

1 Introdução

O meu interesse pelos tecidos de forma mais concisa, o conhecimento de procedimentos de fabricação, técnicas de construção, beneficiamentos e tratamentos, principalmente dos estampados, tivera seu início no ano de 1983, quando de um estágio na Indústria Têxtil Bangu, na Zona Oeste da Cidade do Rio de Janeiro para atender as horas necessárias de estágios de minha graduação. Mas o encanto visual pelos tecidos, ele é mais cedo, vem da minha infância. Quando criança vivia em Minas Gerais e entre meus parentes, alguns eram proprietários de estabelecimentos voltados para a comercialização de tecidos. Uma de minhas diversões favoritas era passar horas a fio nas lojas de tecidos dos meus tios. Portanto, o mundo das popelinas e tricolinas, dos *tweeds*, dos *voil*, das gabardines, dos tropicais, das musselinas, das estampas denominadas de “estampas de época” entre tantos, já me eram familiares desde este tempo. Talvez este gosto atual pelos tecidos seja explicado por uma predisposição do *habitus* adquirido na minha infância, e neste sentido, poderia ser observado a partir dos mesmos estudos antropológicos de Pierre Bourdieu junto à sociedade Cabilla, em sua “teoria da prática”. Mas este não é o objetivo deste estudo.

Naturalmente, já graduado em Engenharia de Produção, fui trabalhar na indústria de moda. Passei a atuar como coordenador de grupos multifuncionais para desenvolvimento de produtos nas empresas onde trabalhei. Em uma dessas empresas, uma rede de lojas de departamento multinacional, uma das áreas de minha atuação foi no desenvolvimento da linha de banho.

Entre as características que tornam um maiô ou um biquíni diferenciado, além da modelagem, são os motivos estampados, quase sempre motivos de época ou étnicos. Neste sentido, ao pesquisar motivos para as estampas dos produtos que nosso grupo desenvolvia, tive contato com toda uma ampla gama de estampas produzidas pela moda em mais de um século de história, as estampas de época. Por outro lado, as saídas de banho, principalmente as cangas, tradicionalmente são produzidas em técnicas de *batik*, o que me levou também a me interessar por técnicas e modos de estampar de sociedades *d'outre-mer*.

Este interesse por tecidos de sociedades autóctones intensificou quando estive dirigindo, por mais de dez anos, um grupo de desenvolvimento de produtos em uma grife de roupas *surf-wear* no Espírito Santo. Os tecidos e os motivos estampados da Polinésia, em especial do *Hawaii*, do arquipélago que se constitui a Indonésia, mais

precisamente a Ilha de Bali, exercem um fascínio na moda *surf*, ou seja, faz parte da tradição do segmento apresentar coleções de bermudas e camisetas que em seus padrões e padronagens, estampas localizadas, invocam a cultura e a geografia destas regiões. O envolvimento com tecidos, atualmente, ainda é maior, pois atuo como professor de disciplinas relacionadas à tecnologia têxtil em cursos de graduação em design de moda e é também o objeto de estudo em minhas pesquisas acadêmicas.

Trabalhar com moda, especialmente atuando como coordenador de equipes de desenvolvimento de produtos, principalmente com a mundialização da economia, com seus reflexos no segmento a partir dos anos 1990, significou estar atento ao que estava acontecendo em nível global. E como roupa não é só imagem, ela tem elementos de construção, por exemplo, novas tecnologias de costura, técnicas de adornamentos (entre elas bordados e estampas), qualidades tácteis dos tecidos, processos de tingimento, entre outros, obriga a quem está à frente de grandes negócios, onde as apostas erradas podem causar grandes prejuízos financeiros, a manter em suas agendas, viagens regulares para os locais onde acontecem as grandes feiras de lançamentos de novos produtos, forte concentração de marcas e sede de conglomerados de luxo. Não estamos falando só de moda pronta, mas de novas tecnologias, diferentes matérias-primas, processos de comercialização etc., o que significava viagens regulares a Nova York, Londres, Paris, Milão e às vezes ao Havaí para a moda surf.

Ao longo deste período em que realizei viagens, profissionalmente, para pesquisar tendências de moda, entre uma atividade e outra, sempre reservei parte do tempo para visitar exposições que estavam acontecendo nos grandes museus de arte. Com o fenômeno do crescimento das exposições de moda que vem acontecendo nesses museus nas últimas duas décadas, as visitas a esses locais de lazer passaram a ser obrigação, já que estas exposições, de certa forma, exercem alguma influência no segmento de moda. Muitas vezes as temáticas trabalhadas pelas curadorias são apropriadas pelos promotores das tendências. Além do mais, essas mostras são verdadeiros acontecimentos de mídia no mundo *fashion*.

As exposições de moda em museus de arte, geralmente optam por mostrar os objetos aos mesmos moldes de uma escultura de um Giacometti, ou quando se trata de tecidos, muitas vezes emoldurados, como se fossem um quadro de Cézanne. O modelo de apresentação preferido é o da contemplação estética. Para quem não é leigo no assunto, essas exposições, de certa forma, causam certo estranhamento, pois

sabemos que por trás de um objeto de moda, que ser seja um vestuário ou tecido, na cabeça de quem os projeta, há todo um processo de classificação envolvido no momento do desenvolvimento, qual consumidor pretende atender, quais são os hábitos de consumo deste consumidor, quais as possíveis razões para a aquisição, e com isso, que técnica, que modelagem, que tecidos, e quais os adornos devem ter as roupas para atender aos pré-requisitos. Ao lado dos modelos expostos, quase nenhuma informação sobre estas questões.

A opção para quem deseja adquirir algum conhecimento nessas mostras que optam por exibir esses designs¹ de têxteis para contemplação estética é comprar os catálogos nas lojas de *souvenirs*, que normalmente são acompanhados de ensaios dos curadores e de outros convidados, em geral críticos e historiadores de arte. Apesar dos catálogos proporcionarem uma ênfase maior ao valor estético desses objetos, de certa forma traz informações, frutos das pesquisas das curadorias, sobre a história e o contexto social da produção deles. Mas como o objetivo dessas publicações não é realizar uma análise sociológica, o contexto social e tecnológico, as propostas intrínsecas na produção destes objetos quase sempre ficam a desejar. Neste sentido, quem visita essas exposições com objetivo de obter conhecimento sobre designs de têxteis acaba ficando desapontado.

Sobre os designs em tecidos das vanguardas modernistas das primeiras décadas do século passado, as exposições nos museus de arte e os artigos que fazem parte de seus catálogos ainda têm sido o material de melhor qualidade visual e acadêmica até então feito sobre esta produção. Não são encontradas na literatura da História da Arte desta época, o Modernismo, e mesmo na História do Design, referências que venham esclarecer, de forma consistente, as condições sociais, políticas e tecnológicas da atuação de artistas como designers no segmento do design de têxtil para moda e decoração nas primeiras décadas do século passado.

¹ Ao longo desta tese, a palavra “design” aparece de forma constante. Sendo assim, é melhor definir como a estou empregando. Assim como Adrian Forty trabalha o significado de “design” em seu livro *Objetos de Desejo* (2007), aqui, utilizo do mesmo procedimento. Como é utilizada na linguagem cotidiana, assume significados comuns quando aplicada a artefatos. Em um sentido, refere-se à aparência das coisas, com conotações de beleza, e tais julgamentos são feitos, em geral, com base nisso. O segundo sentido refere-se à preparação de instruções para a produção de bens manufaturados, e este é o sentido utilizado quando, por exemplo, alguém diz “estou trabalhando no design de uma cadeira”.

Por último, utilizo a palavra no sentido coletivo, em referência ao resultado final de uma atividade projetual, por exemplo, “os designs de cadeira de Marcel Breur”, ou “os designs de inverno da coleção de Donna Karan para 2016”, ou “os designs de têxteis de Raoul Dufy da década de 1920” e assim por diante.

Como nesta pesquisa eu proponho oferecer informações sobre estes designs para além da simplificação da mostra estética, por entender que elas não oferecem dados esclarecedores sobre esta produção plástica e acima de tudo, destinada a um público mais ou menos conhecedor das manifestações modernistas, há com isso, por parte das curadorias, uma negligência para com o observador leigo, ou até mesmo para quem já atua profissionalmente como designer de têxteis. Desta forma, antes mesmo de dissertar sobre os objetos dessas mostras, o meu material de trabalho, e apresentar informações e percepções sobre eles, julgo que seria melhor analisar qual é o contexto onde essas mostras estão inseridas, para entender às razões de suas limitações e assim propor outras formas de olhar para esses artefatos. Para isso, utilizei no segundo capítulo – cujo título é: “Vestuário e tecidos como objetos de exposições estéticas” – como recurso para minhas análises, matérias sobre estas exposições que circularam na imprensa nova-iorquina, mais precisamente nos cadernos de economia, moda e arte do The New York Times, além dos estudos de Carol Duncan sobre os museus de arte, em *Civilizing Rituals: inside public art museums* (1995). Neste livro, Duncan, em uma discussão bem animada, explora temas centrais envolvidos na realização e exibição de arte como indústria e como uma prática pública, analisando como nações, instituições e particulares apresentam a arte para a comunidade e como museus de arte são moldados por determinantes culturais, sociais e políticos

Por outro lado, fui buscar na literatura sobre *marketing* cultural, mais precisamente nos estudos de François Colbert, as razões econômicas para o surgimento e crescimento, de certa forma exagerados, na minha opinião, das mostras de moda nos museus de arte. Este olhar foi no sentido de desvendar as estratégias que estas mostras estão cumprindo, entre elas a associação à indústria cultural², no intuito de gerar ganhos financeiros e até mesmo aumentar o fluxo turístico. Como estratégia para se constituírem atrações nestes espaços, proponho como hipótese que existe uma tentativa de *artificalização* destes objetos de moda. Neste sentido, utilizei de análises da Sociologia, mais precisamente nas teorias sociológicas da arte, das autoras Nathalie Heinich, Roberta Shapiro, Diane Crane (2012), sobre o processo de transformação de um produto, até então considerado artefato, o vestuário ou têxtil, como produto de

² O termo foi criado pelos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer a fim de designar a situação da arte na sociedade capitalista industrial.

arte. Mas não deixei de levar em consideração também as relações de poder no ato de legitimação de roupas como arte, baseado na teoria do “campo” da arte de Pierre Bourdieu.

Uma abordagem formalista que constitui a essência das exposições de arte, e utilizada nas exposições de designs de têxteis, numa perspectiva kantiana, tratando esses objetos como obra de gênio criador, relegando-os à contemplação pura, sem apresentar os contextos que foram projetados, pouco contribui para elucidação do papel dos têxteis na História do Design. Desta forma, acentua-se mais ainda o distanciamento da historiografia da produção moderna de objetos do design de têxteis. Neste sentido, no capítulo três, procuro indicar outras abordagens possíveis para olhar para esses artefatos, com apoio da História Social, da Sociologia e da Antropologia, no intuito de produzir conhecimento a partir dessa produção de tecidos.

As direções propostas para abordar esses designs seguem duas perspectivas: a que relaciona esses têxteis com a cultura material e a outra como imagem. Desta forma, neste mesmo capítulo, dedico-me à discussão de alguns pressupostos teóricos que viabilizem essas formas de abordagem. Como cultura material, a alternativa foi olhar para os designs modernistas, em padronagens têxteis, referenciando no modelo teórico, objetivando o estudo do objeto industrial inaugurado por Adrian Forty na área do design, em seu livro *Objetos de desejos*. Forty afirmou nesta obra que o design é usado pelas sociedades para expressar seus valores e suas normas são estabelecidas por condições econômicas e sociais. E assim, os procedimentos adotados por ele ajudam na análise das circunstâncias históricas, sociais e econômicas que levaram os artistas modernos a atuarem como designers no campo da moda e como ocorreu esta investida.

Como imagem, proponho uma análise destes designs de têxteis como quadros, e neste sentido, poder tratá-los como relatos do mundo social e como imagens documentos que podem também nos informar sobre ideias, atitudes e mentalidades que estavam correntes do campo do design e da arte. No intuito de fundamentar esta postura metodológica, recorro a alguns teóricos da História Social, entre eles Peter Burke e Ulpiano Meneses, quando analisam e defendem o valor enriquecedor das imagens para a historiografia, não no intuito de mera ilustração, mas no sentido de se constituírem em autênticas evidências históricas.

Antes de realizar esta avaliação dos designs modernistas dentro de uma perspectiva da cultura material ou como imagem documento, faz-se necessário situar

esta produção no tempo e espaço. Desta forma, vamos encontrar a atividade de criação têxtil, assim como a cerâmica e o mobiliário, tradicionalmente classificada como atividade de artesão em vez de criação artística. Tecelões, costureiros, alfaiates, marceneiros, foram, anteriormente à Revolução Industrial, vistos como meros serviçais nas Cortes, sendo este o fator determinante da ausência de seus prestígios sociais. Diferentemente, os artistas e arquitetos que trabalhavam sobre regime de contratos, entendidos mais ou menos como hoje, como profissionais liberais. O final do século XIX e início do século seguinte foi o momento em que estas fronteiras deixaram de ser rígidas, por consequência das lutas protagonizadas pela autonomização do campo da arte e pelo fim da hierarquia entre o ofício prático do artesão e a “atividade” estética do artista.

Muitos desses artistas, num momento em que as fronteiras da arte estavam sendo questionadas, levaram para suas expressões plásticas objetos com fins utilitários, tratados ao mesmo tempo como *design* e como *arte*, e utilizaram da máquina para produzir uma arte reprodutiva, questionando a visão kantiana da unicidade da obra. São esses artistas que ao longo deste estudo são citados como os “designers-artistas”.

A moda, em especial os tecidos em suas padronagens, ora estampados, ora tecidos, constituiu-se em espaço privilegiado, onde as duas categorias de objetos poderiam tomar um só corpo, ultrapassando os limites da arte socialmente estabelecidos, que distinguiam objetos de usos, os designs, e objetos únicos sem função utilitária, as obras de arte. Sendo assim, como forma de tomar conhecimento desta produção antes de analisá-la criticamente, fizemos uma apresentação das diferentes estratégias de aproximação dos designers-artistas para com suporte têxtil, inclusive dos tecidos de populações autóctones como referências para suas produções plásticas.

Neste estudo, partimos do princípio de que os tecidos desenvolvidos pelos designers-artistas para a moda e decoração, entre mais ou menos 1910 a 1930, em suas padronagens, texturas e caimento, além das formas de vestuário que revestiam o corpo, associados à *performance* no seu uso, formavam um conjunto visual – para além de uma resposta estética dos designers-artistas diante do excitação da vida moderna – que pode ser classificado como modernista. Assim, no capítulo 4, a partir da localização desta produção têxtil no tempo e espaço, reservamos um primeiro momento para escutar o que nos falam teóricos que dedicaram parte de seus estudos

para entender esta época e formaram um corpo teórico sobre o Modernismo, e assim, nos proporcionam a oportunidade de inserção da atuação das vanguardas no design de têxtil, neste contexto. São eles: Marshall Berman, Argan, Baudelaire, Raymond Williams, Gertrude Stein, David Harvey e Christopher Wilk.

Em um segundo momento deste mesmo capítulo, procuramos observar a produção de moda e por consequência os têxteis, a partir de uma perspectiva de Caroline Evans (2013) e Nancy Green (1997) de que a moda produzida a partir 1910 de seu epicentro, a capital francesa, era modernista em suas formas, nos apelos visuais, em seu uso, nas formas de marketing e acima de tudo no processo de comercialização. No entanto, consideramos também como resultado de uma expansão industrial, com o surgimento de novas tecnologias, formas de gestão do trabalho, que ofereceram as condições para a aceleração da produção, implicando em uma maior oferta de produtos.

Por outro lado, havia as experiências e os estímulos da vida moderna resultantes da aceleração dos processos sociais que estiveram associados, entre outros, a todo um encantamento pelas novas mercadorias que penetravam na vida cotidiana. Nas estratégias de ampliação do consumo de moda, desta forma dos têxteis, havia uma tradução de métodos de negócio e de gestão em sedução visual que empregavam a linguagem visual do modernismo. Sendo assim, assumimos a hipótese de Caroline Evans (2013) de uma definição ampliada do Modernismo, como sendo também gestual e performativo e que se soma às influências das artes desta época e à História do Design. Partimos de seus estudos sobre os desfiles de moda nas primeiras décadas do século passado, onde ela identifica, não só nas formas dos shows de moda, mas também nas propostas de como usá-las, uma estética fordista que produzia um corpo modernista e racionalizado que convergia comércio e cultura. Neste sentido, a matéria-prima – associada também a sua ornamentação – usada para cobrir este corpo em forma de vestuário, os designs de têxteis, podem ser denominados desta forma de modernistas.

A moda, como entendemos hoje, é uma invenção do final do século XIX e já nesta época inspirou artistas para criar uma forma de arte utilizando o vestuário como suporte. Mas muito destes artistas, fora da França, em outros países europeus, a exemplo da Bélgica, Alemanha, assim como fizera William Morris e o movimento *Arts & Crafts*, na Inglaterra, propuseram modas que abandonavam os excessos, especialmente os modelos apertados, calças masculinas extremamente justas, mas

estes desenvolvimentos continuaram limitados aos círculos de artistas ou excêntricos. Estas propostas de mudanças aconteceram no momento em que a moda estava convivendo com a artilharia pesada de médicos e higienistas que criticavam os seus excessos.

Alguns autores, recentemente, têm defendido a tese de que as denegações dos artistas no início do século XX, que aconteceram em outros países, além de uma oposição à moda francesa, continham um elemento de nacionalismo e um desejo de criar centros concorrentes de moda e sugerindo que havia um claro conflito entre artistas que passaram a trabalhar com vestuário e a moda estabelecida. A atuação desses artistas, nesta perspectiva, é vista como uma forma de emancipação e oportunidade para muitos países europeus exaltarem seus projetos de cunho nacionalistas. Esta visão tenta realizar uma conexão entre a atuação de muitos dos designers-artistas, apaixonados pela modernidade a partir de 1910, com este período anterior de denegação da moda, e formulam enunciados para afirmar que havia uma *antimoda* no seio dos modernistas. O mais surpreendente é a proposta que mantém a França longe destas preocupações, quase sempre de natureza ideológica.

Os autores desses escritos, a meu ver, talvez não tenham compreendido a extensão do papel da capital francesa como centro estratégico do Modernismo e deixam de realizar uma análise crítica das agendas políticas que esses designers-artistas projetaram sobre as propostas de seus vestuários artísticos e seus designs de têxteis. Outrossim, embora o movimento como um todo tivesse uma atitude internacionalista e universalista definida, também havia um forte apego à noção de uma arte de vanguarda internacional com um forte sentido de lugar, mas a complexa geografia do Modernismo é difícil de se interpretar com exatidão. Deixando de lado esta visão de certa forma limitada, nos capítulos 5 e 6, proponho olhar para dentro do campo da arte e do design no sentido de conectar esta atuação com outras perspectivas.

As atuações no design de têxtil e moda das vanguardas modernistas, dentro do contexto do campo do design e da arte, estavam muito mais atreladas a uma visão que Christopher Green (2006: 81) denomina de imperativo internacionalista das “máquinas modernistas europeias”, que possuía a sua vertente americana caracterizada de certa forma à imagem divulgada pelo consumismo da idade da máquina e a outra pelo utopismo soviético, ambos representando a si mesmos como ativistas de um movimento internacional. Neste contexto, havia as possibilidades de

expandir suas expressões visuais em uma época em que o cotidiano, no sentido que Walter Benjamin afirmava, estava dominado pelas imagens. Desta forma, as roupas em linhas retas e tubulares passaram a funcionar como suportes dinâmicos de pinturas que poderiam sair dos espaços confinados dos salões e galerias e ganhar as ruas, em forma de peças únicas, as “roupas de artistas”, tratadas como arte. Do outro lado da questão estava a associação da criação artística com a produção em massa, que tinha o seu epicentro a capital francesa, para onde muitos desses artistas interessados em atuar no campo do design de moda e têxtil e por razões diversas foram viver.

Uma *antimoda* modernista, que tomou corpo no campo da moda e do design de têxtil, em nossa hipótese, se existiu, foi na União Soviética pós Revolução de 1917. Mas a moda e o design de têxtil soviético da década de 1920, não eram planejados em oposição às novidades provenientes de Paris em uma visão nacionalista e sim com o objetivo de se adequar a novas condições políticas e sócioeconômicas que surgiram com a revolução, com a idealização de um design, cujo objetivo não era somente vestir, mas também moldar o novo cidadão soviético.

A década de 1920 marcou um período de engajamento artístico intenso com as artes do espectáculo, em particular do teatro, dança e cinema. O palco foi o espaço privilegiado para debater a importância (política, social e artística) da vida em uma sociedade moderna, industrializada. Neste ambiente, os tecidos projetados pelas vanguardas, ao serem apropriados para os trabalhos de cenários e figurinos, participaram ativamente desta operação e foram tratados também como objetos artísticos, igualmente aos projetos a que estavam associados. No capítulo 7, “*A gesamtkunstwerke*, a poética e a legitimação dos têxteis modernistas como objetos artísticos,” proponho mostrar as estratégias que foram colocadas em prática, conscientemente ou não, pelos artistas modernistas, atuando como designers, num contexto da “arte total”, em que procuraram reforçar o ato simbólico de legitimação de seus tecidos como objetos artísticos. Para isso, apresento algumas das principais associações que foram protagonizadas, a exemplo do teatro revolucionário soviético e os espetáculos de balé. Desta forma, procuro mostrar que a inserção dos designs de têxteis no ambiente de uma arte total foi uma forma de submissão destes designs ao campo artístico e a seus critérios e decisões apreciativas em uma operação simbólica de transformação do artefato têxtil em arte por um sistema de produção de bens sagrados, o campo da arte. Uma outra forma de realizar esta transmutação foi a

associação com o universo da poética, onde os mesmos padrões que ornamentavam os tecidos se associaram a publicações dos poetas das vanguardas.

No capítulo 8 procuro entender as reais intenções dos fabricantes de tecidos em oferecer ao mercado designs projetados por um designer-artista renomado, quem utilizou desses produtos, como os utilizou, o estágio das técnicas, o processo de comercialização. Pode-se dizer que se constitui de uma visão da atuação exportadora das casas de costura parisienses e do mercado de reprodução do outro lado do Atlântico, estabelecido principalmente em Nova York. Ao mesmo tempo, constitui-se de um panorama simplificado da atuação de grandes distribuidores nas primeiras décadas do século passado nos Estados Unidos, como intermediários de roupas semi-prontas e fornecedores de tecidos e aviamentos. Por outro lado, havia os pequenos *dressmakers* especializados, que produziam roupas para uma rica clientela burguesa industrial e financeira norte americana, desejosa em consumir as novidades de Paris, e, em especial, a produção modernista de designs de têxteis, como forma de afirmação de sua posição de classe. Como exemplo de caso, mais especificamente a partir de 1915, o estabelecimento de moda das irmãs imigrantes italianas Anna e Laura Tirocchi, localizado na cidade de Providence, no estado de Rhode Island, no nordeste dos Estados Unidos.

O primeiro contato que tive com o acervo dos têxteis do ateliê da irmãs *Tirocchi*, ocorreu em uma exposição realizada pelo Museu de Arte da Escola de Design de Rhode Island (RISD), em 2000, e do livro que a acompanhava a mostra. Além do mais, tive outras oportunidades de conhecer todo o acervo técnico. Os objetos da exibição fazem parte do espólio doado ao Museu em 1989.

Como objeto de estudo da cultura material, a profusão de tecidos, artigos de vestuário e acessórios – muitos comprados pelas Tirocchis em Paris ou feitos por elas a partir de modelos parisienses e com tecidos finos franceses importados por fornecedores de Nova York – ilustram a estreita ligação entre moda e arte no início do século XX, quando o nascimento do Modernismo gerou experimentações em todos os meios e quando os artistas se aproximaram do vestuário como uma forma de arte decorativa. Uma simples organização dos trajés e têxteis por data nos deixa clara a assimilação no design da Abstração, Cubismo, Futurismo, Exotismo e outras tendências da Arte Moderna como elas estavam se desenvolvendo nas primeiras décadas do século XX.

Entre 1927 e 1933, na União Soviética, enquanto o Partido Comunista estava se esforçando para transformar o país agrário em uma nação industrializada, um grupo de jovens designers ligados à revolução projetou tecidos temáticos estampados para a utilização em vestuário. Esses tecidos possuíam como padrões, imagens e símbolos alusivos aos planos de governo como a industrialização, a melhoria dos transportes, a juventude, os esportes, a coletivização e mecanização da agricultura. A proposta destes designers era moldar seus compradores em ideais cidadãos soviéticos. Na Ásia Central, atravessada pela antiga rota da seda, já existia uma produção tradicional de têxteis caracterizada pelos seus ricos bordados e beneficiamentos através de processos de tingimento. Foi esta tradição têxtil que os designs modernistas, produzidos pelas vanguardas construtivistas soviéticas, encontraram como forma de resistência cultural ao processo de ideologização via suporte têxtil, protagonizado pela revolução. Sendo assim, de forma breve, procuro apresentar um panorama da chegada desta produção visual em uma região tradicionalmente com modos de vida nômades, agora que estavam vivendo novos tempos, em acordo com os ideais revolucionários bolchevistas, e como apropriaram destes motivos em seus ofícios tradicionais.

O tema do último capítulo, “Têxteis modernistas como testemunhos oculares,” relaciona-se com uma abordagem desses têxteis, para além de evidências materiais da aproximação entre arte e indústria nos anos 1920. Proponho uma análise desses designs da forma como eles têm sido, na maioria das vezes, exibidos em museus, ou seja, como quadros. Como quadros, considero-os como documentos visuais que produzem relatos do mundo social e que nos revelam noções e mentalidades recorrentes ao campo da arte e do design. Meu ponto de partida é uma reflexão de trabalhos bem sucedidos, no estudo das representações, em particular nas Ciências Sociais e na História Social da Arte. Fui buscar suporte no conceito de representação social da Psicologia Social, mais precisamente em Serge Moscovici, por acreditar que ele pode nos ajudar, no sentido da relação das construções simbólicas com a realidade social, na tentativa de explicar como os sujeitos sociais, os designers-artistas, se apropriaram da realidade social, como deram sentido a ela, e também porque decidiram pela sua transformação.

Um dos pontos de observação foi o olhar dos próprios artistas, matéria-prima de suas obras e veículo de sua relação com o mundo. Como observou Walter Benjamin, a percepção dos artistas e das demais pessoas é constantemente afetada e

modificada por toda sorte de transformação – de sociais e tecnológicas – que atravessam a nossa realidade (Benjamim, 2012). O meu ponto de partida está em “Objeto de desejo”. Neste livro, Adrian Forty (2007) desenvolve o raciocínio de que os designs de bens são determinados pelas pessoas, as indústrias e a sociedade em que os produtos serão vendidos e sendo assim, é também a história da sociedade, e que, além do lucro, tem a preocupação de transmissão de ideias.

Como procedimento para olhar os designs de têxteis como “testemunho ocular”, parto dos pressupostos defendidos por Peter Burke (2004) de que as imagens não devem ser consideradas simples reflexos de suas épocas e lugares, mas sim extensões dos contextos sociais em que elas foram produzidas. Michael Baxadall me ajudou a analisar esta produção na busca de fatores históricos que possibilitem o entendimento da trajetória do pensamento do designer-artista até culminar no produto/obra. Ele afirma que uma sociedade desenvolve suas próprias capacidades e seus próprios hábitos e que tem uma dimensão visual, e estas capacidades e hábitos visuais fazem parte da expressão visual do pintor (no meu caso dos designers-artistas). Neste sentido, ele também afirma que um estilo pictórico dá acesso às capacidades e hábitos visuais e, através destes, à experiência social típica de uma época.

O recorte temporal deste estudo tem seu início, mais ou menos, em 1910 quando, segundo Argan (1992), houve um entusiasmo pelo campo da arte pela incorporação do esforço progressista, econômico-tecnológico da civilização industrial. Já a data fronteira final deste recorte é por volta de 1930, já que a partir daí, poucos designers-artistas modernistas que tiveram a ambição de mudar o curso do gosto público, puderam ver estas idéias tomando corpo na vida prática. O grande evento que lançou sua sombra sobre a década de 1930, o *crash* de Wall Street de 1929, precipitou a crise financeira em todo o mundo, levando ao desemprego em massa e alimentando reviravoltas políticas. As consequências imediatas da Grande Depressão parece ter sido negativo para a arte e o design, provocando uma reação em oposição às aspirações utópicas e socialistas do início do Modernismo.

Por último, gostaria de chamar atenção para o fato de que o título desta pesquisa até poderia ter sido enunciada da seguinte forma: “Designs modernistas: idéias, atitudes e metalidades no vestuário de moda”. No entanto, pelo fato de que a moda no período considerado passou por um processo de simplificação de suas formas, assumindo características retangulares, ou próximas a esta forma geométrica,

os tecidos, pela sua verossimilhança com telas para pinturas se constituíram no suporte de diferenciação e de expressão através das roupas; daí, em vez de vestuário de moda, optamos por “padronagens têxteis”³ e é também a área de interesse do autor.

³ Ao longo deste estudo, surgirão, constantemente, os termos “padrão” e “padronagem têxtil”. O “padrão” no design de superfície, incluindo o tecido, é o elemento que se repete; a trama que se cria com a repetição é o que chamamos de “padronagem”.