

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo *styling* de moda

*From North to Northeast: a view of Brazil through fashion styling*

**Bruno Sousa Furtado**

Universidade de São Paulo

*brufurtado88@gmail.com* ✉

**Adriana de Fátima Valente Bastos**

Instituto Federal de Pernambuco

*adrivbastos@gmail.com* ✉

## PROJÉTICA

### COMO CITAR ESTE ARTIGO:

FURTADO, Bruno Sousa; BASTOS, Adriana de Fátima Valente. Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo *styling* de moda. **Projética**, Londrina, v. 12, n. 3, p. 202-228, 2021.

**DOI: 10.5433/2236-2207.2021v12n3p202**

**Submissão:** 15-08-2020

**Aceite:** 26-02-2021

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

**RESUMO:** A pesquisa teve como objetivo analisar os *stylings* de moda do norte e nordeste brasileiro realizado por *stylists* residentes ou naturais das capitais das respectivas regiões publicadas no *instagram*. Por meio da metodologia visual de Gillian Rose (2016), analisou-se que os *stylists* serviram de referências visuais, rompendo com a dinâmica centralizadora da indústria da moda no sul e sudeste, pois discorrem sobre outros lugares, pessoas e comportamentos excluídos, que necessitam de visibilidade.

**Palavras-chave:** *Stylist*. *Styling* de moda. Moda. Brasil.

**ABSTRACT:** *This research aimed to analyze the fashion stylings of northern and northeastern Brazil designed by stylists that are based or were born in the capitals of the respective regions. Through the visual methodology of Gillian Rose (2016), it was analyzed that stylists served as visual references, breaking with the centralizing dynamics of the fashion industry in the south and southeast, for they focus on other places, people and excluded behaviors, which need visibility.*

**Keywords:** *Stylist*. *Fashion styling*. *Fashion*. *Brazil*.

## 1 INTRODUÇÃO

A estética e a referência de comportamento europeu são propagadas no Brasil ao longo do tempo. Diante das origens do nordeste como Brasil Crioulo e do norte como Brasil caboclo (RIBEIRO, 2015), as regiões se consolidaram pela disputa de poderes, explorações territoriais inadequadas, abusos de mão de obra, desvalorização dos

costumes locais e compenetrados em expandir o desenvolvimento alicerçado na indústria (KRENAK, 2020). De tal modo, é relevante estudar esses territórios que por séculos estavam à margem do protagonismo nacional, a fim de envolvê-los com as próprias ancestralidades, registrar a contribuição para a formação cultural e social do brasileiro.

Inserido nessa conjuntura histórica, o design é um campo de conhecimento que serve para colocar uma ordem significativa e consciente sobre as expressões de caráter estético, das necessidades e associações nos contextos sociais. Percebe-se que o estudo do design promove espaços democráticos, projeta objetos que atendam às necessidades básicas da população, repensa projetos e produtos com representatividade social, que tenham uma durabilidade funcional, de valor e agreguem ao sistema do meio ambiente (PAPANEK, 1973).

A moda é um meio de estetização aparente do indivíduo, funciona como um conglomerado, a roupa/acessórios são objetos culturais que servem para analisar uma sociedade, resultado das experiências pessoais e coletivas no âmbito da política, educacional, cultural, econômica, dentre outros (CRANE, 2006). Compreende-se que cabe a fotografia de moda repensar em formatações inovadoras e criativas para exprimir tendências que fazem alusão ao contexto social (RAINHO, 2018).

Há nas fotografias de moda a prática do *styling*, que significa a maneira de usar uma roupa e influencia na aparência. Esse procedimento sucede após selecionar, agrupar peças de roupa, acessórios e o profissional que realiza essa prática se chama *stylist* (LYNGE-JORLÉN, 2016). O design, a moda, o *styling* e a fotografia funcionam como ferramentas para exprimir os gostos pessoais e identidades. Contudo, as práticas desses nos veículos de comunicação, como revistas, editoriais e eventos de moda ainda estão ancorados na divulgação do paradigma da beleza centralizadora, a exemplo a capa da edição de maio da revista Vogue Brasil (MERLO, 2020).

Como forma de inclusão da diversidade, melhor condição ambiental no mundo e ao pensar a terra como organismo vivo (KRENAK, 2020), foram criados os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis - ODS -. Dentre esses, salienta-se o 5º ODS de Igualdade de gênero, que adentra discussões sobre o empoderamento feminino, direitos iguais, elimina as formas de discriminação contra as mulheres e meninas. O 10º ODS Redução da desigualdade, aborda sobre a inclusão na sociedade, economia e política independente de gênero, raça, etnia, religião, idade e origem (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015b).

As redes sociais servem como meio de pronunciar-se, de expansão do trabalho do *stylist*, configurando-se como espaço de experimentações e liberdade de criação. Dentre essas, o *instagram* é um ambiente virtual aberto, que aproxima o sujeito das marcas, produtos e serviços. O *stylist* o utiliza para parcerias e divulgação do portfólio. Bem como, em 2019 o Brasil ocupou o 2º lugar com 66 milhões de usuários, atrás somente dos Estados Unidos com 110 milhões (AGRELA, 2019; SERAFINELLI, 2018).

Dessa maneira, a pesquisa teve como objetivo analisar os *stylings* de moda postados no *instagram* do norte e nordeste brasileiro, realizado por *stylists* residentes ou naturais das capitais das respectivas regiões. Igualmente, mapear os *stylists* que produzem e residem nas capitais dessas regiões, selecionar os *stylings* do *instagram* e analisá-los considerando o contexto cultural brasileiro.

## **2 PROCESSO DE COLONIZAÇÃO DO BRASIL E O CAMPO DO DESIGN**

A colonização brasileira é estruturada pela miscigenação das três etnias matrizes – africana, indígena e europeia. Todavia, o que passou com os indígenas, negros e como foi contada a história do Brasil no geral advém da versão do invasor, ou seja, do dominador (RIBEIRO, 2015).

As populações originárias indígenas do Brasil acolheram os portugueses que chegaram famélicos e sujos, crendo que fossem deuses que navegavam sobre o mar, associando a uma visão mítica e milagrosa. Todavia, aos nativos foram impostos uma cristandade missionária, pecaminosidade colonial e contaminados por enfermidades advindas dos povos invasores (RIBEIRO, 2015).

Os povos originários viviam um sistema em rede, dinâmico, as etnias se relacionavam e eram abertas a diversidade. Contudo, os brancos espelhavam no outro os próprios interesses ou o que eles negavam, discutiam se os nativos pertenciam a misericórdia cristã e se poderiam ser escravizados. Ao longo dos séculos, o subalterno é exterminado por fazendeiros, poderes econômicos, garimpeiros e conflitos por demarcação de terras (GUERRAS..., 2019a; RIBEIRO, 2015).

As populações negras das etnias subsaarianas foram escravizadas pelos portugueses, pois aqueles teriam que se redimir do pecado original. No Brasil, a escravidão trouxe cerca de 12 milhões de africanos durante 350 anos para o continente, com intuito de explorar a terra nas plantações de cana de açúcar, procurar ouro e ocupar o território. De tal modo, a identidade brasileira é constituída fundamentalmente por africanos (GUERRAS..., 2019b).

Os lusitanos foram estruturados em uma civilização urbana, classista, pautados em um modelo mercantil e em novas tecnologias, como a construção das navegações, bússola, canhões de guerra, dentre outros. As decisões da corte eram tomadas na capital Lisboa e tinham interferência da Igreja Católica, que possuía o poder de condenar, julgar, encarcerar e queimar os indivíduos rebeldes (RIBEIRO, 2015). Assim como, eles eram integrantes do clube exclusivo da humanidade, casta que devastava em detrimento dos próprios almejos de poder (KRENAK, 2020).

Houve práticas de agressão, deculturação dos povos avassalados, organização dos indivíduos por meio dos elementos da cultura dominadora e

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

separação de pessoas das próprias sociedades originais. Diante disso, o resultado foi o surgimento de povos novos, oriundos da miscigenação de raças, culturas e linguísticas. Esses apresentam como base na sua formação a negação e falta de identificação com os seus ancestrais (RIBEIRO, 2015). Por intermédio dessas diferenças, que nasce o brasileiro e isso serve de fundamento para reflexão histórica, política, econômica, cultural, do design e moda nacional.

Nesse contexto das três matrizes o Brasil foi constituído e o design estava mediando o contato entre as populações distintas. Visto que, ele é um campo que serve para as atividades de todos os indivíduos, pois o design se fez presente nos mapas, nas velas dos barcos, no leme, na concepção do vestuário dos lusitanos, cestarias tramadas pelas mulheres indígenas, arco e flecha para as caças, pinturas corporais, nos enfeites oriundos das penas de animais, ornamentos advindos dos povos africanos, construção das ocas, mucambos e dos refúgios, como no Zumbi dos Palmares, dentre outros artefatos (GUERRAS..., 2019a, 2019b; PAPANÉK, 1973; RIBEIRO, 2015).

O design é um campo consciente que conduz para uma ordem significativa, participando do complexo de função que contempla o método, definido pelo estudo das ferramentas, dos materiais adequados e disponíveis na natureza para projetar algo; a estética, que vincula simplicidade e elegância ao objeto, por meio de formas e cores que sejam significativas para despertar o desejo no próximo; ao *telesis*, que corresponde a um contexto social, econômico, cultural e histórico de uma população. Bem como, considera a associação, advinda do inconsciente, vinculando a expectativa do indivíduo ao objeto por meio da experimentação; as necessidades, que podem ser efêmeras, somente para atender questões de desejo ou genuínas (PAPANÉK, 1973).

Diante dessa compreensão do design, a moda serviu para caracterizar como cada povo compreendia a terra e a sociedade. É nítido o envolvimento dos

indígenas e negros com a natureza, por meio das pinturas, corpos nus e adereços com penas de aves. Para os portugueses, uma das distinções estava entre os indivíduos apresentarem o vestuário com materiais pomposos ou farrapos.

### 3 O CAMPO DA MODA E O *STYLING*

Em meados do século XX, a moda e o vestuário feminino passaram por mudanças significativas, que antes visava a elegância por meio de espartilhos, fitas, flores, bordados e enchimentos. A partir da década de 1990, a redução dos detalhes e a preferência pelo visual minimalista se fixaram nas tendências de moda (LAVER, 1989).

Detalhadamente, a década de 1920 foi desenhada uma mulher com a silhueta longilínea, esbelta e jovem. Bem como, ao longo das décadas de 1930 a 1950 a propagação das tendências e estilos de vida foram pelos conteúdos imagéticos das gravuras em revistas de moda e do cinema, com as atrizes e atores de Hollywood (DURAN, 1988; LAVER, 1989).

Na década de 1950, o Brasil contava com revistas de moda ilustradas importadas da França, com croquis das últimas tendências e ao lado, as referências de vestuários usados pelas atrizes de Hollywood. As revistas *Rio*, *Sombra*, *Rio Magazine*, *O Cruzeiro* e *Manchete* tinham como conteúdos as jovens descobertas nos concursos de beleza, as viagens e eventos das senhoras da alta sociedade brasileira (DURAN, 1988).

A década de 1960 é marcada pela a geração *baby boom*, o rompimento da estética visual das décadas passadas, pelo movimento *hippie* e liberdade de expressão (LAVER, 1989). No Brasil, o olhar se volta para as produções artísticas, musicais e culturais locais, a fim de repensar os padrões estadunidenses e

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

reconhecer as raízes que formam a identidade local. Essa, por sua vez, estava alicerçada pela exuberância da natureza, cultura popular e sincretismo racial (BONADIO, 2014).

A exposição das estamparias realizadas por artistas visuais brasileiros em tecidos sintéticos promovidos pela Companhia têxtil Rhodia em 1960 teve o objetivo de disseminar imagens oriundas da paisagem natural e da cultura popular. Além disso, o alcance da amostra artística foi para milhões de turistas no Museu de Arte de São Paulo – MASP -, em museus de outras cidades e por meio de editoriais de moda de revistas (BONADIO, 2014).

As fotografias contemplavam temas sobre as religiões afro brasileiras, a flora e fauna tropical, o futebol e a população indígena. Essas foram realizadas em cidades como Ouro Preto em Minas Gerais, em Salvador, Brasília, Rio de Janeiro, em pontos turísticos dessas cidades, praias e em lugares despreziosos no meio da floresta amazônica a fim de contemplar localidades memoráveis no contexto nacional (BONADIO, 2014).

A moda no Brasil retratada pelo olhar estrangeiro é definida como exótica. Essa atmosfera tropical, vista desde o processo da colonização até as marcas de moda contemporâneas, identifica os produtos brasileiros em outros países. Todavia, esse título é limitador, desconsidera outros conceitos de marca e une-se as demais produções que estão à margem dos centros de moda (BONADIO, 2014).

Diante desse contexto, as imagens têm a função de recriar a moda, proporcionando perspectivas de uma peça, estilos, comportamentos e identidades (RAINHO, 2018). Surge no mercado de moda o *stylist* e a prática do *styling* em 1960, para romper com os códigos visuais vigentes de décadas anteriores, despertar o desejo de compra por meio da composição do vestuário/acessórios e recriar identidades (LYNGE-JORLÉN, 2016).



## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

Internacionalmente, segundo Lynge-Jorlén (2016), alguns dos *stylists* que se destacaram foram Carlyne Cerf De Dudzeele, que incorporou na capa da Vogue América de 1988 a mistura de uma jaqueta do Christian Lacroix, de custo alto, com uma calça jeans básica e de valor acessível da marca *Guess*, o estilo ficou conhecido como *high low* (LA FERLA, 2013); e Ray Petri por trazer afrodescendentes, meninos em situação de rua e homens vestidos com saias para imagens de moda (SMITH, 2013). Por intermédio da imprensa internacional (KAMARA, 2020; MAITLAND, 2018) Ibrahim Kamara, de Serra Leoa, sobressai por ser um *stylist* reconhecido como o criador de um mundo sem fronteiras, livre e que aceita as próprias diversidades, como as vivências em um país da África Ocidental, ser negro e questionar parâmetros que norteiam a normatividade masculina.

No Brasil, o crédito ao *styling* foi registrado no ano de 1997 em desfiles, cadernos de *lookbook* e editoriais de moda para revistas. Regina Guerreiro e Paulo Martinez são dois editores e *stylists* de moda destaques no Brasil. Guerreiro serve de referência no sistema de moda brasileiro, tem o olhar aguçado, publica críticas sobre os desfiles nacionais em revistas, que tinham edições especiais das passarelas, fazendo uma síntese sobre o conteúdo exibido na semana de moda nacional e internacional (CONHEÇA..., 2014). Martinez surgiu em meio a década de 1980, foi assistente de Regina Guerreiro, destaca-se pela produção de imagens surpreendentes e ressalta a procura para experimentar o que de fato pode ser considerado da raiz brasileira (MARTINEZ, 2014).

Compreende-se que a moda e o vestuário registram por meio das imagens em editoriais de moda as fases da história brasileira, como a sociedade se compõe e as referências de comportamentos vigentes. Constatou-se isso por intermédio do editorial fotografado por Claudia Andujar para a revista 70 na década de 1970, na tribo dos Kayapó-Xikrins, localizada no estado do Pará. A beleza contou com a maquiagem feita pelos índios e algumas das roupas foram concebidas por amarrações de tecidos na própria locação (PERES, 2012).

Em síntese, os *stylings* são ferramentas para recriar conteúdos imagéticos, por exemplo o uso dos bonecos de Olinda personificando modelos, os paetês e pedrarias remetendo ao período na *belle époque* em Belém, edições de revistas em Salvador, Recife, dentre outros que identifiquem características do Brasil possíveis de serem encontradas em um território vasto e de formação cultural complexa (MARTINEZ, 2014).

#### 4 MÉTODO

O levantamento de dados é fundamentado no procedimento qualitativo (VENTURA, 2007) e foi realizado de 15 a 22 de junho de 2020. O *instagram* foi a rede social usada para o levantamento e coleta de dados. A introdução dos hashtags no *instagram*, que são frases ou palavras que utilizam o prefixo #, são usados nas legendas das postagens para categorizar e encontrar conteúdos semelhantes (SERAFINELLI, 2018). Os *stylists* utilizam do *instagram* como portfólio, para divulgar os *stylings*, editoriais de moda, as marcas envolvidas e os colaboradores atuantes para a concepção da imagem. Igualmente, têm maior liberdade de comunicação, utilizando da plataforma como lente para exprimir a percepção das pessoas, refletir sobre a atuação dos indivíduos no mundo e o melhor uso da imagem para comunicar questões casuais, profissionais e estéticas.

As fontes foram por meio do contato com representantes de moda de Belém-PA, Salvador-BA, fotógrafos de Belém-PA, Recife-PE, Rio Branco-AC e Manaus-AM. Bem como, pelas fontes digitais em revistas eletrônicas, *facebook* e *instagram*, pela utilização do *hashtag*, como *#stylistbelém*, *#stylistportovelho*, *#stylistmacapá*, *#stylistriobranco*, *#stylistmanaus*, *#stylistpalmas*, *#stylistboavista*, *#stylistfortaleza*, *#stylistsalvador*, *#stylingrecife*, *#stylistsãoluis*, *#stylistjoãoopessoa*, *#stylistnatal*, *#stylistteresina*, *#stylistaracaju*, *#stylistmaceio*, *#stylingpará*, *#stylingrondônia*, *#stylingamapá*, *#stylingacre*, *#stylingamazonas*, *#stylingtocantins*, *#stylingroraima*,

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

*#stylingceará, #stylingabahia, #stylingpernambuco, #stylingmaranhão, #stylingparaíba, #stylingriograndedonorte, #stylingpiauí, #stylingsergipe, #stylingalagoas.*

Foram encontrados 13 *stylists*, respectivamente Gabriel Gardinni e Karoliny Braga de Manaus-AM; Geh Alencar de Rio Branco-AC; Vinny Araújo e Diogo Carneiro de Belém-PA; Sthepanie Reis, Eduardo Max e Eduarda Silveira de Fortaleza-CE; Iran Nascimento e Dário de Recife-PE; Helbhdson Lopes de João Pessoa-PB; Paula Magalhães e Leo Amaral de Salvador-BA.

A partir disso, levantou-se *stylings* postados de janeiro de 2019 a maio de 2020, com o total de 497 *stylings*. Selecionou-se *stylings* produzidos nas capitais do norte, nordeste, com locações marcadas ou hashtags que identificam o local e fotos publicadas no conteúdo principal do *instagram*. Contudo, foram desconsideradas fotos dos bastidores, vídeos curtos, conteúdos pessoais, desfiles e imagens publicadas na categoria dos destaques.

Para a seleção dos *stylings* analisados, priorizou-se as locações externas que mostrem pontos das cidades, espaços internos de prédios turísticos, a estética visual advinda da influência cultural do povo originário, africana, o protagonismo de modelos com estereótipo afrodescendente e indígena. Igualmente, os *stylists* serem residentes de uma das 16 capitais do norte e nordeste do Brasil, terem frequência de postagem, usarem o *instagram* como ferramenta para divulgação do portfólio com *stylings* para editoriais de moda, ensaios fotográficos para cantores regionais, mulheres grávidas, *book* para 15 anos, a página do *instagram* estar aberta para a visualização de qualquer pessoa e acesso aos *stylists*, para autorização e envio das imagens com melhor resolução. Diante disso, o estudo analisou os *stylings* assinados por Vinny Araújo, de Belém-PA, e Paula Magalhães e Léo Amaral, de Salvador-BA.

Para interpretação dos *stylings*, utiliza-se da teoria de metodologia visual de Gillian Rose (2016). A autora tem interesse na vida doméstica comum, nos efeitos perpetuados na rotina e espaços públicos urbanos, desenvolve uma metodologia pautada no olhar sobre a cultura, arte, sociedade, é interdisciplinar e considera as fontes de mídias digitais, à exemplo *blogs*, redes sociais e *sites*. As investigações das fotografias acompanham as mudanças e são analisadas pela perspectiva do campo da imagem.

As figuras foram analisadas pautadas nas modalidades da metodologia visual e seguiram uma ordem respeitando a reflexão dos fatos levantados, amparados por autores que abordam sobre cultura, design e moda (ROSE, 2016). No aspecto visual, debruçou-se sobre as especificidades, qualidades físicas, materialidade, identificou-se os enquadramentos, estilos de composição, as características do *casting* de modelos, a paleta de cores da locação, os cenários, acessórios e vestuário. Na composicional, visou-se os termos técnicos da roupa, modelagens, silhuetas e as relações com as tendências disseminadas ao longo da história da moda. No social, considerou-se a perspectiva cultural e relaciona com informações de cunho histórico.

## 5 OS *STYLINGS* DE MODA DO NORTE E NORDESTE BRASILEIRO

Os *stylings* selecionados nas figuras 1 e 2 fazem parte respectivamente do portfólio do stylist Loboyoung e Vinny Araújo, com fotografias do *making off* do clipe musical Zambar da cantora Arama, realizado em Belém-PA. Também do editorial intitulado de Maximalismo Tropical para a revista Bazar do jornal Correio, realizado na feira de São Joaquim em Salvador-BA, *styling* assinado por Paula Magalhães e Leo Amaral.

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

Por meio desses, percebe-se que as postagens no *instagram* podem motivar o engajamento dos seguidores com divulgações espontâneas das fotografias, compartilhar conteúdos profissionais, bem como publicitar as marcas de roupas, os profissionais envolvidos, as locações escolhidas, que acessam a história e cultura locais (SERAFINELLI, 2018).

A fotografia em ambas as figuras funciona como projeção de instantes para as futuras gerações, visuais planejados que contemplam lembranças dos ancestrais indígenas e africanos. Uma tentativa de aproximar os produtos de moda as heranças culturais que foram deixadas (KRENAK, 2020).

Destaca-se na figura 1 o envolvimento dos modelos, vestuários e acessórios com a natureza, incorporando esses elementos como um único organismo. No mesmo contexto, as ações dos modelos são de contemplação do espaço, culto pelo ócio e o respeito as outras vidas que coabitam no mesmo enquadramento, como a diversidade de plantas, a terra e os troncos (KRENAK, 2020).

A fotografia e a facilidade de acesso ao *instagram* possibilitam uma interação mediada pela paixão visual (SERAFINELLI, 2018). Nesse sentido, a figura 1 atrai pela atmosfera mística, composta por um foco de luz, camadas de plantas, um troco encorpado e marcado pelas ranhuras do tempo.

O mistério e desconhecido remetem ao início da exploração da região amazônica. Essa passou pela extração das drogas da mata – cacau, urucu, as sementes, óleos, dentre outros – e pela escravização dos índios, pelo fato deles conhecerem a região, terem a sabedoria das especiarias que brotavam da floresta e o costume de morar naquele local. Diante da interação entre portugueses e indígenas apoiadas pela lei imposta pela Coroa portuguesa, nasceu uma nova mestiçagem, o caboclo da Amazônia (RIBEIRO, 2015).

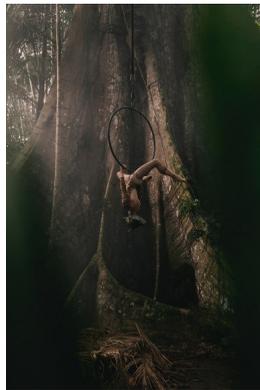
**Figura 1** - *Styling* de Vinny Araújo e Loboyoung [modelo com cachimbo nas mãos]; [modelo sentada no tronco de árvore]; [modelo pendurada de cabeça para baixo com body de estampa de onça]; [dois modelos vestidos com conjuntos estampados e o tronco de árvore] \*



A



B



C



D

\*Fotos da Tereza e Aryanne.

Fonte: Araújo (2020a, 2020b, 2020c, 2020d).

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

Esse caboclo se desdobra em três pessoas na figura 1. Especificamente na figura 1A, a mulher está vestida com um *body* de mangas compridas estampado com motivos étnicos indígenas, bordados com búzios do abdômen ao pescoço e com adornos feitos por folhas de plantas em grandes dimensões. Ademais, segura um cachimbo, vinculado a rituais indígenas. O *styling* conta uma narrativa por meio de produtos que estão pautados em elementos da moda, história e cultura para afirmar uma identidade brasileira definida como exótica e apresenta o sincretismo afro-indígena (BONADIO, 2014).

A representatividade da mulher indígena e cultura amazônica dialogam com as características que contemplam a 5ª e 10ª ODS. Respectivamente, há o empoderamento feminino perpetuado pela imagem que enaltece segurança, bem-estar e conquista do próprio espaço. Assim como, o *styling* ampara o protagonismo de uma cultura e saberes indígenas, construindo imagens referências e olhares diversos sobre o Brasil (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015a, 2015b).

Compreende-se que a sociedade, ao longo do período da colonização para o contemporâneo, persiste no parâmetro direcionado pela ótica classista, conservadora e analisa-se que há uma exportação pela lógica da colonização de estilos de vida capitalistas provenientes da classe média, caucasiana e de liberdade em sítios de pobreza, reservas indígenas e periferias. Coube ao designer projetar objetos pautados em uma lógica do descartável, barato e sem qualidade, consequentemente incrementa o consumo e a prática da cultura *kleenex*, vinculada a banalização do uso de papel (PAPANÉK, 1973).

Todavia, é de responsabilidade do designer questionar essas tensões díspares por meio de criatividade, planejamento e se perguntar se estão desenvolvendo projetos que atendam as minorias. De igual modo, compreende-se que quando um designer projeta algo com um curto período de existência, o profissional pratica um exercício insuficiente de valorização do objeto e desconsidera os fatores comuns de segurança (PAPANÉK, 1973).

*O styling conta uma narrativa por meio de produtos que estão pautados em elementos da moda, história e cultura para afirmar uma identidade brasileira definida como exótica e apresenta o sincretismo afro-indígena (BONADIO, 2014).*

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

Nesse sentido, o *styling* da figura 1 seleciona, agrupa estamparias, peças de roupas/acessórios que deram sentido as histórias das populações indígenas e afrodescendentes habitantes do Brasil de forma conceitual e serve de registro de como se deu a combinação dos elementos indígenas em uma perspectiva contemporânea. O conteúdo adentra mais no âmbito da liberdade criativa, considerando que o *styling* foi direcionado para um clipe musical (LYNGE-JORLÉN, 2016).

A inclusão das folhas como elementos conceito do *styling* na narrativa pode remeter a característica de um grupo indígena. Assim como, elas resgatam os saberes vernaculares do povo originário, como a confecção de cestarias, redes, adornos para embelezamento e caça. (GUERRAS..., 2019a; RIBEIRO, 2015).

Na figura 2, há a presença da mulher afrodescendente em meio a artesanatos sortidos, objetos de barro, cofre em formato de porco e pratos. A modelo remete a miscigenação característica do Brasil, ela está localizada no centro da imagem, com sobreposições de peças em tons de cores escuras e uma locação com profusões de objetos que criam planos de texturas visuais.

Há no enquadramento uma sobreposição visual dos sortidos objetos que estão sendo comercializados e isso é consequência da introdução de um pensamento capitalista em localizações que antes eram tidas como selvagens. Diante de uma variada opção de produtos, reestruturou-se o preço dos objetos para que eles atendam o desejo dos indivíduos de consumir o novo (PAPANÉK, 1973).

Esse acúmulo de objetos forma um fundo que destaca o *styling* de Magalhães e Amaral. As estamparias e a qualidade dos materiais sobressaem no olhar do leitor, permitindo a identificação dos motivos florais e brilhosos. Ademais, valorizam os traços faciais da modelo ao invés da venda das peças em si.

**Figura 2** - *Styling* de Paula Magalhães e Leo Amaral [modelo segura cofre em formato de porco]; [modelo com *look* predominante na cor azul]; [modelo com saia longa estampada] \*



A



B



C

\*Foto: Lucas Assis.

Fonte: Amaral (2019a, 2019b, 2019c).

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

A chegada dos africanos, oriundos de várias etnias, no território brasileiro trouxe hábitos, objetos culturais, músicas e rituais (RIBEIRO, 2015). Essas práticas se concentraram nos quilombos, definidos como um acampamento militar dos africanos que fugiram dos engenhos, alguns desses se localizaram em florestas que garantiam a subsistência, como na região de Pernambuco e Alagoas, conhecida como Palmares (GUERRAS..., 2019b).

Os mucambos, residências feitas de forma artesanal, faziam parte da paisagem dos quilombos (GUERRAS..., 2019b). Esses saberes e técnicas sobre o artesanato foram passados para os afrodescendentes, que na contemporaneidade, como se observa na figura 2, são comercializados em mercados públicos, visto na feira de São Joaquim, em cestarias, centros de mesa, tábua de carne, cofres, pratos e panelas de barro.

Na figura 2A, analisa-se que a composição do *look* é sobreposta por elementos artesanais, como o centro de mesa e o cofre de barro. Nesse visual, há também o uso do *body* preto justo ao corpo e com detalhe de uma folha no centro, sobre ele uma blusa de tecido fino gola V, manga comprida com bordados de flores vermelhas e a saia brilhosa na cor vinho. Como acessório, o colar em prata com pingentes de diferentes tamanhos.

Esse *look* destoa da figura 2B e 2C. Esses apresentam combinações com diferentes estamparias tropicais, acentuadas pelo chapéu de palha, peças de tecidos leves, soltas, pautadas na representação do nordeste brasileiro visto por uma projeção estrangeira, que associa de imediato ao Brasil da diversidade de fauna e flora (BONADIO, 2014). Todavia, o *styling* da figura 2A é composto por peças de materiais diversos, que contradiz o conceito de moda de classificar os indivíduos em hierarquias sociais (DURAN, 1988), permeia a comunicação visual que remete aos espaços, referências híbridas, esses detalhamentos demarcam as heranças estéticas definida pela pele, cadência rítmica e de gosto (RIBEIRO, 2015).

Nesse sentido, as roupas, acessórios e os elementos de cena oriundos de projetos respectivamente do *fast fashion*, objeto cultural e artesanato local se vinculam a definição de design. Faz-se alusão ao complexo de função, que permeia o contexto do mercado local, associações de afetividade histórica da feira de São Joaquim, a estética africana característica de Salvador, materiais próprios dos mercados de artesanato e a necessidade da representatividade da mulher afrodescendente como modelo de informação de moda, de cultura e empoderamento feminino (PAPANÉK, 1973).

Dessa forma, o *styling* na figura 2 apresenta a composição de peças a fim de substituir o ruído das expressões de beleza advindos de parâmetros dos colonizadores para uma ordem significativa das diferenças em que o Brasil se constituiu e compreende a riqueza presente na diversidade estética (PAPANÉK, 1973; RIBEIRO, 2015). Isso correlaciona com o pensamento de Krenak (2020, p. 86) no contexto da pandemia, “Dizer que a economia é mais importante é como dizer que o navio importa mais que a tripulação”.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como implicação prática da pesquisa, cabe aos profissionais contemporâneos refletir e conceber projetos representativos para as minorias. O design e a moda são campos de conhecimentos que servem para exprimir comportamentos de resistência, pensar sobre as necessidades dos indivíduos e projetar objetos que corroborem com o pacto de bem-estar mundial proposto nas ODS.

O *styling* é uma das práticas do sistema de moda que contemplam a diversidade, propõe questionamentos sociais, culturais e avançam as fronteiras do que é considerado belo ou feio dentro dos parâmetros estéticos europeizados e estadunidenses. O estudo dos *stylists* de Belém-PA e Salvador-BA abordaram o

## Do norte ao nordeste: um olhar do Brasil pelo styling de moda

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V.

protagonismo da mulher, de descendências indígenas, africanos, da estética de periferia dos centros urbanos, dialogam com as ideias de igualdade de gênero e redução da desigualdade social.

Os *stylings* do norte e nordeste brasileiro funcionam como referências imagéticas que rompem com a dinâmica centralizadora da indústria da moda no sul e sudeste. Bem como, estimulam outros profissionais a produzirem no mercado de cada região, trazem para o cenário brasileiro da moda outras formas de comunicação da roupa e acessórios. Para futuras pesquisas, pode-se ampliar os profissionais analisados e os *stylings*, na tentativa de trazer contribuições práticas acadêmicas e profissionais.

Em síntese, os *stylists* residentes das regiões norte e nordeste do Brasil exprimem por meio da moda um olhar sobre a cidade, a relação com as tendências globais e os diferenciais dos próprios aspectos culturais. Esse estudo serve como referência para futuros trabalhos adentrarem em temáticas que repense sobre as normatizações impostas por países desenvolvidos e em outras representatividades que identifiquem o Brasil. Bem como, que discorra sobre outras regiões, pessoas, comportamentos excluídos, que os posicionem para um lugar conspícuo.



- body* de estampa de onça] - Fotografia da artista circense. Belém, PA, 9 abr. 2020b. Instagram: @vinny\_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-xPgPqBy45/>. Acesso em: 6 jul. 2020.
7. ARAÚJO, Vinny. *Clipe Sambar in Love da artista italiana @arama\_official*. [modelo com cachimbo nas mãos]. Belém, PA, 10 abr. 2020c. Instagram: @vinny\_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-zeYqUhdWt/>. Acesso em: 6 jul. 2020
  8. ARAÚJO, Vinny. *Uma vez falaram pra mim e pra @oitereza que amavam nossos trabalhos porque sempre tinha muita planta, muito verde [...]*. [modelo Tayná Carvalho - sentada no tronco de árvore] - Obra da @oitereza. Belém, PA, 12 maio 2020d. Instagram: @vinny\_araujo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CAF5PFyhwl-/>. Acesso em: 6 jul. 2020.
  9. BONADIO, Maria Claudia. Brazilian fashion and the 'exotic'. *International Journal of Fashion Studies*, Bristol, England, v. 1, n. 1, p. 57-74, 2014.
  10. CONHEÇA a história de Regina Guerreiro, referência em jornalismo de moda. Repórter: Fernanda Azevedo. *Jornal da Gazeta*, São Paulo, 7 nov. 2014. A cara de São Paulo. 1 vídeo (3min42s). Disponível em: <https://www.tvgazeta.com.br/videos/conheca-historia-de-regina-guerreiro-referencia-em-jornalismo-de-moda/>. Acesso em: 21 fev. 2019.
  11. CRANE, Diane. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. Tradução de Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.
  12. DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo: Babel Cultural, 1988.

13. GUERRAS do Brasil. Doc Episódio1. Direção: Luiz Bolognesi. Produção: Laís Bodanzky e Luiz Bolognesi. Roteiro: Felipe Milanez e Luiz Bolognesi. Rio de Janeiro: ANCINE, 2019a. Documentário: Episódio1: indígenas. 1 vídeo (26min44s). Publicado pelo canal Nossa História Viva. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VeMISgnVDZ4&t=907s>. Acesso em: 9 jun. 2020.
14. GUERRAS do Brasil.Doc Episódio2. Direção: Luiz Bolognesi. Produção: Laís Bodanzky e Luiz Bolognesi. Roteiro: Denilson Monteiro e Luiz Bolognesi. Rio de Janeiro: ANCINE, 2019b. Documentário: Episódio2: As Guerras de Palmares. 1 vídeo (26min). Publicado pelo canal Nossa História Viva. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ABO5Xl4GZHM&t=104s>. Acesso em: 9 jun. 2020.
15. KAMARA, Ibrahim. Biography. *The Business of Fashion*, London, 2020. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/community/people/ibrahim-kamara>. Acesso em: 8 jun. 2020.
16. KRENAK, Ailton. *A vida não é útil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
17. LA FERLA, Ruth. Carlyn Cerf de Dudzeele: a legend who's unafraid to say so. *The New York Times*, New York, 13 nov. 2013. Style/Fashion. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2013/11/14/fashion/carlyn-cerf-de-dudzeele-a-legend-whos-unafraid-to-say-so.html>. Acesso em: 8 jun. 2020.
18. LAVER, James. *A roupa e a Moda: uma história concisa*. Tradução de Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.



26. PERES, Graziela. Dia de riqueza. In: FFW blog: arte, comportamento, filosofia, fotografia, [S. l.], 22 mar. 2012. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/blog/fotografia/dia-de-riqueza/>. Acesso em: 13 ago. 2020.
27. RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. Imagens encenadas? Atos performativos e construção de sujeitos nas fotografias de moda. *Estudos Iber-Americanos*, Porto Alegre, v. 44, n. 1, p. 28-40, jan./abr. 2018.
28. RIBEIRO, Darcy. *O povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. 3. ed. São Paulo: Global, 2015.
29. ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials*. 4. ed. Los Angeles: Sage, 2016.
30. SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on instagram: new social communication of photography*. Bingley, UK: Emerald Publishing, 2018.
31. SMITH, Zadrian (ed.). Ray Petri(e): the man and his legacy. *PETRIe*, London, 24 May 2013. Archive: PETRIe Inventory 65. Disponível em: <http://www.petrieinventory.com/ray-petrie-the-man-and-his-legacy>. Acesso em: 28 dez. 2018.
32. VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. *Revista SoCERJ*, Rio de Janeiro, RJ, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007.