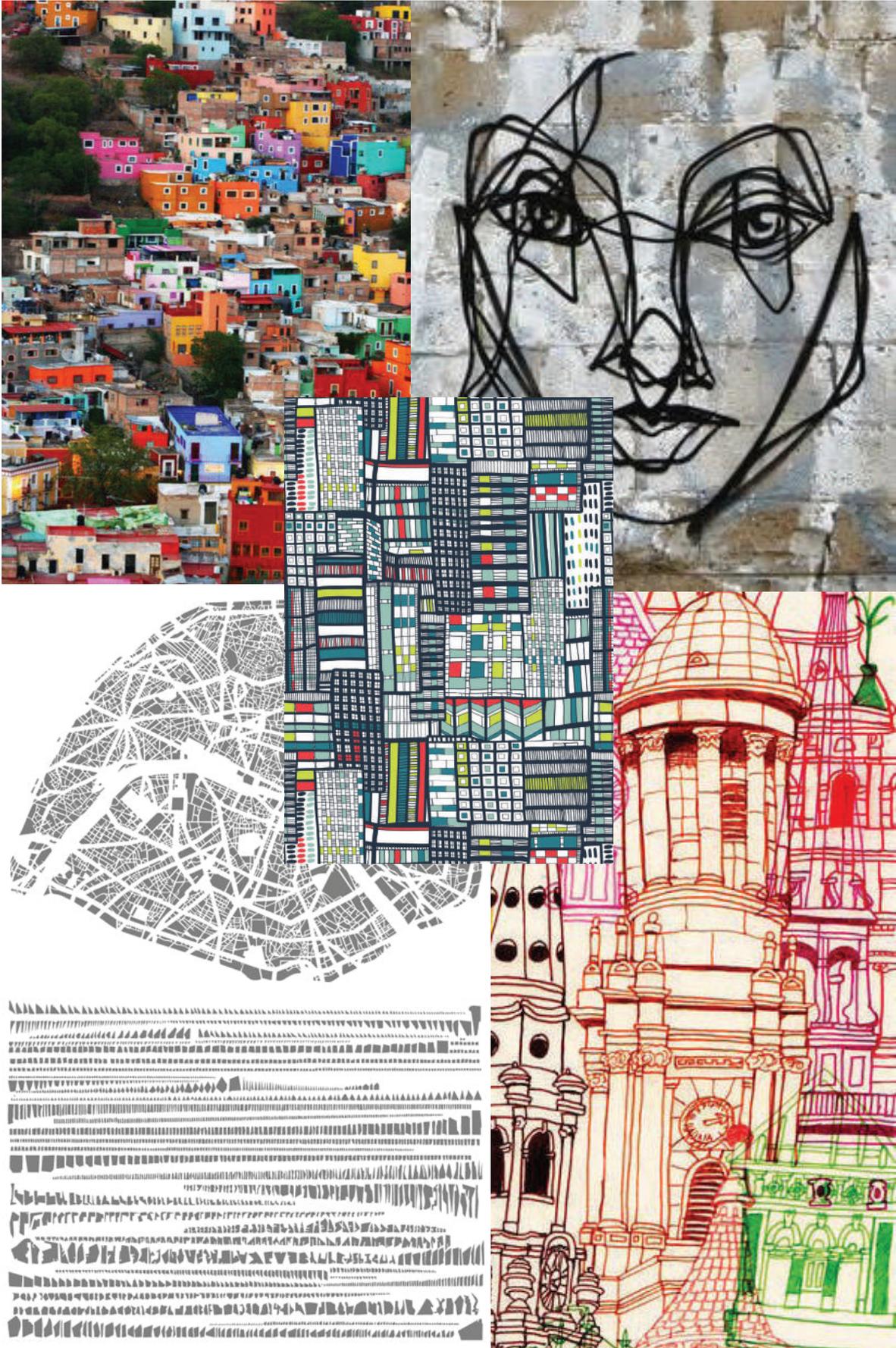
João do Rio: pobre, gay e jornalista investigativo, João embrenhava-se em lugares escusos da cidade, para retratar um Rio invisível para maior parte da população. Cultos africanos e redutos criminosos estiveram entre seus temas. A obra escolhida é “Cordões”, publicada em 1908.

Em meio aos cordões de carnaval da cidade, um homem pouco acostumado aos festejos populares observa as nuances da percussão, o funcionamento dos cordões, a felicidade e a ebbriedade das pessoas.

Artur Azevedo: de classe média e boêmio, retratava as relações pessoais e as amenidades encantadoras da paisagem carioca. A obra escolhida é “As Paradas”, publicada n’A Gazeta, em 1911.

A Crônica retrata um homem que, ao sair da Exposição de 1908, se apaixona por uma mulher que se dirige aos bondes e sorri para ele, mas perde-a na confusão. Ele a procura pelos bondes seguidas vezes e, ao finalmente vê-la passar, não consegue alcançá-la (pois a parada do bonde era distante), tornando-se inimigo #1 dos bondes.

Lima Barreto: negro e de origem humilde, escrevia os seus pontos de vista da cidade de um ângulo menos privilegiado. Crimes, prostituição e favelas eram



Imagens selecionadas

temas recorrentes de seus textos. A obra escolhida é “Enchentes”, escrita para o Vida Urbana, em 1915.

Nessa obra, o autor faz questionamentos sobre enchentes: como pode a Capital, repleta de tecnologia, embelezar-se a cada dia sem se preocupar com um problema estrutural que causa tantas perdas.

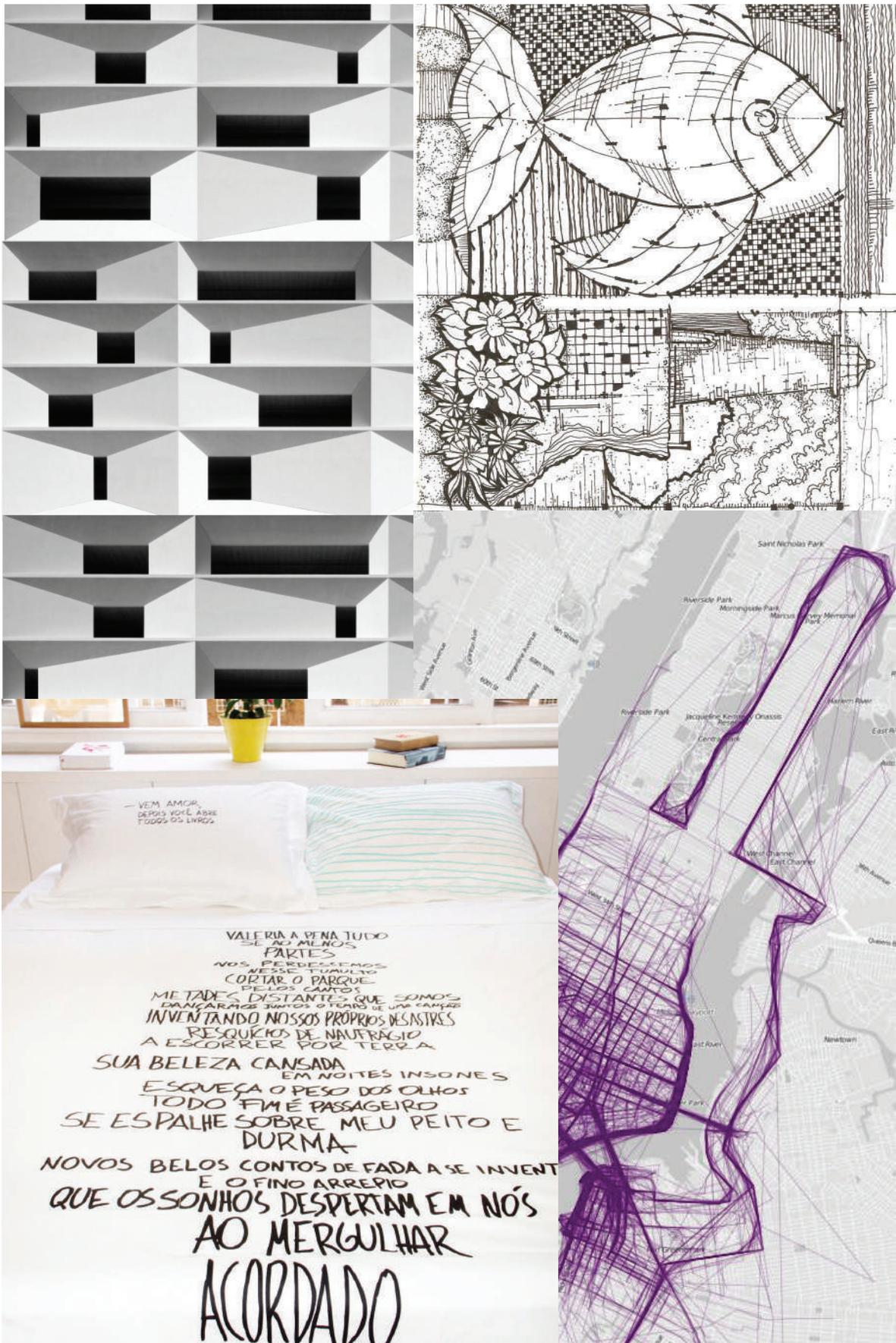
Orestes Barbosa: músico, retratava o subúrbio e o mundo do samba com propriedade. A obra escolhida é Com o Catulo, publicada em 1923 no livro Bambambã, editado após sua saída da prisão.

A obra fala sobre as serestas do Rio, como a cidade e a vida cotidiana eram musicadas pelas mesmas e a decadência das serestas em função das reformas urbanas, com destaque para trechos de Catullo Cearense.

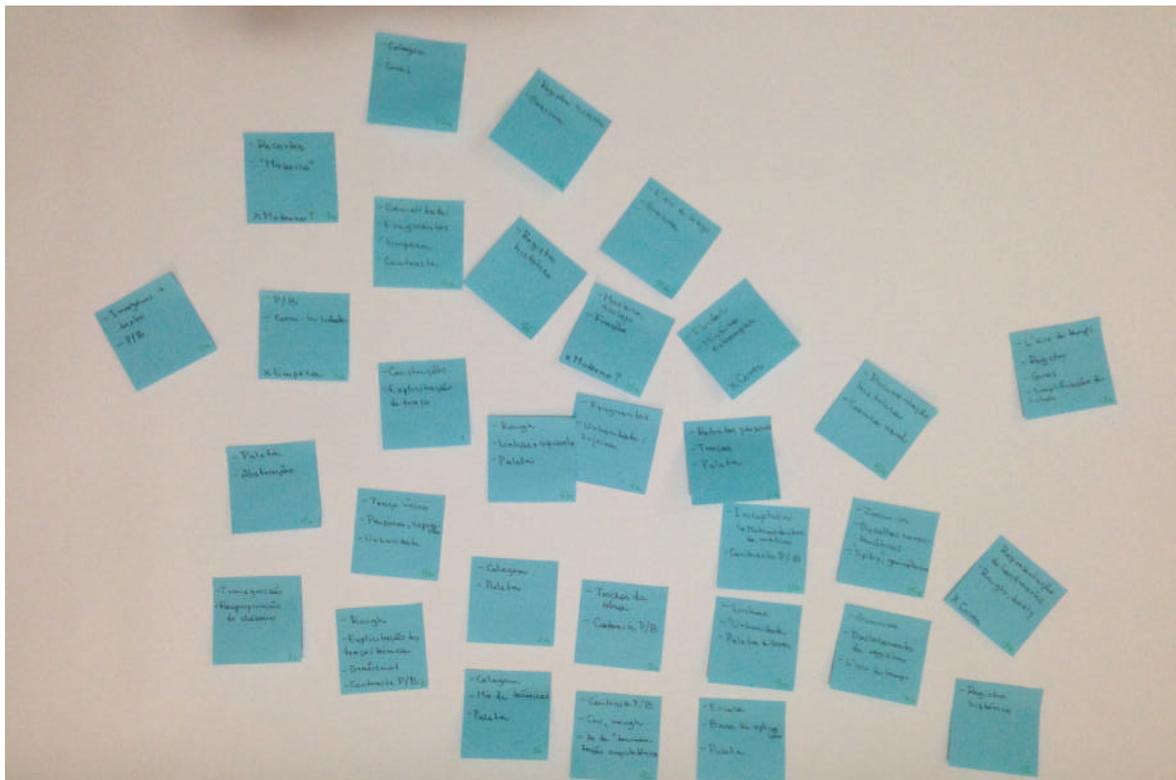
Partido gráfico

A partir da filtragem e classificação de imagens curadas pela autora, pode-se perceber semelhanças entre elas, com características julgadas desejáveis ao projeto. Entre os requisitos formais que o projeto deve atender, estão o contraste preto e branco, mistura de técnicas, uso de trechos da obra na estampa, explicitação do fazer através do traço, fragmentação e colagem e representação do l’air du temps – que de alguma forma a estética da época esteja presente nas estampas.

Entre as imagens selecionadas, os aspectos que mais pareceram se adequar ao projeto foram a cidade enquanto estampa (que virá a ser utilizado na textura de fundo) e os desenhos de traço único (presente nos motivos).



Imagens selecionadas



- Representação de landmarks
 - Rough, doodly
 X Cores 14b

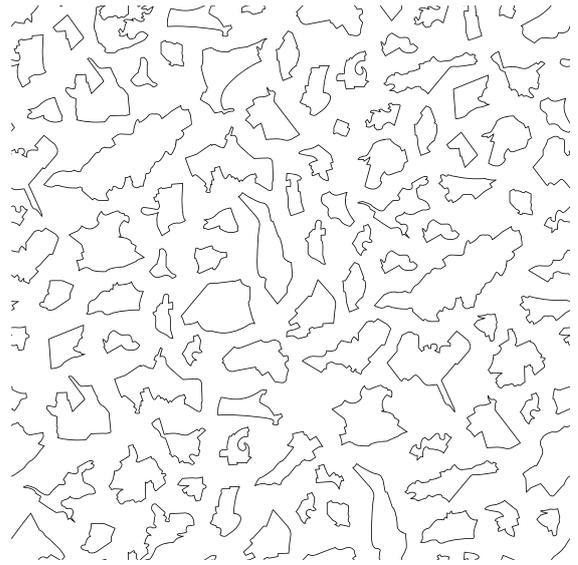
- L'air du temps
 - Registro
 - Cores
 - Simplificação de linhas
 18a

- Imagem + texto
 - P/B
 3a

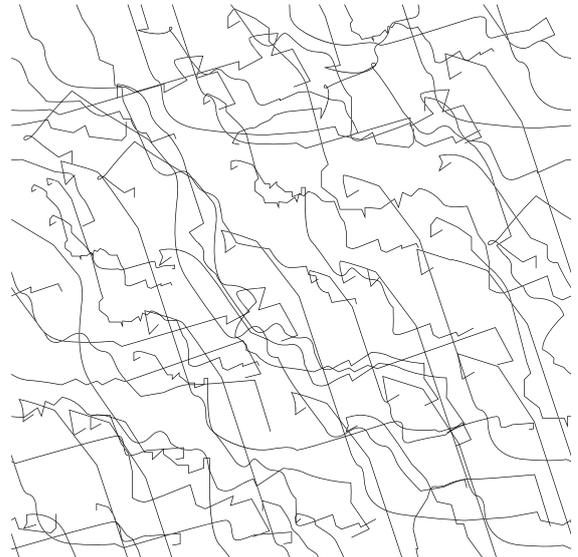
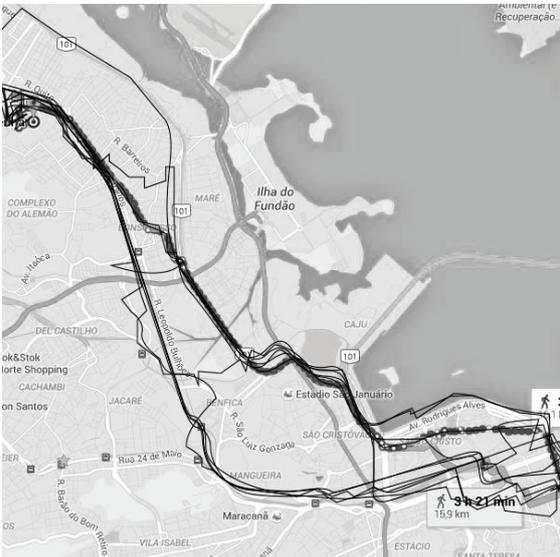
- Colagem
 - Cores
 - Colagem
 - Mix de técnicas
 - Paleta
 - Colagem
 - Paleta
 2a

- Genialidade
 - Fragmentos
 - Limpeza
 - Contraste
 5a

- Trechos da obra
 - Contraste P/B
 8a



Machado de Assis



Olavo Bilac



Artur Azevedo

DESENVOLVIMENTO

A partir da definição dos desejos em relação a um partido gráfico, o processo se seguiu em esmiuçar as obras escolhidas, a fim de obter delas suas palavras-chave, que nos guiariam em relação aos motivos, temas e objetos ali contados. Além disso, foi possível comparar os ritmos, linguagens e densidade das obras em seu conjunto. A partir daí, iniciou-se o processo de rascunhos e desenvolvimento dos motivos em si.

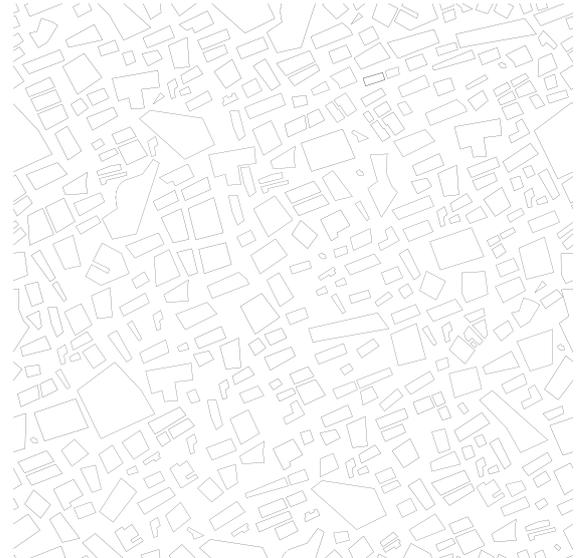
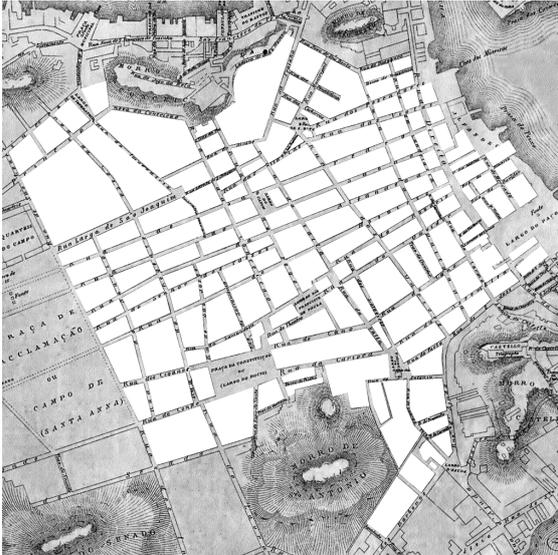
Os fundos se relacionam diretamente à geografia da cidade do Rio de Janeiro - à época, quando possível. Mapas, infográficos e cartas foram utilizados como ponto de partida para o desenvolvimento da camada de fundo das estampas.

Fundos

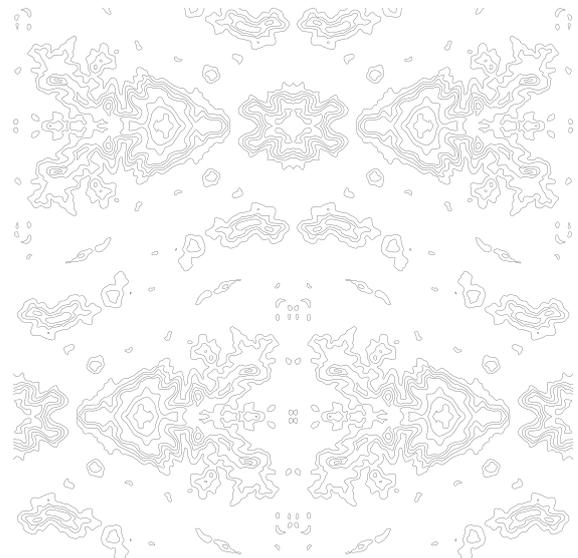
Machado de Assis: O autor retrata avidamente a vida política e social do Rio, e apesar de mencionar bairros da zona norte, foca-se no centro e zona sul. O fundo da estampa foi, então, composto pelos bairros do Rio de Janeiro, respeitando-se suas escalas e orientações geográficas, restritos aos bairros mencionados pelo autor em suas obras – de acordo com mapa da GeoRio. A cor do fundo foi escolhida por ser considerada mística, dado que o apelido de Assis era ‘bruxo do Cosme Velho’ – por ser soturno e misterioso.

Olavo Bilac: Ao longo da obra escolhida, Bilac faz diversas comparações entre o centro ‘renovado’ da cidade e o arraial da Penha, além de mencionar o percurso até lá. Portanto, escolhi trabalhar com os diversos percursos entre a Cinelândia – em plena Avenida Central – e a Igreja de Nossa Senhora da Penha, no bairro homônimo. Estão presentes percursos a serem feitos a pé, de carro, de trem, ônibus e bicicleta, conforme obtidos pelo Google Maps. A cor de Bilac, pensada diante do conjunto, foi inspirada a partir de foto da avenida central à época (colorida manualmente).

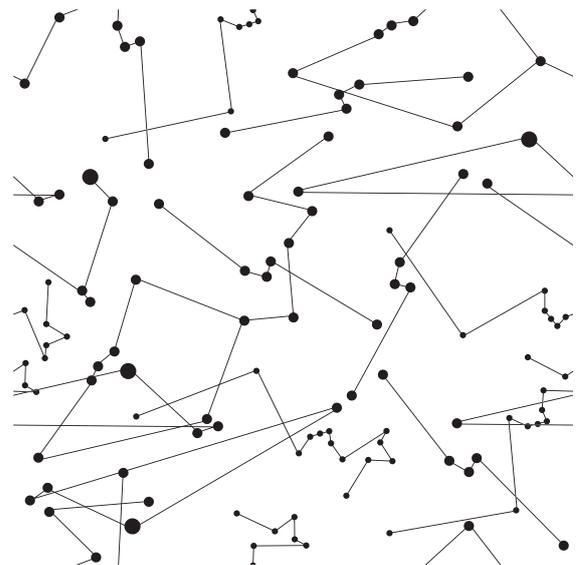
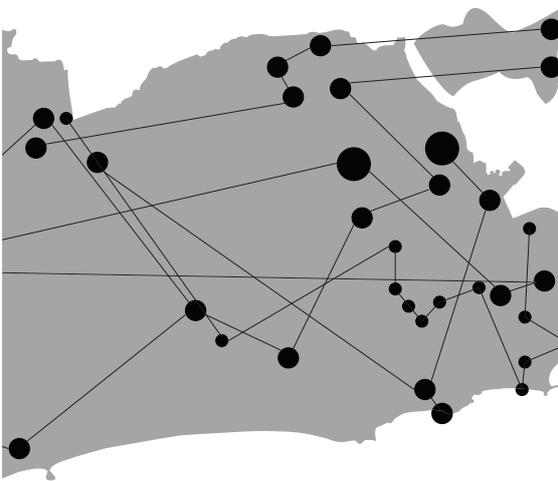
Artur Azevedo: O autor menciona a profusão de bondes presentes na Exposição de 1908 – girando a história também em torno dos bondes. O fundo retrata todos os itinerários de bondes de 1907, conforme mapa da época. Por retratar o romance platônico do narrador, e diante do contexto de cores, optei pela cor avermelhada.



João do Rio



Lima Barreto



Orestes Barbosa

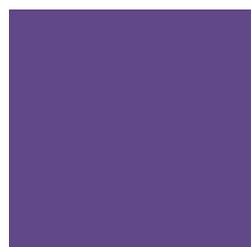
João do Rio: É um mestre do submundo. Foca-se nos becos da região central da cidade: Morro da Providência, Lapa, Saúde. A obra escolhida se passa na Rua do Ouvidor. Para adequar-se aos temas, a textura de fundo representa os quarteirões da Região Central da cidade, do Passeio Público ao Campo de Santana, respeitando-se orientações geográficas e escalas, de acordo com mapa histórico de 1906. A crônica retrata o carnaval e é a mais alegre das obras escolhidas, por isso, cor quente e viva foi escolhida.

Lima Barreto: As questões sociais são os principais temas de Lima Barreto. Na crônica escolhida, o autor discorre sobre as enchentes, problema histórico da cidade, principalmente devido a sua formação geológica. Desse modo, o fundo da estampa é composto pelas curvas topográficas da região central da cidade, conforme mapa topográfico atual fornecido pelo Google Maps. O autor retrata enchentes e, por isso, o azul – cor aquática – foi escolhida como base para a estampa.

Orestes Barbosa: Barbosa é músico ávido – frequentando regiões mais pobres e favelas para ter acesso a sambas e novos ritmos. Portanto, a textura da sua estampa é formada pela ligação entre as favelas de uma mesma facção, conforme mapa presente no jornal O Globo em 2011. A cor escolhida, além de facilmente encontrada nos impressos antigos, se assemelha à cor da favela, a planta que deu origem ao nome das ocupações.

Paleta de cores

Abaixo encontram-se as cores mencionadas acima, com seus códigos Pantone têxtil e seus equivalentes aproximados no espaço de cor CMYK.



Pantone TPX 18-3518
C 70 M 80 Y 10 K 10



Pantone TPX 17-5122
C 85 M 30 Y 60 K 10



Pantone TPX 18-1761
C 25 M 100 Y 80 K 15



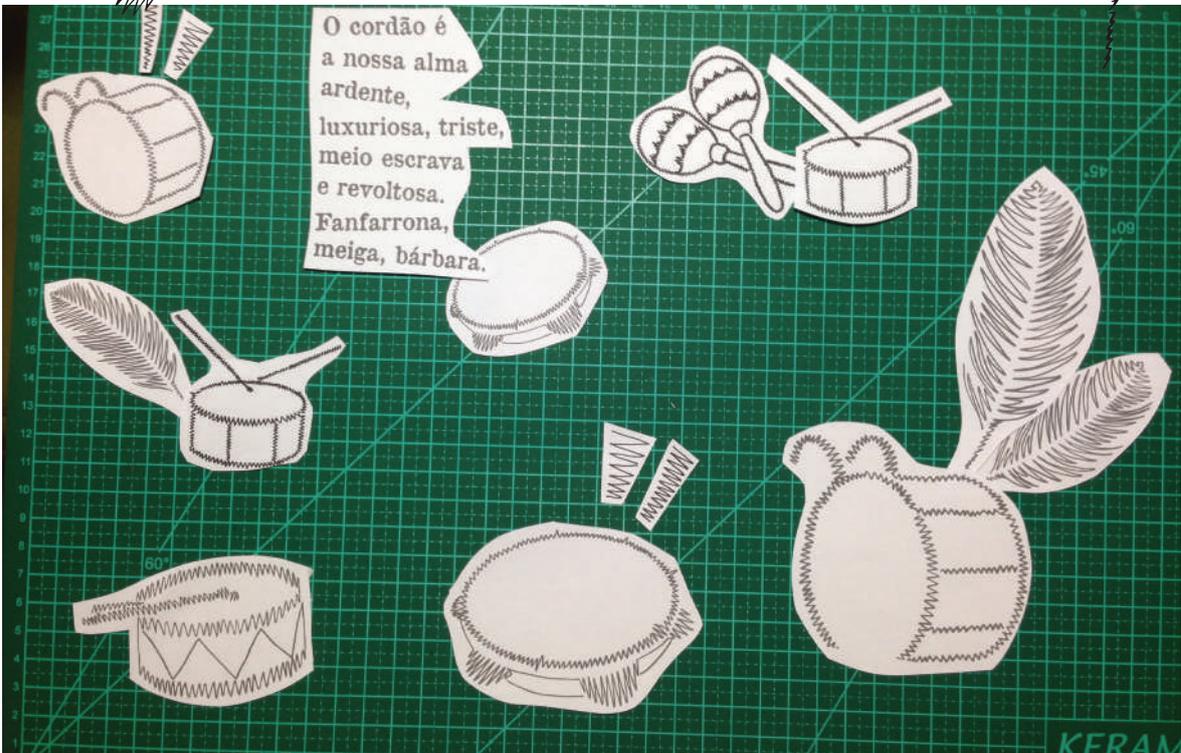
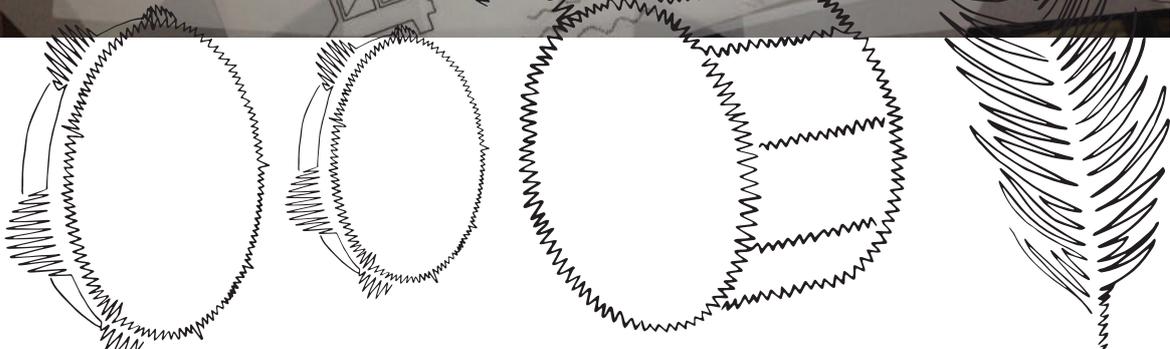
Pantone TPX 16-1356
C 0 M 70 Y 100 K 10



Pantone TPX 18-4045
C 100 M 70 Y 10 K 20



Pantone TPX 16-0233
C 65 M 35 Y 100 K 20



Registro do Processo de Trabalho

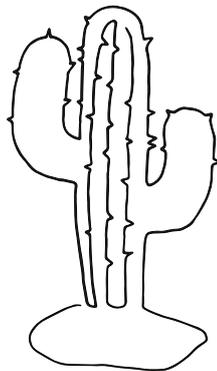
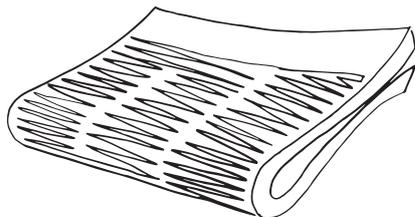
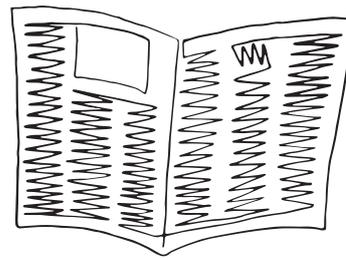
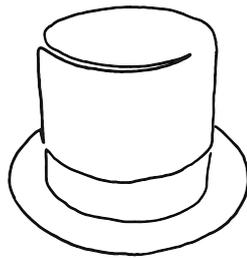
Motivos

Retirados a partir de trechos das crônicas, os motivos foram desenhados em linha única, para que tivesse fluidez semelhante à prosa. Fluido, contínuo, textura, parte do todo. Os elementos foram desenhados e rascunhados em papel vegetal para, posteriormente, serem escaneados e vetorizados. Com os motivos vetorizados, eles foram reimpressos para permitir maior mobilidade na montagem do rapport. Após isso, foram finalizados e arranjados no quadro de 1,00x1,50m, utilizando a ferramenta Illustrator. Nas páginas a seguir, você verá um pouquinho mais do desenvolvimento da camada superior - os motivos - de cada estampa, com os desenho dos motivos e a determinação de escala, densidade e ritmo.

Escalas e densidade

A partir da minha percepção diante da leitura das crônicas, avaliei – de modo comparativo – a dificuldade de leitura das crônicas. Sua leitura era leve ou complicada e lenta? Textos mais densos, pedem motivos mais densos. Escritas rígidas pedem elementos pouco rotacionados, mais rígidos.

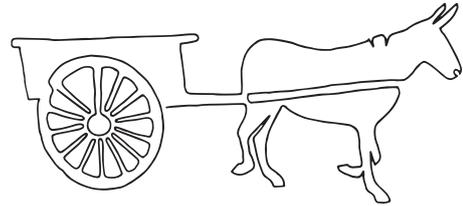
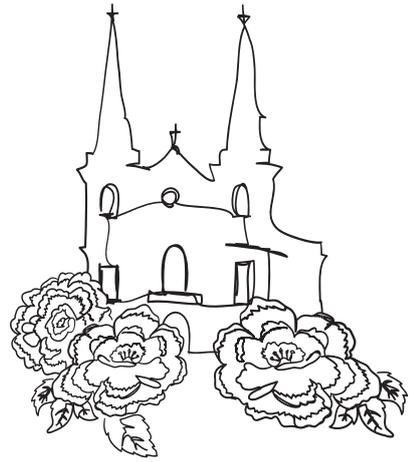
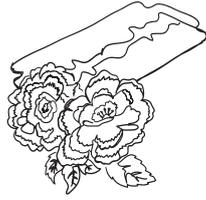
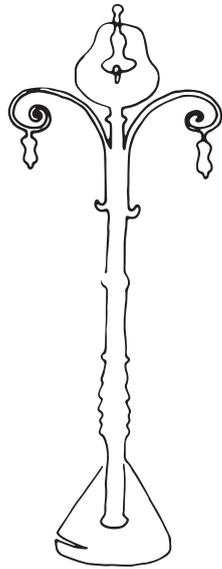
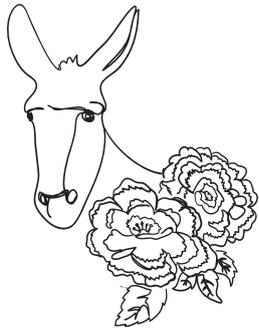
Ora bem, quando acabar esta seita dos canudos, talvez haja nela um livro sobre o fanatismo sertanejo e a figura do messias



Ora bem, quando acabar esta seita dos canudos, talvez haja nela um livro sobre o fanatismo sertanejo e a figura do messias

Ora bem, quando acabar esta seita dos canudos, talvez haja nela um livro sobre o fanatismo sertanejo e a figura do messias

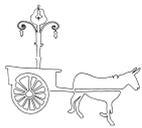
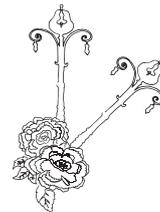
AS MAIS BAIXAS PAIXÕES DA PLEBE E DOS ESCRAVOS TRUVEAVAM AS MAIS ALTAS PAIXÕES DA PLEBE E DOS ESCRAVOS



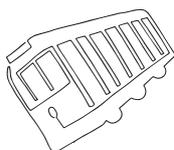
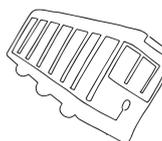
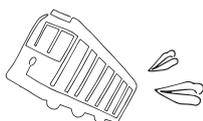
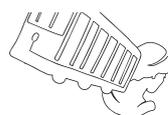
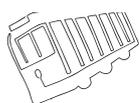
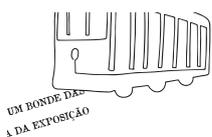
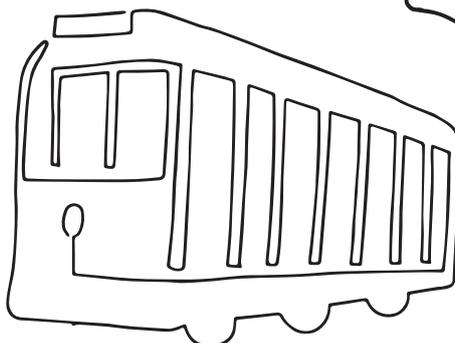
1



AS MAIS BAIXAS PAIXÕES DA PLEBE E DOS ESCRAVOS TRUVEAVAM AS MAIS ALTAS PAIXÕES DA PLEBE E DOS ESCRAVOS



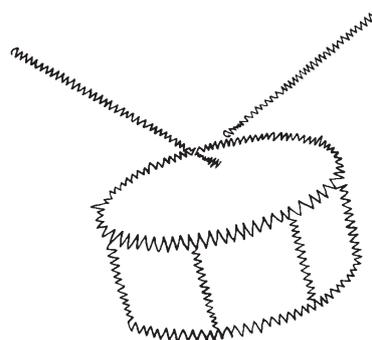
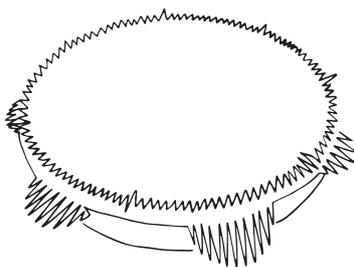
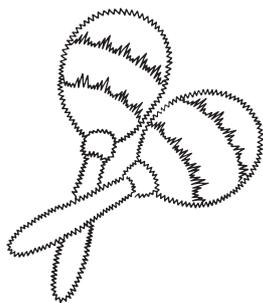
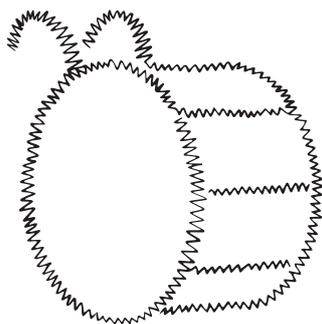
OH, QUE FELICIDADE – NUM BONDE DAS
LARANJEIRAS, A DAMA DA EXPOSIÇÃO



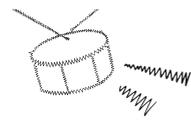
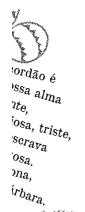
OH, QUE FELICIDADE – NUM BONDE DAS
LARANJEIRAS, A DAMA DA EXPOSIÇÃO



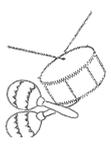
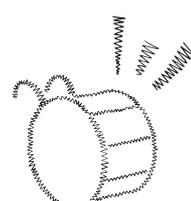
O cordão é
a nossa alma
ardente,
luxuriosa, triste,
meio escrava
e revoltosa.
Fanfarrona,
meiga, bárbara.



O cordão é
a nossa alma
ardente,
luxuriosa, triste,
meio escrava
e revoltosa.
Fanfarrona,
meiga, bárbara.

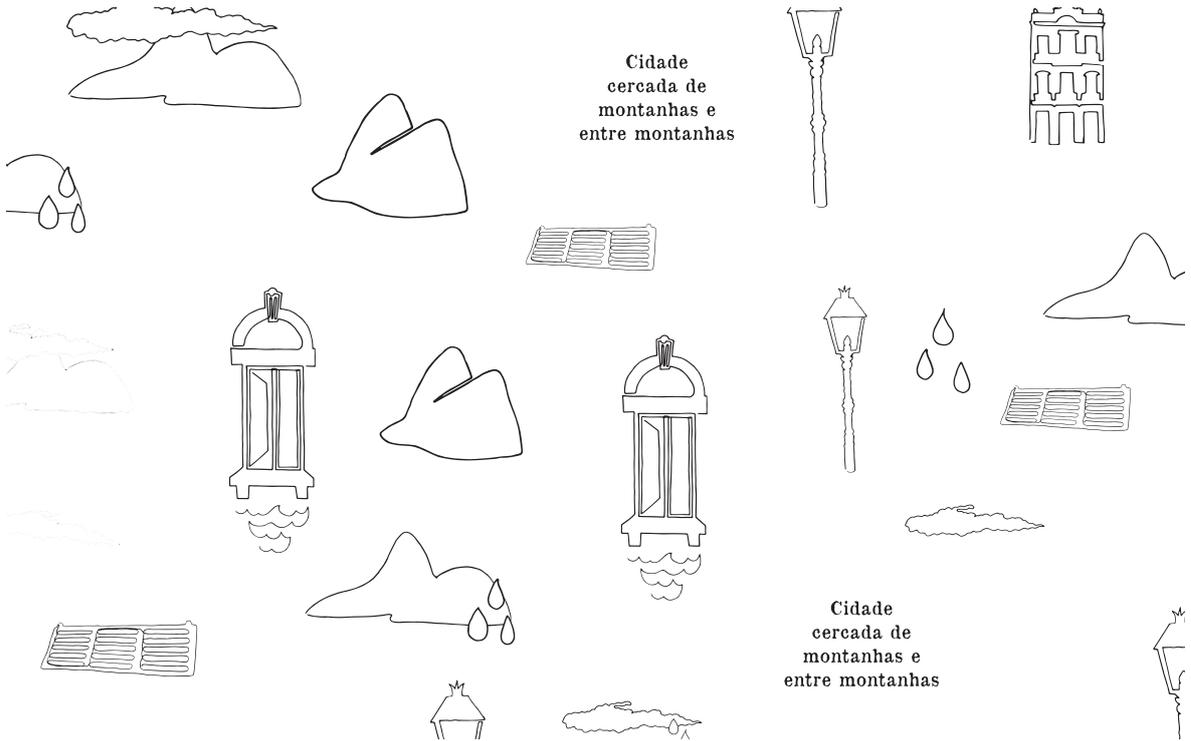
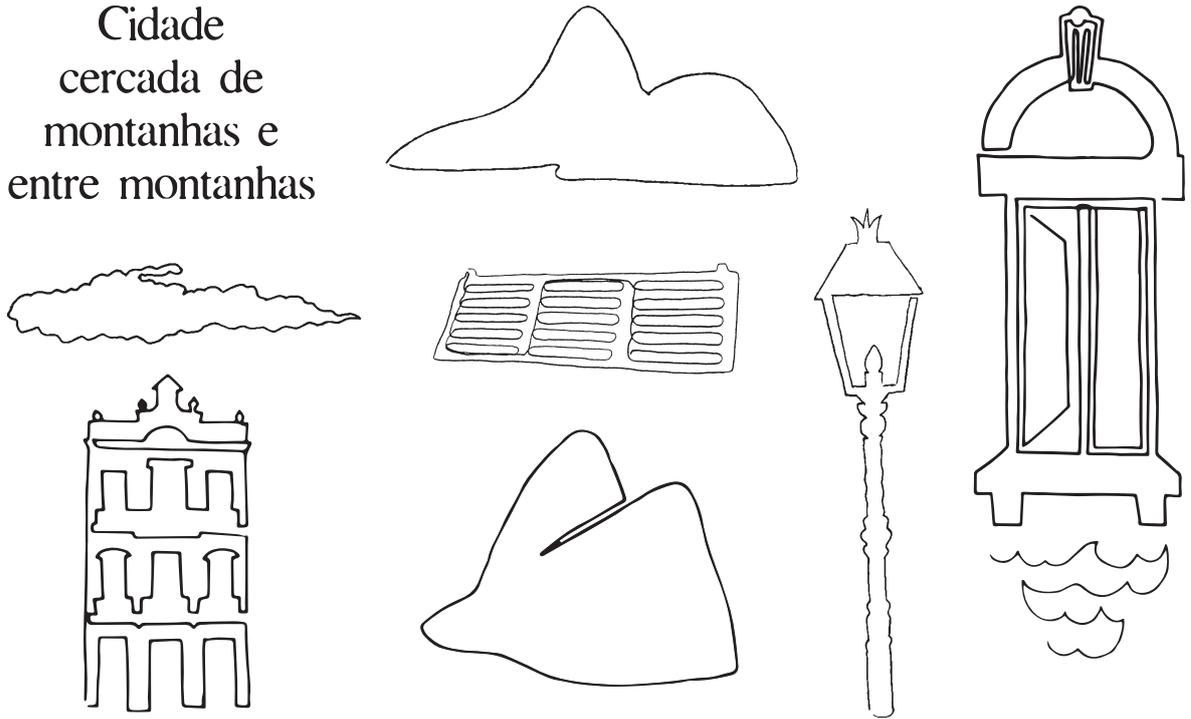


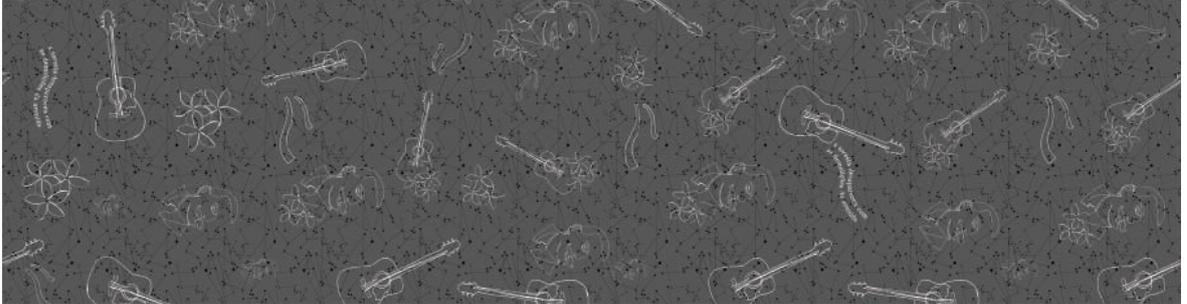
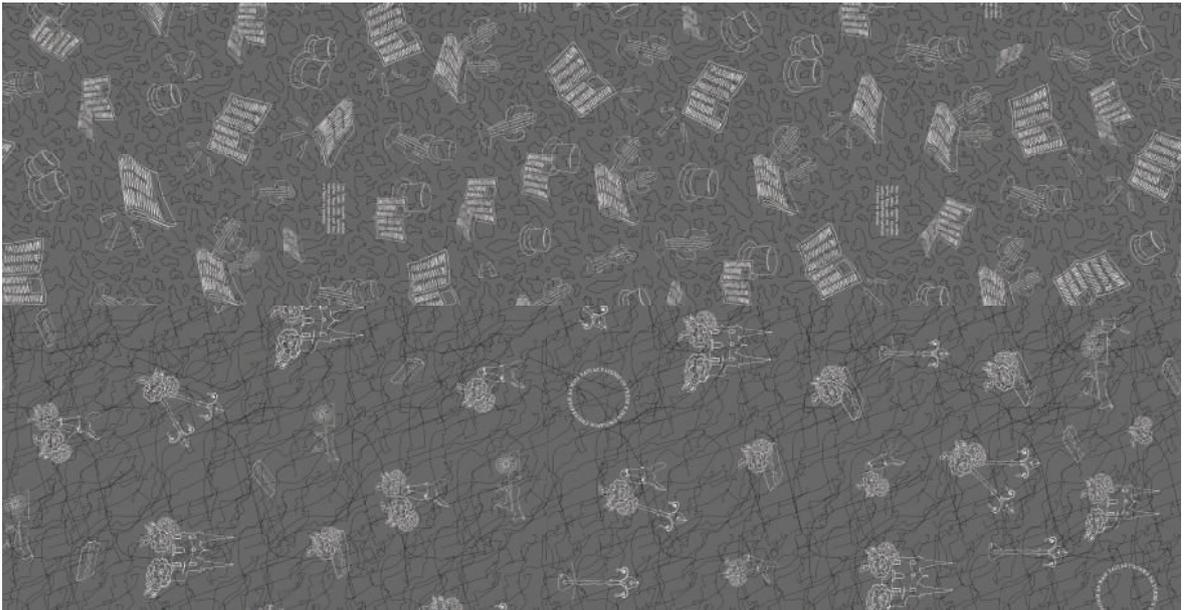
O cordão é
a nossa alma
ardente,
luxuriosa, triste,
meio escrava
e revoltosa.
Fanfarrona,
meiga, bárbara.



O cordão é

Cidade
cercada de
montanhas e
entre montanhas





Resultados

Nas páginas a seguir, você encontrará o rapport final das crônicas estudadas (em escala aproximada 1:6), acompanhado por uma simulação da aplicação da estampa (escolhemos simular em peças do vestuário feminino. Em anexo a esse trabalho, você encontrará todas as obras estudadas, para que possa lê-las também, caso assim deseje.

As fotos utilizadas a seguir foram utilizadas meramente para fins ilustrativos e educativos.





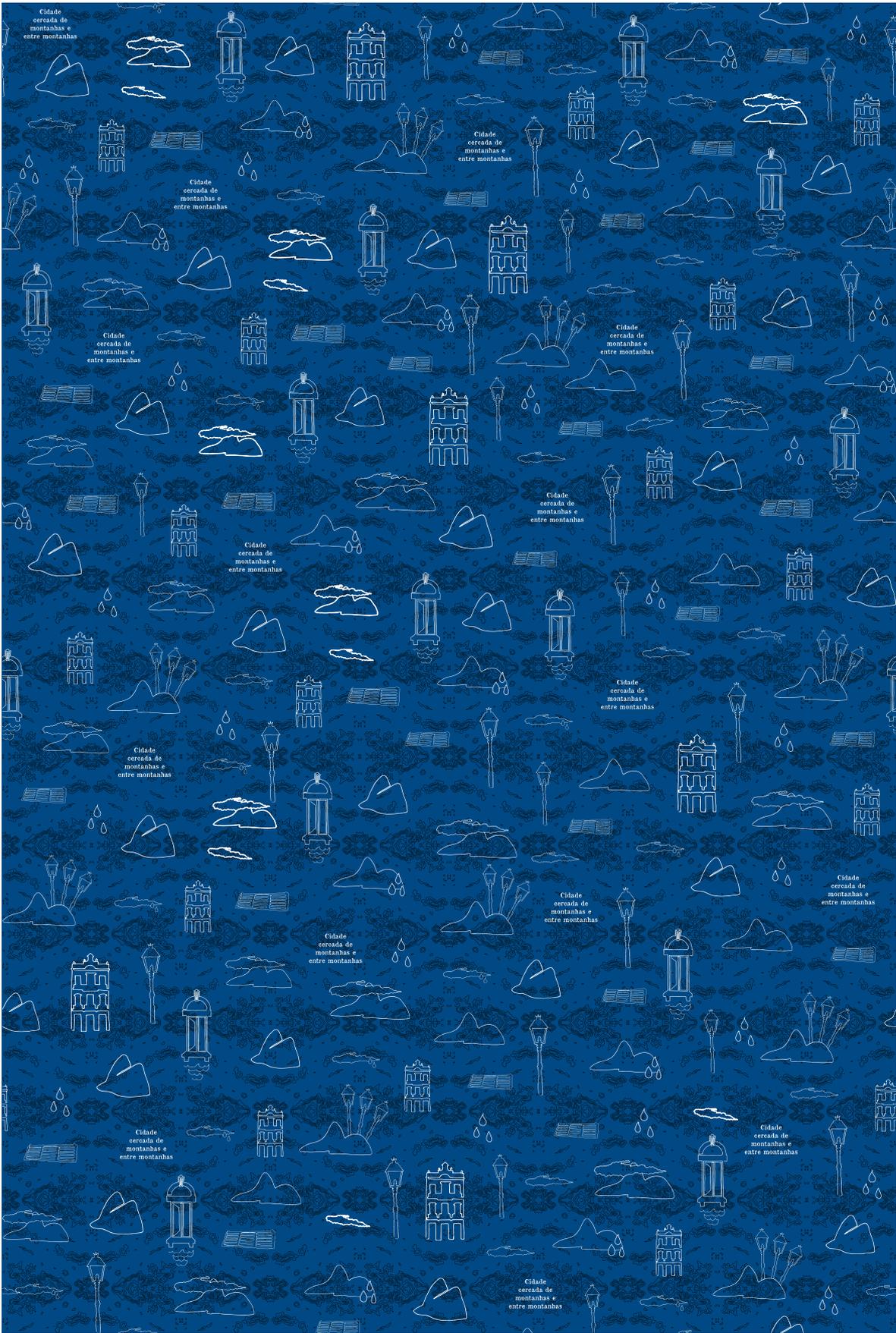




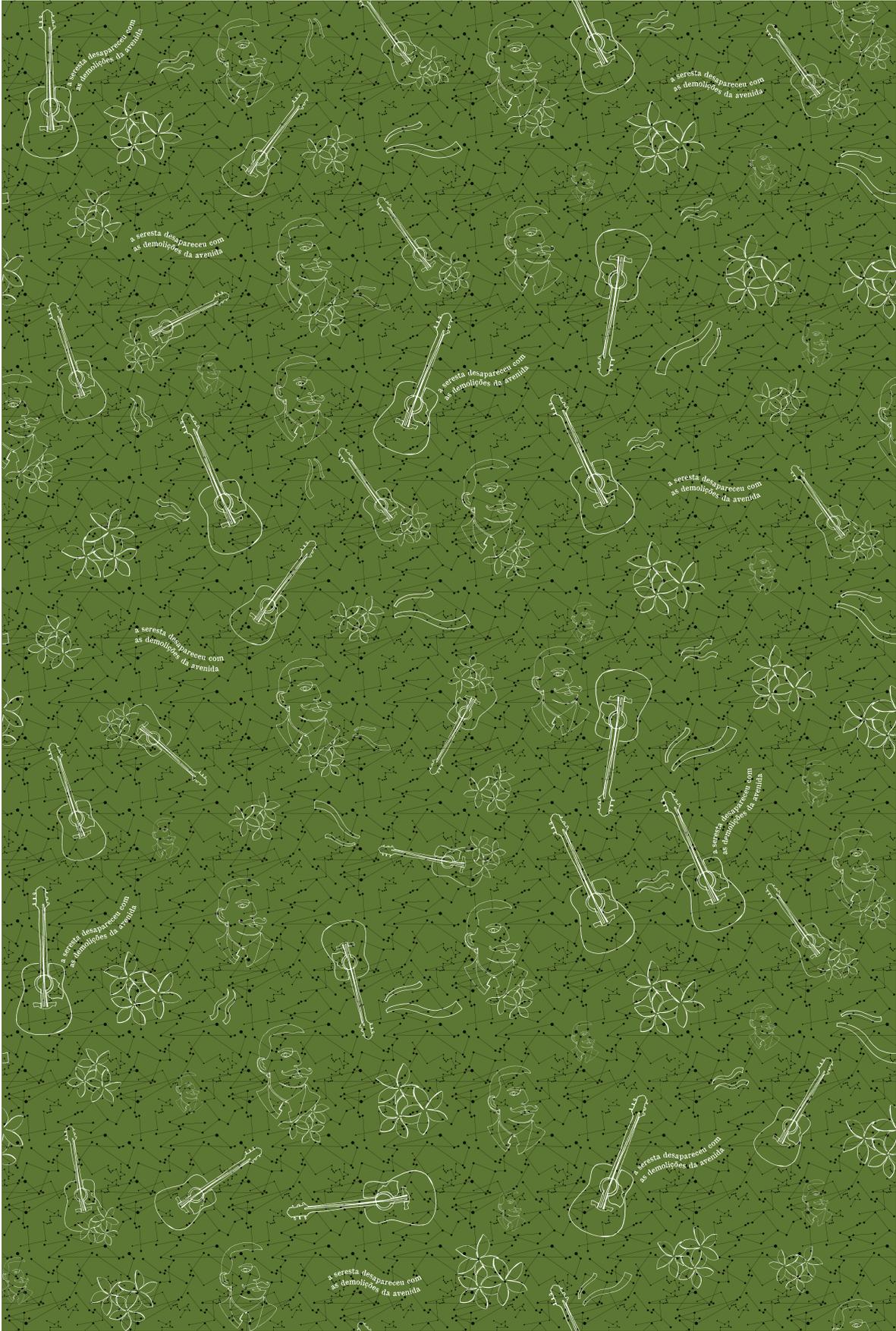
















Roda de samba na Praça Mauá

Considerações finais

O projeto nos mostra um pouco mais do Rio Antigo de maneira contemporânea, além de ser um registro das mudanças no comportamento e linguagem. De fácil impressão, pode ser utilizado por diversas indústrias: moda praia, vestuário para diferentes nichos sociais e *homeware* - como lençóis, almofadas e toalhas. Por conta disso, atende a todos os requisitos desejados desde o início do projeto. No entanto, falha ao depender muito das crônicas para que sua compreensão seja plena - sem a prosa, corre o risco de tornar-se mera experimentação estética.

Como próximos passos, se planeja o lançamento de uma coleção de alto-verão que fecha as celebrações do aniversário de 450 anos do Rio, através de uma roda de samba na renovada Praça Mauá, onde haveria desfile de estampas e distribuição de cangas - uma das peças têxteis mais acessíveis e difundidas na cultura carioca - com as estampas para o locais.

REFERÊNCIAS

- BERGAMO, Alexandre. ELEGÂNCIA E ATITUDE: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. *Cad. Pagu* [online]. 2004, n.22, pp. 83-113. ISSN 0104-8333.
- BONADIO, Maria Claudia. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987). *An. mus. paul.*, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 35-70.
- BRIGGS-GOODE, Amanda. Design de Estamparia Têxtil. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2014
- CALDERÓN, Gracia Casaretto. O PROCESSO CRIATIVO DO DESIGNER GRÁFICO NA ELABORAÇÃO DE ESTAMPAS PARA UMA COLEÇÃO DE MODA. Trabalho apresentado no 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://blogs.anhembibr.com/congressodesign/anais/>. [Acesso em 22 jun 2015]
- CIPINIUK, Alberto; AMARAL, Claudia F.. DESIGN SOCIAL, A MODA E O PROCESSO PROJETUAL. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomodacom.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]
- CRANE, Diane. A MODA E SEU PAPEL SOCIAL: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac. 2006.
- COBRA, Marcos. ALGUMAS REFLEXÕES ACERCA DO MARKETING DA MODA. *Rev. adm. empres.*, São Paulo.
- DALPRA, P. (org.) DNA Brasil. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- DEJEAN, Joan. A ESSÊNCIA DO ESTILO. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- ELMAN, Débora. CULTURA E CONSUMO COMO VETORES DA SEGMENTAÇÃO NA REVISTA DE MODA. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomodacom.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]
- IBGE. PESQUISA ANUAL DE SERVIÇOS. Volume 14, Rio de Janeiro, 2012.
- KÖHLER, Karl. HISTÓRIA DO VESTUÁRIO. 2ª Ed, São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LEITAO, Débora Krischke. WE, THE OTHERS: CONSTRUCTION OF THE EXOTIC AND CONSUMPTION OF BRAZILIAN FASHION IN FRANCE. *Horiz.antropol.* [online]. 2008, vol.4.
- LIPOVESTKY, Gilles. O IMPÉRIO DO EFÊMERO. São Paulo: Cia. Das Letras, 1989.
- MANFREDINI, Mercedes Lusa; VENZON, Bernardete. IDENTIDADE

CULTURAL: FATOR ESTRATÉGICO APLICADO À MODA DAS MARCAS LOCAIS. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]

MARCOLINO, L. M.; MIRANDA, APC.. OS PAPEIS DE CONSUMO DA MODA NAS FAMÍLIAS DA CLASSE C. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]

MARTINS, Marcelo Machado; MAIA, Raquel Carvalho. ORIENTAÇÃO DO TEMPO E ESPAÇO EM POLOS DE MODA DE SÃO PAULO: OSCAR FREIRE E JOSÉ PAULINO. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]

MCCRACKEN, Grant. CULTURA E CONSUMO: UMA EXPLICAÇÃO TEÓRICA DA ESTRUTURA E DO MOVIMENTO DO SIGNIFICADO CULTURAL DOS BENS DE CONSUMO. *Rev. adm. empres.* [online]. 2007, vol.47.

MEZABARBA, Solange R.; GOIDANICH, Maria Elisabeth. FASTFASHION X SLOWFASHION: CONSUMIDORAS, VESTUÁRIO E DIFERENTES CRITÉRIOS DE ESCOLHA. In 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014. Trabalho apresentado no 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/10-coloquio-de-moda.php> [Acesso em 02 Maio 2015]

RETANA, Camilo. SOCIOLOGÍA DE LA MODA. *Rev. Mex. Sociol.* [online]. 2014, vol.76, n.2, pp. 324-327. ISSN 0188-2503.

REVISTA EXAME. “Veja por que o mercado de moda no Brasil é o que mais cresce”. Ed. 1057, São Paulo, 2014. Disponível em <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1057/noticias/a-moda-que-vale-bilhoes> [Acessado em 04 Maio 2015]

Website: www.rioetc.com.br [online]. Acessado em Abril 2015.

Website: www.zonanorteetc.com.br [online]. Acessado em Abril 2015.

Website: www.pinterest.com [online]. Acessado em Abril 2015.

Website: www.google.com/forms [online]. Acessado em Maio 2015