

## 4. Simbolismo nas roupas

No capítulo anterior buscamos tornar compreensível a evolução da trajetória profissional de Zuzu Angel situando-a em seu contexto social e apontando também as suas configurações familiares e seus aspectos existenciais e motivacionais na medida em que poderiam nos ajudar nesse objetivo. Procuramos apresentar os principais episódios de sua biografia e carreira em paralelo com os enunciados contemporâneos que moldaram as noções que se estabeleceram a respeito da designer e sua produção de moda. Entre esses enunciados estão aqueles formulados pela imprensa, pelos depoimentos de Zuzu e *press releases* de suas coleções. Certos significados que, naquele momento, foram atribuídos à sua produção são vistos ainda hoje como suas características principais, tendo sido igualmente mencionados nas entrevistas realizadas para a pesquisa. A partir da análise destas variadas fontes identificamos que sua produção é principalmente caracterizada como: genuinamente brasileira, feminina, prática e política.

A intenção deste capítulo é discutir cada um destes significados a partir de uma análise da dimensão simbólica nas peças selecionadas. Dessa forma, pretendemos identificar quais seriam os aspectos formais que remetem aos valores atribuídos à produção da designer de moda. Nesse momento é preciso esclarecer que entendemos que os valores simbólicos são condicionados historicamente. Os significados não são essenciais ou universais, pelo contrário, são consideravelmente arbitrários.

O caráter efêmero das características dos itens de moda o diferencia de outros tipos de vestuário que mais se definem pela permanência, tais como trajes religiosos, monárquicos ou etnográficos, cujas mudanças são quase imperceptíveis, pois se processam em períodos extremamente longos, uma vez que promovem a manutenção da tradição. Logo, uma peça só pode ser definida como um item de moda a partir do levantamento do contexto em que foi produzido, usado e divulgado e por consequência é nesse percurso que podemos tentar encontrar seu significado histórico concreto.

Na análise de itens de vestuário, o significado não se localiza apenas na roupa propriamente dita. Toda peça possui, além de um valor mercantil - que pode ser influenciado por fatores como características formais da peça, técnicas de produção e custo do material empregado - um valor simbólico - que pode ser conferido a partir de fatores como a raridade da peça, uma assinatura ou *griffe*, a notoriedade do usuário e o laudo de um perito - que também influi sobre o valor mercantil. Estes significados ou valores são gerados pela sociedade e mais especificamente pelo campo da moda, que, dessa forma, fabrica para cada produto material um produto simbólico correspondente. Por isso, colaboram para os valores estabelecidos sobre tais itens as características formais relativas ao tema, modelo, técnica e materiais empregados, e também aspectos mais abstratos relacionados com a autoria, o tipo de consumidor, a divulgação e a raridade das peças.

A dimensão simbólica na obra de Zuzu Angel são, portanto, as convenções estabelecidas sobre a sua produção. É isto que pretendemos investigar neste momento. Além disso, tendo em vista a repercussão positiva que seu trabalho recebeu tanto no Brasil quanto no exterior e a preservação da imagem estabelecida em torno do seu nome ainda hoje, após três décadas da sua morte, caberia perguntar se ela teria desenvolvido um estilo próprio, ou seja, se podemos falar em um estilo Zuzu Angel. Pretendemos identificar as características que se mantiveram ao longo da carreira da designer de moda para, a partir daí, tentar definir o vocabulário da sua produção. Lembrando que quando falamos em linguagem própria ou autoral, é preciso considerar que toda a produção é coletiva. Pois se a produção de moda está localizada, e é afetada pelas estruturas sociais, e se o designer de moda tem sua formação também localizada nessas estruturas, então se conclui que “*a atividade prática e a criatividade estão em relação mútua de interdependência com as estruturas sociais.*”<sup>192</sup> O novo, o singular, se dá nessa relação dialética entre autor e estrutura. Por estas razões, buscamos também levantar e refletir sobre as influências que a ajudaram na constituição de um estilo, bem como as referências que serviram de inspiração.

---

<sup>192</sup> WOLFF. *Op. cit.* p. 23.

## 4.1.

**Moda “genuinamente brasileira”**

O grupo específico de roupas identificado como “genuinamente brasileiro” constitui-se basicamente pelos itens inspirados, por exemplo, em Lampião e Maria Bonita e nas baianas e mulheres rendeiras. (figuras 36 e 37) A referência ao Brasil também se define pelos motivos das estampas exclusivas desenvolvidas sob a supervisão de Zuzu, para os quais buscava inspiração na natureza tropical, principalmente nos pássaros, borboletas e flores. O emprego de materiais como rendas e bordados artesanais, pedras semi-preciosas, contas de madeira, bambus e conchas também caracteriza este grupo. Foi com essa linguagem de mistura de matérias-primas e temas que evocam a brasilidade que a designer de moda conseguiu obter reconhecimento nacional e internacional, sobretudo nos EUA.



Figura 36 - Roupas inspiradas em Lampião e Maria Bonita.



Figura 37 - Roupas inspiradas na indumentária das baianas.

O fato de Zuzu Angel ter sido uma brasileira, que produziu no Brasil, com materiais nacionais, já poderia ser considerado o suficiente para caracterizar a sua produção como brasileira. No entanto, estamos falando de características definidas como “genuinamente brasileiras”, e o termo “genuíno” diz respeito ao autêntico,

natural e puro. Ou seja, algo que teria se originado no Brasil, sem influências externas, motivado a partir de um contexto exclusivamente nacional. Mas isso seria possível? Existiria o original? Ainda mais no caso de um país como o Brasil que se define por uma “ambigüidade fundamental: a de sermos um país latino, de herança cultural europeia, mas etnicamente mestiço, situado no trópico, influenciado por culturas [...] ameríndias e africanas.”<sup>193</sup> Por isso, um problema que se apresenta está relacionado à caracterização da identidade brasileira. Seria preciso, antes de mais nada, estabelecer o que seria a identidade brasileira na moda para, a partir daí, podermos verificar comparativamente se Zuzu Angel lançou uma moda “genuinamente brasileira”.

Podemos afirmar que a preocupação em definir e expressar as características genuinamente brasileiras - legítimas para representar a imagem de sua identidade nas suas manifestações artísticas - existe no Brasil desde o século XIX. A recorrência desta intenção mostra uma tentativa de resolver a ambigüidade acima mencionada. Tal discussão ganha força no mundo atual pós-moderno que percebe a “homogeneização cultural”<sup>194</sup> das sociedades globalizadas. Diante de tantos padrões globais, um dos aspectos das sociedades seria o reforço de suas identidades locais como forma de resistência à globalização e de penetração em outras sociedades através do reconhecimento de suas particularidades. O interesse em investigar as expressões destas características particulares possivelmente seria uma das razões para o fato desta produção de Zuzu Angel ser considerada exemplar e ter ganho maior notoriedade nos últimos anos.

Com o Romantismo e os romances indianistas de José de Alencar, surgiram os primeiros exemplos de manifestações nacionalistas. Mais adiante, o Modernismo trouxe como uma de suas propostas principais a de conferir para a arte brasileira uma identidade própria,<sup>195</sup> sobretudo a partir do Manifesto Pau-Brasil, em 1924, sob a liderança de Mário de Andrade. Suas formulações tentavam, ao mesmo tempo, estar em sintonia com a época e representar o olhar brasileiro. As criações deste movimento mais se caracterizavam por uma espécie de nacionalismo ufanista que reivindicava referências folclóricas. No campo da moda brasileira

<sup>193</sup> Apud. ZILIO, Carlos. *A Querela do Brasil: a questão da identidade da arte brasileira*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1997. p. 47.

<sup>194</sup> HALL. *Op. cit.* p. 76.

<sup>195</sup> ZILIO, Carlos. *A Querela do Brasil: a questão da identidade da arte brasileira*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1997.p. 17.

essa preocupação toma forma num momento posterior, mas parece seguir o mesmo tipo de evolução que ocorreu no campo artístico.

A observação deste aspecto condiz com a noção de campo desenvolvida por Peirre Bourdieu. Segundo este autor, a estrutura que organiza o campo está sempre em mutação direcionando-se a uma maior autonomia, o que significa buscar independência para estabelecer internamente as próprias regras de funcionamento deste campo, ou seja, determinar as regras e instâncias específicas para legitimação e as normas e instituições para a formação dos produtores,<sup>196</sup> dos peritos de consagração (críticos, jornalistas, e produtores de moda, organizadores de desfiles, etc.) e do público consumidor. A autonomia do campo da moda significa independência em relação aos outros campos de produção de bens simbólicos como o campo da arte, da literatura, do cinema e também em relação ao campo político e econômico. Paralelamente à construção da autonomia, o campo estabelece os “*princípios específicos de percepção e de apreciação do mundo natural e social*”<sup>197</sup> e esses gostos correspondem a uma hierarquia interna de produtores, que vai desde os tradicionais, passando pelos de vanguarda até o mais popular ou comercial e para cada um desses níveis de produção corresponde um público específico. Além disso, a autonomia de cada campo acontece em um momento distinto, e isso permite que um campo possa se apropriar das conquistas de outros campos, o que ocorre, por exemplo, quando o campo da moda assume o mesmo princípio de representação previamente estabelecido pelo campo da arte.

O processo de colonização sofrido pelo Brasil fez todos acreditarem que os produtos importados eram incondicionalmente superiores aos nacionais. Nos anos 60, segundo Erika Palomino, iniciou-se “*um movimento de valorização do produto nacional e a conseqüente desmistificação do estrangeiro*”<sup>198</sup>, que era a proposta de Zuzu Angel que começou a se destacar nesta década. A indústria têxtil brasileira foi uma das responsáveis pela valorização interna do produto nacional. Durante a Segunda Guerra Mundial, este setor da indústria obteve aumento de suas ativi-

<sup>196</sup> Produtor é o termo específico usado para designar o responsável pela produção dos objetos simbólicos do campo no qual se insere. No campo da moda o produtor poderia ser o estilista, portanto não se deve confundir com a profissão do produtor de moda que é aquele encarregado de escolher as roupas, o *casting*, e tudo mais que for necessário para a viabilização de desfiles ou fotografias de moda.

<sup>197</sup> BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 64.

<sup>198</sup> PALOMINO. *Op. cit.* p.77.

dades incluindo as exportações. Esse desenvolvimento elevou a qualidade técnica da moda nacional.<sup>199</sup> As empresas queriam conquistar o mercado de consumo de tecidos finos no Brasil e, para isso, precisavam atrair a atenção de costureiros, colonistas sociais e mulheres da alta sociedade, indiferentes ao produto nacional.<sup>200</sup> A Tecelagem Bangu, no Rio de Janeiro, e a Matarazzo, em São Paulo, fizeram contratos com costureiros franceses, para que estes desenvolvessem coleções que usassem seus tecidos em desfiles apresentados para os “formadores de opinião”. Na época, a França definia os padrões a serem seguidos pela moda brasileira, portanto a estratégia definida por estas empresas era adquirir para sua produção o aval de qualidade conferido pelos grandes nomes da alta-costura. Outra iniciativa da Tecelagem Bangu foi a promoção de concursos de beleza e elegância por todo território brasileiro, que se tornaram muito famosos.

Uma das primeiras manifestações no campo da moda brasileira que revela o mesmo tipo de preocupação preexistente no campo da arte, ficou a cargo da Cia. Brasileira Rhodiaceta (Rhodia). A filial do grupo têxtil e químico francês, Rhône-Paulenc, foi a primeira tecelagem a produzir fibras sintéticas no Brasil.<sup>201</sup> A empresa idealizou como parte de sua campanha publicitária de divulgação de seus produtos, a promoção de desfiles cujo tema era a identidade brasileira. A partir de 1958, passou a acontecer anualmente em São Paulo, a FENIT (Feira Nacional da Indústria Têxtil). A feira era, segundo Maria Claudia Bonadio, um espaço para a celebração da moda “democrática”, pois os ingressos eram vendidos a preços populares, atraindo um público maior, diferente do público seletivo convidado para os disputados desfiles da Bangu e da Casa Canadá. Além disso, a FENIT se notabilizou por abrigar os desfiles da Rhodia.<sup>202</sup> Em 1963 aconteceu o primeiro “show-desfile” de peso da empresa, chamado de *Brazilian Look*.<sup>203</sup> Nele foram apresentados modelos criados por oito grandes nomes da alta-costura nacional. No ano seguinte, 1964, o tema foi *Brazilian Nature* e em 1965, *Brazilian Primitive*. Estes desfiles apresentaram modelos criados por estilistas como Dener, Alceu Penna, Ugo Castellana e Jorge Farré com tecidos de estampadas desenvolvidas por artis-

<sup>199</sup> JOFFILY, Ruth. *O Brasil tem estilo?* Rio de Janeiro: Senac nacional, 1999, p. 23.

<sup>200</sup> DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo: Babel Cultural, 1988. p.67-80.

<sup>201</sup> *Idem*. p.67.

<sup>202</sup> BONADIO, Maria Claudia. *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970*. Campinas, SP: [s. n.] 2005. p. 87.

<sup>203</sup> *Idem*. p. 119-120.

tas como Mabe, Volpi, Vergara e Barsotti.<sup>204</sup> Esta iniciativa da Rhodia dava continuidade à intenção de Pietro Maria Bardi que, em 1952, realizou no MASP a exposição, chamada *Brazilian Fashion*, para a qual convidou artistas para criarem estampas e modelos de roupas a partir de títulos como macumba, bala de côco, jangada e favela.<sup>205</sup>

Quando Zuzu Angel idealizou a coleção *International Dateline Collection I*, que foi desfilada na Bergdorf Goodman, em 1970, possivelmente ela imaginava que para garantir a conquista de um espaço no campo internacional seria preciso apresentar uma novidade para aquele mercado. Seria igualmente importante se fazer entender para que seus produtos pudessem ser absorvidos e consumidos. Na época, como para muitos ainda hoje, a imagem que os americanos tinham sobre o Brasil era muito limitada. O Brasil era divulgado no exterior como um país exótico, com sua floresta tropical habitada por índios e araras, ou como o país do Carnaval, do samba, ou ainda da bossa nova, que associava as imagens da praia, do sol e da sensualidade da “*menina, que vem e que passa. Num doce balanço a caminho do mar*”.<sup>206</sup>

Vale mencionar que o cinema teve grande influência na configuração do imaginário sobre o Brasil no exterior. Na década de 40, a política da boa vizinhança<sup>207</sup> teve como um de seus agentes Walt Disney que produziu sob encomenda do governo americano os filmes: *Saludos, Amigos (Alô, amigos)*, em 1944 e *The Three Caballeros (Você já foi à Bahia?)*, 1946. Em *Saludos, Amigos*, estreiou o personagem do papagaio Zé Carioca, que foi apresentado ao novo amigo, o pato Donald. Em *The Three Caballeros*, Zé Carioca convence Donald a acompanhá-lo numa visita à Bahia onde este se rende aos encantos da baiana Iaiá, interpretada por Aurora Miranda. As duas películas de animação seguem a mesma fórmula. Donald se comporta como um turista à procura de extravagâncias ao visitar lugares exóticos. As cenas exibidas são consideradas reducionistas e são criticadas por submeter o “desconhecido” à uma condição inferior.

<sup>204</sup> BARROS. *Op. cit.* p. 36.

<sup>205</sup> *Idem.* p. 36.

<sup>206</sup> Trecho da música *Garota de Ipanema*, de Tom Jobim e Vinicius de Moraes, composta em 1962.

<sup>207</sup> Implantada pelo governo americano a partir do início dos anos 1930, que consistiu no esforço de desenvolver estratégias destinadas a estreitar os laços comerciais, políticos e culturais dos Estados Unidos com a América Latina, especialmente com a Argentina, o Brasil e o México.

A imagem da baiana foi muito divulgada, na década de 40, por Carmen Miranda. A cantora e atriz atuou em dez filmes de Hollywood e é possivelmente até hoje, a brasileira que mais fez sucesso no exterior. Com seu figurino desenvolvido por Alceu Penna, divulgou uma imagem estilizada da baiana. Os seus filmes americanos foram muito criticados no Brasil por divulgar referências um tanto equivocadas, confusas e caricatas sobre o Brasil.

Em 1953, o filme *O Cangaceiro*, dirigido por Lima Barreto, ganhou no Festival de Cannes os prêmios de melhor filme de aventura e trilha musical. Depois disso, podemos dizer que a imagem do Brasil no exterior, começava a mudar, diferenciar da imagem divulgada por Carmen Miranda. Mostrou-se um outro lado do nordeste, o do clima seco das caatingas, povoado pelos cangaceiros de bandos como o de Lampião. Estes personagens também foram levados às telas por diretores como Nelson Pereira dos Santos e Glauber Rocha, que obtiveram grande sucesso internacional com suas produções na década de 60. Em 1961, Nelson dirigiu *Mandacaru vermelho*. Em 1964, Glauber Rocha dirigiu *Deus e o diabo na terra do sol*, o filme foi aclamado pela intelectualidade brasileira em sua primeira sessão lotada no Cinema Ópera. Em 1969, Glauber recebeu em Cannes o prêmio de melhor direção por *O dragão da maldade contra o santo guerreiro*, que explorava o mesmo tema.<sup>208</sup>

Estes estereótipos divulgados pelo cinema coincidem com as inspirações de Zuzu Angel na sua coleção de 1970:

“Para fazer sucesso no mercado internacional, que contava com estereótipos banais sobre o Brasil, Zuzu evocou a imagem de Carmen Miranda para seu primeiro desfile de moda. [...] Zuzu também imprimiu exageros a outras imagens folclóricas brasileiras, como uma Maria Bonita elegante, com chapéu de cangaceiro, e os vestidos de noiva enfeitados com renda nordestina. As suas criações cobriam o corpo feminino com diversas referências à natureza brasileira e à sua cultura exótica.”<sup>209</sup>

As roupas inspiradas nas baianas remetem ao traje folclórico típico, mas a ligação com a indumentária estilizada de Carmen Miranda é talvez mais direta, o que foi observado pela imprensa americana (como comentado no capítulo anterior). Logicamente as roupas criadas por Zuzu, por serem destinadas ao uso “comum”, e não ao figurino, são mais simplificadas do que as fantasias da cantora.

<sup>208</sup> FILHO, Rubens Ewald. *Dicionário de cineastas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2002.

<sup>209</sup> GREEN. *Op. cit.*



As baianas de Zuzu vestiam saias rodadas e turbantes em tecido de estampa floral miúda e *bustiers* que deixavam a barriga à mostra. Como acessório, um molho de balangandãs era pendurado a uma corrente que envolvia a cintura. Os balangandãs são conjuntos de amuletos que eram usados pelos escravos para espantar o mau-olhado. Cada um dos amuletos possui um significado, simbolizando, por exemplo, orixás e santos. O traje das baianas, fonte de inspiração para estas roupas, tem sua origem na indumentária africana e embora tenha sido adaptado no Brasil, não poderia por esta razão ser considerado originalmente nacional.

As roupas inspiradas em Lampião e Maria Bonita utilizam tecidos com estampas em floral miúdo. Os modelos das roupas seguem um padrão tradicional e por isso lembram muito pouco a indumentária do cangaceiro com todos os seus detalhes utilitários. A alusão à fonte de inspiração fica mais a cargo dos acessórios como o lenço amarrado ao pescoço e das botas, chapéus e cintos muito mais pelo emprego do couro do que pela forma que não segue a risca as características formais dos acessórios dos cangaceiros. Na ausência dos acessórios, que fazem parte do produção deste *look* para o desfile, talvez não fosse possível estabelecer a ligação com a fonte de inspiração. Tanto as roupas como os acessórios possuem aplicações de pedras semi-preciosas e isso sim nos parece caracterizar uma novidade, não tendo sido anteriormente utilizado por outros estilistas. Essas pedras de seixo de rio na época eram usadas para ornamentar objetos como os cabos de colherinhas de café, que, segundo Hildegard, eram consideradas bastante cafonas:

*“Na época essas pedrinhas semi-preciosas brasileiras, tinham um cunho quase que pejorativo. Elas eram vistas como coisa menor, como coisa desimportante. Você comprava aos punhados por nada e ninguém comprava, tinha-se o conceito de que eram cafonas aquelas colherinhas de café com pedrinhas. Tudo era considerado cafona. Havia aquela rejeição do brasileiro à sua própria história, ao seu próprio produto. E ela não, ao contrário, ela tinha a maior fascinação pelas pedras.”*<sup>210</sup>

Além das pedrinhas de rio, a designer usou entremeios e barras de renda de bilro, rendas renascença, contas de madeira e bambus, materiais até então inexplorados pela moda brasileira, ou, pelo menos, pela moda de alta qualidade ou custo elevado. Na época as rendas usadas no Brasil eram as francesas ou belgas como *gripir* e *mariscot*. As rendas brasileiras eram vendidas em feiras, eram muito baratas e seu uso era basicamente destinado ao acabamento de roupas íntimas femini-

<sup>210</sup> Hildegard Angel em entrevista à autora em 05 de outubro de 2005.

nas. Tanto as rendas brasileiras de algodão, como as pedras semi-preciosas eram consideradas deselegantes, populares, indignas para a aplicação na alta-costura ou mesmo no *prêt-à-porter*. A aplicação ou adaptação de peças prontas como toalhas e caminhos de mesa de renda que Zuzu usava para criar vestidos representavam uma grande novidade, na medida em que apresentavam uma proposta de uso não previamente planejada pelas artesãs. Estas peças também são um claro exemplo de produção coletiva. (figuras 38 e 39)



Figura 38 - Roupas feitas a partir de rendão do Norte. Ao lado, vestido de noiva confeccionado com toalha de mesa bordada.

A utilização destes materiais e técnicas pode ter sido influenciada pelo movimento *hippie* que influenciou a revigoração do artesanato, nos EUA e Inglaterra.<sup>211</sup> Em 1968, estreou o filme musical *Hair* que apresentou ao mundo o visual e a ideologia dos integrantes do movimento. Em 1970, uma adaptação do musical foi encenada no Rio de Janeiro e obteve grande sucesso. Também em 1968, foi inaugurada a Feira Hippie de Ipanema, na Praça General Osório, que divulgava e comercializava pinturas, esculturas, móveis, artigos para decoração e, posteriormente, roupas e acessórios, ao estilo do movimento.

<sup>211</sup> HAYNE. *Op. cit.* p. 196.

Outra referência importante para a época foi a Tropicália. O movimento surgiu em 1967 e durou pouco mais de um ano. Seus articuladores gravaram o disco-manifesto, *Tropicália ou Panis et Circenses*, em maio 1968. O disco teve a participação de Gilberto Gil, Caetano Veloso, Tom Zé, Gal Costa, Torquato Neto, Nara Leão e do grupo Mutantes, formado por Rita Lee, Sérgio Dias e Arnaldo Batista. “Note-se aqui a velocidade e perspicácia da publicidade da Rhodia [...]”<sup>212</sup> que em abril lançou com este tema a campanha publicitária veiculada na revista *Jóia* e em agosto apresentou o show *Momento 68: A tropicália*, na FENIT. Os protagonistas do show foram Caetano Veloso e Gilberto Gil, os maiores ícones do movimento.



Figura 39 - Roupas com babados e terminações em rendas de bilro.

A Tropicália aproveitou-se dos manifestos da Poesia Pau-Brasil e Antropofágico de Oswald de Andrade. O movimento retomou um caminho que os modernistas haviam começado a trilhar. Suas músicas pretendiam empregar trechos que remetessem ao clássico, ao folclórico brasileiro como o baião e que, ao mesmo tempo, incorporassem elementos do *pop* internacional. As letras apresentavam diferentes referências visuais, como na música *Tropicália*, que Caetano Veloso compôs em 1967 e que mostra com clareza um posicionamento ufanista. Sua letra

<sup>212</sup> BONADIO. *Op. cit.* p. 217-218.

traz uma sucessão de enaltecimentos às mais populares representações míticas de brasilidade, dizendo viva para a bossa, a palhoça, a mata, a mulata, a Bahia, Iracema, Ipanema, a banda e, por fim, Carmem Miranda.

Os temas celebrados no campo musical pelos tropicalistas, estavam presentes no trabalho de Zuzu e também se manifestaram em outros campos de produção artística. Mais uma vez o brasileiro buscava encontrar sua identidade. Este movimento pode ser considerado uma versão brasileira do movimento hippie, incorporando elementos brasileiros à nova filosofia de vida importada e tentando produzir uma identidade própria.

Em 1969, o *patchwork* foi revivido na Europa e nos EUA e Yves Saint Laurent, por exemplo, usou a técnica em vestidos de alta-costura e de casamento, misturando retalhos de rendas e cetins nobres.<sup>213</sup> Para citar mais uma vez uma iniciativa da Rhodia, neste mesmo ano, a empresa explorou de novo a cultura popular com o show *Nhô-Look*. Nele, Rita Lee interpretou uma caipira (Ritinha Malazarte) que cantava e desfilava junto com as manequins que apresentavam a coleção homônima da Rhodia.<sup>214</sup> Rita Lee usava um vestido de retalhos, como aqueles típicos da indumentária caipira paulista. Esta técnica foi amplamente explorada por Zuzu Angel, que misturou retalhos de rendas brasileiras, tecidos estampados e também camurças e crochês. Na maioria de suas peças em *patchwork* usou um elemento decorativo muito comum na indumentária *hippie*, que eram as longas franjas, por vezes ornamentadas com contas de madeira. Este grupo não poderia ser classificado como “genuíno brasileiro”, pois, tanto as rendas brasileiras, como a técnica de emendar retalhos têm origem na influência da colonização européia. (figuras 40 e 41)

---

<sup>213</sup> HAYNE. *Op. cit.* p. 197.

<sup>214</sup> BONADIO. *Op. cit.* p. 221.



Figura 40 - Vestidos em *patchwork* com retalhos de rendas.



Figura 41 - Vestidos em *patchwork* com retalhos de rendas e tecidos estampados.

Nesta fase da carreira de Zuzu Angel, seu pensamento projetual foi, justamente, o de repetir a ideologia nacionalista e aplicar à sua coleção uma concepção mítica de identidade. Assim, apropriou-se de temas regionais e locais, previamente consagrados e que faziam parte do imaginário coletivo. Na forma os modelos não apresentavam grandes novidades, eram feitos tradicionais confeccionados com matéria-prima brasileira ou decorados com elementos tipicamente folclóricos. Não acreditamos que basta utilizar elementos artesanais ou materiais nacionais para a atribuição do significado de “genuíno brasileiro”. Ainda mais quando se reivindica manifestações locais como expressões do todo, justo o brasileiro que mais se caracteriza pelo múltiplo e diverso.

Na verdade, não existe neste momento de nossa reflexão a intenção de se chegar a uma conclusão sobre o que seria a identidade cultural brasileira na moda e nem mesmo de determinar se ela existe. A questão da identidade talvez mereça uma investigação, mas não é algo simples de se enunciar e provavelmente está muito mais relacionada a um comportamento, uma atitude típica brasileira, do que ao emprego de certos materiais. Inclusive, caberia ainda questionar, se na pós-modernidade, quando as referências passam a ser mundiais, esta preocupação seria pertinente.

#### 4.2.

#### Moda “prática e feminina”

A observação da trajetória de Zuzu Angel nos mostrou como ela esteve em sintonia com a ideologia dos movimentos feministas. O fato de ter recebido o diploma conferido pelo Conselho Nacional de Mulheres, de ter participado do *Fashion Group* e do *Internacional Council of Women*, comprovam essa afirmação. Seus depoimentos prestados à imprensa demonstram sua preocupação em valorizar o papel da mulher na sociedade e especificamente no campo da moda brasileira, onde até então poucas mulheres haviam se destacado. Ela costumava dizer que gostava que a mulher falasse, se expressasse, e pareceu querer tornar isto explícito por meio das roupas que criou. Embora Zuzu, não tenha participado efetivamente dos movimentos feministas brasileiros, estava de acordo com as reivindicações do movimento, como nos disse Rose Marie Muraro: “*Para ser minha amiga na épo-*

ca era preciso ser muito feminista, e nós éramos grandes amigas.”<sup>215</sup> As duas se conheceram em 1971, após a morte de Stuart, quando Zuzu buscava encontrar o corpo do filho. Segundo Rose, uma das razões para a aproximação delas foi que ambas eram mal vistas pelos militares. Zuzu Angel porque os denunciava pela prática de torturas e assassinatos, e Rose por apoiar um comportamento feminino que ia contra os princípios conservadores da classe militar.

Em 1972, Zuzu participou de I Congresso Nacional de Mulheres. O título de sua conferência foi “A mulher no mercado da moda.” Em entrevista à revista *A Cigarra*, ela disse que iria falar, entre outras coisas, que “a imagem que se tem da mulher na moda é de simples costureira (o que significa operária) e consumidora.”<sup>216</sup> No trabalho de Zuzu, o artesanal, usualmente executado por mulheres, ganhou cada vez mais espaço nas suas coleções. Os bordados e rendas que empregava proviam de diferentes regiões brasileiras, principalmente, Nordeste e Minas Gerais. Embora o visual do movimento *hippie* tenha adotado o artesanal e étnico, quando Zuzu começou a aplicar o artesanal brasileiro em suas criações, isso ainda era uma grande novidade no Brasil, ainda mais se falamos de roupas de “altacostura” ou com um padrão de qualidade elevado. A designer levou para a passarela, materiais e técnicas consideradas inferiores e inadequadas para o traje “*habillé*” e conseguiu por meio de sua assinatura de renome conferir um *status* elevado à sua produção, independentemente da matéria-prima empregada.

Com o sucesso de vendas alcançado nos Estados Unidos, Zuzu que nos pareceu ter sempre acompanhado os rumos da moda mundial, focou sua atenção no mercado americano. Era preciso que suas roupas satisfizessem os desejos da mulher americana e o feminismo tinha muitas adeptas na América. O movimento que se opunha à sociedade machista e conservadora, e reivindicava novos modelos de relacionamento amoroso e liberdade sexual adotou a calça comprida e a mini-saia como símbolos da emancipação da mulher, nas décadas de 60 e 70.

“No começo daqueles anos, numa praça pública, feministas queimaram seus sutiãs. Entre elas, muitas com calças compridas, muitas com jeans. Mas não só entre as militantes do movimento feminista este símbolo de libertação feminina foi usado. A moda da mulher moderna, afinada com as novidades do mercado que facilitavam a sua vida em casa e preocupada em ter um papel mais atuante na sociedade - seja

<sup>215</sup> Rose Marie Muraro em depoimento à autora em 14 de fevereiro de 2006.

<sup>216</sup> *Anjo ou Demônio*. Revista *A Cigarra*. ano 58, no 11, novembro 1972. p. 72-74.

trabalhando, seja reivindicando o poder de consumidora - incluía calças no guarda-roupa. E para as mais jovens, além da calça, a mini-saia.

O prazer rebelde destes dois itens de vestuário (calça e mini-saia) é evidente. As calças marcavam a apropriação do espaço masculino pelas mulheres. A mini-saia assinalava que elas então poderiam fazer sexo com quem quisessem, sem correr o risco de engravidar, tendo o direito ao prazer sexual tanto quanto o homem.<sup>217</sup>

Pouco antes do período em que o trabalho de Zuzu Angel alcançou notoriedade, surgiu em Londres a moda jovem caracterizada não só pela mini-saia de Mary Quant, mas também por um *look* unissex composto pela combinação da calça com a camiseta. No entanto, a produção de Zuzu não tinha como alvo principal o público jovem e sim as mulheres numa faixa etária um pouco mais elevada. Diferente do que aconteceu no início dos movimentos feministas quando a luta por direitos igualitários entre os gêneros encaminhou a imagem da mulher em direção à masculinização de sua aparência e vestuário, com o fortalecimento do individualismo a sociedade pós-moderna passou a querer afirmar a feminilidade como símbolo de distinção e valorização. Esta nos parece ser uma possível razão para Zuzu Angel ter explorado o repertório que naquele contexto estava historicamente associado ao vestuário feminino. Suas criações utilizavam principalmente saias e vestidos e os detalhes ficavam por conta da aplicação de babados, bordados e variações em decotes e mangas. Suas criações não exploravam a imagem feminina associada à conotação sexual. Em geral, suas modelagens eram amplas e os decotes raramente exagerados. (figuras 42 e 43)

O desejo das mulheres modernas que queriam independência financeira, o direito de trabalhar fora e ocupar cargos elevados adotou novas formas e materiais para as roupas. O guarda-roupa feminino deveria estar associado aos conceitos de praticidade e funcionalidade. Durante a década de 60, as fibras artificiais ganharam espaço na confecção de itens de vestuário. Tecidos compostos por poliéster e nylon foram aprimorados. As campanhas para estimular a aceitação dos sintéticos pelas classes elevadas divulgavam vantagens como a resistência a repetidas lavagens sem desbotar, nem deformar e o não amarrotamento. Nos Estados Unidos, onde a indústria têxtil havia atingido originalmente maior desenvolvimento, estes materiais estavam adaptados ao uso mais irrestrito. Nas coleções de Zuzu, embora predominassem as fibras naturais como o algodão e a seda, os sintéticos e os mis-

<sup>217</sup> CASTRO, Mayra Corrêa. *Feminismo Prêt-à-porter - significação da aparência da imprensa feminina e feminista do Brasil*. Cadernos AEL. No. 3/4. 1995/1996. p.35.



tos como o *Polybel*, desenvolvido pela fábrica Santa Isabel, foram incorporados, possivelmente pelo contato da designer com o mercado americano.



Figura 42 - Vestidos longos e rodados com babados, franzidos e variações de mangas e decotes.



Figura 43 - Vestidos de modelagem ampla e comprimento midi.

As sobreposições e as saias transpassadas eram peças consideradas funcionais e foram adotadas por Zuzu. O macacão e o *chemisier*, que vestiam com uma única peça e de abotoamento frontal, também eram vistos como roupas práticas e estavam presentes no seu trabalho. (figuras 44 e 45) O *midgriff*, que a designer garantiu ter inventado<sup>218</sup> se identificava com a imagem de uma mulher moderna. A barriga de fora já era usada desde a coleção Pastoral, anterior à primeira *International Dateline Collection I* que aplicou a peça nos modelos inspirados nas baianas. Este modelo continuou presente, por exemplo, até a coleção *Mãe e Filha*. Além de deixar à mostra essa parte do corpo, o *bustier* era divulgado como uma peça que dispensava o uso do *sutien*, lingerie associada à opressão feminina. Discutia-se sobre as possibilidades de comprimentos para saias e vestidos que podiam variar entre a mini, a midi e a maxi. Zuzu Angel em sua intenção de oferecer uma moda mais “liberal” costumava oferecer seus modelos em diferentes comprimentos e sobre a maxi saia declarou: “*A mulher brasileira mesmo, que trabalha, enfrenta a cidade em seus dias movimentados, não poderá se dar ao luxo de usar uma roupa sem nenhum sentido prático, como a maxi-saia.*”<sup>219</sup>



Figura 44 - Look “funcional em camadas”

<sup>218</sup> *Eu sou a moda brasileira*. Jornal Nacional. Corpo & Roupas. Domingo, 28 de maio de 1972.

<sup>219</sup> *Zuzu Angel...* Jornal do Brasil - Revista de Domingo. Rio de Janeiro, 10 de março de 1968. p 6.



Figura 45 - Macacão e dois modelos de *chemisier*.

### 4.3.

#### Moda “política”

A coleção de Zuzu Angel conhecida como “moda política” é composta por longos vestidos brancos, com modelagem ampla e salpicados com diversos bordados multicoloridos. À primeira vista, estas roupas parecem ser muito alegres. Seus bordados são representações *naifs* inspiradas no universo infantil, nas brincadeiras de crianças, ou mais precisamente de meninos, que soltam pipa, sobem em árvore e também brincam com soldadinhos de chumbo, tanques e canhões. Mas é preciso analisar essa coleção como um sintoma do momento pessoal da designer como vítima da situação política brasileira por ela vivenciada. A indumentária negra usada por Zuzu no dia do desfile de lançamento desta coleção evoca seu sentimento de luto. Em contraste com a triste aparência da designer, os vestidos alvos ganham uma aparência ainda mais angelical. (figuras 46 e 47)

Este período se caracterizou pela opressão imposta pelo regime militar. Embora o governo buscasse mascarar o tratamento hediondo conferido aos cidadãos

considerados subversivos por meio da rígida censura imposta aos meios de comunicação, a sociedade “sabia” o que se passava nos porões da ditadura. A platéia convidada a assistir o lançamento tinha conhecimento sobre o momento de extremo sofrimento pelo qual Zuzu estava passando. Além disso, a própria designer classificou o desfile como a “primeira coleção de moda política da história”. É com base nestes dados que a interpretação dos vestidos deve ser feita.

Para que a coleção pudesse “passar” pela censura era preciso que a mensagem estivesse disfarçada, por isso o tratamento *naif* conferido aos bordados. Também por esta razão alguns desenhos talvez estivessem ali mais para reforçar a idéia de um universo infantil, como as árvores, flores, casas de campo com chaminé, passarinhos, tambores, que parecem não remeter claramente a um significado específico. Os bordados singelos lembram desenhos feitos por crianças e alguns representam brincadeiras de menino que possivelmente divertiam Stuart naquela fase da vida.



Figura 46 - Dois modelos de vestidos da coleção “moda política”.



Figura 47 - Bordados empregados na coleção “moda política”.

Esta coleção foi a forma que Zuzu Angel encontrou para protestar contra o que havia acontecido com seu filho. Mas ela logo percebeu que aquela batalha era também em nome de outras mães. Ela passou a se dedicar a denunciar as mortes, torturas e desaparecimentos ocorridos durante o governo militar. Usou sua moda como instrumento de protesto tornando-se porta-voz de outros que como ela sofriram com a violência e o silêncio impostos pela ditadura. Por esta razão, neste momento, a utilização de diversos anjinhos não deve ser entendida apenas como o símbolo da marca de Zuzu. A designer dizia que Stuart, quando criança, parecia um anjinho e que, portanto os desenhos representavam seu filho. Além disso, ela chamava de crianças os outros jovens que como seu filho foram vítimas do regime militar. Segundo a crença popular, quando uma criança morre, este ser inocente se transforma num anjo, um mensageiro de Deus, e inocentes seriam estas crianças em nome das quais a designer lutou. Talvez este seja mais um motivo para a representação de tantos anjos em suas roupas, a partir desta coleção.

O regime militar era o responsável pelas crueldades denunciadas e por isso, foram representadas as três forças armadas, através dos uniformes e quepes dos soldadinhos e pelos aviões, tanques, jipes e navios. E, quem sabe, os tambores não seriam uma referência às bandas militares. O sol aparece atrás de grades ou quadrado, em referência à maneira popular de expressar a vida na prisão. A pomba, animal dócil que carrega o ramo de oliveira simboliza a paz e harmonia. Este símbolo tem origem numa passagem do Antigo Testamento, no livro do Gênesis, onde conta-se que ao fim de quarenta e sete dias encerrado na Arca, Noé soltou uma pomba que regressou com um ramo de oliveira no bico, o que mostrava que a água estava baixando e que tinham sido feitas as pazes com Deus.

A coleção mantém uma unidade formal com sua produção anterior, através do uso de cores alegres e do emprego de técnicas de bordado artesanal ou mesmo pela forma ampla da modelagem das roupas que remete às batas usadas pelos *hippies*, referência observada anteriormente em outras características de seu trabalho. Entendemos que quanto mais individual for a inspiração de um tema, mais chances de o resultado produzido possuir características únicas e inovadoras. Por esta razão, talvez seja possível considerar a “moda política” mais criativa no sentido formal que a produção da fase anterior. A representação de sua dor particular conferiu um caráter inovador para estas criações. Notamos uma mudança projetual que difere do método aplicado para a criação das roupas conhecidas como “genú-

namente brasileiras”. O embate com a realidade, quando toma conhecimento sobre o que se passou com o filho, e a presença da rígida censura acabou fazendo com que Zuzu Angel introduzisse uma nova metodologia de projeto. Nesta coleção não existe uma ligação visual direta com um tema de inspiração. Não se trata de uma readaptação e aplicação de um repertório formal preexistente e sim de uma reflexão sobre um conceito mais profundo e talvez ainda mais brasileiro, por que se relaciona àquele momento de forma mais verdadeira e intensa. Neste sentido, poderíamos dizer que ela conseguiu captar o *street ware*, mas não da maneira como isso é normalmente entendido. Não como aconteceu, por exemplo, com a adaptação do punk às passarelas, que esvaziou o conceito original e transformou o objeto em “simples” mercadoria. Sua coleção de “moda política” captou um conceito e produziu reflexão.

Zuzu Angel pode ter sido a primeira a usar a moda para protestar contra a política e foi a única naquele momento, no Brasil, a usar este tipo de expressão com este objetivo. No entanto, outras formas de manifestação também demonstravam posição contrária à ditadura. Assim, a música, o teatro, as artes plásticas, a literatura e a imprensa desenvolviam mensagens em “códigos” numa tentativa de driblar a censura. A oposição sabia como decifrar o código. Depois do desfile na casa do cônsul do Brasil, em Nova York, em 1971, a esquerda, que coincidia com a classe intelectual descobriu o trabalho de Zuzu. A designer parecia ter uma postura contraditória. Ela circulava na alta-sociedade e tinha como clientes estrelas de Hollywood, como Joan Crawford, que ainda por cima era presidente da Pepsi, representando o odiado imperialismo americano. Entretanto, nas roupas de protesto fica explícito o engajamento ideológico de Zuzu, sua postura crítica em relação ao momento vivido. Mas, esse posicionamento já se demonstrava desde as coleções anteriores, quando buscava caracterizar a identidade brasileira e se manifestava a favor dos movimentos feministas. Ela também esclareceu que tinha conhecimento sobre os movimentos de resistência à ditadura. Quando o desfile da *International Dateline Collection I*, foi apresentado na Bergdorf Goodman, Lisa Curtis disse que Lampião e Maria Bonita representavam:

“[...] heróis rebeldes brasileiros dos anos 1920. Eles levavam uma vida de violenta de morte e fé (por mais equivocada que fosse) que nos toca profundamente por sua identificação com a luta violenta de tantos jovens de nossos dias.”<sup>220</sup>

<sup>220</sup> Anexo VIII: Discurso de apresentação da *International Dateline Collection I*.

Acreditamos não ser possível dizer que a primeira fase não esteja imbuída de um caráter igualmente ideológico e isto foi percebido pela elite intelectual, o que a levou a conquistar novas clientes, como Rose Marie Muraro. Além disso, segundo o antropólogo americano, James N. Green, o desfile político além de servir para reforçar a oposição à ditadura, também expandiu o conhecimento que o americano tinha sobre o Brasil. Este desfile, entre outras campanhas contra o regime militar, teria colaborado para anexar um novo estereótipo aos anteriormente relacionados pelos americanos. “Nos anos 1970, o Brasil deixou de ser somente o país das delícias tropicais e passou a ser também a terra de repressão e tortura.”<sup>221</sup>

---

<sup>221</sup> GREEN. *Op. cit.*