

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Isis Sena Silva

**De boutique em butique:
Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 e 1970**

Orientadora: Dra. Elisabeth Murilho da Silva

Juiz de Fora
2017

Isis Sena Silva

**De boutique em butique:
Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 e 1970**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial a obtenção do grau de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens.

Linha de pesquisa: Arte, Moda: História e Cultura.

Orientadora: Dra. Elisabeth Murilho da Silva

Juiz de Fora

2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva, Isis Sena.

De boutique em butique : Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 e 1970 / Isis Sena Silva. -- 2017.
130 f.

Orientadora: Elisabeth Murilho da Silva

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2017.

1. Moda. 2. Ipanema. 3. Juventude. 4. Butique. I. Silva, Elisabeth Murilho da, orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Isis Sena Silva

"De boutique em butique: Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 e 1970"

Profa. Dra. Elisabeth Murilho da Silva

Orientador

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Arte, Moda: História e Cultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 15/09/2017

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Elisabeth Murilho da Silva Orientador – UFJF

Profa. Dra. Maria Cláudia Bonadio Membro Interno - UFJF

Profa. Dra. Maria do Carmo T. Rainho Membro externo – Arquivo Nacional

DEDICATÓRIA

A minha mãe e a minha avó, Santinha, de quem herdei o amor pela moda.

AGRADECIMENTOS

Preciso agradecer em primeiro lugar a essa força que rege nossas vidas, Deus, por me manter firme em meu objetivo, mesmo diante de tantos obstáculos.

Gostaria de agradecer também aos meus pais, Wilson e Eliane, e ao meu irmão, Iuri, por acreditarem neste sonho, pela paciência, pela compreensão e por fazerem do meu sonho, um sonho de toda família. Eu não conseguiria sem vocês.

A minha professora e orientadora, Beth, por ter o dom de sempre me dizer o que eu precisava ouvir, na hora em que era preciso, por acreditar na minha pesquisa, por não deixar que eu desanimasse e, especialmente, por me mostrar o que é realmente ensinar. Muito obrigada!

Aos meus professores do Instituto de Artes e Design por dividirem comigo tanto conhecimento e experiência.

Aos meus avós, tios e primos, por todas as conversas, pela força e pelo incentivo, quando tudo estava tão difícil.

Aquele que eu escolhi para ser meu companheiro nesta vida, meu amor, Beto, pela paciência, compreensão e dedicação sem medidas e por me lembrar todos dias de que no final tudo daria certo.

A minha madrinha, Nancy, minha prima Lucy e minha sogra, Marlene, por todas as horas de oração.

Aos meus colegas de trabalho por compreenderem as dificuldades desta empreitada.

As minhas colegas e amigas “da licenciatura para a vida”, Sarah e Scarlate, por me mostrarem que por mais que apareçam pedras em nosso caminho, com a ajuda de mãos amigas, nós podemos movê-las e erguer um castelo.

Aos meus colegas do mestrado, por todas as horas, experiências e conhecimentos compartilhados. Admiro muito todos vocês!

As minhas amigas de república, que por tanto tempo me acolheram com carinho e amizade.

A essas pessoas, verdadeiros talentos, mentes criativas da moda e da arte, que compartilharam comigo momentos e experiências de suas vidas, Celina Moreira da Rocha e sua filha, Maria Haddock, Ângela Carneiro, Célia Resende, Ruth Joffily e Luís Antônio Marangoni. Obrigada por dividirem comigo tantas informações, sem a ajuda de vocês meu trabalho perderia o brilho.

A todos os jovens que lutaram e lutam ainda por uma metamorfose na realidade brasileira.

*“E aqueles que foram vistos dançando foram
julgados insanos por aqueles que não
podiam escutar a música”.*
(Friedrich Nietzsche)

RESUMO

Transformações econômicas, políticas e sociais em curso desde os anos de 1950 tiveram consequências importantes na cultura e no estilo de vida da juventude ocidental. Como eco dessas transformações, a moda, que até então esteve atrelada aos modelos da alta-costura e às elites socioeconômicas, passou por uma metamorfose e assumiu novos contornos. Nesse momento a moda passou a revelar mais sobre o indivíduo, mostrando sua identidade, seu gosto, sua raça, seu posicionamento político e cultural. Diante desse cenário um novo protagonista entrou em cena: o jovem. Assim, é diante deste panorama que se observou o nascimento de uma moda produzida no Brasil que se baseia em novos signos de elegância e beleza: a moda das boutiques de Ipanema.

Palavras chaves: Ipanema, juventude, butiques

ABSTRACT

Economic, political and social transformations under way since the 1950s have had important consequences on the culture and lifestyle of Western youth. As an echo of these transformations, fashion, which until then was tied to couture models and socioeconomic elites, underwent a metamorphosis and took on new contours. At that moment the fashion began to reveal more about the individual, showing his identity, his taste, his race, his political and cultural position. Before this scenario a new protagonist entered the scene: the young. Thus, it is in front of this panorama that the birth of a fashion produced in Brazil is observed that is based on new signs of elegance and beauty: the fashion of the boutiques of Ipanema.

Keywords: Ipanema, youth, boutiques

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Jânio Quadros (ao centro) e Ernesto Che Guevara (à esquerda)	20
Figura 2. Castelo Branco sobe a rampa ladeado por Ranieri Mazzilli e pelo general Ernesto Geisel	23
Figura 3. No Rio de Janeiro tanques patrulham as ruas	24
Figura 4. Comícios agitam a Assembleia Legislativa, onde foi exibida a camisa do estudante assassinado	27
Figura 5. Estudantes presos no campo do Botafogo, na véspera da Sexta-Feira Sangrenta	28
Figura 6. Os artistas, como sempre, formaram ao lado do povo	29
Figura 7. Freiras católicas participam da Passeata dos cem mil	30
Figura 8. Passeata dos cem mil é organizada por estudantes do Rio de Janeiro e exige o fim da ditadura militar	30
Figura 9. Foto do início da concentração dá ideia da imensa massa popular de todas as classes sociais que realizou hoje uma das maiores manifestações públicas de que se tem notícia na história do país	31
Figura 10. Teotônio dos Santos, Vânia Bambirra e Herbert de Souza, o Betinho, já em solo brasileiro	35
Figura 11. Charge de Henfil publicada no Jornal dos Sports em 1973	45
Figura 12. Gal em visita aos amigos exilados. 1970	47
Figura 13. Pier de Ipanema. 1972	48
Figura 14. Hippie no Pier no verão de 1972	50
Figura 15. Gal Costa e a amiga Wilma Dias no Pier de Ipanema	52
Figura 16. Topless em Ipanema	53
Figura 17. Reportagem de Marisa Raja Gabaglia	54
Figura 18. Caftã usado por Fenella Fielding, Thea Porter, 1966	61
Figura 19. Caftã florido, Woodstock, 1969	61
Figura 20. Túnica creme Cosmos, Pierre Cardin, 1967	64
Figura 21. Terno de três peças, Yves Saint Laurent, 1967	64

Figura 22. 1ª capa da revista Joia	65
Figura 23. 1ª capa da revista Manequim	65
Figura 24. 1ª capa da revista Claudia	65
Figura 25. 1ª capa da revista Nova	65
Figura 26. Participantes do concurso de moda Miss Bangu em estádio de futebol	70
Figura 27. Sandra Maria de Paulo Carvalho	76
Figura 28. As botas prateadas de Marangoni	76
Figura 29. Ana Beatriz Xavier dos Santos	77
Figura 30. Luís Antônio Marangoni e Adriano de Aquino	77
Figura 31. Croquis da Mariazinha	81
Figura 32. Vestido de shantung de algodão	82
Figura 33. Jardineira de brim	83
Figura 34. O nome Mariazinha aparece gravado nos botões e em pequena placa metálica da jardineira	83
Figura 35. Moda praia da Mariazinha	84
Figura 36. Blusa frente única, cruzada e drapeada, usada com saia longa com listras finas e estampa de margaridas	84
Figura 37. Blusa de malha amarela, com desenho de capacete de motocicleta	87
Figura 38. Calça de veludo amarelo, jaqueta de couro preto com listras	88
Figura 39. Calça de veludo com cós largo e botão de metal	88
Figura 40. Produções da Bibba	89
Figura 41. Sapato de sola grossa e salto alto	90
Figura 42. Short listrado em branco e vermelho	90
Figura 43. Mãe e filha com trajes iguais	91
Figura 44. Celina na inauguração da loja com frente para a rua	92
Figura 45. Vestido de lã da Aniki Bobo doado ao Instituto Zuzu Angel	94
Figura 46. Celina usando peças da Aniki Bobo em frente a loja	95
Figura 47. Croqui da calça de veludo molhado feito por Celina	96
Figura 48. Gilles Jacquard ladeado por Pepita Rodrigues (à esquerda) e Diana Azambuja (à direita)	97
Figura 49. Maria Celina de Sá Lessa usando camiseta da Aniki Bobo	97
Figura 50. Convite de inauguração da Frágil	99

Figura 51. Adriano de Aquino, Célia Resende e Carlos Veiga	100
Figura 52. Calças bufantes de chita florida conjugada com colete em veludo antigo bordado em lantejoulas douradas	101
Figura 53. Vestido nostálgico em cetim estampado	101
Figura 54. Astracã em contraste de cores no smoking de gola redonda e farta	102
Figura 55. Casaco de plumas, calça três quartos em cetim preto com aplicação de lantejoulas douradas em forma de palma, meias de lã listradas, sapato de camurça preto trançado	102
Figura 56. Os estilistas da Veste Sagrada. Da esquerda para a direita: Luiz Antônio Marangoni, Cristina, Bebe e Chefinho, todos usando peças da butique	105
Figura 57. Estampados de rodeio, chemises de brim e calças jeans; abinha de croopier para proteger do sol	108
Figura 58. Peças da coleção verão da Veste Sagrada	109
Figura 59. Conjuntinho da Veste Sagrada que lembra o mambo e promete ser o “grito do verão”	109
Figura 60. Peças para a coleção do próximo verão	110
Figura 61. Marília Valls e sua filha no interior da Blu-Blu	113
Figura 62. Vestido da Blu-Blu	115
Figura 63. Vestido longo em musselina	116
Figura 64. Camisetas de malha de algodão com bordados de lantejoulas	116
Figura 65. As camponesas de Saint Laurent em versão Blu-Blu	117
Figura 66. Lenços estampados formam o conjunto de saia e túnica	117
Figura 67. Modelo usando peça da Blu-Blu	119
Figura 68. Mochila emborrachada da Company	122
Figura 70. Mauro Taubman e Joãozinho Trinta	125

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AI – Atos Institucionais

ALN – Aliança Libertadora Nacional

Arena – Aliança Renovadora Nacional

CNV – Comissão Nacional da Verdade

FENIT – Feira Nacional da Indústria Têxtil

MDB – Movimento Democrático Brasileiro

MR-8 – Movimento Revolucionário 8 de Outubro

PCBR – Partido Comunista Brasileiro Revolucionário

PDS – Partido Democrático Social

PMDB – Partido do Movimento Democrático do Brasil

UME – União Mundial dos Estudantes

UNE – União Nacional dos Estudantes

VPR – Vanguarda Popular Revolucionária

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	O cenário analisado	15
1.2	Metodologia	17
1.3	Delimitação do estudo	18
2	DE CASTELO BRANCO A FIGUEIREDO: SONHOS E DESAFIOS DE UMA JUVENTUDE	20
2.1	Da revolução social à revolução comportamental: remapeando a realidade	36
2.2	<i>Caminhando contra o vento</i> : desbunde nas dunas de Ipanema	46
3	BRINCANDO COM O EFÊMERO: A METAMORFOSE DOS TRAJES DOS ANOS DE 1960 E 1970	56
3.1	A nova configuração	60
3.2	O nacional versus o importado	67
3.3	O <i>swinging</i> Brasil: prêt-à-porter nacional e moda brasileira	72
4.	ESTILO E ORIGINALIDADE À BRASILEIRA: ENTRAM EM CENAS AS BUTIQUES DE IPANEMA	79
4.1	Mariazinha, a pioneira	80
4.2	Bibba (1966-1983)	85
4.3	Aniki Bobo (1968-1980)	91
4.4	Frágil (1969-1973)	98
4.5	Veste Sagrada (1971-1974)	104
4.6	Doze (1971 – 1973)	111
4.7	Blu-Blu (1972-1987)	113
4.8	Company (1973-2003)	120
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	126
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	128

1 INTRODUÇÃO

Tendo suas origens em uma pesquisa realizada durante a graduação, as ideias que nortearam a presente dissertação surgiram, a princípio, diante da tentativa de encontrar e compreender os entrelaçamentos existentes entre o cenário que se delineou durante o período ditatorial brasileiro e as modificações observadas na moda e no comportamento neste período. Inicialmente esta pesquisa objetivava apresentar o traje como uma forma de expressão do descontentamento jovem com a situação política e social brasileira. No entanto, como em uma trama de tecido, onde um fio puxa outro, aqui, as ideias iniciais foram mostrando sua amplitude e, assim, encontrando e mostrando outras possibilidades que precisavam ser pensadas e repensadas dentro deste trabalho.

A opção por dar continuidade a este trabalho dentro de um programa de pós-graduação surgiu quando as possibilidades e indagações sobre este período se tornaram imensas e mostraram necessário um estudo mais aprofundado. Foi necessária uma análise do cenário político dos anos de 1960 e 1970 e de suas consequências para a vida em sociedade – em especial a vida dos jovens. Essas consequências, como veremos, não foram sentidas apenas no campo político, mas também no campo comportamental, onde inclui-se a forma de se vestir. Analisando esta perspectiva sob a ótica do vestir-se e buscando compreender as relações que essa nova forma de revestir o próprio corpo surgiram outras questões importantes: como a moda brasileira se situa dentro desse contexto? Qual sua relação com a moda jovem? Partindo, então, de um estudo acerca do surgimento do conceito de moda brasileira, surgiram, nesta pesquisa, as butiques do bairro de Ipanema.

Assim, o presente trabalho apresenta um estudo sobre a produção de moda de algumas butiques que nasceram em Ipanema ao longo das décadas de 1960 e 1970, relacionando moda jovem e moda brasileira. Para uma melhor compreensão do objeto em questão foi necessária também uma pesquisa sobre a melhoria das indústrias brasileiras (em especial as têxteis), as mudanças estabelecidas com relação aos desfiles de moda, o aprimoramento do campo gráfico nacional – fatores que contribuíram para uma transformação no período.

Baseando-se nos conceitos analisados e acreditando sempre na premissa de que a forma como vestimos e revestimos nosso corpo e como nos comportamos em sociedade estão intrinsecamente relacionadas aos acontecimentos históricos e sociais, o tema aqui em questão

nasceu: “De boutique em butique: Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 e 1970”. Essa escolha ocorreu quando foi percebida a importância de se assimilar a forma como a moda jovem, dentro de um cenário contracultural, através dos contextos sociais, políticos, econômicos e culturais, passou a refletir o comportamento e as identificações culturais, revelando mais sobre o indivíduo.

1.1 O cenário analisado

Para um melhor entendimento do objeto aqui em estudo, cabe apontar alguns aspectos do cenário dentro do qual ele se insere. É importante, nesse sentido, compreender a simultaneidade entre esses aspectos e das mudanças ocorridas na moda (tanto na estrangeira quanto na nacional). Enquanto na Europa observava-se um determinado cenário, aqui no Brasil o cenário era outro; no entanto, as alterações e transformações vividas nesse tempo possuem correlações importantes.

Neste momento a conjuntura socioeconômica e cultural, no mundo ocidental, passou por diversas mudanças e adaptações da sociedade em função acontecimentos políticos, econômicos e sociais como a guerra do Vietnã, o comunismo no leste europeu, os perigos da guerra nuclear e os conflitos raciais nos Estados Unidos, aponta Hobsbawm (1995). Não apenas a Europa e a América do Norte foram afetadas por essas mudanças; na América Latina a sociedade também precisou adaptar-se e transformar-se em função da instauração de governos militares ditatoriais em diversos países, como Argentina, Uruguai e Brasil, ao longo dos anos 1960 e 1970, destaca Arruda (1986).

Desta forma, impulsionada por esses acontecimentos, a juventude, que até então não tinha papel ativo na sociedade, despontou em uma série de movimentos que marcaram o período e surpreenderam os políticos e intelectuais que estavam pouco sintonizados com as mudanças que estavam em curso desde o final da década de 1950 (HOBSBAWM, 1995). Nesse momento, esses jovens, de acordo com Borelli *et al.* (2009), emergiram como sujeitos sociais ativos e potenciais agentes políticos, aparecendo engajados nos movimentos estudantis, dos trabalhadores, nas atividades dos partidos políticos ou nos movimentos da contracultura, mostrando-se protagonistas de um leque de ações culturais que caracterizaram o período e o transformaram em referência emblemática para a história.

No Brasil, o conturbado e polêmico cenário das décadas de 1960 e 1970 teve início

com a crise do governo de Jânio Quadros, seguida de sua renúncia em 25 de agosto de 1961. A renúncia de Jânio não chegou a ser esclarecida e, de acordo com Fausto (1995), o próprio Jânio negou-se a dar uma versão clara dos fatos, aludindo sempre às “forças terríveis” que o levaram ao ato. O então vice-presidente da República, João Goulart, era visto pelos setores militares como a encarnação da República sindicalista e a brecha por onde os comunistas chegariam ao poder. Diante disso, os ministros militares declararam-se contra a posse de João Goulart. No entanto, as parcelas apoiadoras de João Goulart agitaram-se e através de suas articulações João Goulart conseguiu tomar posse no dia 7 de setembro de 1961, embora com poderes diminuídos ressalva Fausto, (1995).

Paralelamente, o período foi marcado por uma intensa industrialização, urbanização acelerada e pela consolidação da indústria cultural. Apesar disso, conforme acentua Sant’Anna (2010), um golpe de estado seguido da instauração de uma ditadura militar e da repressão violenta aos movimentos sociais e juvenis contribuiu para profundas transformações na sociedade brasileira, fulgurando tal período por uma grande ebulição sociocultural.

Neste momento, conforme Hobsbawm (1995: 292), rapazes e moças e seus professores constituíram um novo fator na política e na cultura, configurando-se como uma força muito mais importante do que jamais haviam sido: “[...] eram não apenas radicais e explosivos, mas singularmente eficazes na expressão nacional, e mesmo internacional, de descontentamento político e social”, destaca o autor. No Brasil, a gigantesca força que agregou-se em torno desses jovens, conforme acentua Cidreira (2008), foi capaz, de fato, de provocar fissuras na estrutura até então vigente. Reivindicando uma completa reversão do modo de ser da sociedade, movidos por sonhos, verdadeiras utopias, a juventude marcou presença em movimentos estudantis, feministas, de psicodelismo, em festivais que se tornaram verdadeiros *happenings* de liberação, propondo uma vida mais natural, de amor livre, sem opressão.

Como defluência desse conjunto de acontecimentos, Lago (2007) ressalta que a revolução instaurada, embora possua um cunho político, irá se manifestar na cultura, acarretando o nascimento de uma antimoda pertencente à juventude espalhada em todo o Ocidente. Nos anos de 1960 e 1970 a moda sofreu uma transformação radical e suas mudanças tornaram-se observáveis em todas as classes da sociedade, caracterizando-se como um elemento indissociável da vida cotidiana.

Estabelecendo como base este cenário, dentro deste contexto histórico e social, o

objetivo principal deste trabalho delineou-se: compreender como as transformações ocorridas a partir dos anos de 1950 contribuíram para o surgimento de uma moda produzida no Brasil que se baseia em outros signos de elegância e beleza: a moda das boutiques de Ipanema.

1.2 Metodologia

Na presente pesquisa a utilização do método qualitativo pareceu o mais adequado, pois, segundo Trivinus (1987), a pesquisa qualitativa possibilita conhecer o problema no meio em que ele ocorre, sem, no entanto, criar situações artificiais ou que levem a interpretações ou generalizações equivocadas. De acordo com Minayo (2009:21), a pesquisa qualitativa responde à questões muito particulares, ocupando-se, nas Ciências Sociais, com um nível de realidade que não pode ou, pelo menos, não deveria ser analisado quantitativamente. “Ela [a pesquisa qualitativa] trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. Assim, conforme a autora, esse conjunto de fenômenos humanos é compreendido como parte da realidade social, uma vez que o ser humano se distingue não apenas por agir, mas também por pensar e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes.

A partir de uma análise dos objetivos a que este trabalho se propõe, o mesmo classifica-se como descritivo, uma vez que visa descrever as características de determinado setor da população e os fenômenos que o permeiam dentro do contexto analisado, sem, no entanto, interferir ou modificar esta realidade. Pode-se dizer que esta pesquisa concentra-se em descobrir e observar determinados fenômenos históricos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los (GIL, 1991).

Com relação aos procedimentos técnicos possíveis dentro de uma pesquisa acadêmica de caráter qualitativo, optou-se pela pesquisa bibliográfica e pela pesquisa em fontes primárias. A busca por referências de fontes primárias mostrou-se intrínseca como forma de preencher as lacunas que surgiram durante a pesquisa, colaborando para a construção de um cenário mais completo. Para tal, o presente estudo serviu-se de algumas entrevistas realizadas com pessoas que, em sua juventude, participaram ativamente das mudanças ocorridas no cenário da moda brasileira; foi realizada também uma pesquisa em revistas, fotografias, documentos oficiais e jornais da época.

Além da pesquisa em fontes primárias, a revisão bibliográfica também desempenhou

um importante papel nesta pesquisa, uma vez que compreender o contexto histórico, político e social do Brasil mostrou-se fundamental para uma análise mais aprofundada do período. Na revisão bibliográfica há também um destaque para estudos acerca da moda e sua história. Foram analisados estudos divulgados em livros, revistas, publicações em periódicos, artigos científicos, monografias, dissertações e teses.

1.3 Delimitação do estudo

Neste tópico busca-se fornecer a delimitação do presente estudo, apresentando um breve mapeamento deste trabalho, apontando suas divisões e subdivisões.

O capítulo introdutório faz uma apresentação do tema em estudo, seus objetivos, justificativa, a delimitação do estudo separada por capítulos e os aspectos metodológicos adotados em sua elaboração.

O primeiro capítulo (De Castelo Branco a Figueiredo: sonhos e desafios de uma juventude) encontra-se dividido em três partes e busca fornecer, em sua primeira parte, um panorama do cenário político brasileiro das décadas de 1960 e 1970, iniciando com a articulação do golpe militar de 1964 e caminhando até a lenta transição para a redemocratização do país. No item 2.1 (Da revolução social à revolução comportamental: remapeando a realidade) busca-se abordar a temática da revolução comportamental da juventude e os movimentos de contracultura e antimoda observados principalmente em fins da década de 1960 até os anos de 1970. Já, no item 2.2 (Caminhando contra o vento: desbunde nas dunas de Ipanema) é trabalhada a questão do desbunde no Píer de Ipanema. Este item busca explicar como a atitude “desbundada” surgiu em meio a um contexto militar autoritário e como esta estabelece suas conexões com os campos do comportamento e do vestuário jovem no bairro de Ipanema.

O segundo capítulo (Brincando com o efêmero: a metamorfose dos trajes nos anos de 1960 e 1970) visa fornecer um estudo sobre as transformações pelas quais o universo da moda ocidental passou, tendo início na Europa e nos Estados Unidos e chegando ao cenário brasileiro.

O terceiro capítulo (Estilo e originalidade à brasileira: entram em cena as butiques de Ipanema) faz uma apresentação de algumas butiques do bairro de Ipanema que durante o período estudado fizeram sucesso entre a juventude brasileira e contribuíram para a

consolidação da moda carioca.

2 DE CASTELO BRANCO A FIGUEIREDO: SONHOS E DESAFIOS DE UMA JUVENTUDE

O polêmico e conturbado cenário analisado neste capítulo engloba o período que vai dos anos de 1960 até o final da década de 1970. Durante este momento, diversos acontecimentos no campo da política marcaram de forma dura a história brasileira. No entanto, embora esses acontecimentos tenham se originado no campo político, seus ecos atingiram outros campos, como a cultura, a arte, a moda e a vida da juventude. Assim sendo, cabe aqui ressaltar alguns momentos fundamentais de nossa história, que forneceram terreno para os fatos que viriam a agitar a sociedade brasileira a partir de 1964.

O primeiro desses momentos teve início no dia 25 de agosto de 1961, quando Jânio Quadros renunciou à presidência do Brasil, como salienta Castro (1999), para a qual havia sido eleito esmagadoramente meses antes. Ante essa situação, implicava-se a posse do vice-presidente João Goulart, o Jango, hostilizado por importantes setores militares e empresariais. Mas, “há razão para tanto?”, questionam Priore & Venâncio (2010). Nesse sentido, é fundamental lembrar que Jango era identificado à política denominada “república sindicalista” e pertencente à corrente nacionalista, partidária da realização de reformas de base na sociedade brasileira, esclarecem os autores Priore & Venancio (2010).

Figura 1 – Jânio Quadros (ao centro) e Ernesto Che Guevara (à esquerda). Agosto de 1961.



Fonte: CPDOC/Arquivo Castilho Cabral/ CC foto 136.

Os ministros militares se negavam a reconhecer o direito de posse de Goulart e deram início, como lembra Sader (1990), à articulação do golpe militar. No entanto, Priore & Venancio (2010) esclarecem um ponto fundamental nessa crise: o posicionamento dos ministros militares não contava com o apoio unânime das Forças Armadas, uma vez que Goulart havia se eleito por votação direta, levando a ala legalista do Exército a se posicionar a seu favor. Assim, frente a ampla mobilização popular, impulsionada pela Campanha da Legalidade¹, liderada no Rio Grande do Sul pelo governador Leonel Brizola, o golpe foi abortado, contando com a adesão de unidades militares das três forças, algumas corporações estaduais e com o Comando do III Exército. Assim, após um acordo político que implementou o parlamentarismo, João Goulart assumiu a presidência da República (CNV, 2014).

Aparentemente, o impasse enfrentado por João Goulart havia sido superado e, diante dessa conjuntura, o Presidente deu início ao seu governo em 7 de setembro de 1961. No entanto, Fausto (1995) ressalva que essas divergências e conspirações permeariam todo o governo de Jango. Além das pressões dos grupos militares, Hollanda & Gonçalves (1984) acentuam que o governo de João Goulart estava sendo pressionado também pelo jogo de interesse das diversas classes e grupos — havia as reivindicações das massas trabalhadoras, dos grupos empresariais “tradicionais”, dos camponeses e, ainda, dos estudantes.

A situação do Presidente não poderia ser mais grave e, diante disso, ele precisaria definir suas opções, afirmam Hollanda & Gonçalves (1984). Incapaz de resolver a crise instalada em seu governo, oscilando na tensão de pressões inconciliáveis, João Goulart viu-se sem alternativas plausíveis e acabou por ceder terreno à reorganização do Estado pelo caminho do regime militar. Assim, Jango foi deposto em 31 de março de 1964 (PRIORE & VENANCIO, 2010). A derrota sofrida neste ano não foi uma derrota momentânea, ela marcaria as trajetórias dos setores de oposição ao governo militar, recorda-se Fernando Gabeira (1979).

Diante desse cenário temos o início do segundo momento da crise política brasileira que marcou o cenário da década de 1960 inteira, exibindo ainda prolongamentos nos anos de

1. Em 25 de agosto de 1961, Leonel Brizola divulgou um manifesto declarando apoio à ascensão de João Goulart. No dia seguinte, foi divulgado o manifesto do marechal Henrique Teixeira Lott defendendo a posição legalista das Forças Armadas. Começaram, neste momento as primeiras manifestações militares legalistas. Brizola, no dia seguinte à renúncia de Quadros, lançou um apelo aos militares legalistas no sentido de não se aproximarem das ações golpistas da cúpula militar, que custava a aceitar a posse de Goulart. A interpelação às forças democráticas e populares é nítida nos pronunciamentos de Brizola. A esse respeito ver: A Campanha da Legalidade: uma mobilização civil-militar em defesa da posse de João Goulart. Disponível em: <http://www.legalidade.rs.gov.br/>.

1970 e início de 1980. De acordo com o relatório da Comissão Nacional da Verdade (2014) a consumação do golpe de 1964 foi operacionalizada no Congresso Nacional, com a declaração de vacância da presidência da República no dia 9 de abril de 1964, sem qualquer respaldo constitucional. A partida de Goulart para o exílio acabou por desmobilizar a resistência de oficiais legalistas e praças, além de anular a expectativa de reação nutrida por setores sociais organizados como sindicalistas, camponeses e estudantes.

Sob este viés, Priore & Venancio (2010) asseguram que o Golpe Militar de 1964 pode ser, de fato, acusado de muitas coisas, menos de ter sido uma simples quartelada, uma vez que essa intervenção já vinha sendo discutida entre os círculos militares há algum tempo. Isso pode ser observado no projeto apresentado pela instituição militar, projeto este que apresentava medidas para o desenvolvimento do país que, em larga medida, consistia em retomar o modelo implantado nos fins da década de 1950, baseado na associação entre empresas nacionais privadas, multinacionais e estatais. No entanto, conforme Fausto (1995) elucida, esse movimento não havia sido lançado apenas para retomar o crescimento econômico do Brasil — aparentemente, ele visava também resolver problemas com a corrupção, restabelecer a ordem social e livrar o país do comunismo.

Por fim, como veremos aqui, a intervenção militar instaurada no Brasil acabou por mostrar-se algo bem mais sério que um episódio passageiro e aleatório. Hollanda & Gonçalves (1984) frisam, neste sentido, que a insuspeita vocação à permanência do novo regime logo expôs a natureza profunda de suas determinações. O que a esquerda fora incapaz de levar em conta, e que a deixava mergulhada em perplexidade, caracterizava o prelúdio de uma nova fase na vida brasileira.

Conforme o relatório da Comissão Nacional da Verdade (2014), o golpe de 1964 introduzia uma mudança radical na base da organização política do país. Intitulando-se “movimento revolucionário”, o golpe militar de 1964 em seu Ato Institucional 1 dizia:

“A revolução se distingue de outros movimentos armados pelo fato de que nela se traduz, não o interesse e a vontade de um grupo, mas o interesse e a vontade da Nação[...] Este se manifesta pela eleição popular ou pela revolução. Esta é a forma mais expressiva e mais radical do Poder Constituinte. Assim, a revolução vitoriosa, como Poder Constituinte, se legitima por si mesma.”²

2. *Diário Oficial da União*, em 9/4/1964. O Ato Institucional 1 apresentou mudanças à Constituição do Brasil de 1946 quanto à eleição, ao mandato e aos poderes do Presidente da República. Conferiu aos Comandantes-em-chefe das Forças Armadas o poder de suspender direitos políticos e cassar mandatos legislativos, além de outras providências.

Figura 2 – Castelo Branco sobe a rampa ladeado por Ranieri Mazzilli e pelo general Geisel. 15.04.1964.



Fonte: Acervo O Globo.

Fausto (1995) salienta que o novo regime começou a monitorar as instituições do país através desses decretos, os famosos Atos Institucionais³ (AI), e através de seu primeiro Ato Institucional (o AI-1, de 9 abril de 1964), o regime estabeleceu a eleição de um novo presidente da República, por meio de votação indireta (quase unânime) do Congresso Nacional. Assim, em 15 de abril de 1964, Castelo Branco foi eleito presidente da República.

Na imagem acima (figura 2) é possível ver o general Humberto de Alencar Castelo Branco subindo a rampa do Palácio do Planalto, acompanhado pelo general Ernesto Geisel (outro nome importante nesta análise). Castelo Branco foi o primeiro presidente do regime militar brasileiro, que durante vinte anos, monitorou não só a política brasileira, mas diversos aspectos da vida da população, como veremos adiante.

Compreendidos esses dois momentos que foram, respectivamente da articulação do golpe ao êxito da ala militarista em retirar Jango da presidência e, depois, da vacância da presidência da República em 9 de abril de 1964 ao dia 15 de abril do mesmo ano, quando Castelo Branco tomou posse, poderemos analisar as correlações que marcaram a vida da população brasileira — em especial o setor jovem e estudantil — durante o regime militar.

3. Os Atos Institucionais foram normas elaboradas no período de 1964 a 1969, durante o regime militar. Foram editadas pelos Comandantes do Exército, da Marinha e da Aeronáutica ou pelo Presidente da República, com o respaldo do Conselho de Segurança Nacional. Ao todo foram 17 Atos Institucionais. A esse respeito ver: Portal da legislação. Atos Institucionais. Disponível em: <http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-historica/atos-institucionais>.

Neste momento a defasagem existente entre a expectativa da transformação social e a realidade do desmoronamento do governo de João Goulart exigiu o reconhecimento de que alguma coisa andara mal nos cálculos da “revolução”. Desta forma, Hollanda & Gonçalves (1984) ressaltam que a necessidade de localizar e “corrigir” os possíveis enganos ocorridos no cenário político do ano de 1964 marcou de forma intensa os rumos que a militância política e cultural tomou até o final da década.

“A revolução vitoriosa” que “se legitima por si mesma”, como pregava o Ato Institucional 1, encontrava-se baseada em uma decisão política fundamental do movimento de 1964, a de combater a ação do grupo que “[...] deliberadamente se dispunha a bolchevizar o País”, tornando necessário “[...] tomar as urgentes medidas destinadas a drenar o bolsão comunista, cuja purulência já se havia infiltrado não só na cúpula do governo como nas suas dependências administrativas”, destaca o Relatório da Comissão da Verdade (2014), deixando claras as intenções governamentais.

Figura 3 – No Rio de Janeiro tanques patrulham as ruas.01.04.1964.



Fonte: Acervo O Globo.

Ao longo desses anos de repressão, alunos das faculdades de diversas áreas das grandes cidades realizavam greves e passeatas. Eles protestavam contra a falta de liberdade democrática e contra a política educacional do governo de Castelo Branco, que queria transformar as universidades públicas em fundações privadas, destaca Carmo (2001). O papel desempenhado por esses estudantes foi além do campo acadêmico e extrapolou para a política, tornando-os porta-vozes do descontentamento contra a ditadura militar.

O governo federal baixou então, de forma autoritária, os Atos Institucionais nº 2 (em outubro de 1965), 3 (em fevereiro de 1966) e 4 (em dezembro de 1966), onde, entre outras normas, promovia o fortalecimento do Poder Executivo e extinguiu os, então, atuais partidos políticos, cancelando seus respectivos registros. Apenas dois partidos foram tolerados nesse cenário: a Aliança Renovadora Nacional (Arena), fundada em 1965, congregando os apoiadores do governo, e o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), fundado no ano de 1966, de oposição ao governo (SADER, 1990).

Nas eleições de 1966, no entanto, Castelo Branco não conseguiu fazer um sucessor, assim o nome escolhido para compor a lista de presidentes do regime foi Artur da Costa e Silva, militar de sólida carreira. Costa e Silva havia sido ministro de Castelo Branco, mas seu estilo não coincidia com o do intelectualizado Castelo. Momento difíceis anunciavam-se, pois o Costa e Silva concentrava as esperanças da linha-dura e dos nacionalistas autoritários das Forças Armadas, conforme Fausto (1995).

Com o título “Presente de aniversário mais caro do mundo para Costa e Silva: é o Brasil”⁴, a edição de 3 de outubro de 1966 do jornal *Última Hora* mostra o descontentamento dos setores de oposição ao governo com relação à eleição de Costa e Silva. No artigo de capa, *Promoção*, Danton Jobim destaca:

O Marechal Costa e Silva será, afinal, “promovido”, para usar a expressão que está na boca do povo, a Presidente da República. Esta a realidade, que não se pode ocultar com a ficção da escolha através de um Congresso incompetente e submisso à vontade do atual Presidente, que é também um chefe militar [...] O Congresso que aí está não teria poderes para eleger o chefe do Poder Executivo, pois os que usa para escolher o Presidente, foram-lhe conferidos por um ato de força, o Ato Institucional nº. 2. (JOBIM, 1966:1).

Hollanda & Gonçalves (1984) afirmam que o ano que se seguiu à posse de Costa e

4. JOBIM, D. Promoção. *Última Hora*. Rio de Janeiro. 3 de outubro de 1966, p. 1.

Silva reservaria os momentos de maior intensidade da onda de protestos que ganhou corpo após o ano de 1964. Nesse sentido Ventura (1988) lembra que de 1966 até 1968, quando se tornaram habituais os confrontos com a polícia, a população das grandes cidades se acostumou a assistir a guerra campal que se deflagrava todas as semanas (quando não todos os dias, ressalva o autor), opondo as pedras atiradas pelos estudantes às retaliações da Polícia Militar equipada com cassetetes, balas e bombas. O coro que entoava “Abaixo a ditadura”, a correria de jovens pelas ruas, o cheiro do gás lacrimogênio, tudo isso parecia incorporar-se à paisagem urbana daqueles tempos.

Em 1968, os conflitos que colocavam em campos opostos os jovens e as antigas formas de autoridade se acirraram, não apenas no Brasil, mas no cenário mundial. Nos Estados Unidos brotava um forte movimento de resistência pacifista em oposição a Guerra do Vietnã, surgia uma Nova Esquerda e o movimento hippie efervescia. Na Europa, a radicalização assumia contornos inusitados, e a França se destacava como o centro da agitação estudantil. Enquanto isso, nas sociedades periféricas, como no Brasil, o enfrentamento do colonialismo e das ditaduras assumia feições dramáticas com a deflagração de processos de luta de guerrilha (HOLLANDA & GONÇALVES, 1984).

Neste momento, como destaca Ventura (1988), alguns grupos esquerdistas do Brasil já haviam começado os assaltos a bancos, realizar atentatos – o que acreditavam, na época, ser a lua armada Gabeira (1979:43) destaca que a palavra de ordem corrente na época, desde 1967, era: “Criar um, dois, três, muitos *Vietnans*”. Para o autor a ideia geral que corria entre os jovens revolucionários era a de que apenas alguns grupos armados, bem treinados, dotados de técnica e ousadia seriam suficientes para colocar o poder em xeque permanente.

Armados com paus e pedras, os jovens brasileiros (muitos do setor estudantil) marcaram presença nas manifestações nas ruas como quem vai para a guerra. Depredaram agências bancárias e lojas, reviraram carros, queimaram e danificaram automóveis. Para esses jovens apanhar ou correr da polícia já estava se tornando rotina desde 1966. Essa era a forma de revidar o que eles haviam aprendido com a polícia, afirma Castro (2001).

No cenário brasileiro o catalisador das manifestações de rua em 1968 foi a morte do estudante Edson Luiz Lima Souto pela Polícia Militar durante um protesto no Rio de Janeiro. O corpo de Edson Luiz foi conduzido até Assembleia Legislativa, onde durante a noite e madrugada estudantes, intelectuais e artistas lotaram o salão do prédio. Estiveram ali Hugo Carvana, Tônia Carrero, Norma Bengell, Nara Leão, Di Cavalcanti, Ferreira Gullar, Cacá

Diegues, Arnaldo Jabor, Néelson Mota, entre tantos outros. No dia seguinte, duas horas antes do enterro do estudante, a Cinelândia já estava totalmente ocupada. As faixas, cartazes e slogans eram exibidos ou gritados: “Bala mata a fome?” ou “Os velhos no poder, os jovens no caixão”, conta Ventura (1988).

Figura 4 – Comícios agitam a Assembleia Legislativa, onde foi exibida a camisa do estudante assassinado. 29.03.1968.



Fonte: Jornal do Brasil.

Na foto acima é possível observar o saguão do prédio da Assembleia Legislativa repleto de jovens, onde um deles, em uma superfície mais elevada que a dos colegas, exhibe ao alto a camisa que Edson Luiz estava vestindo no dia anterior, ensanguentada devido ao tiro que o estudante levou. Fausto (1995) acentua que com isso a indignação relacionada à onda de violência cresceu e fatos como esse criaram condições para uma mobilização mais ampla.

Ainda sobre o assassinato de Edson Luiz, Ventura (1988) esclarece que a repercussão de certos acontecimentos políticos nem sempre é proporcional à importância dos atores neles envolvidos. O episódio que acarretou na morte do estudante desencadeou uma série de manifestações e protestos que culminariam com a lendária Passeata dos 100 Mil. Fernando Gabeira (1979) acentua que o enterro do estudante havia transcendido àquelas pequenas multidões de estudantes e jovens trabalhadores – nascia, progressivamente, um movimento

das camadas médias que tinha como vanguarda o setor estudantil. Na ótica de Ventura (1988) este foi o primeiro incidente que sensibilizou a opinião pública para a luta estudantil. Pode-se dizer que tudo começou ali – se é que se pode determinar o começo ou o fim de algum processo histórico, ressalva o autor.

Ventura (1988) lembra também do episódio ocorrido no campo do Botafogo no dia 20 de junho de 1968: quando cerca de 400 estudantes foram tangidos para o campo do Botafogo e agredidos física e moralmente. Mais do que pela agressão física, as fotos “hediondas” indignavam como símbolo do ultraje – a descrição de soldados urinando sobre corpos indefesos, passeando o cassete entre as pernas das moças, jovens de mãos nas cabeças, jovens deitados de bruços com a cara enfiada na grama, eram uma alegoria da profanação. Gabeira (1979) lembra-se da “queda” em massa ocorrida nesta situação, que gerou listas enormes contendo o nome de jovens que foram presos.

Figura 5 – Estudantes presos no campo do Botafogo, na véspera da Sexta-Feira Sangrenta.



Fonte: Memorial da Democracia.

Em seu artigo⁵, na edição de 26 de junho de 1968 do *Última Hora*, Jobim (1968) questiona abertamente o posicionamento do governo militar acerca da onda de violência assistida no Rio de Janeiro:

5. JOBIM, D. Perguntas no ar. Jornal *Última Hora*. Rio de Janeiro. 26 de junho de 1968.

Será que as autoridades não compreendem que, no Rio, a brutalidade da repressão é que está alimentando a crise? Antes eram apenas os estudantes que protestavam nas ruas. Agora são advogados, jornalistas, escritores, artistas e até padres, pais e mães. Pelo amor de Deus não venham com a primarice de afirmar que essa revolta generalizada é obra dos comunistas (JOBIM, 1968:3).

No dia 26 de junho do mesmo ano, no Rio de Janeiro, chegava ao clímax a mobilização política contra o regime militar. Realizava-se no centro da cidade, sob a liderança do movimento estudantil, apoiados por alguns setores da Igreja e da classe média carioca, uma gigantesca manifestação que ficou conhecida como a “Passeata dos cem mil”⁶. Se em 1964 a Família havia saído às ruas em apoio à tomada do governo pelos militares, em 1968 os filhos da classe média expressavam de forma radical seu descontentamento com a ditadura que assumira a tutela do país (HOLLANDA & GONÇALVES, 1984).

Figura 6 – Os artistas ao lado do povo. Nara Leão, Carlos Diegues, Caetano Veloso e Domingos de Oliveira estavam entre dezenas de intelectuais na primeira linha da grande manifestação. 26.06.1968.



Fonte: Última Hora.

Na manhã do dia 26 de junho de 1968, estudantes, artistas, religiosos e intelectuais começaram a se concentrar nas ruas do centro do Rio de Janeiro. Ventura (1988) se lembra que as pessoas iam chegando em grupos alegres, aos poucos, carregando cartazes com palavras de ordem que identificavam os setores – professores, bancários, estudantes

6. A esse respeito ver: “Passeata dos Cem Mil Afronta Ditadura”. Disponível em: <http://memorialdademocracia.com.br/>.

secundários e universitários, mães, garís, engenheiros, arquitetos, médicos, padres (cerca de 30 padres). Conforme o artigo “Passeata dos Cem Mil Afronta Ditadura”, do Memorial da Democracia, às 14 h teve início a passeata, que contava com cerca de 50 mil pessoas inicialmente. Uma hora depois esse número havia dobrado e os manifestantes ocuparam toda a Avenida Rio Branco. A Passeata dos Cem Mil foi a maior manifestação de protesto no Brasil desde o golpe de 1964.

Figura 7 – Freiras católicas participam da Passeata dos Cem Mil.



Fonte: Memorial da Democracia.

Figura 8 – Passeata dos cem mil é organizada por estudantes do Rio de Janeiro e exige o fim da ditadura militar; manifestantes viram kombi no centro. 26.06.1968.



Fonte: Acervo O Globo.

As fotografias aqui citadas, embora tenham sido registradas no mesmo dia e nas mesmas circunstâncias, mostram diferentes formas de protesto, enquanto o grupo de freiras se manifesta pacificamente, o grupo de manifestantes mostra uma postura mais agressiva e revoltosa.

Figura 9 – Foto do início da concentração dá ideia da imensa massa popular de todas as classes sociais que realizou hoje uma das maiores manifestações públicas de que se tem notícia na história do país. 26.06.1968.



Fonte: Última Hora.

Para a época aqui estudada, uma manifestação englobando estudantes, intelectuais, artistas, padres e mães, somando-se em cem mil manifestantes era um número assustador. Mesmo que a quantidade real de participantes da passeata fosse menor, o fato é que, dessa vez, o regime de 1964 estava tão acuado e exposto que a histórica Passeata dos Cem Mil chegou a assustar os militares (CARMO, 2001).

Fausto (1995) afirma que apesar da crescente indignação, o governo seguia cada vez mais o curso de uma ditadura brutal. Diante disso, a esquerda, em seu conjunto, caminhou para uma oposição clandestina ao regime militar. Sader (1990) destaca que a guerra de guerrilhas, urbanas ou rurais, foi a estratégia escolhida pela maior parte dessas organizações, uma vez que as vias de oposição institucional estavam, na prática, totalmente fechadas. A essas condições somaram-se o descontentamento generalizado das classes médias com o regime que haviam apoiado, e um certo grau de reorganização do movimento operário, que reagia ao arrocho salarial imposto pelo governo.

O movimento estudantil passou, conforme Hollanda & Gonçalves (1984), por um processo de revisão diante desse quadro, formando novos grupos e organizações clandestinas.

Com o fracasso da revolução “nacional, democrática e anti-imperialista” abriu-se espaço para a emergência de uma extrema-esquerda. São deste período a criação da ALN (Aliança Libertadora Nacional), o PCBR (Partido Comunista Brasileiro Revolucionário), o MR-8 (Movimento Revolucionário 8 de Outubro) e a VPR (Vanguarda Popular Revolucionária). Essas tendências apontavam no sentido de uma radicalização das formas de luta.

Como expõe alguns autores (como Fausto (1995), Gabeira (1979) e Ventura (1988)), é diante desse cenário que tiveram início ações significativas dos grupos de luta armada — como os atentados, as “expropriações” (assaltos para reunir fundos) e os sequestros que visavam a libertação de jovens presos. Segundo Fausto (1995), essa profusão de movimentos de contestação foi suficiente para reforçar a linha-dura na sua certeza de que a revolução estava se perdendo, sendo, assim, necessária a criação de novos instrumentos para acabar com os subversivos.

Ante as investidas dos grupos armados, Hollanda & Gonçalves (1984) destacam que no dia 13 de dezembro de 1968, o governo Costa e Silva fechou o Congresso Nacional e editou o Ato Institucional nº 5, outorgando poderes ilimitados ao Executivo. No entanto, Fausto (1995:480) observa que, ao contrário dos atos anteriores, este não tinha prazo de vigência e não era uma medida excepcional transitória: “O AI-5 foi o instrumento de uma revolução dentro da revolução ou de uma contrarrevolução dentro da contrarrevolução”.

A partir da instauração do AI-5 o núcleo militar passou a concentrar-se nas figuras que estavam no comando dos órgãos de vigilância e repressão, promovendo, segundo Hollanda & Gonçalves (1984), a criminalização da atividade política, colocando-se sob suspeição não apenas as atividades político-sindicais dos grupos e classes populares, mas, agora a própria classe média intelectualizada, notadamente o setor estudantil e as áreas a ele vinculadas através da instituição universitária – professores, pesquisadores, etc. - ou do circuito de divulgação cultural – os intelectuais e artistas que estavam comprometidos com a produção engajada de anos anteriores. Abriu-se, nesse momento, segundo Fausto (1995), um ciclo de cassações, perda dos direitos políticos, expurgos no funcionalismo (abrangendo muitos professores universitários), censura aos meios de comunicação, prisões e torturas. O regime mostrava-se incapaz de ceder às pressões sociais e de se reformar

Hollanda & Gonçalves (1984) acentuam que o regime que havia sido implantado em 1964 consegue, neste momento, consolidar-se, suplantando as resistências e reorganizando a forma do Estado. A vigência do Ato Institucional-5, os limites impostos à instituição

parlamentar, a repressão política e a ação privilegiada do Executivo evidenciam a predominância em relação ao Estado da “sociedade política”, da função coercitiva que potencializava toda uma rede de mecanismos de sujeição acionados em lugares estratégicos do corpo social, da fábrica ao aparelho escolar.

Em agosto de 1969, Costa e Silva sofreu um derrame e foi substituído por uma junta militar, que, conforme Fausto (1995) promoveu o acirramento do cenário repressivo. Assim, o § 11 do art. 150 da Constituição do Brasil passou a vigorar com a seguinte redação: “Não haverá pena de morte, de prisão perpétua, de banimento, ou confisco, salvo nos casos de guerra externa psicológica adversa, ou revolucionária ou subversiva nos termos que a lei determinar.” De acordo com Fausto (1995), a pena de morte no Brasil nunca foi aplicada formalmente, preferindo-se a ela as execuções sumárias ou no decorrer de torturas, apresentadas como resultantes de choques entre subversivos e as forças da ordem ou como desaparecimentos misteriosos.

Diante da impossibilidade de Costa e Silva reassumir o posto de Presidente, quem assumiu a presidência foi o general Emílio Garrastazu Médici, em outubro de 1969. Têm início, neste momento, os famosos “Anos de chumbo”, período em que o poder ditatorial e a violência chegaram ao seu auge (PRIORE & VENANCIO, 2010). Já no dia da posse do Presidente Médici, Jobim (1969), publicou um artigo⁷ no *Última Hora* onde adverte sobre a necessidade de união de todos os setores da sociedade brasileira, para que, assim, o Brasil possa se desenvolver sem que seus cidadãos percam sua liberdade.

O General Garrastazu teoricamente pode tudo. Na realidade, nada pode se não contar com a cooperação dos governados. [...] Há muitas coisas necessárias e urgentes que todos nós, Governo, Minoria, empresários, trabalhadores, estudantes, precisamos realizar juntos, porque somos todos brasileiros e todos desejamos que este País se desenvolva no ritmo reclamado pelo crescimento demográfico. E que se desenvolva em liberdade, sem pagar por isso o preço da ditadura. (JOBIM, 1969:2).

Em meados dos anos de 1970, os militantes da guerrilha já estavam mortos, presos ou exilados, assim mergulhamos em anos de silêncio. O último foco guerrilheiro, no Araguaia, foi destruído em 1974, afirmam Priore & Venâncio (2010). Nesse sentido, Carmo (2001) destaca um trecho da música “O bêbado e a equilibrista”, de João Bosco e Aldir Blanc, cantada na voz de Elis Regina, que retrata a dor daqueles que se foram e daqueles que aqui ficaram e que tornou-se também o hino da anistia:

7. JOBIM, D. Condições para o diálogo. *Última Hora*. Rio de Janeiro. 30 de outubro de 1969. p. 2.

[...] Meu Brasil!
 Quem sonha com a volta do irmão do Henfil,
 Com tanta gente que partiu
 Num rabo de foguete.
 Chora, a nossa Pátria Mãe gentil,
 Choram Marias e Clarices⁸
 No solo do Brasil.
 Mas sei que uma dor assim pungente,
 Não há de ser inutilmente [...]

Esse desfecho, de acordo com Fausto (1995), resultou, não apenas da eficácia da repressão, que acabou com os ativistas da luta armada e seus simpatizantes, mas também do fato de os grupos armados isolarem-se da massa da população, cuja atenção por suas ações era mínima ou nenhuma. Nesse sentido o autor ainda salienta que o regime não se limitou à repressão. Ele fez uma distinção bastante clara entre um setor significativo, mas minoritário, da sociedade, adversário do regime, e a massa da população que vivia seu dia a dia de esperança durante esses anos de prosperidade econômica. A repressão, como destacado acima, acabou com o primeiro setor, enquanto a propaganda encarregou-se de, pelo menos, neutralizar o segundo.

No entanto, da mesma maneira que acontecera com Castelo Branco, Médici não conseguiu fazer seu sucessor e o nome escolhido pelas Forças Armadas para suceder-lhe, em meados de 1973, foi o do general Ernesto Geisel, que tinha os olhos postos na política e foi uma das pessoas que ajudou a formular o compromisso que garantiu a posse de João Goulart. Suas ligações com o grupo castelista, como afirma Fausto (1995) eram notórias e sua indicação para a presidência representou um triunfo para o grupo e, consequentemente, uma derrota da linha-dura.

Em 15 de março de 1974, Geisel toma posse na Presidência da República, após ser eleito pelo colégio eleitoral, em janeiro do mesmo ano, destaca Lima (2016). Em 29 de agosto, durante entrevista coletiva, anunciou o projeto político que seria a marca de seu governo: a distensão lenta, segura e gradual do regime militar, o que significaria maior oportunidade para o diálogo com a oposição e a sociedade civil.

Desse modo, o governo Geisel preparava-se para o processo de “transição”. No

8. De acordo com Carmo (2001), o verso “Choram Marias e Clarices” faz referência às esposas de Manuel Fiel Filho e Vladimir Herzog, nomes emblemáticos entre vários mortos sob tortura na prisão.

entanto, esta “transição” não se deu de forma linear, ressaltam Priore & Venancio (2010), uma vez que importantes segmentos militares mostraram-se em oposição ao presidente, contando inclusive com o apoio de parte, igualmente expressiva, da Arena. No entanto, por meio dessas manobras políticas, Geisel garante a própria sucessão, afirmam ainda Priore & Venancio (2010). Assim, o novo escolhido é o general João Baptista de Oliveira Figueiredo, empossado em 1979. No entanto, nem os maiores beneficiados continuam a defender a ditadura, cujo fim não demoraria muito a ocorrer.

Diante de uma conjuntura de descontentamento de diversos setores, o governo de Figueiredo (1979 – 1985) assumiu o compromisso de dar continuidade à abertura política e reinstalar a democracia no Brasil. Assim sendo, importantes mudanças ocorreram em seu governo: o fim do bipartidarismo, a revogação do Ato Institucional nº 5 e a Lei de Anistia (que entrou em vigor em 28 de agosto de 1979).

Figura 10. Teotônio dos Santos, Vânia Bambirra e Herbert de Souza, o Betinho, já em solo brasileiro. 15.09.1979.



Fonte: Acervo O Globo.

Fausto (1995) ressalta que em novembro de 1982 mais de 48 milhões de brasileiros foram às urnas para eleger vereadores e governadores de estados, que seriam eleitos pelo voto direto pela primeira vez desde 1965. No Senado a vitória se deu para o PDS (Partido Democrático Social)⁹. Na Câmara dos Deputados, o PDS também foi o partido mais votado,

9. O Partido Democrático Social foi o sucessor direto da Arena e destino das principais lideranças que apoiavam o regime militar. Nasceu governista e majoritário nas duas casas do Congresso Nacional e foi o principal

mas não em maioria absoluta. Na eleição para governador as oposições conseguiram algumas vitórias expressivas. O PDS perdeu para o PMDB em estados importantes — em São Paulo, em Minas gerais, no Paraná, Rio de Janeiro (FAUSTO, 1995).

Depois de dezoito anos de regime militar, em março de 1983, vários governadores, eleitos pelo voto direto, assumiram o poder nos estados. A oposição mostrou-se suficientemente fortalecida a ponto de lançar um movimento pelo retorno das eleições diretas para presidente. A eleição presidencial foi, no entanto, realizada de forma indireta, mas a chapa presidencial eleita era composta por civis, Tancredo Neves (Presidente) e José Sarney (vice). Após tantas lutas, reestabeleceu-se a democracia no Brasil (PRIORE & VENANCIO, 2010).

2.1 Da revolução social à revolução comportamental: remapeando a realidade

Os que viveram intensamente aqueles tempos guardam a impressão de que não faziam outra coisa: mais do que fazer amor, mais do que trabalhar, mais do que ler, fazia-se política, recorda-se Ventura (1988). Ou melhor, reitera o autor, fazia-se tudo achando que se estava fazendo política. A moda era politizar – do sexo às orações.

Maciel (1987:7) se lembra da vocação política que essa geração possuía: “Queríamos mudar o mundo, era a nossa questão básica; mais: tínhamos a certeza de que isso ia acontecer”. Assim, o autor afirma que muitos dessa geração comprometeram suas vidas com a política e seu modo específico de tratar a realidade. No entanto, Roszak (1972) já alertava para a possibilidade de que os jovens da geração aqui analisada não possuíssem o vigor necessário para deflagrar a revolução histórica que almejavam.

Nesse sentido, Ventura (1988:66) destaca um trecho do depoimento de Cesinha (que na época estava com quatorze anos), que ilustra bem a visão política que esses jovens possuíam: “O que se sentia, se dizia, o que se achava é que era possível fazer a revolução. Essa certeza dava sentido a tudo. Fora dessa ideia radical não tinha sentido jogar a sua vida”. Podemos perceber também esse clima de certeza e otimismo na fala de Gabeira (1979:54): “Perdemos essa manhã, mas o futuro é nosso [...] perdemos essa batalha mas a guerra será ganha, não há dúvida”.

Gabeira (1979) lembra-se também que a geração de jovens políticos da qual estamos

sustentáculo político do presidente João Figueiredo (1979-1985), que a ele se filiou. Fonte: FGV/CPDOC.

tratando aqui possuía cerca de dez anos a menos que ele e que esses adolescentes se chocaram, justamente nesta fase da vida, com o problema da ditadura militar. O autor afirma que esses jovens não priorizavam como ordem do dia seus problemas pessoais, mas sim o problema político do Brasil. Assim, as agitações estudantis se alastravam por quase todo o país — houve manifestações, protestos e greves em Fortaleza, Recife, Natal, Maceió, Brasília, Goiânia, na Bahia, em Minas Gerais, em São Paulo e no Rio de Janeiro, que se tornou o centro nervoso das agitações (VENTURA, 1988).

Esse cenário tornou-se comum não apenas no Brasil, mas em diversos países, nem sempre pelas mesmas razões, mas havia semelhanças nessas revoltas. Milhões, ou ao menos centenas de milhares, como aponta Hobsbawm (1995), de moças, rapazes e seus professores apresentaram-se como um novo fator na cultura e na política. Eles eram transnacionais, movimentando-se e comunicando ideias e experiências através de fronteiras com facilidade e rapidez. Como revelou o momento, essas massas eram não apenas radicais e explosivas, mas singularmente eficazes na expressão nacional, e mesmo internacional, de descontentamento político e social. Nos países ditatoriais, em geral elas constituíam os únicos grupos de cidadãos capazes de uma ação política coletiva. Nesse sentido, a efetividade política deles estava em sua capacidade de agir como sinalizadores e detonadores para grupos maiores, como os operários, mas que se inflamavam com menos facilidade, complementa o autor.

A França, como afirmam Hollanda & Gonçalves (1984), tornou-se um destacado centro de agitação estudantil e presenciava a eclosão do já mitológico Maio de 68, quando as ruas de Paris viram-se transformadas em cenário de uma verdadeira guerra civil. Contando com a solidariedade do operariado, que deflagrou uma greve geral envolvendo dez milhões de trabalhadores, e da intelectualidade, os estudantes franceses colocavam em prática novas formas de organização e luta, questionando a um só tempo o *establishment* social e a política tradicional dos partidos de esquerda. “A imaginação no poder” era o grito das barricadas que enfrentavam a repressão policial e o autoritarismo gaullista¹⁰.

No entanto, aqui no Brasil, ao contrário do movimento francês, não se lutava contra abstrações como a “sociedade de opulência” ou a “unidimensionalidade da sociedade

10. Charles André Joseph Marie de Gaulle (1890-1970) nascido em uma família católica e patriótica, decidiu desde cedo a seguir a carreira militar. De Gaulle esteve em atividade durante as duas guerras mundiais e foi presidente da quinta república francesa entre 1958 e 1969. Em 1968, enfrentou uma grande revolta sindical e estudantil. Os eventos paralisaram o país. Os manifestantes criticavam o governo de Gaulle, o vazio da Academia e a marginalização das populações mais pobres. O presidente alegou que a desordem nas ruas seria um atalho para o totalitarismo e que caberia ao Estado reprimir os responsáveis pelo caos. Em 1969, De Gaulle abandonou o governo francês. Fonte: Acervo Estadão.

burguesa”, mas contra uma ditadura de carne, osso e muita disposição para reagir. As barricadas de Paris talvez não tenham causado tantos feridos quanto a “sexta feira sangrenta”¹¹ (em 21 de junho de 1968) No Rio de Janeiro, adverte Ventura (1988).

A cidade de Londres, onde se exilaram os tropicalistas Caetano Veloso e Gilberto Gil, também se destacava diante desse panorama e mostrava de forma enfática *what is all about*. Acontecia de tudo: a moda passava por revoluções; a arte se tornava pop, op, ocorriam *happenings*; no teatro todos ficavam nus; o cinema detonava as formas clássicas; a música era embalada por diversos experimentalismos. A transmutação dos valores foi resumida, pelos *mass media*, na célebre tríade: sexo, drogas e *rock'n'roll*, acrescenta Maciel (1987).

Nesse sentido, Roszak (1972) já observava que em todo o Ocidente, assim como no Japão e em alguns países da América Latina, os jovens é que se viam na condição de única oposição radical efetiva em seus países – nem todos os jovens, é claro, ressalva o autor. No entanto, um fato importante desse cenário é que talvez esses estudantes tivessem realmente abalado suas sociedades, mas sem apoio das forças sociais adultas eram incapazes de demolir a ordem estabelecida. Esse foi o fato pelo qual Hobsbawm (1995) não considerou o ano de 1968 e seus prolongamentos como uma revolução: o fato de que esses jovens, apesar de numerosos, não podiam fazer esta revolução sozinhos.

Apesar disso, os jovens, à sua maneira amadora e até mesmo espetacular, como mostra Roszak (1972), é que deram um efeito prático às teorias rebeldes dos adultos. Essas teorias foram por eles arrancadas de livros e revistas escritos por uma geração mais velha de rebeldes e transformadas em um estilo de vida, em experiências – embora nem sempre exitosas, observa o autor. A palavra de ordem da época era a ruptura com antigos valores políticos, morais e sociais, através de atitudes de rebeldia e inconformismo com o *status quo* então vigente, reitera Fausto (1995). Assim, esse momento da história, como destaca Chataignier (2010), abriu espaço para esse indivíduo jovem que se apresentou como um dos importantes protagonistas desse período.

Os problemas da juventude eram vistos por eles como mais urgentes, sua atitude era mais crítica, pois o abismo existente entre a geração desses filhos do mundo pós-guerra e a geração de seus pais era muito grande. Enquanto, esses eram capazes de lembrar e comparar o mundo anterior com o mundo de agora, os jovens não o eram, pois as insatisfações deles não

11. Uma assembleia geral havia sido convocada por estudantes da UNE e da UME na UFRJ, no entanto quando os estudantes chegaram observaram a presença de policiais. No dia seguinte o governo do Estado garantiu ao reitor em exercício que os estudantes poderiam sair sem serem incomodados pela polícia. Eles saíram e foram massacrados, presos, agredidos e humilhados (VENTURA, 1988).

eram amortecidas pela consciência de terem vivido épocas de impressionante melhoria, eles cresceram em mundo que já havia passado por muitas transformações (HOBSBAWM, 1995).

Um neo-existencialismo não pressentido na época convencia aquela juventude a rejeitar uma secular esquizofrenia cultural que separava política e existência, arte e vida, teoria e prática, discurso e ação, pensamento e obra. Essa talvez tenha sido a grande ruptura com a geração anterior – e uma das mais difíceis realizações de 1968, destaca Ventura (1988). O autor afirma ainda que os rompimentos provocados por essa geração com relação à forma de viver e com relação à família explicam por que um dos traços dessa geração foi uma desconfiança que, misturada com uma febril exaltação com o aqui e o agora, produzia uma original síntese de desprezo ao passado e impaciência com futuro.

No Brasil essa geração foi marcada pela decretação do Ato Institucional 5 (baixado em 13 de dezembro de 1968), o chamado “segundo golpe”, que instalou em caráter efetivo a repressão política direta organizada pelo Estado. Nesse momento da nossa história, os movimentos de massa, em especial o estudantil, foram mais uma vez derrotados pelo regime militar (HOLLANDA, 1992). Ante as ações extremas do governo militar começaram a surgir os primeiros sinais de desgaste das alternativas “militaristas”, aqueles grupos armados urbanos, que a princípio deram a impressão de desestabilizar o regime com suas ações espetaculares declinaram e praticamente desapareceram, a minúcia e a violência da ação repressiva, configuraram um período de dispersão e isolamento (HOLLANDA & GONÇALVES, 1984).

Nessa mesma linha de pensamento, Gabeira (1979) comenta, por exemplo, que aquilo que se falava na época é que o isolamento social do MR-8 havia sido a causa principal de sua queda, assim o movimento ruiu ao peso de seus próprios erros. Gabeira (1979) recorda-se também que nesta época ninguém podia prever com exatidão o que se passava nas prisões brasileiras, mas todos estavam estupefatos. As ações promovidas pelo governo militar dentro dos quartéis e prisões surpreenderam os que viveram esta realidade: os mecanismos montados para destruir os focos de revolta eram gigantescos. Neste momento já estava difícil compreender como é que se poderia vencer esta guerra — quando todas as batalhas estavam sendo perdidas.

O que se percebe tanto na obra de Fernando Gabeira (1979) quanto na obra de Zuenir Ventura (1988), autores que viveram a realidade de repressão do regime militar, é que a vida, o dia a dia, as atividades meramente cotidianas, foram permeados, nesses anos, por períodos

de tensão, de tristeza, de perseguição. Em ambos relatos vê-se que a morte, a prisão e a tortura eram aspectos que passaram a ser tratados como uma realidade próxima da vida da juventude brasileira que se mostraram opositores ao regime militar.

Dias (2003), nesse mesmo viés, ressalta que a morte corria solta pelas ruas, atacando em esquinas e preparando emboscadas. Nesse sentido, a autora apresenta um trecho do depoimento de Guilherme (na época um jovem de dezoito anos) onde fica claro como isso era sentido pela juventude: “Quando a gente procura um sentido para essa vida nos anos 60, é muito difícil encontrar alguma coerência, porque a repressão vem e arrebenta, fragmentando todos os projetos e sonhos” (DIAS, 2003:33). De uma forma geral, esse momento apresentou uma forte desilusão com a política brasileira, devido às ações dos militares no poder, e também uma grande descrença com relação à esquerda, afirma Hollanda (1992). Assim um progressivo desinteresse pela política começou a se delinear no cenário brasileiro.

O fracasso da luta armada no Brasil já tinha mostrado que a vitória através de uma revolução insurrecional seria muito difícil de ocorrer. O apoio à ditadura era grande em alguns setores da sociedade e lutar contra isso parecia algo impossível. Para Alonso (2013) não dava mais para esperar o mundo mudar para com ele transformar-se. Para aqueles que ainda se viam como libertários, um passo além foi dado no questionamento à ideia de revolução: esta passou a ser vista com reticências.

Neste momento, conforme as asserções de Hollanda (1992), houve também um significativo acirramento da censura e a sistemática exclusão do discurso político direto, fatores que corroboraram para um deslocamento tático da contestação política para a produção cultural. As preocupações com a modernidade e a desconfiança em relação à esquerda ortodoxa e à direita foram, diante deste cenário, aprofundadas cedendo lugar a uma radicalização da crítica comportamental e a um novo tipo de atuação. A impossibilidade de mobilização e o debate político aberto fez com que o lugar privilegiado da “resistência” fosse transferido para as manifestações culturais.

O processo cultural que estava em curso nos anos de 1960 sofreu, com esses fatores, uma interrupção brusca, lembra Maciel (1987). Esse fato o obrigou a fluir por outros canais, inventados ao sabor dos acontecimentos. A arte, a criação, a liberdade – palavras que, para Maciel (1987) são, no fundo sinônimas – são irreprimíveis. Fausto (1995) acentua que colocar “a imaginação no poder” era o que a juventude do momento buscava, enxergando as formas políticas tradicionais como velharias. Essa mudança de horizontes apresentou efeitos

significativos no plano da cultura em geral, da arte e da música popular. O impulso gerado pela cultura jovem nessa conjuntura colaborou muito para o estabelecimento de um novo semblante da revolução.

Chataignier (2010) vê esses anos da nossa história como um momento de intensa efervescência cultural – um momento, para a autora, sem paralelos no século XX. Nunca os jovens apareceram tanto, nunca se falou tanto de moda, nunca as artes plásticas criaram tanto, nunca se contestou tanto na área política, nunca se ficou tão perto da liberdade — ainda que a ditadura militar vigente no Brasil tenha censurado grande parte das criações culturais da época. Produziu-se então uma arte política, uma cultura voltada para a questão social, aclara Maciel (1987). A “cultura de resistência” apresentou ao Brasil os heróis do momento – indivíduos capazes de dizer as coisas que o povo gostaria de dizer, mas via-se impedido.

Para Maciel (1987) não demorou muito para se descobrisse que o impulso para a rebelião possuía, na política, apenas um canal externo. O que estava realmente na raiz do problema era um inconformismo existencial.

Não era apenas a sociedade que estava errada; era o jeito que a gente vivia. Não eram apenas o mundo externo, a vida coletiva que, por injustos e cruéis, deviam ser transformados, mas a própria vida individual, a que se vivia todos os dias, a experiência pessoal, íntima, o ser interno que, por confusos e dolorosos, deviam revelar o seu sentido até então oculto (MACIEL, 1987:8).

A razão, esse “bom carcereiro”, como expõe Alonso (2013), passou a ser vista como uma prisão do corpo, diante das possibilidades infinitas da mente — esta, sim, uma revolução de fato, impossível de ser restringida a um lugar, um sistema social ou a um discurso político. Zuenir Ventura (1988) acentua que como movimento político, 1968 pode não ter sido um exemplo de eficácia, no entanto, do ponto de vista comportamental, seus efeitos se fazem sentir até hoje.

Nessa linha de pensamento nasce uma noção fundamental: não existe a possibilidade de fazer uma revolução ou transformações sociais profundas sem que haja uma revolução individual. O que se pode perceber é que nesse momento houve uma mudança de foco nas preocupações, uma alteração na direção dos interesses. De certa forma este período mostra a necessidade de um remapeamento da realidade, lembra Hollanda (1992). Sob este mesmo âmbito, Henrique, cineasta paranaense, em depoimento à Dias (2003:73), recorda-se da ruptura que ocorreu neste momento e afirma que a mesma foi verdadeira: “[...] tanto que tudo que foi feito culturalmente nessa época até hoje é venerado e agraciado”.

No desenrolar dos anos de 1960 intercorrem reivindicações por liberdade, reivindicações contra as antigas regras da sociedade e valores das gerações anteriores, contra os regimes políticos, contra a guerra, pelo sexo, pela paz e pelo amor, fundindo-se, como afirma Silva (2008), no desejo de uma sociedade nova, onde os valores juvenis pudessem finalmente ser aceitos. Assim, de acordo com a autora, os jovens deste período foram pouco a pouco conseguindo assinalar posições de diferenciação.

Cabia essa nova maneira de refletir sobre si e sobre o mundo também, cabia ir além das convenções da razão – na verdade, como ressalta Alonso (2013), navegar para além das convenções tornava-se algo imperativo. Desta forma, a juventude do momento percebeu que esse poder (em suas diversas formas de manifestação) estava entranhado nos corpos, incorporado neles de forma profunda.

Aliás, gradualmente foi percebendo-se que a existência desse poder não estava relacionada à forma de um objeto, mas sim à forma de uma ação. Era necessário “partir para outra”.

Não apenas no cenário brasileiro, mas em vários países, embalada pelo sonho de um novo mundo, a juventude se rebelou, buscando revolucionar em todas as áreas do comportamento, em busca da liberação sexual e da afirmação da mulher, acentua Fausto (1995). Neste momento, “[...] instalou-se uma cultura que exhibe o não conformismo, que exalta os valores de expressão individual, de descontração, de humor e espontaneidade livre” (LIPOVETSKY, 2009: 139).

Hollanda (1992) afirma que progressivamente os temas diretamente relacionados à política foram substituídos por temas como a liberdade, a desrepressão, a procura por “autenticidade”. A insatisfação com um momento onde a permanência do regime de restrição promovia a inquietação, a dúvida e a crise da intelectualidade vai se transformar através da preocupação com o corpo, do erotismo e da subversão de valores e comportamentos.

O uso de substâncias psicoativas, a bissexualidade, o comportamento descolonizado passaram a ser vividos e sentidos como gestos perigosos e ilegais, assumidos, portanto, como uma contestação de caráter político. Essa transgressão comportamental, a marginalização, a crítica violenta à família e a recusa do discurso teórico e intelectual tecnicista e vazio tornaram-se pontos valorizados por essa juventude, que buscava o sentido da *viagem*, buscava “ir fundo na existência”, esclarecem Hollanda e Gonçalves (1984). Dando o tom do desbunde¹², cantava Gilberto Gil na virada da década de 1960 para 1970: “A cultura e a

12. Desbundar foi como as esquerdas mais tradicionais começaram a chamar a atitude daquelas estranhas figuras, que eram vistas como politicamente alienadas, destaca Alonso (2013).

civilização, elas que se danem, ou não”¹³.

Teresa Aragão, então militante de esquerda da ala reformista, se recorda que: “*Eles* [os revolucionários] estavam mais sincronizados com o tempo [...] A nossa posição política estava correta, mas, em termos do que viria, *eles* estavam mais por dentro”. Para Teresa os “porralocas”, ou revolucionários, já anunciavam o desbunde que estava por vir, afirma Zuenir Ventura (1988:62,63). Sob este viés, Risério (2005) acrescenta que o desbundado não estava preocupado em mudar o regime político, mas em ficar na dele, em paz, queimando seu “charo” e ouvindo *Rolling Stones*. O desbundado pretendia, antes de tudo, pela transformação interior e da conduta cotidiana, “mudar de vida”, dando as costas ao “sistema”, construindo-se como um novo ser. Em vez de mudar o mundo, mudar a si mesmo.

Analizando esta situação por outro âmbito, Hollanda (1992) destaca que muitos artistas que se recusaram a pautar suas composições e apresentações ou optaram por não assumir o papel de “porta-vozes heroicos da desgraça do povo” no jogo de referências ao regime, começaram a ser violentamente criticados e taxados como “desbundados”, “alienados” e até mesmo “traidores”. Roszak (1972) observa que essa transição pode ser vista também através das canções de Bob Dylan. As primeiras músicas do cantor mostravam-se típicas canções de protesto, de renunciando aspectos óbvios da injustiça social, combatendo autoridades, combatendo a guerra, a exploração. De forma repentina, Bob Dylan passou a apresentar músicas psicodélicas e surrealistas.

As mutações ocorridas nesses tempos de ruptura deveriam passar pela destruição daquilo que viera em tempos precedentes – fossem tabus, resistências, preconceitos ou também os legados da emoção, como explica Ventura (1988). Dessa forma, experimentava-se em todas as áreas, quase sempre pelo simples prazer da descoberta. Nesse sentido, Ventura (1988:31) confere destaque à fala de Cesinha: “Foi o ano [1968] em que experimentamos todos os limites [...] em que as moças começaram a tomar pílula, que sentamos na Rio Branco, que fomos para as portas das fábricas, que redefinimos os padrões de comportamento”.

No modo de ver de Roszak (1972), esse fenômeno que vinha surgindo entre os jovens se dissociou de uma maneira tão radical dos pressupostos básicos de nossa sociedade – tanto que muitas pessoas sequer consideram-na uma cultura —, que na verdade, quase não parece exagero chamar de “contracultura”. Da etimologia *contra* + *cultura*, o termo contracultura

13. Verso da canção *Cultura e Civilização*, integrante do álbum *Gilberto Gil – 1969*, lançado no ano de 1969 pela Universal.

pode ser definido como um movimento cultural que rejeita e questiona as práticas da cultura dominante da qual faz parte, contrapondo-se aos aspectos mais conservadores e conformistas das atividades sociais¹⁴. Esse termo era sentido no Brasil, como uma coisa exótica, afirma Barros (2004), uma curiosidade vinda dos Estados Unidos (que induzia à crítica de setores ideológicos da esquerda tradicional, descrentes de sua ideologia revolucionária).

A intenção fundamental desse movimento de contracultura, na visão de Maciel (1987), foi contestar a visão de mundo que, até então, prevalecia na sociedade ocidental como um todo, indo além das possíveis diferenças políticas. Essa concepção, para o autor, foi contestada na medida em que a contracultura abriu a possibilidade de uma verdadeira liberdade para as pessoas. Assim, muitos perceberam que a construção da boa sociedade não consistia em uma tarefa primordialmente social, mas sim psíquica. Desta forma, segundo Roszak (1972), o que tornou esse fenômeno juvenil um movimento cultural, e não um mero movimento político, é o fato de que ele passou por cima da consciência, almejando atingi-la, buscando transformar nosso sentido mais profundo do ego, do próximo.

As informações sobre a contracultura começam a chegar no Brasil por essa época (no final dos anos de 1960), colocando em voga assuntos como o uso de drogas, a psicanálise, o corpo, o rock, os circuitos alternativos, jornais underground, discos piratas, etc. Esses aspectos passaram a incentivar uma acentuada recusa pelo projeto do período anterior, assim o engajamento na prática política perde terreno para um novo tema emergente: a “mudança de vida”, como afirma Hollanda (1992). Hollanda & Gonçalves (1984) destacam que, neste momento, a postura contracultural floresceu em áreas da juventude, tendo como palavra de ordem o *drop out* (cair fora).

No Brasil, os principais veículos de divulgação dessa nova postura surgiram com os primeiros jornais da “imprensa alternativa” - *O Pasquim*, *Flor do Mal*, *Bondinho*, *A Pomba* e outros, buscando um rompimento com os princípios da prática jornalística estabelecidos pela grande imprensa. Esses jornais deixaram, de lado o tom “objetivo” e a suposta neutralidade da linguagem da imprensa tradicional em favor de um discurso que não escondia sua parcialidade e levava em conta abertamente a impressão e a subjetividade. Desta forma, foi no *Pasquim* que a informação da contracultura encontrou talvez a sua mais importante “tribuna”: a página *Underground* produzida pelo aqui citado Luiz Carlos Maciel (HOLLANDA, 1992).

O jornal *O Pasquim* inovou o jornalismo brasileiro, impondo-se não somente através

14. Definição em acordo com o Dicionário Houaiss Conciso (2011) e Dicionário Unesp do Português Contemporâneo (2011).

de seu humor, como aponta Barros (2004), mas também por sua criatividade e da quebra de formalidades, tendo como alvos a ditadura, a classe média moralista e a grande imprensa. Luiz Calos Maciel, com a coluna Underground (a qual podemos datar até sua prisão em 1970), demonstrava uma curiosidade pela contracultura movida por propósitos meramente jornalísticos. Depois de sua prisão, Maciel optou por se aprofundar nos ideais da contracultura, assumindo-se como hippie, morando em comunidades, na praia e, por fim, na roça.

A atividade sexual, nesse momento, rompia barreiras; o rock, assaltava os corpos através dos ouvidos, com sons elétricos que passaram a exigir uma real mutação no sistema nervoso; muitas drogas psicotrópicas, naturais ou químicas, como o LSD, passaram também a ser utilizadas de forma lúdica ou como uma tentativa de descoberta espiritual, esclarece Maciel (1987). Sobre a utilização das drogas, Alonso (2013) elucida que elas se tornaram parceiras nessa nova aventura vivida pela juventude, caracterizando-se como mais uma das ferramentas de libertação, um acessório para que o corpo pudesse se desprender dele mesmo.

Figura 11 – Charge de Henfil publicada no Jornal dos Sports em 1973.



Fonte: Memorial da Democracia.

A questão do uso das drogas por jovens aparece como tema central na charge do

cartunista Henfil¹⁵ (1944-1988) (figura tal). A charge, que foi publicada no ano de 1973, ressalta a mudança comportamental observada no jovem brasileiro: nesse momento o comportamento tido como “comum” entre os adolescentes estava relacionado ao uso de drogas – e não mais à ideologia puramente política, ao radicalismo político.

Borelli *et al.* (2009) destacam que emerge, nesse quadro, a vida em comunidade, a adoção de um estilo de vida mais natural, o consumo de comida vegetariana, prática de meditação e ioga, negação de bebidas alcoólicas. Muitos jovens, buscando um estilo de vida mais alternativo, começaram a deixar cedo a casa dos pais em busca de sua independência e novas experiências. Silva (2008) acrescenta que esses movimentos inauguraram também uma procura por experiências de redescoberta de valores culturais e religiosos, e que se concentrava também na emancipação do próprio indivíduo, centrado, agora, em viver de forma mais hedonista.

2.2 *Caminhando contra o vento: desbunde nas dunas de Ipanema*

Para Hollanda (1992) este foi o clima propício para que um novo grupo de jovens artistas começasse a expressar sua inquietação: os Tropicalistas. Desconfiando dos mitos nacionalistas e do discurso militante do populismo, notando os impasses do processo cultural brasileiro e recebendo informações dos movimentos culturais e políticos da juventude que explodiam nos Estados Unidos e na Europa – os hippies, o cinema de Godard, os Beatles, a canção de Bob Dylan —, esse grupo desempenhou um papel essencial não apenas no âmbito musical, mas também para toda a produção cultural da época, com consequências que chegam aos nossos dias; o Tropicalismo foi a expressão de uma crise. Através de seus cabelos longos, roupas coloridas, atitudes inesperadas, a crítica política dos jovens baianos mostrou ter uma dimensão de recusa dos padrões de bom comportamento, seja ele cênico ou existencial, lembra ainda Hollanda (1992).

A fotografia a seguir foi tirada em uma visita de Gal Costa a seus amigos Gilberto Gil e Caetano Veloso em Londres, cidade onde os músicos estavam exilados. Os três tropicalistas são retratados em um ambiente informal e descontraído, aparentemente cantando. Através da

15. Henfil (1944-1988) foi a mais importante referência do humor político para os cartunistas brasileiros e não por acaso seu desenho foi possivelmente o traço de humor mais censurado pela ditadura militar. Sobre a caricatura como forma de resistência cultural acessar: <http://www.memorialdademocracia.com.br/resistencia-cultural/caricatura>

imagem, podemos observar um pouco do estilo do grupo: Gal usa cabelos bastante volumosos, roupas estampadas e despojadas (que muito se assemelham ao estilo usado pelos jovens hippies); Gil aparece trajando uma camisa branca, aberta até o peito, em estilo indiano; já Caetano usa uma blusa com gola rolê e calças jeans.

Figura 12 – Gal em visita aos amigos exilados. 1970.



Fonte: Revista Fatos & Fotos.

Alonso (2013) acentua que desde os anos de 1960 os tropicalistas eram acusados de serem “alienados”. Alguns, inclusive, chegaram a vê-los como compositores que “desviavam” a juventude de sua “real” preocupação: a revolução. Muitos viram suas canções como fragmentárias, ambíguas e distorcedoras da realidade nacional. A postura contracultural dos tropicalistas era muitas vezes interpretada como um engodo “à direita”, pois tornavam o mundo impossível de ser compreendido, inviabilizando devaneios revolucionários. Para os mais críticos (que na opinião de Alonso parece ter sido Roberto Schwartz), os jovens tropicalistas propunham a carnavalização “inconsequente” da realidade opressora. Em suma, nota-se que a poética tropicalista quebrava a linha discursiva dos opositores do regime.

Através do Tropicalismo sugere-se uma preocupação com o *aqui e agora*. Assim, como afirma Holanda (1992), tem início o pensamento sobre a necessidade de revolucionar o corpo e o comportamento, rompendo com o tom grave e a falta de flexibilidade da prática

política vigente. Será inclusive por esse aspecto da crítica comportamental, pelo deboche diante das atitudes tidas como “bem comportadas”, que Caetano Veloso e Gilberto Gil acabaram exilados pelo regime militar.

Nesse sentido, se compreendermos o tropicalismo como o apogeu do desbunde, em concordância a Alonso (2013), podemos dizer que o seu “palco” foi o Píer de Ipanema (destacado por Borelli como um dos principais cenários dessa revolução comportamental).

Alonso (2013) explica que “Píer de Ipanema” foi o nome dado à obra provisória, que foi iniciada em 1970 e encerrada em fins de 1974, de construção de um emissário submarino no bairro de Ipanema. Como forma de possibilitar a construção do emissário, a empresa construiu um píer que avançava em direção ao mar. Mazzacaro (2016), em matéria do jornal O Globo, afirma que para assentar a tubulação sob a areia, até depois da arrebentação, foi preciso montar um píer com duas paredes de metal. O corredor mudou a morfologia do solo e, por consequência, a qualidade das ondas. Com 4,3 quilômetros em diagonal (inclinados em direção ao Leblon), a tubulação apresentava uma profundidade máxima de 28 metros. Desta forma, para facilitar a colocação dos canos na zona de arrebentação um píer de 300 metros, com duas paredes formadas por placas de metal em suas laterais, teve que ser construído.

Figura 13 – Píer de Ipanema.1972.



Fonte: Acervo O Globo.

Com a construção do píer, a configuração das ondas de Ipanema mudou. Assim,

conforme destaca Alonso (2013), montes de areia ficaram acumulados no meio da praia (dando origem às dunas), além disso o píer deslocou a arrebentação que tendia a levar as melhores ondas para o Arpoador. Essas transformações começaram no dia 25 de janeiro de 1970, afirma Mazzacaro (2016), quando os banhistas de Ipanema começaram a dividir a praia com operários que trabalhavam na construção do emissário submarino. Apesar de todas essas alterações na paisagem da praia, essa não foi a principal transformação, lembra Alonso (2013). O que se viu em seguida no píer foi pura poesia, acrescenta Mazzacaro (2016).

No começo, ninguém queria pegar sol ali nas cercanias do píer, afirma Mazzacaro (2016), pois a estrutura era feia, comportava um canteiro de trabalho em um dos cantos, havia operários circulando pelo perímetro, além do barulho produzido pelas obras. A autora destaca também que, de início, o ator e músico Evandro Mesquita, adepto do surfe, achou meio absurda aquela obra fincada na areia, adentrando o mar de Ipanema. Mais tarde, a situação mudou, especialmente quando as máquinas começaram a cuspir areia para as laterais da praia. Nesse sentido, Mazzacaro (2016) destaca um trecho da fala de Evandro:

As dunas formaram uma trincheira contra a ditadura. Elas escondiam o que acontecia por ali das pessoas que passavam pela Vieira Souto. Tinha o pessoal da poesia, cineastas, jornalistas, músicos, pensadores. Foi um momento underground bem fértil (MAZZACARO, 2016).

O trecho onde se localizava o píer ficava no meio do quarteirão entre as ruas Montenegro (atual Vinícius de Moraes) e Farne de Amoedo, e foi esse o ponto escolhido para se tornar um território livre, que ficou conhecido como as “Dunas do barato” ou “Dunas da Gal”, frequentadora assídua do pedaço, destaca Dias (2003). Assim, Borelli *et al.* (2009) ressaltam que o Píer de Ipanema se tornou a praia hippie de Ipanema, um grande underground a céu aberto, frequentado por todo tipo de pessoas, onde as conversas giravam em torno de mapa astral, macrobiótica, orientalismo, comunidades alternativas, drogas.

Na imagem a seguir, podemos ver um dos símbolos do Píer de Ipanema, tanto em termos comportamentais quanto em termos de estilo: o hippie. A jovem que vemos na fotografia, aparece sentada confortavelmente nas areias das dunas do píer, trajada com seu vestido longo, estampado em estilo indiano (uma forte tendência dos anos de 1970). Outra tendência que podemos observar através desta fotografia é o uso da tiara, passada pela testa da jovem.

Figura 14 – Hippie no píer no verão de 1972. Foto: Fedoca Lima.



Fonte: Acervo O Globo.

Nesses tempos viveu-se a mais louca das utopias, destaca Mazzacaro (2016). Os melhores surfistas pegavam ondas nunca antes vistas por aquelas bandas, aconteciam peladas incríveis, hippies experimentavam todas as liberdades possíveis e imagináveis, filósofos filosofavam sem pudor em plena ditadura militar e garotas e garotos de Ipanema douravam seus corpos ao som do dedilhar de músicos que se tornariam lendas mais tarde. Um cenário mágico provocado por uma obra que, a princípio, causou efeito negativo. Sob esta mesma ótica, Dias (2003) destaca o píer como o grande irradiador da cultura *underground* durante este período.

Neste sentido, Alonso (2013) afirma que o verão do ano de 1972 no Rio de Janeiro ficou conhecido como “o verão do desbunde”. Diante desse cenário, todos os fatores pareciam contribuir para a atitude que ganhava adeptos contra a “carentice” da sociedade. Assim, Mazzacaro (2016:2) explicita um pouco do que foi esta “atitude” quando confere destaque à fala de Evandro Mesquita, então frequentador do píer: “Pode não parecer muita coisa, mas era uma maneira de dizer que iríamos viver a vida que queríamos. Não iríamos abrir mão da

nossa liberdade, daqueles anos maravilhosos de descoberta, de juventude”.

Outro ponto marcante desses anos, e que não ficou de fora do perímetro do píer de Ipanema, foi o uso de drogas. Mazzacaro (2016) afirma que droga era assunto corriqueiro daquela geração e entre as drogas utilizadas com maior profusão a autora ressalta a maconha e o LSD. Muito jovens faziam também uso do sedativo Mandrix, no entanto esse sedativo, de acordo com a fala do fotógrafo Fedoca na matéria de Mazzacaro (2016), deixava o pessoal mais “lesado” e com vontade de praticar o tão falado amor livre. Na visão de Alonso (2013) a maconha e o ácido, assim como o uso de drogas em geral, mostraram-se novos parceiros na aventura que a juventude vivia nesses anos, agindo como ferramentas de liberação, como um acessório para o corpo se desprender dele mesmo. “Eram tempos de abertura da mente, de radicalização dos sentidos. Não valia a pena ficar de fora daquelas novas sensações” (ALONSO, 2013:44).

Conforme destaca Castro (1999), o ponto de encontro, durante três verões, foi a liberdade no poder, não era apenas uma praia, era uma atitude. No perímetro do Píer só era “proibido proibir”¹⁶, ao contrário do resto do país que vivia sob a mais angustiante mordada de sua história – imprensa sob censura, torturas, prisões e o clima constante de delação no ar. O Píer ganhou fama e ditou moda, usava-se saias longas com o umbigo de fora, batas indianas, calças *saint-tropez*, macacões, ponchos e pelos pubianos à mostra. Sexo, drogas, cabelos longos, ideias e comportamentos constituíam uma “república independente” nos piores tempos do regime militar: os anos Médici.

Através da imagem a seguir (figura nº 15), que mostra Gal Costa e Wilma Dias (1954-1991), que foi bailarina e atriz, é possível perceber um pouco deste cenário da revolução comportamental: homens de cabelos longos, Gal Costa usando uma bandana, ao fundo uma jovem com uma tiara passando pela testa (semelhante à observada na imagem anterior), outra usando calça jeans na praia, alguns sentados de forma despojada na areia, outros em pé, todos curtindo o ambiente descontraído do píer.

16. Alusão à música *É proibido proibir* (1968). Caetano, acompanhado pelos Mutantes, cantou a música no III Festival Internacional da Canção, que acabou se transformando em um *happening* acaloradíssimo na noite de 15 de setembro de 1968. Sobre o Tropicalismo, acessar: tropicalia.com.br.

Figura 15 – Gal Costa e a amiga Wilma Dias no Píer de Ipanema. [s.d.]



Foto: Arquivo O Globo.

Quem viveu nesse tempo lembra-se também do biquíni cortininha e da tanga com amarração lateral, invenções de uma das musas do píer, a modelo Rose di Primo. Os biquínis, até este momento ainda pareciam, como coloca Mazzacaro (2016), “velas de barco”, de tão grandes que eram. Certo dia, Rose resolveu costurar sua própria roupa de banho, no entanto na hora de experimentar o modelo confeccionado a calcinha do biquíni não entrava. Diante disso a modelo passou a tesoura nas laterais, amarrando com um laço cada ponta da calcinha de seu biquíni — estava criado um novo modelo de traje de banho. De início, essa alteração foi vista por alguns como um escândalo, mas em pouco tempo virou moda. A invenção de Rose também estampou uma capa da Revista Manchete, que foi vendida para diversas publicações estrangeiras e ganhou o mundo (MAZZACARO, 2016).

Falando sobre a moda observada no píer não podemos deixar de fora o topless, que, como afirma Mazzacaro (2016), causou tanto furor nas areias de Ipanema. Argento (2015), ressalta, em sua matéria ao blog *O Dia*, que em plena ditadura, Frederico Mendes, então fotógrafo da revista Manchete, registrou, no início dos anos de 1970, o que acredita ter sido o primeiro topless de Ipanema. Nesse sentido, Argento (2015) destaca a fala de Frederico Mendes:

“Estava no alto da duna, vi uma menina sem a parte de cima do biquíni [...] Eu

estava sem equipamento, fui em casa, peguei duas câmeras e fiquei fotografando [...] Nessa hora, começou um ‘auê’ [...] O negócio ficou tão absurdo que elas (uma amiga se solidarizou e também decidiu fazer o topless) tiveram que sair da praia”¹⁷

Figura 16 – Topless em Ipanema. Foto: Frederico Mendes. [s.d.]



Fonte: O Globo.

A customização era também um ponto forte dessa geração, as garotas bordavam lantejoulas inclusive em suas alpargatas Rueda e usavam roupa indiana, cheirando a patchouli¹⁸. Mas havia também aqueles que compravam suas vestimentas nas butiques do bairro, como a Bibba (que possuía uma forte inspiração em sua homônima londrina – a Biba), na esquina da Rua Maria Quitéria com a Rua Visconde de Pirajá. As camisetas com mensagens contra a guerra do Vietnã e as que imitavam uniforme de soldado eram as mais “transadas”, acentua Mazzacaro (2016).

A moda nesse cenário mudou e começou a se tornar também unissex, como aponta Alonso (2013). Na reportagem de Marisa Raja Gabaglia (figura nº 17), *Êle Ela ao Compasso da Moda*, a jornalista destaca que Yves Saint-Laurent considerou natural que homens e mulheres se vestissem de forma parecida, uma vez que suas atividades e vida também seguiam rumos parecidos. Indo por este mesmo caminho Marisa destaca a produção de moda da boutique Aniki Bobo, inaugurada no ano de 1968, que optou por seguir uma linha unissex.

17. O dia em que o topless chegou a Ipanema. Por Bernardo Argento. 21 de janeiro de 2015. Disponível em: <http://blogs.odia.ig.com.br/rio-450-anos/historias-do-rio/o-dia-em-que-o-topless-chegou-a-ipanema>

18. Para muitos o patchouli foi um dos símbolos da rebeldia durante os anos de 1960 e 1970. O aroma do patchouli é amadeirado e marcante; considerado bastante semelhante ao aroma da maconha. Assim, a essência era bastante utilizada com a intenção de disfarçar o aroma deixado pela maconha.

Um grande destaque da Aniki Bobo foram as calças de veludo em diversas cores, utilizadas tanto por homens quanto por mulheres, como na figura que segue.

Figura 17 – Calças de veludo da Aniki Bobo em reportagem de Marisa Raja Gabaglia. [s.d.].



Fonte: Aniki Bobo Acervo¹⁹.

Nesses anos o corpo que se almejava nas dunas do barato era um corpo bronzeado. Assim, as meninas — chamadas de “cocotas”, passavam Coca-Cola e uma loção argentina chamada Rayito de Sol para ganharem uma cor bronzeada rapidamente. Alonso (2013) destaca também os cabelos: ao vento e volumosos tanto em homens quanto em mulheres; com relação aos corpos usava-se tangas com os pelos pubianos aparecendo e o “legal” era ser magro (ou ao menos não ter uma preocupação muito específica com o corpo). As convenções eram desprezadas e aquilo que se valorizava realmente, neste momento, era a potência libertária e as possibilidades da mente. Esses jovens apareciam no Píer para comer, brincar, conversar, ver as ondas quebrarem e, sobretudo, para “pirar”. A paisagem proporcionada neste trecho da praia de Ipanema era bela e, ao fim do dia, palmas e assovios agradeciam a presença do sol.

19. O acervo da butique Aniki Bobo encontra-se atualmente em construção, no entanto boa parte de seu material já pode ser acessado através de sua página no Facebook.

Na visão de Villaça (2007), o Píer de Ipanema pode ser caracterizado como a primeira praia transgressora do país. O píer era embalado pelo som do rock e do som tropicalista dos Novos Baianos que frequentavam o local, assim como intelectuais e artistas como Gal Costa, Regina Casé e Luís Melodia, além de jovens cariocas, que se encontravam lá para conversar e “tentar reinventar um tempo legal”, na tentativa de esquecer a realidade de repressão que nosso país vivia.

O que é possível observar é que o segmento jovem, que durante tanto tempo demonstrou uma forte insatisfação com o rumo que o país tomava na esfera política e social, acreditava fortemente na possibilidade de uma reversão no cenário que se delineava. Essa massa jovem, esse novo fator, conseguiu, de fato, provocar, através de suas ações, fissuras na estrutura até então vigente. No entanto, o que notamos, especialmente a partir do final da década de 1960, com a implantação do AI-5, é um fortalecimento do regime militar. Esse fortalecimento esteve ligado à adoção de uma linha de repressão caracterizada por prisões abusivas, torturas, desaparecimentos, perseguições e mortes, fatos que corroboraram para o início de um período de desilusão com relação à política por parte da juventude.

Essa aparente derrota sofrida pela juventude fez com que a revolução almejada encontrasse seu espaço em outros *fronts* de batalha: o jovem passou a revolucionar a forma de se comportar, de se relacionar, passou a buscar novas alternativas de consumo, passou a vestir-se de forma mais livre, passou, enfim, a buscar uma nova forma de viver. Essa revolução do indivíduo mostrou-se fundamental para o desenvolvimento de uma nova forma de produzir e pensar a moda brasileira — e um dos principais cenários dessa nova moda (jovem e brasileira) foi o bairro de Ipanema, no Rio de Janeiro.

3. BRINCANDO COM O EFÊMERO: A METAMORFOSE DOS TRAJES DOS ANOS DE 1960 E 1970

A moda, encarada como um fenômeno social, sofreu durante os anos de 1960 e 1970 diversas alterações em seus cânones, assim uma nova fase da moda fez aparição. Lipovetsky (2009) confere destaque a dois fatores importantes presentes nessa segunda fase da moda moderna (pontos intrínsecos para a compreensão do objeto aqui em questão). O primeiro dentre esses fatores consiste no fato de que nesse momento houve uma generalização e um prolongamento daquilo que a moda de cem anos instituiu de mais moderno: uma produção burocrática organizada por criadores profissionais, uma lógica industrial em série, coleções sazonais e os desfiles de manequins com fim publicitário. Já, a partir de uma análise do segundo fator apontado por Lipovetsky (2009) percebemos a existência de alguns aspectos que apresentam correlações muito importantes entre si: novos focos e critérios impuseram-se na sociedade, a configuração hierarquizada rompeu-se e a configuração social e individual mudou (acompanhada por mudanças nos gostos e comportamentos).

Colocando lado a lado todos os pontos acima citados percebemos que, perante esta pesquisa, desponta um elemento comum entre eles: o elemento “jovem”, ponto fundamental na construção deste estudo. Nesse sentido, é importante compreender como esse segmento social passou a ter espaço na estrutura social.

Essa mesma geração, como afirma Chataignier (2010), vivia na flor de sua juventude e passou a tomar a palavra e buscou conquistar seu espaço nos anos de 1960. Uma das estratégias utilizadas por esses jovens, na tentativa de edificar seu posicionamento na sociedade, foi através de seu traje, pois, como destaca Barthes (2005), em tempos anteriores o jovem, e mesmo a criança, não usavam trajes tão específicos. Primeiramente, observamos o surgimento de um traje particular para as crianças, só depois é que assistimos ao nascimento de uma moda voltada para os jovens.

Moutinho & Valença (2000) destacam que essa geração passou a não aceitar a ideia de que todos tinham que se trajar de acordo com os princípios da alta-costura parisiense. Assim, batendo de frente com o que até então fora estabelecido, os jovens dos anos de 1960 procuravam roupas diferentes, mostrando não possuir o menor desejo de vestir-se como seus pais. Neste momento, o mundo já havia se transformado consideravelmente: a emancipação feminina havia avançado, o prolongamento da vida estudantil, agora uma realidade presente

na vida de muitos jovens, tornava necessário o uso de roupas práticas, e a juventude universitária norte-americana abriu novos caminhos, adotando trajes exóticos, muito inspirados nas roupas das classes menos favorecidas ou de ídolos da música popular e do cinema. Tudo completamente diferente da época de seus pais, acentuam Moutinho & Valença (2000).

Essas transformações pelas quais o mundo passou após a segunda Guerra Mundial são interpretadas por Chataignier (2010) como uma espécie de rito de iniciação para a retomada da modernidade; o indivíduo jovem que se tornou um dos importantes protagonistas dessa fase histórica. Esses protagonistas, considerados um grupo a parte dentro da sociedade, muito mais emancipados que as gerações anteriores, queriam não apenas mostrar sua rejeição ao modo de vida de seus pais, mas também mudar o mundo.

Boucher (2010) afirma ainda que esse movimento juvenil fez sua primeira aparição nos Estados Unidos – um país rico, onde os adolescentes, que não conheceram a penúria dos anos da guerra, desprezavam a sociedade de consumo na qual estavam inseridos e davam mostras de seu desagrado com o conforto, adotando utilizando para isso peças de roupas características o traje das classes mais pobres: o jeans, a camisa sem gravata e a jaqueta. Complementando esta ideia, Moutinho & Valença (2000) lembram que inicialmente essa maneira de vestir se mostrava restrita a alguns grupos, mas depois se espalhou por outros continentes e por todas as classes sociais. Na Europa, como cita Boucher (2010), essas mudanças no vestir não surgem apenas com o intuito desses jovens de manifestarem suas divergências com a sociedade, mas também no sentido de afirmarem seu pertencimento aos grupos de sua idade.

Mendes & Haye (2009) destacam que em ambos os lados do Atlântico, as estatísticas registraram o surgimento de um mercado adolescente crescente — modas de curta duração firmaram-se como norma e uma imagem jovial, como já destacado por O'Neill (2002), tornou-se repentinamente desejável. De acordo com Boucher (2010), dois fatores importantes e diferenciais surgem neste contexto: os recursos financeiros (esse novo segmento de adolescentes, no geral, dispunha de recursos financeiros superiores aos de seus pais na mesma idade) e a escolaridade, que se prolongou, além do número de estudantes com acesso a um ensino complementar ter se multiplicado.

Entre outros fatores, Lipovetsky (2009) ressalta que a elevação do nível de vida da população, a cultura do bem-estar, do lazer, da felicidade imediata (aspectos muito

relacionados aos fatores acima citados) acarretaram a última etapa da legitimação e da democratização das paixões de moda. Durante esses anos a moda apresentou uma conotação jovem, liberta de coações, desenvolta em relação aos cânones oficiais. A significação imaginária “jovem” designou uma desafeição pelo vestuário de luxo, que passou, então, a ser assimilado ao mundo “velho”. Indo por este mesmo caminho, porém analisando a realidade brasileira, Chatignier (2010) aponta que mesmo no Brasil, desde os anos de 1950 mudanças importantes para esta alteração de panorama já vinham dando sinais de presença. Na década de 1950 novos comportamentos, movimentos e tecnologias se juntaram à moda, alguns deles já costurados ao que seria logo o mundo fashion: o *rock'n'roll*, a calça jeans, a televisão, os produtos nacionais, a indústria têxtil do algodão, os concursos de *miss* e muito mais.

Nesse sentido, O'Neill (2002) destaca três valores que fundamentaram este período: uma imagem de juventude, marcada pela vitalidade, criatividade, originalidade, vida e empolgação; a imagem da ausência das barreiras de classe; e a ideia de “revolta” contra as convenções “esnobes”, “antiquadas” e “burguesas” da sociedade.

Diante dessas mudanças no cenário social e cultural, a juventude passa a exigir roupas criadas para ela, e combinando com seu estilo de vida. Boucher (2010), afirma, então, que nos anos de 1960 a moda vai passar a refletir as aspirações dessa juventude. Essa modificação determinou, no mundo da costura, tendências completamente diferentes das que reinavam anteriormente. A moda tornara-se democrática, liberada e unissex, respondendo a uma filosofia de vida muito mais crítica com relação ao presente recente e à sociedade de consumo, acentuam Moutinho & Valença (2000).

Em termos de moda, Chataignier (2010) lembra que essa turma não aceitava os ternos nem os *tailleurs*, e suas características rebeldes estavam estampadas não apenas em seu vestir, mas também na forma de se produzir, como, por exemplo, na forma de se pentear. Nessa época, apesar de o vestuário assimilado ao mundo “velho”, nos termos de Lipovetsky (2009), ser desprezado por alguns setores jovens, é importante notar que para outros, em termos de moda e estilo de vida, tanto o moderno quanto o antigo eram importantes em uma composição, ressalta Stevenson (2012). Jovens, buscando diferenciar-se, misturavam roupas vintage românticas com um modo de vida “pra-frente”. Alguns, que não queriam parecer-se com os outros, garimpavam peças em barracas de feiras de rua e as combinavam com outras compradas em butiques para ganhar um efeito de originalidade.

Dentro desse universo todas as formas, todos os estilos, todos os materiais ganharam

uma legitimidade de moda: o descuidado, o tosco, o rasgado, o descosturado, o desmazelado, o gasto, o desfiado, o esgarçado, até então rigorosamente excluídos, viram-se inseridos no campo da moda, aponta Lipovetsky (2009). Nesse mesmo viés, Boucher (2010) ressalta que no seio da população jovem, à margem do sistema da moda, nascem as modas “selvagens” (assimiladas ao que ficou conhecido como “antimoda”), traduzindo no vestuário os ideais revolucionários: busca de liberdade, desejo de comunhão entre os povos, derrubada moral burguesa, destruição das barreiras que separam as diferentes classes da sociedade.

Através da matéria “O novo padrão de beleza”²⁰, de 1972, do Caderno Jornal da Família, é possível compreender um pouco mais sobre o conceito de antimoda. De acordo com o jornal, a antimoda constitui-se na tomada de posição dos jovens contra os preconceitos e tabus. Havia de início uma necessidade de chocar. No entanto, para o costureiro Ney Barrocas, essa moda deixou de ser agressão e passou a ser aceita na escala de valores juvenis. Ney Barrocas, comenta ainda:

A roupa dos jovens é alegre, engraçada, com regras próprias. Acho, porém, que essa roupa não é uma recusa à alta costura, que, também, se pode curtir. Concorre, sem dúvida com a alta costura, mas não é uma ameaça. A mudança no modo de vestir é válida. E, nessa revolução, o grande passo foi dado pelo homem, pois cabelo comprido, roupas bordadas, tamancos, não são novidades para a mulher. E o maravilhoso é que se pode usar qualquer tipo de material (BARROCAS: 1972: 3).

É este o momento, segundo Sant’Anna (2010), em que podemos considerar que a moda jovem se consolidou, despontando como um expoente significativo, tanto no âmbito criativo quanto quantitativo, contribuindo para a inovação constante do vestuário, mesclando os novos comportamentos socioculturais e transformando a moda definitivamente em um veículo de expressão dos pensamentos das pessoas.

3.1 A nova configuração

Durante esses anos, não somente o polo da costura sob medida, expressão sublime da moda de cem anos, atrofiou-se devido, entre outros fatores, a um decréscimo extremo da clientela, como também a alta-costura deixou de vestir as mulheres na última moda, afirma Lipovetsky (2009). A alta-costura, na concepção do autor, deixou de dar o tom em matéria de

20. Jornal da Família, 24 de setembro de 1972, p.3. O Globo.

moda, por exemplo: quando a alta-costura introduziu a calça feminina, ela já estava sendo usada maciçamente. Assim a alta-costura viu-se destituída do privilégio que fora seu durante pouco mais de um século: o de ser a única fonte de criação de modas femininas para a civilização ocidental.

Para Mendes & Haye (2009), o aspecto mais significativo da alteração no cenário da moda, neste período, foi que esta começou a se concentrar no jovem médio da rua, e não mais em poucos indivíduos selecionados e ricos. Diante dessa mudança, Hobsbawm (1995) observa um fato interessante:

Agora parecia verificar-se uma curiosa inversão. O mercado de moda para os jovens plebeus estabeleceu sua independência e começou a dar o tom para o mercado grã-fino [...] A *haute-couture* de Paris recuava, ou antes aceitava a derrota usando seus prestigiosos nomes para vender produtos do mercado de massa, diretamente ou sob franquia (HOBSBAWM, 1995:324-325).

Silva (2011a) assegura que, com a irrupção da cultura juvenil, o monopólio exercido pelo criador em termos de gosto indumentário chega ao fim. Perante a conjuntura estudada Crane (2008) enfatiza também mudanças significativas no contexto expressivo da moda:

Nesse novo sistema, a moda deixou de ser ditada inteiramente com base nas considerações de classe e se tornou um meio para expressar nuances da individualidade, baseando-se em percepções de gênero, idade e raça, bem como valores sociais e políticos (CRANE, 2008:168).

Assim, quando o costureiro deixa de ditar as tendências a partir de seu gosto pessoal, o estilo é que passa a orientar as escolhas em termos de gosto e moda, expressando engajamentos pessoais, políticos e culturais dos indivíduos. A sociedade passa a se vestir em conformidade com os valores da cultura juvenil e o que resulta dessa alteração é um visual mais descontraído e colorido (SILVA, 2011b). Desta forma, Silva (2011) evidencia ainda que é, sobretudo, a partir dos anos 1960 que o vestir-se passa a expressar não somente a identidade, mas também os engajamentos políticos ou culturais, em vez de conformidade a um código predeterminado.

Nesse cenário, a moda vestiu-se com as cores vivas do momento que se pretendia revolucionário. Como ressalta Chataignier (2010), passou-se a usar peças livres, soltas e leves

(algo que não se via desde a década de 1920), assim como meias-calças coloridas, lisas ou com desenhos rendados; o uso das cores branco e prata, conferindo ao momento aquela ideia lunar, influência da corrida espacial e das ideias de futurismo, que também estiveram presentes nas coleções de André Courrèges; tricôs listrados, misturas de shorts com casacões, maxissaia. Nessa época, também havia um destacado uso de alguns tecidos como algodão, plásticos, malhas de suedine ou tricô, gabardine e jeans (para as calças).

Durante esse período da história da moda, houve também um significativo uso de trajes tradicionais, que nunca haviam transposto o âmbito das sociedades de origem. Essas peças, como os trajes que vinham da Índia, do Afeganistão, do Marrocos e também de algumas localidades da América do Sul, começaram a ser procuradas e adotadas no mundo ocidental. Esse conjunto é o que vai formar o guarda-roupa dos hippies, que foram os mais ardorosos propagandistas desse tipo de roupa (BOUCHER, 2010).

Figura 18 – Cáftã usado por Fenella Fielding, Thea Porter, 1966.



Fonte: STEVENSON, 2012.

Figura 19 – Cáftã colorido, Woodstock, 1969.



Fonte: STEVENSON, 2012.

Usava-se coletes e casacos em carneiro bordados no avesso, lenços, túnicas indianas, a que se somam os chapéus de feltros com abas flexíveis, as camisetas *tie and dye*, as calças jeans *délavés* ou rasgadas, as velhas camisolas desencavadas nos sótãos, os uniformes do exército descobertos em brechós. O traje hippie incluiu também em sua estética o uso de cabelos longos e soltos, algo que havia desaparecido há de um século, como lembra Boucher (2010). Chataignier (2010), nesse sentido, acrescenta a esta lista os vestidos compridos, floridos ou com estampas indianas, estrelas do cenário.

Os jovens hippies não apenas rejeitavam o estilo de vida de seus pais, como rebelaram-se contra eles. Esses jovens multiplicaram-se, abdicando dos confortos da sociedade de consumo para viver em comunidades simples, próximos da natureza, sob o lema “paz e amor”. A roupa hippie, com coleções de peças de diferentes países e épocas, expressava a rebeldia desses jovens, afirmam Moutinho & Valença (2000).

Neste momento observa-se uma importante transformação no sistema da moda. De um lado, percebemos o fim da era do “sob medida” e do primado da alta-costura, que diante de tantas alterações já nem goza de preferência em termos de gosto; de outro, como aponta Lipovetsky (2009), vemos a generalização do *prêt-à-porter*²¹, que nesse período mostrou o espírito de moda em sua expressão mais viva, disseminando polos criativos. Na raiz desse *prêt-à-porter* é possível notar uma democratização dos gostos de moda trazidos pelos ideais individualistas, pela multiplicação das revistas femininas e pelo cinema, mas também pela vontade de viver no presente estimulado pela nova cultura hedonista de massa.

Calcado no termo americano *ready to wear* (“pronto para vestir”), o *prêt-à-porter* relaciona-se aos modelos especialmente concebidos para a fabricação industrial, o que tornou-se possível devido às melhoras nos equipamentos das fábricas e a aquisição de máquinas cada vez mais aprimoradas, resultando em uma queda sensível nos preços de venda de peças de roupas. Boucher (2010) aponta também que enquanto o *prêt-à-porter* conquistava seu espaço, o negócio da alta-costura declinou, à medida que o custo de modelos sob medida, com uma mão de obra intensiva, se elevava e o grupo de clientes ricos diminuía. Neste momento a fabricação em série aparentava ser a única solução para fornecer roupas de todos os tipos a um preço módico. Os avanços tecnológicos observados neste cenário, a ampliação do

21. O *prêt-à-porter*, na visão de Joffily (1989), deve ser compreendido como uma produção de vestuário que se caracteriza por harmonizar o bom gosto com uma venda em larga escala. Sendo, assim, fundamental para incrementar o mercado de trabalho, para profissionalizar estilistas, para fundar e sustentar estabelecimentos comerciais voltados para um público de pelo menos, classe média e também para reunir em empresas de pequeno porte (confeções) artesãos ligados à produção de roupas. Para a autora o ponto de apoio do *prêt-à-porter* baseia-se na relação “estilistas-confeções-artesãos-boutiques”.

complexo industrial e a força da mídia internacional redesenharam a moda e mostraram-se fatores decisivos que tornaram a década de 1960 um tempo que ligava a moda aos fatos mais relevantes do mundo (CHATAIGNIER, 2010).

Diante dessas circunstâncias, assistimos ao nascimento de um outro fator intrínseco para a moda: estas coleções de *prêt-à-porter* serão desenhadas por criadores de um novo tipo — os estilistas, aponta Boucher (2010). Essa nova espécie de criadores eram na realidade costureiros que, em sua maioria, não possuíam recursos para abrir suas próprias *maisons* e, assim, passaram a vender a preços bem mais acessíveis suas criações para as grandes indústrias, afirmam Moutinho & Valença (2000). Desta forma, como destacado por Boucher (ano), esses criadores ficaram conhecidos ao sugerir modelos possíveis de serem realizados em série, vendidos a preços próximos da confecção antiga, destinados a uma clientela jovem, que recusava o gênero sofisticado da moda *couture*. Outra novidade é que esses estilistas começaram a assinar suas criações. Neste contexto vem ganhar destaque nomes como: Daniel Hechter, Jean Cacharel, Michèle Rozier, Pierre Cardin, Yves Saint Laurent, André Courrèges e Mary Quant, aliando a criação de marcas de *prêt-à-porter* dirigidas a um público jovem à manutenção da qualidade típica da alta-costura.

Alguns modelos foram muito disseminados entre a juventude dos anos de 1960 e 1970, tornando-se importantes referências em termos de estilo e gosto destas décadas. Utilizando como base a análise proposta por Stevenson (2012), podemos destacar: o vestido-tubo, que foi um desenvolvimento daquele proposto ainda na década de 1950; a minissaia, cuja mente criadora ainda se mostra emblemática, figurando entre Mary Quant, John Bates e André Courrèges; os modelos com ar futurístico, como os observados na coleção “Era espacial” de Courrèges, utilizando materiais como plástico e acrílico; o *topless*, que teve origem através do monoquíni do austríaco Rudi Gernreich; as estampas psicodélicas, inspiradas nas cores e formas da *op art*; o uso de peças com características unissex, como os terninhos, que fizeram com que mulheres fossem barradas em locais públicos por estarem trajadas com eles; os caftãs, misturando o novo ao velho, o Ocidente ao Oriente; o retrô chique, em uma tentativa de recriar o passado através de um olhar contemporâneo; os maxivestidos, conferindo à produção um visual “cigano”; a presença do artesanato *folk* em roupas e ornamentos; o *glam rock*²², mais ao final dos anos de 1970; a calça boca de sino,

22. O glam rock possui suas raízes no modernismo da boutique Mr Freedom, de Tommy Robert, que por sua vez trouxe essa estética da HQ americana dos anos 1950. Essa linhagem da moda caracteriza-se pelos excessos em termos de plumas, sombras e brilhos (STEVENSON, 2012).

peça presente no guarda-roupa de muitos jovens, entre outro

Figura 20 – Túnica creme Cosmos, Pierre Cardin, 1967.



Fonte: STEVENSON, 2012.

Figura 21 – Terno de três peças, Yves Saint Laurent, 1967.



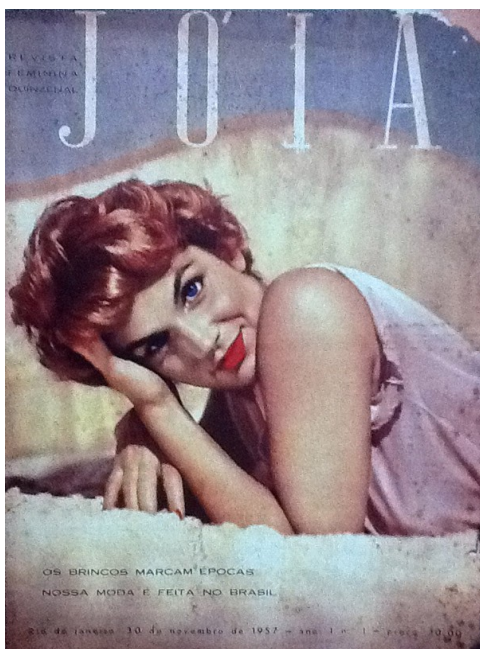
Fonte: STEVENSON, 2012.

As modas múltiplas dessa época ficaram, por toda parte, conhecidas graças ao desenvolvimento dos meios de difusão e comunicação, afirma ainda Boucher (2010). As revistas, com inúmeras fotografias coloridas, o cinema, a televisão, ajudavam a difundir as últimas novidades em moda, que deixaram de estar dentro da zona de domínio da elite, uma vez que, com a produção em massa, roupas dos mais diferentes tipos e de boa qualidade podiam ser compradas por preços moderados, destacam Moutinho & Valença (2000).

Jofflily & Andrade (2011) destacam que no cenário brasileiro, com a melhoria do parque gráfico nacional, que teve início no final dos anos de 1950, assistimos ao nascimento das revistas femininas da forma como temos até hoje. Essas revistas traziam, pela primeira vez, em uma única publicação, matérias sobre moda, conselhos sobre beleza, decoração e utilidades domésticas. Nesse sentido, Junior (2012) traça um breve histórico de algumas publicações importantes para a história da moda: *Capricho* (1952), *Joia* (1957), *Manequim* (1959), *Claudia* (1961), *Setenta* (1970), e as internacionais publicadas no Brasil, como a *Nova* (*Cosmopolitan*, 1973), *Vogue* (1975), *Marie Claire* (1991), entre outras. Junior (2012), lembra ainda que a revista *Joia* passou a se chamar *Desfile* a partir de 1969, perdendo suas

características iniciais.

Figura 22 – 1ª capa da revista Joia. 30. 11. 1957



Fonte: Revista Icônica.

Figura 23 – 1ª capa da revista Manequim. 07. 1959



Fonte: MdeMulher/Abril.

Figura 24 – 1ª capa da revista Claudia. 07.1961



Fonte: MdeMulher/Abril.

Figura 25 – 1ª capa da revista Nova. 10.1973.



Fonte: MdeMulher/Abril.

Diante dessa conjuntura, Lipovetsky (2009) assegura que a série industrial sai do anonimato e personaliza-se, ganhando uma imagem de marca, um nome que doravante passa a ser exibido um pouco em toda parte, através de painéis publicitários, revistas de moda, vitrinas de centros comerciais e nas próprias roupas. Nesse sentido, o autor confere destaque aos nomes Levi's, Mic Mac, Benetton, etc.

Com todas essas alterações no cenário da moda, os desfiles também tiveram suas estruturas alteradas, o que muito contribuiu para a difusão desse novo modelo estilístico. O'Neill (2002), nesse âmbito, ressalta que durante os anos de 1950, as modelos projetavam certa arrogância entediada e uma espécie de personalidade estática, o que se alterou por completo na década de 1960. Com o declínio da *haute-couture* e sua tradição de desfiles suaves e discretos montados de modo a convencer a cliente de que eles aconteciam somente para ela, observou-se um renascimento da “apresentação-espetáculo” na década de 1960. Nesse momento, na era do *ready-to-wear*, o desfile tornou-se um evento exclusivo para a imprensa e para os lojistas; o desfile já não mais consistia em uma apresentação diária para clientes particulares.

Durante os anos de 1960 e 1970 tiveram início os desfiles onde observamos representações e danças ao som de música pop, montados por coreógrafos e diretores de espetáculos, afirma ainda O'Neill (2002). Dessa forma, ocorreu o desfile de Courrèges de sua coleção “Era Espacial”, em janeiro de 1964, onde a presença de um ambiente moderno era marcada por paredes em vinil branco, caixas brancas como assento, ritmo em alto volume, moças muito altas com cabelos tosados, bronzeadas e com saias bem acima dos joelhos. Para Lipovetsky (2009), esse estilo modernista e futurista de Courrèges firma na moda a ascensão dos valores juvenis.

3.2 O nacional *versus* o importado

Para melhor entendimento do conceito de “moda brasileira”, como esta entrou em cena e sua formação durante os anos de 1960 e 1970, cabe, aqui, ressaltar alguns aspectos do período da segunda guerra mundial e algumas de suas consequências para os habitantes das terras brasileiras.

Para Braga & Prado (2011) um dos setores que foram drasticamente afetados pelos duros anos da segunda guerra mundial foi o setor têxtil. Nesse momento a oferta de tecidos no

mercado mundial tornou-se escassa, chegando a haver racionamento na Europa. Os ecos dessa crise bélica foram sentidos no Brasil, muitas vezes de forma indireta: a participação brasileira no conflito foi pequena e nem todos os ecos desse conflito foram, aqui, sentidos de forma negativa.

No Brasil, em um período em que o Estado se voltava para o fortalecimento da indústria houve, como ressaltam ainda os autores Braga & Prado (2011), bons motivos para que nos beneficiássemos com a desestruturação da economia europeia. Essa desestruturação foi uma das razões para que houvesse um considerável incremento da produção fabril nacional, com a geração de sucedâneos de produtos antes importados, em particular, no setor têxtil. Diante desse cenário, a indústria brasileira encontrou espaço para prosperar, aumentando suas exportações e substituindo produtos importados. Assim, os tecidos brasileiros passaram a ser mais aceitos no mercado nacional e algumas variedades antes rejeitadas passaram a ser aceitas, como o algodão.

Joffily (1999), nesse sentido, lembra que a indústria têxtil nacional (aquela que D. Maria I havia mandado quebrar a martelo em 1781) só conseguiu retomar o fôlego e deslancar devido ao bloqueio às importações provocado pela Segunda Guerra. Esse fato levou as *maisons* do centro do Rio de Janeiro a fabricarem, em território nacional, roupas, já que não havia como importar. Nesse momento, estabelecimentos como a Casa Canadá²³ deixam de vender alguns produtos importados, como os visons.

Apesar das dificuldades para importação, a inserção de alguns produtos brasileiros, como o algodão, no mercado da moda, em território nacional, não ocorreu de forma tão facilitada. Braga & Prado (2011) lembram que durante o Estado Novo, as classes trabalhadoras avançaram na conquista de direitos legais, o que muito contribuiu para que esta camada passasse a compor uma camada de consumo para a qual se voltou uma gama de produtos de vestuário de baixo custo. Enquanto isso, as classes média e alta vestiam roupas sob medida feitas por modistas, costureiras e alfaiates, copiadas de revistas de moda (como o *Jornal das Moças* e *Fon-Fon*). Nessas camadas ainda permeava um grande preconceito contra

23 A *Maison* ou Casa Canadá, surgiu nos anos 1930, como uma loja de peles sob o comando do empresário Jacob Peliks. Em 1934, Peliks convidou as irmãs Mena Fiala e Cândida Gluzman para comandarem a nova sede da loja, no Centro do Rio de Janeiro. A Canadá foi uma das responsáveis, no país, “pela sistematização de reprodução, e de interpretação de modelos estrangeiros, dos métodos de criação e da introdução do prêt-à-porter brasileiro”. Mas muitos vestidos eram criados pela própria loja, através da linha “de Luxe” que tinham inspiração nos moldes europeus, mas que recebiam adaptação ao clima e ao ambiente do Brasil e do Rio de Janeiro. Em 1967, com a desapropriação do prédio sede da Maison o estabelecimento fechou as portas (BENATTI & ROCHA, [s.d.]. *Maison Canadá: alta-costura e consumo de luxo no Brasil*).

os tecidos nacionais, ainda confeccionados com fibras um tanto grossas, geralmente empregados na produção de roupas rústicas de trabalhadores; entre esses tecidos podemos destacar os de algodão, algodãozinho, os brins, as sarjas, as chitas, as lonitas, etc. O algodão era associado às classes menos favorecidas economicamente, e foi preciso sofisticar os produtos da fibra e investir em marketing para que houvesse uma valorização do tecido junto ao público feminino.

Braga & Prado (2011) acrescentam que os tecidos produzidos com materiais mais finos e penteados eram importados, pois as têxteis brasileiras não dispunham de tecnologia apropriada para produzi-los. Na alta moda, a distinção não se concentrava apenas na exclusividade dos modelos, ela dependia também da sofisticação dos tecidos utilizados. No período pós-guerra a indústria têxtil brasileira entra em cena fortalecida, ocupando a segunda posição mundial em capacidade produtiva, e o nosso forte continuava sendo o algodão, apontam Braga & Prado (2011). Havia ainda uma batalha a ser vencida: o preconceito do público consumidor com os tecidos nacionais. Para as classes média e alta ainda era considerado mais chique usar tecidos importados, como sedas, tafetás, veludos, brocados e outros.

Nesse momento, o setor, já mais capitalizado, deu início a um processo de reaparelhamento, permitindo ampliar a variedade e qualidade do tecido nacional. A nascente moda brasileira, como apresentam Braga & Prado (2011), conviveu com uma indústria que, apesar de ter passado por muitas melhorias, ainda pelejava para vencer sua insipiência técnica e criativa. Aqui no Brasil, a imitação e a replicagem de modelos europeus era comum, mesmo nas casas de alta moda sob medida. O que se produzia como moda no Brasil nesse período estava mais ligado à cópia que à criação, mas esse processo de imitação não pode ser deixado de lado quando se trata de aprendizado. Os autores afirmam ainda que foi a partir do final da década de 1940 que pôde-se começar a falar, mesmo que de maneira insipiente, daquilo que mais adiante ganhou o nome de *prêt-à-porter*.

Analisando esse período da evolução da moda brasileira, Joffily & Andrade (2011) comentam que na primeira metade dos anos de 1950 (momento em que os artistas brasileiros buscavam uma identidade própria), a primeira casa considerada de alta-costura brasileira ainda não se apropriara dos conceitos ligados à noção de identidade brasileira. Em um evento na capital mineira, Mena Fiala e Cândida Gluzman, estilistas da Casa Canadá, realizaram um desfile no Palácio da Liberdade que se tornou histórico. No entanto, não apenas as roupas que

compunham as coleções mas também a passarela e a postura das modelos (escolhidas a dedo) imitavam as apresentações parisienses.

Como pode ser percebido, havia no Brasil uma significativa influência da moda francesa, mas com o incremento da indústria têxtil brasileira aos poucos a produção nacional foi ocupando os nichos deixados pelos produtos importados. Desta forma, Braga & Prado (2011) acentuam que foi questão de tempo para que a indústria têxtil atingisse a outra ponta da cadeia: a criação de moda. Sendo áreas inter-relacionadas e interdependentes, uma coisa levaria invariavelmente à outra. No decorrer dos anos de 1950, os costureiros brasileiros começaram a aparecer em eventos de beleza e moda promovidos ou estimulados pela indústria têxtil, na busca pela valorização e maior estímulo ao consumo de seus produtos (que ainda eram discriminados em detrimento dos importados).

Esses costureiros, de acordo com Braga & Prado (2011), montaram ateliês para atender às senhoras da alta sociedade, para as quais desenhavam e produziam artesanalmente modelos exclusivos sob medida (e caríssimos). Neste momento, emergem em nosso cenário nomes como José Ronaldo, João Miranda, Guilherme Guimarães, Dener Pamplona de Abreu, Clodovil Hernandez, e outros. Todos eles assumiam as peças de roupas e produziam como criações próprias, ainda que mantivessem os olhos voltados para a moda de Paris em busca de uma fonte de inspiração.

Abordando ainda a década de 1950, Jofflily (1999) destaca um marco para a história da moda brasileira: o nascimento da Feira Nacional da Indústria Têxtil, a FENIT, no ano de 1958. O surgimento da Fenit no contexto brasileiro pôde expressar o grande desenvolvimento alcançado, durante e após os anos belicosos da segunda guerra mundial, pela nossa indústria têxtil, que passa a promover concursos de elegância. No Rio de Janeiro, tornaram-se célebres os concursos de Miss Bangu, promovidos pela Tecelagem Bangu. Braga & Prado (2011) acrescentam que foi nesse momento que ocorreram os primeiros movimentos para a promoção da moda feita no Brasil. Foi quando se começou a ouvir falar de “moda brasileira” ou “moda feita no Brasil”.

Figura 26 – Participantes do concurso de moda Miss Bangu em estádio de futebol. Foto: Carlos Moskovics.



Fonte: Instituto Moreira Sales.

No Brasil, apontam Joffily & Andrade (2011), o gosto por moda e estilo se ampliava a uma faixa mais considerável da população; o caminho estava começando a ser aberto para a expansão do público consumidor de moda, mas ainda não se podia falar efetivamente em um *prêt-à-porter* nessa época, na virada dos anos de 1950 para 1960. Não havia ainda nas lojas uma oferta de roupas que atendesse, em termos da classe média, aos seguintes requisitos: estilo e diferenciação. Já, quando adentramos a década de 1960, já existem aqui no Brasil bons tecidos, bons acabamentos, mas tudo ainda copiado do que vinha de fora, ressalva Joffily (1999). Industriais, figurinistas, modelistas e costureiras estavam nesse momento com os olhos postos na simplicidade clássica do *chemisier* e do vestido-tubo.

Simultaneamente, começam a aparecer em território nacional as primeiras *boutiques* que vendiam produção própria ou *prêt-à-porter* francês e de outros países europeus, concorrendo com as casas importadoras de moda, destacam Braga & Prado (2011). O conceito de *boutique* veio também da França, onde surgiu com o intuito de distinguir o espaço da alta-costura da loja exclusiva para venda de roupas produzidas em série, ou seja, a *maison de haute-couture* do *prêt-à-porter*.

Primeiro surgiram as butiques em Copacana, depois em Ipanema, destaca Joffily (1999). O público de classe média, nesse período, possuía um pouco mais de acesso aos bens

e mercadorias e as peças comercializadas nessas butiques (ainda bastante caras para os padrões da época) eram relativamente acessíveis à classe média (desde que se procurasse usá-las como um traje eventual, não como roupas para o dia a dia).

Braga & Prado (2011), em conformidade a Maluh Ouro Preto (em sua tradução de “O Livro da Elegância”), apontam que a primeira butique carioca foi o Mayfair, criada por um casal de franceses. Depois do Mayfair, outras butiques se destacaram no quesito elegância, como a Laís, Elle et Lui. St. Tropez, Lourdes, Jean et Marie, Casa Lebelson de Moda e Taíssa. Nessas butiques era possível encontrar artigos importados, como sapatos e bolsas italianos, lenços, fazendas, blusas e maiôs franceses, saias inglesas, tailleurs de malha e etc. Os autores destacam ainda que o espaço para comercialização de produtos de moda que toma a cena neste momento é o das butiques, fosse *prêt-à-porter* importado, confecção local ou até mesmo a moda sob medida.

Para Joffly (1999), as butiques configuram-se como um momento de passagem entre a alta-costura, com modelos exclusivos e um número reduzidos de consumidoras, para a fase das confecções e dos grandes acontecimentos da moda. Braga & Prado (2011) acrescentam que além de flexíveis na formação de seus produtos (algumas só faziam varejo, outras possuíam ateliês), as butiques eram também mais charmosas, simpáticas e acessíveis, despidas daquela pompa como a porta fechada e a hora marcada, características das *maisons*, no que combinavam com o espírito democratizante do *prêt-à-porter*.

Os autores Braga & Prado (2011) fazem ainda outro apontamento importante: em pouco tempo, esse conceito de butique se difundiu e se confundiu com uma gama de usos. Para a maioria das pessoas ficava difícil discernir entre uma peça de *prêt-à-porter* de uma confecção comum e uma peça pronta única. Desta forma, com o passar do tempo, as marcas é que se tornariam importantes, mais do que a categoria em que a peça estava inserida: cópia, em série ou exclusiva. Então, no pacote da moda vendido pelas butiques brasileiras coube perfeitamente um pouco de *prêt-à-porter* de luxo (produzido pelos costureiros franceses) e local (produzido pelos proprietários das butiques brasileiras, e certamente adaptado). Dessa forma, é possível perceber que seja em ateliês próprios ou nas butiques, a criação de moda finalmente floresceu no Brasil.

3.3 O *swinging* Brasil: *prêt-à-porter* nacional e moda brasileira

. No Brasil, neste período, começou-se também a fazer um maior uso criativo de estratégias divulgadas em reclames publicados na imprensa e também alardeados por radialistas, contribuindo para a divulgação dos produtos nacionais.

Para os autores Braga & Prado (2011) há ainda outro fator a ser levado em consideração: com o incremento da industrialização, a riqueza interna foi dinamizada, dando origem a uma classe média composta por funcionários assalariados e funcionários públicos. Esse público demandava também produtos de moda. Além disso, muitas famílias tradicionais de cafeicultores, que em tempos anteriores iam a Paris para montar seus guarda-roupas, perderam suas fortunas e precisaram remodelar seu estilo de vida, o que incluía a aquisição de bens e seu estilo de vestir.

Nesse sentido, Chataignier (2010) ressalta que no Brasil, até os anos de 1950, em especial no Rio de Janeiro, as vendas de moldes assinados pelos “grandes costureiros” eram expressivas e estavam ligadas às lojas de tecidos luxuosas. Braga & Prado (2011), acrescentam que além das lojas de tecidos, havia também alguns magazines que se voltavam para o comércio de roupas prontas, embora ainda em pequena escala e quase artesanalmente. Os autores apontam ainda que neste momento havia casas moldadas à imagem e semelhança das *maisons* francesas (como a já citada Casa Canadá), importando e reproduzindo aqui a moda lançada em Paris. Essas casas não criavam moda, elas se habilitaram em fazer cópias fiéis da *haute couture*, vendidas a preços robustos, mas facilitando a vida das mulheres da alta sociedade que já não mais precisariam ir à França em busca de novidades.

Neste sentido, torna-se importante compreender, conforme as asserções de Chataignier (2010), que a moda ditada pela alta-costura ainda possuía seu lugar de destaque no cenário brasileiro, o que colocava em pauta o refinamento aristocrático. Neste momento, de acordo com Silva (2014), no Brasil, ainda é possível perceber que a moda e as ideias de elegância atestavam um modelo de feminilidade tradicional e passiva, com os atributos do feminino (cintura, seios e quadris) bem marcados. O costume, como destaca Joffily (1989), até então, e, especialmente, a moda dos importados impunham modelos e feitios basicamente padronizados, sem individualidade. No entanto, como lembra Silva (2014), essa construção estilística, que vivia seus últimos momentos de glória do feminino já era largamente contestada nas criações dos jovens costureiros da época.

Quando adentramos nos anos de 1960 o trabalho de diversas costureiras foi muito significativo para a consolidação do que compreendemos como moda nacional. Joffily &

Andrade (2011) apontam que essas costureiras, atuando em pequenas confecções domésticas, quando eram solicitadas não impunham modelos às clientes: estas, agora mais informadas, encomendavam suas roupas a partir das fotos e ilustrações das revistas que veiculavam no Brasil. As autoras Joffily & Andrade (2011), consideram, portanto, essas costureiras como as “mães” do nosso *prêt-à-porter*. Foi com elas que se forjou o *know-how* utilíssimo para o surgimento das confecções que povoaram as vitrines das butiques a partir dos anos de 1960 com roupas de estilo e gosto contemporâneos.

Chataignier (2010), nesse âmbito, afirma que a moda e o estilo eram aspectos significativos na vida da mulher brasileira, que adotava o comportamento típico da classe média. Por vezes, devido a escassez de recursos para ter acesso ao universo elitista da alta-costura, procurava um sucedâneo na descoberta da butique e do pronto-para-usar, além da tradicional costureira caseira. Era comum, nessa época, ter uma profissional que confeccionava os modelos em voga, fossem eles inspirados na moda parisiense ou em referências brasileiras, como as “Garotas do Alceu” (em *O Cruzeiro*), divulgados em revistas e jornais.

Chataignier (2010), analisando a história da moda no Brasil, aponta que durante os anos de 1960 a moda mostrou ao mundo duas vertentes: a moda clássica rejuvenescida, calcada na alta-costura, e a moda jovem, cuja base era londrina. A moda clássica rejuvenescida estava bastante ligada às produções de Saint-Laurent (costureiro que despontava), Balenciaga e Givenchy. A forma básica utilizada era a geométrica e as rígidas (com uso indispensável de forro, mesmo no calor brasileiro). Decotes *dégagés*, saias evasês, balonês, vestidos tubos, com o comprimento nos joelhos ou um pouco acima deles, variações da *chemise* com detalhes requintados. Para complementar essa produção, joias de ouro, meias cor da pele e sapatos com salto médio. As estampas geométricas também estavam presentes nesse estilo mais clássico, embora de forma mais distinta. Entre os tecidos mais procurados pelas mulheres que adotavam uma produção mais clássica estavam as sedas, o xantungue, tussor, musselina e outros. Já para as mulheres que preferiam adotar um visual mais jovem e despojado um dos grandes sucessos foi a minissaia, além dos vestidos curtos em formato de trapézio, os com corte sob o busto, as jardineiras, macacões e macaquinhos.

Joffily (1989), quando analisa a trajetória da estilista brasileira Marília Valls, observa a importância do *prêt-à-porter* que surgia no país. Para a autora, se o *prêt-à-porter* nacional não rompeu de vez com as tendências europeias, ele ao menos foi um passo no sentido de firmar o

poder da criatividade do estilista brasileiro, de abrir as cabeças do público para a possibilidade de buscar sua própria identidade através da roupa produzida por aqui. Chataignier (2010) acrescenta que apesar de possuir uma origem estrangeira, o estilo e a moda dos anos de 1960 ganharam interpretações nacionais e os modelos criados passaram a ser adaptados para a nossa realidade, tornando-se um sucesso, especialmente das boutiques do Rio de Janeiro e de São Paulo. Braga & Prado (2011), acrescentam que no início dos anos de 1960 a mulher brasileira começou a buscar marcas que saíssem da mesmice; ou seja, da repetição de modelos, tecidos, cores e etc. Desta forma, reforça Joffily (1989), a mudança qualitativa se produzia no fato de não ser mais um sinônimo de “importado”; sem dúvida esse passo abriu caminho para que as etiquetas nacionais conquistassem seu espaço no mercado.

No entanto, o surgimento (ou ressurgimento) de determinados trajes causou estranheza a alguns setores da sociedade em terras brasileiras. Nesse sentido, Carlos-Leonam (1998) recorda-se, em “Os degraus de Ipanema”, de uma visita que o cantor Mick Jagger fez ao Brasil no ano de 1968, onde o cantor e sua então esposa, Marianne Faithfull vestiam uma “roupa de *hippie*”. Essa “roupa de *hippie*” citada por Carlos-Leonam consistia em uma camisa rodada e um imenso chapéu de feltro desabado sobre os cabelos longos do cantor. O casal, em companhia de Carlos-Leonam e Fernando Sabino, foi ao bar Antônio's e ao chegar ao local foi recebido com risadas e motejos. Um dos clientes do bar retirou o chapéu da cabeça de Jagger e lançou-o ao ar, após isso um outro cliente questionou o cantor: “Onde você comprou esta roupa, tinha pra homem?”, ao que recebeu a seguinte resposta (ou melhor, as seguintes perguntas):

“Quem garante que sua roupa não é mais espalhafatosa que a minha? O fato de todo mundo se vestir igual, de paletó e gravata? E no dia em que todos se vestirem como eu, o que não vai demorar muito? Claro, só aí, então, você terá coragem de se vestir assim também” (CARLOS-LEONAM, 1998:236-237).

Através destas falas é possível perceber o grau de intolerância por parte de alguns setores da sociedade brasileira com relação à introdução desses trajes, ou melhor, de um novo uso desses trajes (mesmo se tratando do final da década de 1960). Nesse trecho de conversa relatado por Carlos-Leonam (1998) vemos também a entrada em cena de trajes com características de uma roupa *unissex*.

Neste mesmo viés, na matéria “O novo padrão de beleza”, do caderno Jornal da

Família, na edição de 24 de setembro de 1972 do O Globo, quatro anos após o episódio narrado acima, discute-se a inserção da moda jovem no cenário brasileiro. De acordo com a matéria, para alguns essa moda é vista como uma forma de agressão, para outros ela se mostra como uma forma de evasão. As causas dessa nova moda podem ser as mais diversas, o que se pode dizer é que os jovens agora se vestem como querem, para serem “mais eles”. “É a mensagem do mundo que eles estão criando. Onde beleza e elegância são questões pessoais”. Nesta mesma matéria, alguns jovens falam sobre estilo de vestir, abordam alguns conceitos sobre moda e contam suas preferências pessoais em termos de roupa:

Ana Beatriz Xavier dos Santos (modelo, 15 anos):

Atualmente põem muitos rótulos nas pessoas [...] Acho que uma roupa não tem nada a ver com o tipo de pessoa. Me visto assim porque é barato e confortável. Eu mesma faço minhas roupas, sem me inspirar em ninguém de modo especial. Me visto sempre da mesma forma, geralmente com calça Lee e blusa de malha, porque tenho pouca roupa. Às vezes, coloco alguma coisa diferente, mas tudo bem confortável e colorido. Acho que a atividade não influi no modo da pessoa vestir. Ela pode usar terno e ser legal. Agora, acho que pessoa formal é aquela que se veste sem imaginação (SANTOS:1972:3).

Adriano de Aquino (dono da boutique Frágil, 26 anos):

A roupa está muito ligada ao psiquismo da pessoa. Quando se descobriu que corte de cabelo ou barba bem feita não era importante, as pessoas se descontraíram bastante. No começo desta moda colorida, havia, ainda, diferença entre moda tradicional e moda vanguarda. Atualmente, não. A tendência é no futuro – remoto – cada um comprar o pano e fazer a roupa, sem se preocupar com os costureiros de Paris ou de Londres (AQUINO, 1972:3).

Luís Antônio Marangoni (dono da boutique Veste Sagrada, 24 anos):

[...] Acho que roupa é uma questão de momento. Por exemplo: eu tinha essa bota de faroeste lá em casa. Peguei e pinteí ela de prateado. Fiquei o dia inteiro curtindo ela. Não existe nada de estabelecido em relação à roupa, se é formal ou não. Outro dia coloquei um terno, uma gravata e um colete – e gostei. Acho que a roupa é formal quando é usada por pessoas mecânicas, sem sensibilidade [...]

(MARANGONI, 1972:3)

Sandra Maria de Paulo Carvalho (estudante, 21 anos):

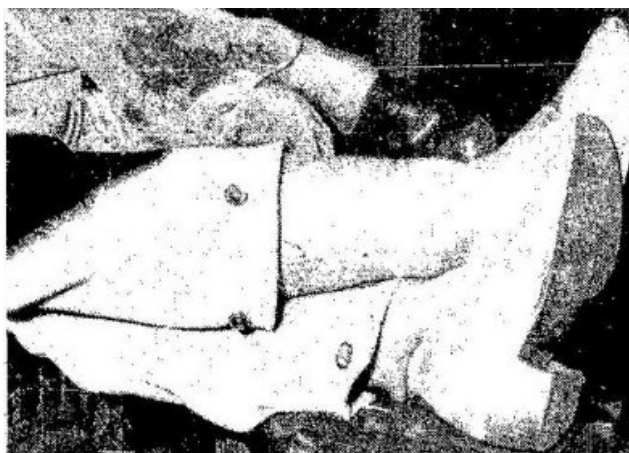
Roupa normal é para as pessoas consideradas normais, que se enquadram nos valores impostos pela sociedade. Gosto de usar roupa diferente, de bolar coisas originais. Muitas pessoas acham que é agressão. Mas essa não é a minha intenção. Meu estilo é sempre colorido. Meus pais morrem de rir das minhas roupas (CARVALHO, 1972:3).

Figura 27 – Sandra Maria de Paulo Carvalho.
24.09.1972.



Fonte: Jornal da Família/O Globo.

Figura 28 – As botas prateadas de Marangoni.
24.09.1972.



Fonte: Jornal da Família/O Globo.

Figura 29 – Ana Beatriz Xavier dos Santos. 24.09.1972.



Fonte: Jornal da Família/O Globo.

Figura 30 – Luis Antônio Marangoni e Adriano de Aquino (de óculos). 24.09.1972.



Fonte: Jornal da Família/O Globo.

Uma considerável parte dessas alterações no estilo de vestir-se, comportar-se e também na forma de pensar a moda brasileira percebidas nas falas desses jovens pode ser traduzida na fala de Ligia Carrato naciada matéria:

A partir da mini-saia, os jovens passaram a ditar moda [...] os jovens se descontraíram, valorizando o gosto pessoal [...] Num mundo onde os jovens constituem a maioria, os adultos tiveram de se acomodar para não serem chamados de quadrados [...] Como ninguém quer admitir que está envelhecendo,

os hábitos jovens fizeram escola. As roupas e atitudes que, antes, chocavam, são encaradas com a maior naturalidade. Hoje, o conceito de mulher bonita, se fixou no corpo, na naturalidade e na graça de cada uma. A mulher passou a comprar roupa bonita, barata e descontraída. O que vale é o bom gosto, não o preço do vestido ou as joias [...] (CARRATO, 1972:3, Jornal da Família, O Globo).

É possível perceber através dessas falas que diversas transformações ocorreram na sociedade brasileira durante os anos de 1960 e 1970 e que muitas delas, embora aparentemente em esferas distantes, ocorreram simultaneamente. As mudanças ocorridas no campo do comportamento e da moda também ocorreram de forma simultânea. Nesse momento, onde revoluciona-se comportamento e moda, é que a moda brasileira ganha espaço, assim como a moda jovem – aspectos que não devem ser observados de forma isolada, mas sim como fatos que se cruzam e se mesclam, transformando ambas realidades.

4 ESTILO E ORIGINALIDADE À BRASILEIRA: ENTRAM EM CENA AS BUTIQUES DE IPANEMA

Dos anos de 1960 aos 1980 o afamado bairro de Ipanema ditou moda no Brasil, mas conforme afirma Castro (1999), podemos dizer que nem sempre foi assim, pois até o ano de 1961 não havia sequer uma boutique no bairro. Às jovens de Ipanema que quisessem um vestido novo para ir a uma festa restavam as seguintes opções: ir até a Casa Canadá, no centro da cidade; ir às compras nas boutiques de Copacabana (como a Mônaco, de Delma Serafim, aponta Joffily (1989); escolher um corte de tecido em algum armário do bairro, como a Casa Alberto, a Madame Faria e a Miro, e solicitar os serviços de alguma costureira; ou, simplesmente, não ir à festa.

No início dos anos de 1960, a ideia de que um dia Ipanema se tornaria o centro da moda no Brasil era tão impensável quanto a possibilidade de Jânio Quadros renunciar à Presidência para a qual fora esmagadoramente eleito meses antes. No entanto, como Castro (1999) ressalta, na tarde de 25 de agosto de 1961 as duas coisas aconteceram: Jânio renunciou em Brasília e, no Rio de Janeiro, a primeira boutique de Ipanema, a Mariazinha, foi inaugurada. Os dois fatos tiveram consequências históricas importantes para o nosso país. A renúncia do Presidente Jânio deixou o Brasil em um longo período de trevas, já a Mariazinha abriu caminho para centenas de outras boutiques, que fariam de Ipanema um ponto de referência mundial da moda brasileira. Nesse momento, contando com uma clientela muitas vezes anônima, cita Joffily (1989), o criador de roupa precisou reformular-se. Este não conta mais com a preferência pessoal da freguesa, mas com a sua capacidade profissional de manter-se atualizado com as tendências, de ousar, de destacar-se, de propor estilo.

Braga & Prado (2011), abordando a temática do fenômeno boutique no Brasil, subdivide as boutiques que nasceram entre a década de 1950 e 1980 em dois grandes grupos: o primeiro grupo vai dos anos de 1950 até meados de 1960, quando surgiram algumas boutiques sofisticadas e elitizadas, à imitação das boutiques de prêt-à-porter idealizadas pelos costureiros europeus (no Rio de Janeiro, tivemos inclusive uma filial da Boutique Jacques Heim, acrescentam os autores). Já as boutiques do segundo grupo, aquele que vai de meados dos anos de 1960 até os anos de 1980, são aquelas que assumiram um estilo mais descontraído, jovial, abusado, diferenciando pela originalidade, seletividade e criatividade. Muitas produziam moda própria; outras apostavam na importação possível; havia também as

que operavam como selecionadoras de peças de procedências diversas, com a marca da boutique ou não.

Os autores Braga & Prado (2011), a este respeito acrescentam ainda um trecho do depoimento da editora de moda Constanza Pascolato, gravado no projeto HMB no ano de 2007:

No Rio, começou a tal da “modinha”, como eles chamavam uma moda artesanal de mais expressão, praticamente um *prêt-à-porter* que se fazia em “fundo de quintal”, tinturado, com um pé nos anos 70. Foi o tempo daquela liberação toda de costumes. Ideias jovens contra o establishment – o estabelecido, o formal, a elite. Era o antitudo [...] Foi uma concorrência brava com aquelas indústrias que faziam uma “roupinha” para a classe média mais elitizada [...] (PASCOLATO, 2007, *apud*. BRAGA & PRADO, 2011).

Castro (1999), afirma que ao longo dos anos de 1960 e 1970 diversas boutiques abriram e fecharam em Ipanema, mas algumas se firmaram e fizeram a fama do bairro. Dentre as diversas boutiques que estiveram em funcionamento no bairro durante a época aqui em questão, algumas chamaram atenção com relação aos aspectos comentados pelos autores Joffily (1989) e Braga & Prado (2011): tendência, ousadia, estilo, originalidade, seletividade e criatividade, ganhando, assim, espaço neste estudo.

4.1 Mariazinha, a pioneira

A primeira boutique do bairro de Ipanema foi a Mariazinha que, como destacam Braga & Prado (2011), mostrou-se um empreendimento duradouro, em contraste com seu nome pueril. A boutique foi batizada com este nome devido ao apelido de uma das proprietárias: Maria Mellin Sweet; as outras sócias eram Jane Mellin e Edith Vasconcelos. Castro (1999) indica que a inauguração da boutique ocorreu na tarde de 25 de agosto de 1961 e, apesar de produzir uma moda ainda significativamente ligada aos moldes da primeira metade do século XX, sua primeira vitrine já reproduzia uma fachada de demolição, mostrando o que estava por vir.

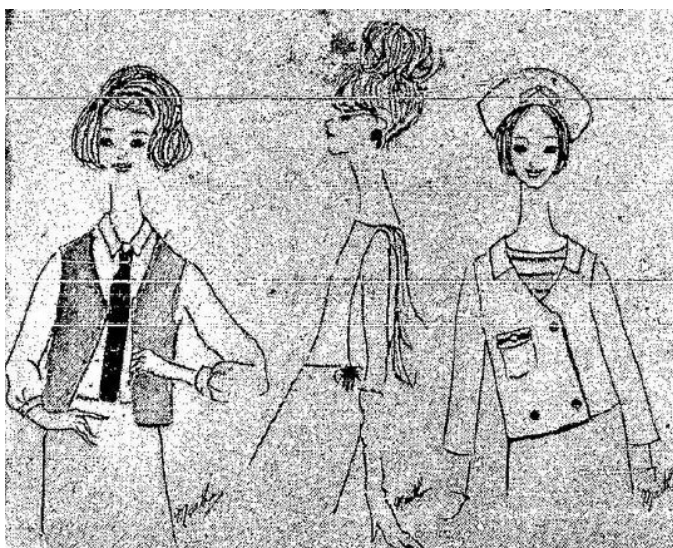
O primeiro endereço da Mariazinha foi no quarteirão conhecido como Bar 20, ao lado do Cine Astória, afirma Castro (1999). No entanto, apenas um ano depois de sua inauguração, a boutique transferiu seu endereço para a Rua Visconde de Pirajá, próxima a Praça Nossa Senhora da Paz, acrescentam Braga & Prado (2011). Nesse segundo momento da Mariazinha,

Jane Mellin convidou a amiga Mara MacDowell para trabalhar como compradora na butique, acrescentam Rodrigues & Acioli (2001).

As autoras Rodrigues & Acioli (2001) destacam, em 30 Estilistas à Moda Rio, a importância que a carreira e experiência de Mara tiveram para o sucesso da Mariazinha. A estilista começou sua trajetória no ramo da moda quando soube de uma vaga no departamento de compras da Mesbla e, mesmo sem bagagem no setor, Mara ocupou o cargo de assistente de compras durante seis meses. Durante esse tempo, Mara ficou responsável pela seção Garota Kar (termo lançado pelo colunista Ibrahim Sued, designando as “patricinhas” da época). Foi durante sua estadia na Mesbla que Mara MacDowell ficou amiga de Jane Mellin, onde trabalharam juntas durante os seis meses. Rodrigues & Acioli (2001) afirmam ainda que naquela época, em Ipanema, só havia moda na Mariazinha e na Casa Alberto, de tecidos finos.

As coleções da Mariazinha passaram, então, a ser criadas a oito mãos e apresentadas em casas de amigas, afirmam Braga & Prado (2011). Nesse momento, Mara já havia passado de compradora à sócia e criadora, esclarecem Rodrigues & Acioli (2001). A cada estação eram produzidos mais de duzentos itens, entre bolsas, sapatos, cintos e roupas. Durante muito tempo a marca era conhecida pelo estilo clássico, pelo rigor do corte de *blazers*, *tailleurs* e *chemises* de seda.

Figura 31 – Croquis da Mariazinha, 25.04.1962.

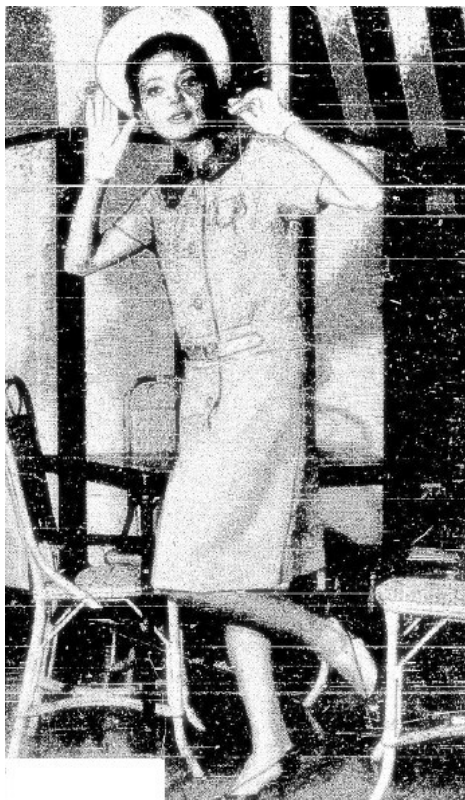


Fonte: Caderno Feminino / O Globo.

Na matéria publicada no O Globo Feminino, no dia 25 de abril de 1962, é possível perceber um pouco do estilo vendido pela Mariazinha no começo de sua trajetória. Na imagem acima (figura 31) são apresentados alguns croquis dos modelos desfilados pela

Mariazinha. A primeira figura mostra um colete de feltro ou pelica, com uma gravata masculina; uma saia reta ou evasê; uma blusa de seda branca; este seria o traje ideal para uma universitária. A segunda figura mostra um vestido de seda pura verde-garrafa com detalhes nas costas e na cintura. Já a terceira, mostra um conjuntinho de malha de linho azul-marinho usado com uma blusa por baixo listrada em marinho e verde; no bolso há uma aplicação em verde; os botões são prateados. Nesta publicação os detalhes dos modelos apresentados é que ganharam destaque. Assim, são apresentados como tendência os seguintes itens: golas e cintos de pelica, sempre na cor predominante da fazenda ou em outro tom que combine com a mesma; sapatos de verniz em várias cores, “que é a moda em Paris”; faixas feitas de lã entrelaçada utilizadas como cinto em vestidos; botões de passamanaria, daqueles “gordinhos” e estufados, ou feitos também de lã trançada; pequenos coletes em feltro, pelica ou camurça com blusas de seda de manga comprida por baixo (para as moças com idade em torno dos vinte anos); shantung de algodão, como o do vestido da fotografia abaixo.

Figura 32 - Vestido de shantung de algodão. Modelo da Mariazinha. 25.04.1962, *Feminino*, p. 5.



Fonte: Caderno Feminino / O Globo.

Celia Resende (2017), que viveu sua juventude no bairro de Ipanema (e no final da

década de 1960 abriu sua própria boutique, a Frágil), se recorda que antes da chegada das boutiques no bairro de Ipanema não havia uma moda produzida para o público jovem, pensada no estilo de vida do jovem. O que era produzido era voltado à mulher madura, não para a juventude. Celia (2017), ao se lembrar da chegada da Mariazinha ao bairro e da moda por ela criada, conta que esta era uma moda para as “boas moças”, uma moda ainda um tanto “careta” e que agradava muito aos pais das jovens²⁴.

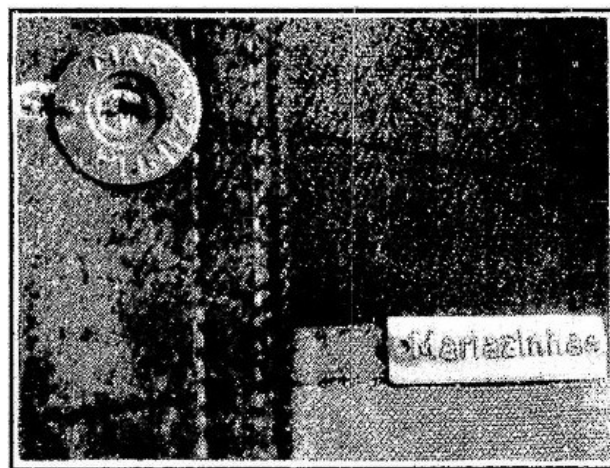
No entanto, é possível notar que com o tempo a moda da Mariazinha foi se adequando às mudanças no modo de vestir jovem. Como podemos observar nas imagens que seguem.

Figura 33 - Jardineira de brim. Moda, Jornal da Família, 15.07.1973, p.1.



Fonte: Acervo O Globo.

Figura 34 – O nome Mariazinha aparece gravado nos botões e em pequena placa metálica da jardineira. Moda, Jornal da Família.15.07.1973, p.1.



Fonte: Acervo O Globo.

24. Dados fornecidos por Celia Resende em entrevista à autora em 04 de fevereiro de 2017.

Figura 35 – Moda praia da Mariazinha. À esquerda, biquíni de jérsei estampado, com soutien tipo bustier. À direita, maiô de lycra com estampa imitando zebra, decotado com recorte sob o busto. 20.01.1974.



Fonte: Jornal da Família, Moda, O Globo.

Figura 36 - Blusa frente única, cruzada e drapeada, usada com saia longa com listras finas e estampa de margaridas. 23.09.1972.



Fonte: Caderno Ela, O Globo.

Na primeira loja havia uma linha infantil que, com a mudança para a Rua Visconde de Pirajá, acabou sendo desativada. Nesse segundo endereço da Mariazinha, que contava com dois andares, um aspecto que impressionava era a coleção de sandálias, sapatos e botas, desenvolvidos todos com exclusividade, contam Rodrigues & Acioli (2001). A Mariazinha promovia também alguns desfiles de moda para apresentar suas coleções, mas estes eram realizados apenas para amigos e alguns poucos clientes, uma vez que eles aconteciam em casas particulares, inviabilizando o convite a muitas pessoas (BORGES & CARRASCOSA, 2004. *apud* BRAGA & PRADO, 2011). No ano de 1987, uma importante mudança ocorreu na trajetória da boutique: Mara MacDowell assumiu o controle da Mariazinha, que deu, neste momento, início às atividades no atacado e adentrou o universo dos *shopping centers*. No ano

de 2001, a marca despiu-se do nome Mariazinha e tornou-se Mara Mac, marca bastante marcada pela personalidade de Mara, que se encontra atualmente em plena atividade, informam Braga & Prado (2011).

Analisando a boutique Mariazinha com relação ao seu ano de criação, o início dos anos de 1960, ela insere-se dentro do primeiro grupo de boutiques já aqui citado por Braga & Prado (2011): o grupo das boutiques elitizadas, sofisticadas, com os olhos voltados para a Europa. No entanto, quando levamos em consideração seu pioneirismo no bairro (até então pouco desbravado em termos de estabelecimentos comerciais), a fachada com aspecto de demolição e algumas de suas peças percebemos que ela, apesar de ser inaugurada em 1961, pode ser considerada como parte integrante do segundo grupo: o grupo das boutiques descoladas, anunciando o que estava por vir. Assim, com base nesta distinção feita por Braga & Prado (2011), a Mariazinha parece figurar entre esses dois momentos da moda: o clássico e o jovem, como um elemento de transição.

A boutique, com seu *prêt-à-porter* clássico, vingou e atravessou décadas, destacam os autores Braga & Prado (2011). Indo além da questão relacionada à produção de moda da Mariazinha, outro fator importante é que, sendo a pioneira de Ipanema, a boutique abriu caminho para que diversas outras boutiques se instalassem no bairro, fazendo de Ipanema um ponto de referência mundial para a moda.

4.2 Bibba (1966-1983)

No ano de 1966, quem entrou em cena foi a boutique Bibba, criada por José Luiz Itajahy, que buscou inspiração na Mic-Mac, uma renomada boutique de Saint-Tropez. De terras estrangeiras Itajahy buscou também inspiração pra o nome de sua boutique: para essa segunda geração de boutiques, uma grande inspiração foi a boutique Biba, de Barbara Hulanicki, em Londres; uma boutique enorme voltada aos estilos hippie e *underground*, onde um andar inteiro era dedicado à Mary Quant, destacam Braga & Prado (2011).

Trazendo todas essas referências, Itajahy criou a sua Bibba após uma de suas viagens a Londres. Assim, os autores Braga & Prado (2011) afirmam que a Bibba-Ipanema foi realmente a precursora do estilo “udigrudi”²⁵ em terras brasileiras. Na Bibba era possível encontrar uma moda “sacadíssima” e fortemente inspirada na *swinging* London. Nesse

25. A expressão “udigrudi” era utilizada pelos jovens como forma de designar o estilo underground.

sentido, os autores Braga & Prado (2011:379) destacam um trecho da fala de Itajahy, onde o estilista fala um pouco sobre essa questão da inspiração: “Comecei a comprar roupas lá para fazer igual aqui. E como eu digo sempre, não sou estilista de porra nenhuma; eu sou, na realidade, um copiador muito rápido [...]”²⁶. Através da fala de Itajahy percebemos que ele sequer se considerava, então, um estilista e atribui seu valor apenas à questão da cópia. No entanto, como veremos, Itajahy conseguiu conferir às suas peças um toque brasileiro, levando em consideração nosso clima e a realidade brasileira da época.

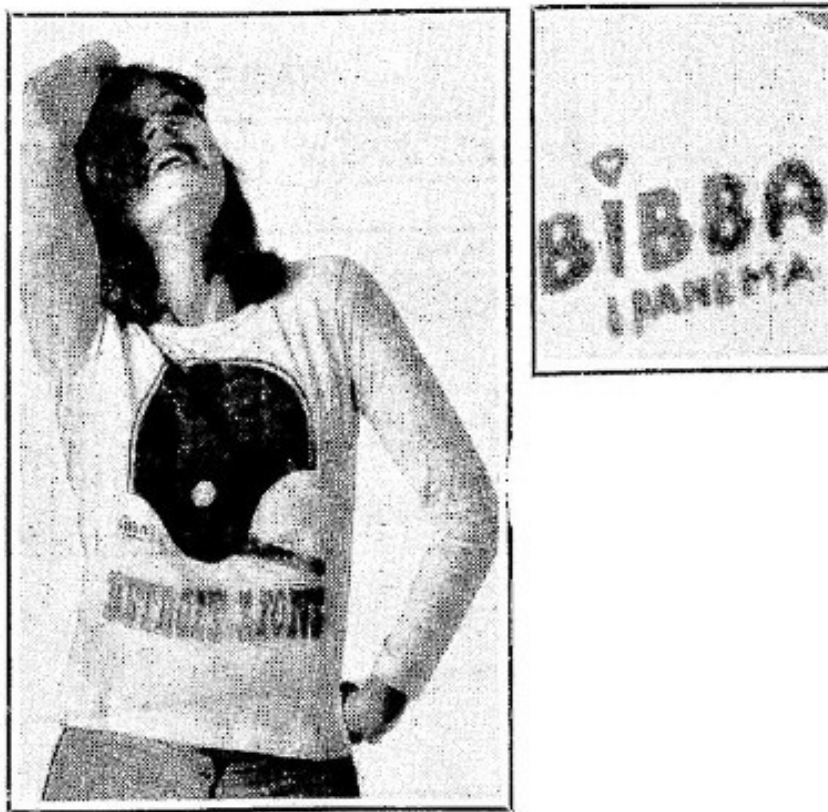
A Bibba localizava-se na esquina das ruas Visconde de Pirajá com a Maria Quitéria, número 46, e era uma espécie de sucursal da Carnaby Street, considerada por muitos a boutique mais revolucionária do Brasil, destaca Rainho (2014). Estacionada em frente à loja ficava a Harley Davidson do dono; dentro da loja era possível observar os almofadões pelo chão, túnicas e vestidos pendurados no teto, colares enroscados pelos cantos, acrescenta ainda Rainho (2014).

Itajahy parecia um cruzamento do *playboy* dos anos 1950 com o hippie dos anos 1960 e travou uma verdadeira guerrilha urbana contra o sutiã e em favor das camisetas coloridas (sempre com o logotipo de sua loja na manga esquerda) para ambos os sexos; uma moda *unissex*, apontam Braga & Prado (2011). Essas camisetas *unissex*, de todas as cores, eram, como afirma Rainho (2014), a marca de Itajahy. A autora destaca ainda que José Luiz Itajahy foi o primeiro a fazer *marketing* em camisetas no país e também a perceber a força da imagem do bairro de Ipanema para vender moda.

Na edição de 15 de julho de 1973, no caderno Moda, do Jornal da Família/O Globo, vemos um importante passo na moda brasileira: o nome da marca estampado do lado externo na peça. A matéria destaca que quem lançou a tendência foi a boutique Saint-Tropez, no verão de 1966. No entanto, no Rio, foi a boutique Bibba quem imprimiu na manga de suas camisetas “Bibba Ipanema”, pela primeira vez. Daí para frente os nomes das lojas passaram a ser impressos até em botões, como observado na jardineira da marca Mariazinha.

26. In: O Brasil na Moda, vol.1, edição de Paulo Borges e João Carrascosa; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

Figura 37 - Blusa de malha amarela, com desenho de capacete de motocicleta. Na peça o nome Bibba Ipanema aparece impresso. 15.07.1973, p.1.



Fonte: Moda, Jornal da Família, O Globo.

No Brasil, vivíamos em uma época onde a mulher ainda lutava por seu espaço na sociedade, e esse espaço ligava-se, inclusive, à forma de vestir-se. Nesse momento, onde repartições, universidades e até alguns restaurantes ainda reprimiam a entrada de mulheres de calça comprida, a Bibba subverteu a separação entre os sexos lançando os terninhos femininos (sem nada por baixo) e as camisetas *unissex*, aponta Castro (1999).

A moda *unissex* estava então, conquistando seu espaço na moda brasileira, especialmente entre os jovens²⁷.

27. Caderno Moda, Jornal da Família. Edição de 24 de junho de 1973, p.1.

Figura 38 - Calça de veludo amarela, jaqueta de couro preto com listras. Da Bibba e Bibba Man. 24.06.1973, p.1.



Fonte: Moda, Jornal da Família, O Globo.

Figura 39 - Calça de veludo com cós largo e botão de metal; colete de malha de lã lilás com o nome Bibba tecido em tom escuro. Da Bibba e Bibba Man. 24.06.1973, p.1.



Fonte: Moda, Jornal da Família, O Globo.

Em 1966, como afirma Castro (1999), a Bibba já havia se tornado um destaque em termos de moda. Indo por este viés, Braga & Prado (2011), destacam outro trecho de Itajahy: “Foi um coquetel molotov na moda, porque antes era tudo muito careta [...] Em Ipanema só davam as minhas roupas. As saias curtas, as escocesas, o *baby-look*, os redingotes, os vestidos abertos meio ‘princesa’ [...]”²⁸.

Na imagem que seguem vemos alguns modelos apresentados pela Bibba em um desfile da FENIT. Na matéria do jornal O Globo, de 10 de agosto de 1968, intitulada “de Ipanema para a FENIT”, a moda produzida em Ipanema é destacada como avançada, “bacaninha, onde se vê muita cor e descontração. A Bibba usou em seus trajes muitas estampas sobre *voile* de algodão e diversas influências, como a moda londrina e o estilo cigana. Na produção à esquerda vemos um colete bordado em alto-relevo, blusa de gola alta e saia acima do joelho; ao centro, túnica em estamparia gigante e abertura lateral; à direita, em estilo espanhol, com sinhaninha branca e estampas com tons vivos, margaridas e morangos.

28. In: O Brasil na Moda, vol.1, edição de Paulo Borges e João Carrascosa; Editora Caras, São Paulo, SP, 2004.

Figura 40 – Produções da Bibba. 10.08.1968.



Fonte: Acervo O Globo.

A Bibba, como ressalta Castro (1999), era um enxame o dia inteiro, mas, ao fim do dia atraía uma multidão de moças, que saíam de lá usando jeans tacheados, chapelões desabados, calças de bolinhas brancas, tamancos de cortiça e camisetinhas bem justas, sem sutiã. Em 1968, Itajahy resolveu trazer mais uma inovação para a moda brasileira: os terninhos desbotados. No entanto, a tecelagem Nova América, seu fornecedor, negou-se a desbotar a popeline cujas cores se orgulhava de firmar. Assim sendo, Itajahy confeccionou os terninhos, tingiu-os com corante Guarany, afogou-os em uma banheira com água sanitária, torceu-os e pendurou-os para secar na cobertura de seu escritório. O restante do processo foi feito pelo vento e o sol — em pouco as moças de Ipanema já desfilavam vestidas com os terninhos desbotados.

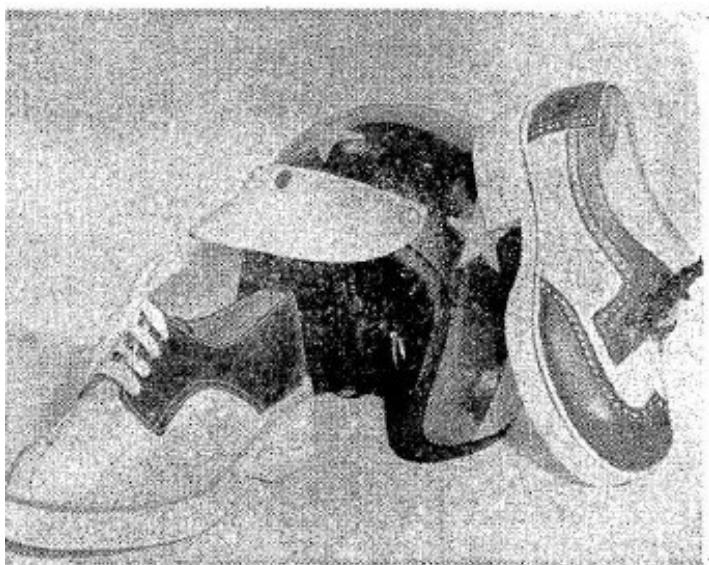
Castro (1999) ainda evidencia que José Luiz Itajahy assemelhava-se a um profeta bíblico ou mesmo um beato de filme de cangaço de Glauber Rocha. Em 1966, com seus jeans desbotados, camisas coloridas, usando tamancos, barba comprida, se postava na esquina das

ruas Visconde de Pirajá e Maria Quitéria, onde ficava sua loja, e ficava gritando provocações engraçadas às grã finas que passavam por ali, Itajahy só não foi preso ou internado porque a Bibba, situada naquela esquina, já havia conquistado sua fama. Nesse momento a marca já havia virado objeto de desejo, acrescentam Braga & Prado (2011).

Acontecia de tudo na Bibba, afirma Castro (1999). Em fins de 1968, a Bibba promoveu um evento surpreendente para o lançamento do refrigerante Pepsi-Cola no Brasil. Esse evento contou um desfile, do qual participaram Zózimo Bulbul e a socialite Vera Duvivier, com direção de Flávio Rangel, chuva de papel higiênico e, nos alto-falantes, a todo volume, o som de “Caminhando”, na voz de Geraldo Vandré (isso com o AI-5 recém imposto e os militares à procura do cantor).

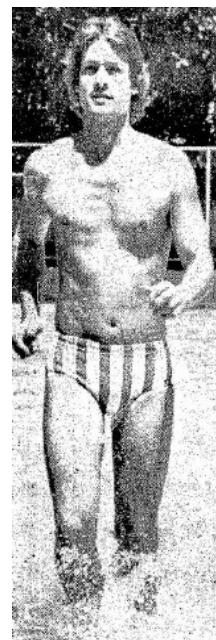
A Bibba ganhou fama e conquistou muitos clientes. No entanto, como Braga & Prado (2011) afirmam, com o tempo a boutique foi se moldando ao principal objetivo de todo comércio: crescer e obter lucros. A Bibba chegou a contar com uma rede composta por onze lojas, dentre as quais se incluíam a Bibba Man e a Bibba Kid, além de *franchisings*, sempre nas imediações de sua matriz.

Figura 41 – Sapato de sola grossa e salto alto. Da Bibba Man. 15.09.1973.



Fonte: O Globo.

Figura 42 – Short listrado em branco e vermelho. Da Bibba Man. 15.09.1973.



Fonte: O Globo.

Na referida matéria do jornal O Globo, onde vemos as imagens anteriores, produções da Bibba Man, é possível perceber o espaço e a irreverência que a moda masculina estava conquistando no cenário nacional. Nesse momento é possível observar também um grande destaque para a moda infantil, à qual a Bibba também se dedicou.

Figura 43 - Mãe e filha com trajes iguais: vestido longo de algodão trabalhado em estilo patchwork. Da Bibba. Moda, Jornal da Família, O Globo, 13.05.1973.



Fonte: Acervo O Globo.

No final da década de 1960, em 1969, Itajahy acabou sendo preso, não pelas provocações dirigidas às grã-finas e nem pelo som de Vandré, mas pela decoração de sua vitrine de Páscoa — a figura de um anjo hermafrodita, aponta Castro (1999). Este fato, entretanto, não decretou o fim de suas atividades comerciais. A Bibba, encerrou suas atividades no ano de 1983, após dezessete anos, por livre e espontânea vontade de seu criador, inconformado, quem sabe, com tanto sucesso, destacam Braga e Prado (2011).

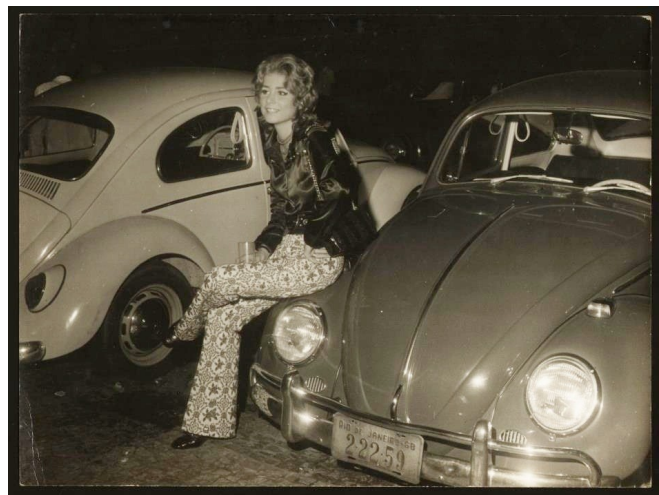
4.3 Aniki Bobo (1968-1980)

A Aniki Bobo nasceu no ano de 1968, idealizada por Celina Moreira da Rocha. A Aniki Bobo era, como destaca Rainho (2014), uma das mais criativas boutiques cariocas, funcionando no Posto 6, fronteira entre Copacabana e Ipanema, na Galeria River. Ângela de

Azevedo (2016)²⁹, que esteve em contato com a boutique desde seu início lembra que a primeira loja da Aniki Bobo funcionava em uma pequena porta dentro da Galeria River, depois a loja foi transferida para a parte da frente da galeria, na Rua Francisco Otaviano, número 67, com fachada para a rua, ganhando maior destaque. Aché (2011)³⁰, destaca que durante os anos 1960 quem passava pela Rua Francisco Otaviano, não costumava reparar na, hoje, badalada Galeria River. Havia na galeria, na época, apenas estabelecimentos como lojas de consertos para televisão e sapateiros – e foi lá que Celina abriu sua butique, que devido ao furor que causou foi logo transferida para uma loja da frente, colocando a Galeria River no mapa *fashion* da cidade. “Eu era um ET naquele lugar, mas fiz um sucesso enorme” - relembra Celina em entrevista a Aché (2011).

A Aniki Bobó tornou-se um sucesso logo após sua inauguração, especialmente entre as mulheres pertencentes aos estratos mais altos da sociedade carioca e artistas, como Maria do Rosário Nascimento Silva, Glória Maria, Tânia Caldas, Tereza Souza Campos, Elis Regina e Gal Costa, lembra Castro (1999). O produtor Walter Clark e a atriz Vera Gimenez eram também fregueses da boutique, recorda-se Ângela de Azevedo (2016)³¹, prima de Celina, que teve seu primeiro emprego na Aniki Bobo.

Figura 44 – Celina na inauguração da loja com frente para a rua [s.d.].



Fonte: Acervo Aniki Bobo.

29. Dados fornecidos por Ângela Moreira da Rocha de Azevedo em entrevista concedida à autora no dia 30 de novembro de 2016.

30. ACHÉ, Suzete. *Caldeirão carioca*: novidades na Galeria River ampliam seu público, que vai do riponga ao fashionista. O Globo. Ela. p.5. 2011.

31. Dados fornecidos por Ângela Moreira da Rocha de Azevedo em entrevista concedida à autora no dia 30 de novembro de 2016.

Ângela (2016)³² recorda-se também que era comum algumas das vendedoras telefonarem para determinadas clientes avisando sobre as novidades que haviam chegado à loja; as vendedoras separavam as peças que suas clientes poderiam gostar e, eventualmente, o motorista da cliente surgia para buscar as peças para serem experimentadas em casa. Algumas vezes a cliente ia até a loja para que alguns ajustes personalizados fossem feitos nas peças, normalmente era uma bainha ou uma ligeira redução na boca das calças. Ângela (2016) acrescenta que a clientela da Aniki Bobo era composta em geral por jovens (homens e mulheres), ricos e de classe média.

A boutique Aniki Bobo fez história no Rio da década de 1970, vestindo os jovens mais descolados da cidade com suas túnicas coloridas, vestidos psicodélicos e calças pantalonas. A moda da Aniki era inspirada, sobretudo, no psicodelismo da Carnaby Street de Londres, mas trazia consigo uma pitada de charme e descontração tipicamente cariocas, destaca a matéria “Aniki Bobó, um pedacinho da Carnaby Street em Ipanema”, do Instituto Zuzu Angel³³. Veiga (1996)³⁴, em matéria publicada no caderno Ela do jornal O Globo, na edição do dia 7 de setembro, destaca que uma inspiração em especial para a boutique de Celina foi a boutique londrina Biba, de Barbara Hullanicki (que como citado, ganhou, no ano de 1966, uma homônima brasileira). Para Veiga (1996) o ponto forte da marca foi a utilização de cores como o roxo (como pode ser observado no vestido a seguir) e também os modelos estampados em *patchwork* artesanal.

Na matéria publicada pelo Instituto Zuzu Angel³⁵, é citado um trecho da entrevista de Celina, onde ela conta um pouco sobre o vestido³⁶:

“Este vestido foi um dos ícones de uma das coleções de inverno da Aniki Bobó. Feito em lã, o que era normal nos meses de junho e julho no Rio de Janeiro. Com uma de minhas costureiras, Dona Alice, bolamos estes recortes inusitados. Adorava a Carnaby Street e seus coloridos que sempre foram minha inspiração. Este vestido, junto aos maxi coats, tornaram-se hits [...] E eu, com vinte anos, não esperava por tanto! Mas estava com as pessoas certas no momento exato! O Rio fervilhava!” (CELINA, 2012).

32. *Idem*.

33. <http://institutozuzuangel.blogspot.com.br>. 2012.

34. VEIGA, Bruno. *Rita Lee, Gal Costa, Elis Regina e Aniki*. Caderno Ela, O Globo, p.5. 07.09.1996.

35. <http://institutozuzuangel.blogspot.com.br>. 2012.

36. Atualmente o vestido encontra-se no Instituto Zuzu Angel. O mesmo foi doado ao Instituto, juntamente a fotografias e outros registros, por Celina.

Figura 45 – Vestido de lã da Aniki Bobo doado ao Instituto Zuzu Angel.



Fonte: Instituto Zuzu Angel.

Com relação à identidade visual, a boutique brasileira não deixava por menos. Castro (1999) salienta que até para o ano de 1968, onde todos queriam ser jovens, a Aniki Bobo era “ultrapsicodélica”. Celina, aos seus vinte anos de idade, criou, em parceria com o artista plástico Gilles Jacquard, uma estética surpreendente para a boutique. A fachada era cromada, como a das boates, e não possuía vitrine, tornando seu interior visível apenas através das letras, as quais apresentavam-se em fonte semelhante à usada pelos Beatles em *Yellow Submarine*. Celina buscou o nome de sua boutique em um jogo infantil de Portugal, parecido com o uni-duni-tê brasileiro, e também no filme *Aniki Bobó*, de Manuel de Oliveira.

Figura 46 – Celina usando peças da Aniki Bobo em frente a loja. Destaque para a fachada da loja, [s.d.].



Fonte: Acervo Aniki Bobo.

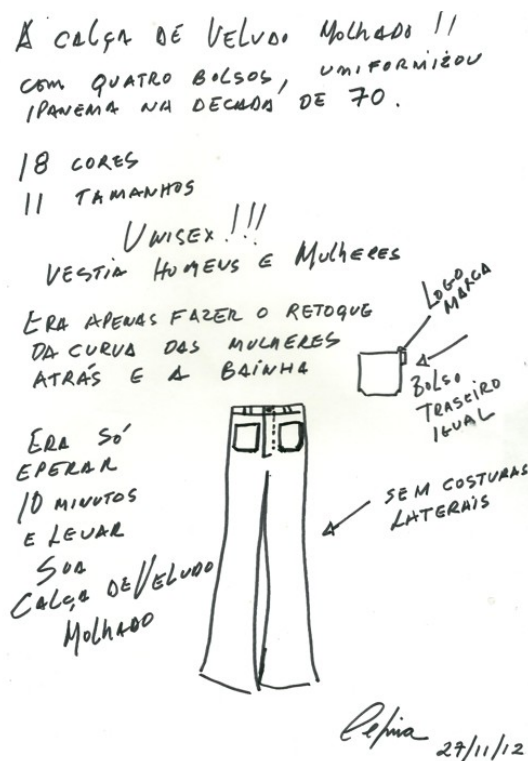
No interior da boutique, de acordo com a já citada matéria do Instituto Zuzu Angel, os clientes se deparavam com roupas coloridíssimas e brilhantes, penduradas em móveis prateados, em meio a espelhos e móveis futuristas que pareciam ter saído do filme *Laranja Mecânica*, de Stanley Kubrick.³⁷ Logo na entrada, à direita, havia as prateleiras das camisetas, havia também, na lateral direita, as cabines para experimentar roupas, com um espelho grande que dava de frente para elas; ao fundo, à esquerda, havia uma escada que dava para um mezanino, acrescenta Ângela de Azevedo (2016).

Muitas das roupas criadas por Celina, como destaca Castro (1999), eram *unissex*, como as calças de veludo amassado que visualmente parecia molhado. Dentre as peças mais icônicas da Aniki Bobo estavam justamente as calças pantalonas unissex de veludo, que se encontravam disponíveis em dezoito cores diferentes e onze tamanhos³⁸.

37. *Idem*.

38. Disponível em: <http://institutozuzuangel.blogspot.com.br>. 2012.

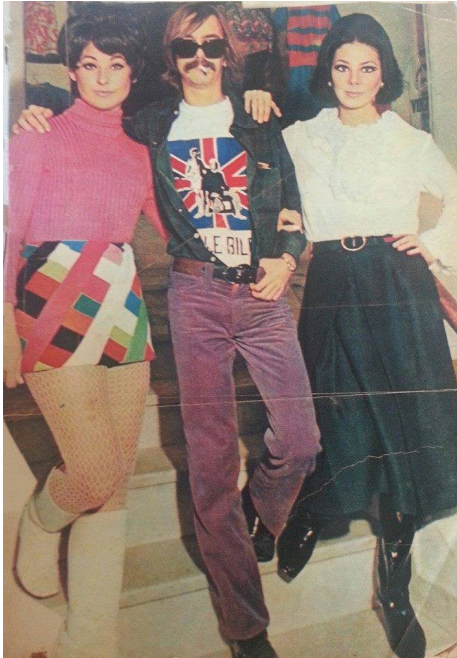
Figura 47 – Croqui da calça de veludo molhado feito por Celina. Doado ao Instituto Zuzu Angel, 2012.



Fonte: Instituto Zuzu Angel.

Como Celina produzia diversos modelos iguais dessas calças, variando suas cores, em pouco tempo, foi possível observar grandes grupos desfilando por Ipanema vestidos de Aniki Bobó (incluindo desde as grã-finas às mulheres que economizavam por meses para comprar uma daquelas calças), aponta Castro (1999). Através do croqui fornecido pela estilista é possível perceber alguns detalhes da peça que tanto se destacou nos anos 1970: logomarca Anini Bobo estampada no bolso traseiro (seguindo a tendência de colocar a etiqueta do lado de fora da roupa); ausência de costuras laterais; pequenos ajustes na peça e ela poderia ser usada tanto por homens quanto por mulheres. Para adquirirem as suas, homens e mulheres faziam inclusive fila do lado de fora da loja, destaca a matéria do Instituto Zuzu Angel. Celina relembra que um dia, chegando na loja, se deparou com Gal Costa sentada na calçada, junto a tantos outros jovens, à espera, também, de sua calça de veludo molhado. Na imagem abaixo vemos Gilles Jacquard usando sua calça roxa de veludo, também da Aniki Bobo.

Figura 48 – Gilles Jacquard ladeado por Pepita Rodrigues (à esquerda) e Diana Azambuja (à direita). [s.d.]



Fonte: Acervo Aniki Bobo

Figura 49 – Maria Celina de Sá Lessa usando camiseta da Aniki Bobo. [s.d.].



Fonte: Acervo Aniki Bobo

Além das calças de veludo, Ângela de Azevedo (2016)³⁹ lembra-se que as camisetas de jersey com dois bolsos, as pantalonas largas de brim com bolsos embutidos, as batas indianas e os acessórios, como os cintos largos dourados, também eram muito procurados. Abaixo, algumas peças da Aniki Bobo.

Ângela (2016) recorda-se ainda de uma importante referência para a moda do período: o estilo Bonnie and Clyde. De acordo Braga e Prado (2011), o filme Bonnie and Clyde, lançado no ano de 1967 e estrelado por Faye Danaway e Warren Beatty teve uma enorme influência sobre o vestuário. O visual de Faye, que incluía o uso de boina, cabelo pajem e suéter ajudou a baixar a bainha das saias até a metade da panturrilha. Os autores acrescentam que durante esse período houve uma estreita relação entre moda e cinema, com este último refletindo e influenciando a exploração de outras épocas pelos costureiros.

Celina conta em entrevista a Nunes (1994)⁴⁰ que encerrou suas atividades na Aniki Bobo (em 1980) para trabalhar na Chopper, onde permaneceu durante dez anos criando coleções. Para Celina, sua experiência na Chopper foi positiva, no entanto, em uma “onda de

39. Dados fornecidos por Ângela Moreira da Rocha de Azevedo em entrevista concedida à autora no dia 30 de novembro de 2016.

40. NUNES, E. Roupas modernas com um toque de nostalgia. Zona Sul, O Globo, 09.06.1994.

revival”, ela resolveu investir novamente em um negócio próprio. Depois de afastada de Ipanema por quase uma década, no ano de 1992 a Aniki Bobo perdeu um pedaço do seu nome, tornando-se Aniki B, e voltou à atividade. A Aniki B. retornou exatamente para o mesmo endereço onde a Aniki Bobo deu seus primeiros passos. Nessa fase, Celina resolveu dar destaque às peças básicas (algumas importadas e outras criadas por ela) e aos acessórios, como forma de complementar a produção. No entanto, a empreitada não durou muito tempo e Celina decidiu dedicar-se mais a si mesma. Celina conta, em entrevista⁴¹ que até hoje possui o ponto comercial onde nasceu a Aniki Bobo, mas não possui a intenção de reativá-la.

4.4 Frágil (1969-1973)

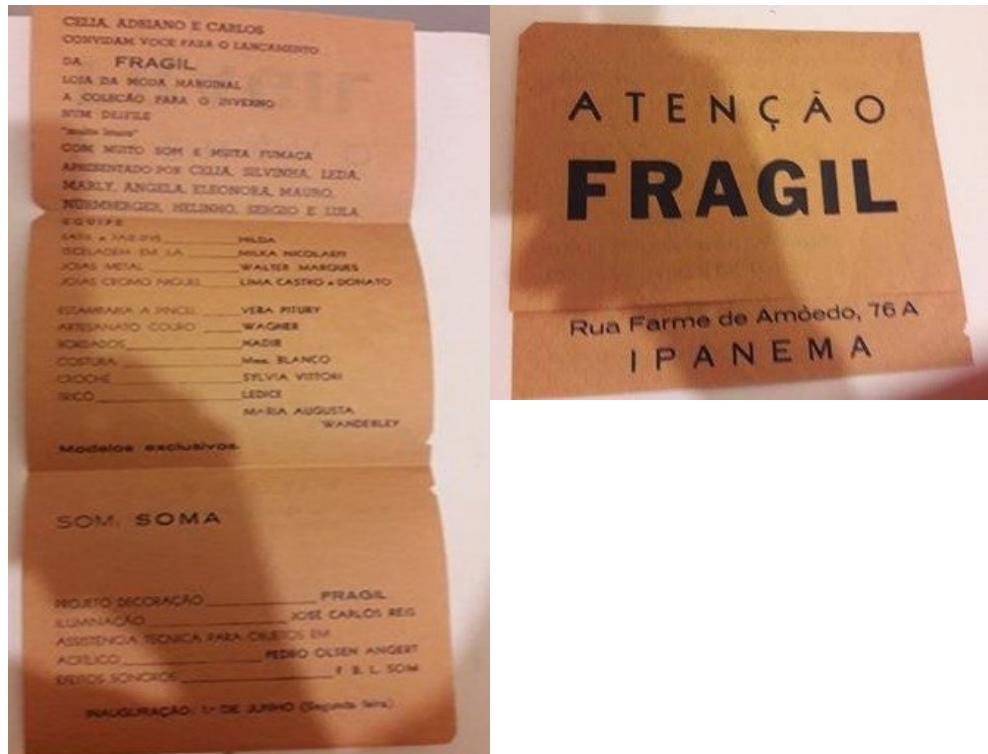
A butique Frágil possui suas origens em um período onde o Brasil passava por um momento intenso da repressão imposta pelo governo ditatorial. No entanto, mesmo diante dos ecos desta repressão, Castro (1999) destaca que Adriano de Aquino, Célia Resende e Carlos Veiga, as mentes criadoras da Frágil, não desistiam de mudar a realidade que o mundo estava vivendo (por mais que 1968 tivesse se mostrado um ano de derrotas). A butique localizada, então, na Rua Farne de Amoedo, número 72, apresentava uma intenção mais ambiciosa, mais política, em comparação com as outras butiques do bairro analisadas nesta pesquisa: a sociedade entre Adriano, Célia e Carlos Veiga, que havia chegado há pouco tempo da França, culminou em um ambiente que contestava a realidade brasileira através de sua produção. A Frágil alçou voo para além da produção estilística, ela era um símbolo de contestação através das roupas usadas, conta Célia Resende (2017)⁴².

Esse ambiente contestador pode ser notado desde o convite para a inauguração da butique, onde se leem os seguintes dizeres: “Célia, Adriano e Carlos convidam para o lançamento da Frágil, loja da moda marginal. Num desfile ‘muito louco’ com muito som e muita fumaça [...]”.

41. Entrevista concedida à autora em fevereiro de 2016.

42. Dados fornecidos por Celia Resende em entrevista concedida à autora no dia 04 de fevereiro de 2017.

Figura 50 – Convite de inauguração da Frágil.



Fonte: Acervo pessoal de Célia Resende.

No momento em que brotaram as ideias de criar a boutique Frágil, no ano de 1969, Célia Resende pintava algumas cangas em seu próprio apartamento, Adriano era artista plástico e Carlos Veiga, era, além de artista plástico, arquiteto. Somaram-se as ideias dos três e o resultado foi uma bela boutique, mas que só foi inaugurada no ano de 1970. Célia lembra que no dia da inauguração ainda faltavam alguns detalhes na obra da loja, assim o desfile que inaugurou a Frágil precisou ser realizado em uma passarela que ia da porta da loja até a rua. No dia do desfile inaugural uma das modelos que desfilou com trajes da Frágil foi a própria Célia Resende, que atuava, então, como modelo fotográfica. Neste desfile houve também a participação do contrabaixista Bruce Henri⁴³.

Para Célia Resende (2017)⁴⁴, a Frágil foi uma tentativa de criar moda para uma geração que se mostrava inconformada com o enquadramento social e político da época. Neste contexto a roupa não era usada apenas no sentido de adornar ou cobrir o corpo – ela

43. Bruce Henri Leitman, nascido em Nova Iorque, é um compositor, arranjador, cantor e contrabaixista de Jazz e com notórias atuações na área da música popular brasileira. No Brasil fez algumas produções com Tom Jobim, Gilberto Gil e Ney Matogrosso.

44. Dados fornecidos por Célia Resende em entrevista concedida à autora no dia 04 de fevereiro de 2017.

funcionava como uma identidade, uma maneira de pensar livremente, agir livremente, viver livremente. Essa era a linguagem usada por Célia, Adriano e Carlos para contestar a situação do país.

Figura 51 – Adriano de Aquino, à esquerda, Celia Resende, ao centro, e Carlos Veiga, à direita. [s.d.].



Fonte: Acervo pessoal de Célia Resende.

Na fotografia acima os idealizadores da Frágil, Adriano de Aquino, à esquerda, Célia Resende, ao centro, e Carlos Veiga, à direita. Todos usando peças de roupas produzidas pela própria boutique. Os idealizadores da Frágil, assim como outros tantos jovens, decidiram, quando a repressão se tornou mais efetiva, tocar sua vida com base em projetos mais pessoais, mas que ainda estavam relacionados à antiga forma de rebeldia observada nas ruas.

Em matéria do jornal O Globo, no caderno Ela, de 12 de agosto de 1972, que a moda da boutique Frágil, nada possui de frágil, muito pelo contrário. De acordo com o jornal, a moda produzida por Adriano e Célia possui uma bossa própria, diferente de outras boutiques: “Ousam misturar o mais caro brocado ao algodão mais barato numa harmonia que assusta, obtendo efeitos maravilhosos”. No caderno Ela, a boutique Frágil foi a escolhida para abrir a série de boutiques apresentadas semanalmente. Abaixo seguem algumas fotografias destacadas na referida matéria.

Figura 52 – Calças bufantes de chita florida conjugada com colete em veludo antigo bordado em lantejoulas douradas; meias longas e calçado em verniz brilhante, 12.08.1972.



Fonte: Caderno Ela, O Globo.

Figura 53 – Vestido nostálgico em cetim estampado. Cerejas e maçãs seguindo os desenhos dos decalques, 12.08.1972



Fonte: Caderno Ela, O Globo.

Através das imagens acima é possível perceber essa combinação de tecidos que a matéria cita, por exemplo quando a chita é usada em uma mesma combinação que o veludo, um tecido caro. As peças de roupas comercializadas na Frágil mostravam essa liberdade através da modelagem sem estrutura e da escolha de tecidos que não eram considerados nobres, como o algodão. Ousava-se também pintar tecidos que normalmente não eram

tingidos, como por exemplo os veludos de seda⁴⁵. A moda, ou melhor, a antimoda da Frágil, como frisa Castro (1999), era um misto de desbunde com fundo de garagem.

Braga & Prado (2011) caracterizam a Frágil como uma das butiques “transadíssimas” do momento, e que apostava firmemente na produção de uma antimoda. Neste sentido, os autores, utilizando a definição proposta por Mariza Alvarez de Lima, colunista de *O Cruzeiro* na época, destacam a antimoda como uma reação subterrânea na busca pela liberdade total; no vestir, a antimoda mostra-se como a linguagem que foge dos dogmas, que ri dos preconceitos e que desafia o bom o gosto. Em suma, é possível dizer que essa era uma moda que se insurgia contra tudo e contra todos, em especial contra a moda adulta, “careta” e “bem comportada”.

Figura 54 – Astracã em contraste de cores no smoking de gola redonda e farta. Mangas confeccionadas em vinho, frente em roxo, costas em verde-escuro e lapelas em areia, 12.08.1972



Fonte: Caderno Ela, O Globo

Figura 55 – Casaco de plumas, calça três quartos em cetim preto com aplicação de lantejoulas douradas em forma de palma, meias de lã listradas, sapato de camurça preto trançado, 16.07.1972



Fonte: Jornal da Família, O Globo.

Através dessa forma de encarar a vida e produzir e comercializar roupas, a Frágil tornou-se também um ponto de encontro de intelectuais, artistas e jovens comuns de várias idades. Personalidades como Renata Sorrah, Torquato Neto, Luis Melodia, Luiz Carlos Ripper, Ney Matogrosso, Heloísa Buarque de Hollanda, Gal Costa, Maria Betânia e Caetano

45. *Idem*.

Veloso (um apreciador das camisetas e das calças de “carne-seca” em estilo pijama) frequentavam a loja, não apenas para adquirir as peças de roupas produzidas pela Frágil, mas também pelo fato de a Frágil mostrar-se como um espaço onde era possível discutir ideias, era um espaço para reflexão. A Frágil era bastante frequentada também por jovens de Niterói, Flamengo e também de bairros mais afastados que se identificavam com a proposta de estilo fornecida pela loja. Esses jovens liam as matérias de jornais, assistiam televisão e iam buscar na Frágil a sua “turma”, sua identidade, afirma Célia (2017)⁴⁶.

A parte estética da loja também não ficou de fora das inovações em termos de estilo e contou com uma grande participação de Adriano e Carlos. Célia se recorda que o piso da loja era rosa, havia algumas peças de roupas penduradas através de fios de nylon, outras encontravam-se dentro de cubos feitos de acrílico transparente. Havia também uma cabine feita em acrílico roxo que, quando as pessoas experimentavam peças em seu interior, produzia sombras esculturais pelo interior da loja. Adriano e Carlos, que prezava o conforto no vestuário masculino, cuidavam também da produção de moda masculina para a loja, enquanto Célia cuidava da feminina, mas sempre havia a colaboração dos três sócios em ambas as coleções, ressalva Célia⁴⁷.

Outro aspecto que chamava a atenção da juventude para a Frágil era a *Free Press*, uma banca que ficava sobre um *plateau* na loja e vendia revistas importadas sobre música e comportamento. O material era trazido para o Brasil através das viagens que os donos da Frágil faziam ao exterior, mas houve também muita colaboração de alguns amigos que iam e vinham sempre de viagem, como Bruce Henry e Jorginho Guinle, que ia com frequência a Nova York visitar a mãe. Desta forma, a Frágil conseguia comunicar um conteúdo inédito aqui no Brasil, um conteúdo “fresquinho”, afirma Célia⁴⁸. Castro (1999) nesse sentido, destaca outro ponto importante da Frágil: o fato da boutique promover eventos e abrigar algumas exposições.

Célia (2017) conta também que uma das exclusividades da Frágil era encontrada em uma fábrica que se localizava no bairro de São Cristóvão: os carnes-secas. Na fábrica havia diversos tecidos que eram utilizados como forro para as superfícies onde outros tecidos eram tingidos e estampados. O que ocorria após esse processo de coloração dos tecidos é que o tecido que fora utilizado como forro apresentava um padrão único e exclusivo de estampas em

46. *Idem*.

47. *Idem*.

48. *Idem*.

diversas cores. E foi justamente por esses tecidos de forro que Célia e seus sócios se interessaram. Como é possível notar, um dos pontos de inspiração para Célia e seus sócios foi a arte⁴⁹.

A Frágil possuía sua própria confecção funcionando na sobreloja, o que tornava as peças da loja mais acessíveis em comparação às outras butiques do momento. As calças de “carne seca” eram um verdadeiro sucesso, afirma Célia, e eram produzidas em série, contando com um grande leque de cores, que iam do lilás ao verde limão. Havia também blusas produzidas com tecidos que não eram usualmente consumidos para a produção de vestuário, como os filós e tecidos de cortina. Os tecidos eram bons, de qualidade, mas não eram tecidos considerados nobres⁵⁰. E talvez fosse justamente essa a intenção, fugir dos padrões – a moda da Frágil era uma moda rebelde e os jovens faziam filas na porta da loja para adquirir essas peças. Nesse sentido, Castro (1999) confere destaque também à produção de peças com tecidos de sacos e batas indianas; Braga & Prado (2011) acrescentam a esta lista as sandálias com solado feito de pneu.

A Frágil era uma das butiques que supriam o enxoval tropicalista de Gal Costa, além de atrair também atenção dos “hippies de boutique”, que na realidade eram jovens que não se enquadravam no sistema de seus pais e no modo de vestir-se e comportar-se imposto pela sociedade. A Frágil produzia roupas que eram “a cara” desses jovens, destaca Célia Resende (2017)⁵¹.

No ano de 1973, Adriano de Aquino recebeu um prêmio do governo francês devido a sua participação na mostra 12 Desenhistas do Rio⁵². Assim, ele e Célia Resende, que era, então, sua esposa, mudaram-se para Paris, dando por encerradas as atividades da Frágil, afirma Castro (1999).

4.5 Veste Sagrada (1971 – 1974)

Outra boutique do bairro de Ipanema que fez história foi a Veste Sagrada, inaugurada no ano de 1971 e idealizada por Luiz Antônio Marangoni e seus sócios, Luis Fernando

49. *Idem.*

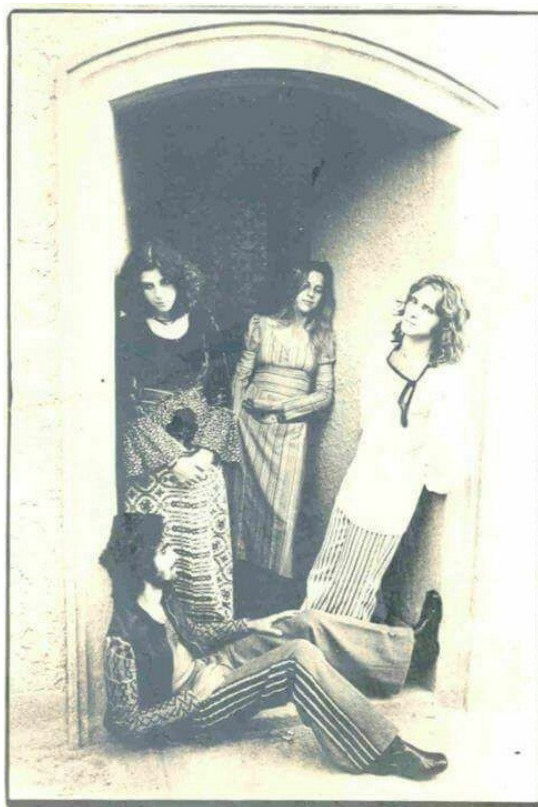
50. *Idem.*

51. *Idem.*

52. Fonte: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br>.

(“Chefinho”), Cristina e sua irmã, Bebe. Na época eram bastante jovens, Luiz Antonio estava com cerca de 22 anos e era o mais velho do grupo, Cristina tinha 20 anos, sua irmã estava com 19 e Chefinho com cerca de 20. No entanto, isso não os impediu de criar uma boutique com um novo conceito de moda em Ipanema, conta Marangoni (2017)⁵³

Figura 56 – Os estilistas da Veste Sagrada. Da esquerda para a direita: Luiz Antonio Marangoni, Cristina, Bebe e Chefinho, todos usando peças da boutique, [s.d.]



. Fonte: Acervo pessoal de Luiz Antônio Marangoni.

Para Marangoni (2017)⁵⁴, até a entrada das boutiques no bairro de Ipanema, não existia moda brasileira no bairro. A ideia de abrir uma boutique surgiu devido ao contato e a amizade de Luiz Antônio e Cristina, na época namorados, com o casal Adriano de Aquino e Célia Resende e seu sócio Carlos Veiga (proprietários da boutique Frágil). Marangoni, que na época era estudante de Cinema, recorda-se da dificuldade de encontrar um local adequado para abrir sua boutique: “Nós começamos a procurar um lugar, uma casa. Era difícil porque nem todo lugar era comercial, mas encontramos um lugar na Montenegro, 107, com uma placa de

53. Entrevista concedida à autora em 18 de março de 2017 por Luiz Antônio Marangoni.

54. *Idem*.

'Aluga-se'. Eu achei o lugar legal”.

Após definir um local para sua boutique, era necessário escolher um nome para a mesma. Marangoni (2017) recorda-se que na época estava com um livro de seu pai que falava sobre as “orações das vestes sagradas”. Neste livro o conceito de veste sagrada relacionava-se à roupa usada para trabalhar, por exemplo, a roupa usava pelo médico para operar, a roupa que o professor usava para dar aulas, a roupa que o peão usava para trabalhar, enfim, roupas que continham em si uma certa energia, e por isso, eram então, uma “veste sagrada”. “Eu achei o nome genial - 'Veste Sagrada' – e todo mundo foi contra”, conta Marangoni (2017)⁵⁵. Seus sócios acharam a ideia maluca colocar um nome como esse em uma boutique de Ipanema, nome para boutique era algo como Aniki Bobo.

Ao final das contas o nome ficou mesmo Veste Sagrada. No trabalho da loja cada um dos sócios tinha sua linha, cada um produzia seu trabalho; de início essa produção foi bastante voltada para um estilo hippie, que estava em alta no momento, mas era também uma roupa de congregava diversos estilos como o francês (principalmente no corte) e o inglês (em seu despojamento). No entanto, afirma Marangoni (2017)⁵⁶, que neste momento havia uma profusão de cópias do estilo inglês no Brasil, assim a Veste Sagrada focou um pouco mais nos conceitos da moda francesa. Os fundadores da Veste Sagrada não tinham uma relação anterior com a moda e nem haviam trabalhado neste setor, Marangoni, por exemplo, era um estudante de cinema na época, no entanto faziam sua produção com base em suas próprias aspirações com relação à moda, levando em conta também as produções que observavam em jovens no Brasil e em outros países.

É importante lembrar também que a Veste Sagrada foi além da produção de moda, a Veste Sagrada era também um espaço de arte, no momento isso foi muito marcante porque era a única loja que fazia isso, afirma Marangoni (2017)⁵⁷. Lá eram realizadas diversas exposições de artistas. Luiz Antônio esvaziava a loja após o expediente, às 18 horas, e em cerca de trinta minutos ela tornava-se uma galeria; no dia seguinte tudo voltava ao seu lugar. Marangoni (2017) conta ainda que tinha muitos amigos ligados ao mundo da arte, como Angelo de Aquino, Adriano de Aquino, Valtércio Caldas, Nilton Machado, Roberto Magalhães, Célia Resende, que também chegou a expor na Veste Sagrada; esse contato contribuiu muito para a realização das exposições. No entanto, ressalva, essas exposições não eram realizadas com

55. *Idem*.

56. *Idem*.

57. *Idem*.

fins lucrativos, não havia venda de quadros, mas o contato com a mídia, que estava sempre presente nesses eventos, era importante para o marketing da butique, que começou a ser divulgada em jornais e revistas, algumas vezes pela moda produzida, outras pelas exposições que abrigava. Havia exposições de telas, de fotografias, lançamento de livros e revistas de arte, tudo isso contribuiu para a construção de um local “bacana”, frequentado pela elite cultural do Rio de Janeiro.

Marangoni (2017)⁵⁸, lembra que nessa época, nas butiques de Ipanema, todos partiam para uma roupa confeccionada em alto padrão de qualidade. Como no Brasil, os tecidos e aviamento ainda não tinham conquistado sua fama e credibilidade, muitas butiques importavam o material necessário para suas produções. Marangoni (2017) acrescenta que ele e seus sócios importavam muito material, como linha, botões, fecho-éclair, alguns tecidos. A produção de moda da Veste Sagrada estava muito relacionada também à pesquisa, à busca por novidades, à inventividade.

As peças de roupa eram feitas quase artesanalmente, assim não eram produzidos, por exemplo, dois vestidos idênticos, eles podiam até assemelhar-se no corte, na modelagem, mas os bordados, os detalhes eram sempre únicos. Era uma roupa muito cara na época, mas muito elegante também, com um corte espetacular. Marangoni (2017)⁵⁹, nesse sentido, confere destaque aos vestidos bordados com fios de ouro e prata e aos bordados feitos à mão por uma senhora portuguesa exclusivamente para a butique. A Veste Sagrada tinha sua própria confecção em um apartamento no bairro de Ipanema, onde as peças confeccionadas em tecidos mais delicados eram feitas; já peças como as calças eram fabricadas em São Cristóvão, pois exigiam um maquinário mais pesado para sua produção.

58. *Idem.*

59. *Idem.*

Figura 57 – Estampados de rodeio, chemises de brim e calças jeans, abinha de croopier para proteger do sol.13.01.1973



Fonte: O Globo.

Marangoni (2017)⁶⁰ destaca que um dos sucessos da Veste Sagrada foi uma calça de amarrar confeccionada com entretela. O estilista conta que a Veste Sagrada comprava tecidos importados no Rio de Janeiro e um dia escolhendo tecidos deu de cara com a entretela, que ele achou um tecido diferente, mas legal. No entanto, o senhor que o atendia informou que aquele tecido era entretela utilizada na confecção de ternos, mas já havia saído de linha. Havia muitos rolos do tecido no local e Marangoni, permitindo-se inovar, levou os tecidos e confeccionou com ele diversas calças. Quando Caetano Veloso e Gilberto Gil voltaram para terras brasileiras, foram à boutique e adoraram as calças, pouco tempo depois a revista *Veja* publicava uma matéria, onde, em uma fotografia de capa, os Novos Baianos apareciam usando as calças da Veste Sagrada.

Em novembro de 1971, em uma entrevista ao jornal *O Globo*⁶¹, Luis Fernando deu a seguinte resposta quando questionado sobre o estilo de roupas da boutique: “Juro que não sei”, frase que rendeu o título de matéria. A matéria sobre a Veste Sagrada enfatiza que lá tudo é

60. *Idem*.

61. *O Globo*, 20 de novembro de 1971.

surpresa e não há essa questão de preocupar-se com o que é o “grito” da moda do momento. Mesmo acompanhando as novidades londrinas, os estilistas da Veste Sagrada mantêm sempre seu estilo próprio, marcante. De acordo com o Ela, a Veste Sagrada é a precursora em terras brasileiras do estilo mulher-menina. Nas peças escolhidas para ilustrar a matéria (fotos abaixo) observamos o uso de tecidos como rendão, algodão, voile, chita conferem originalidade às peças, misturando o simples ao clássico de forma divertida e colorida.

Figura 58 – Peças da coleção verão da Veste Sagrada. 20.11.1971.



Fonte: O Globo.

Figura 59 - Conjuntinho da Veste Sagrada que lembra o mambo e promete ser “o grito” do verão. 20.11.1971.

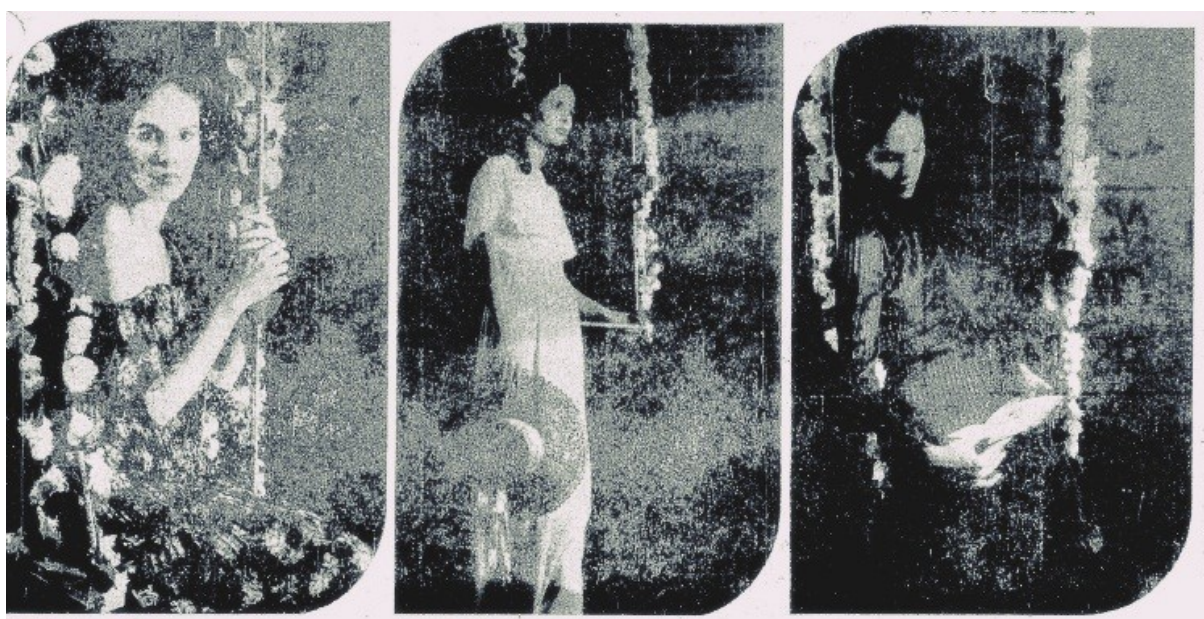


Fonte: O Globo.

Já, a matéria do caderno Ela, do jornal O Globo, de 28 de julho de 1973, apresenta peças mais sofisticadas. A produção da boutique Veste Sagrada seguiu, como pode ser observado nas fotos, uma linha retrô, fazendo o gênero chique e romântico. De acordo com a matéria, nesse momento, há um fim da geometrização e das formas retas. Há uma volta dos

cortes elaborados, das produções mais femininas, dos tecidos flutuantes. Nesta coleção há uma grande valorização dos detalhes, com um significativo uso de rendas “preciosas”, nervuras, fitas acetinadas, transparências “sutis”, estampas floridas, tons pastéis e cores alegres; há um grande destaque também para o comprimento maxi dos vestidos, dos decotes generosos e das mangas que modelam suavemente os movimentos dos braços.

Figura 60 – Peças para a coleção do próximo verão, 28.07.1972.



Fonte: Ela, O Globo.

Para Marangoni (2017), o grande barato das butikues do bairro de Ipanema é que cada loja buscava ter sua identidade própria, sua marca. Não era o tipo de local onde era possível encontrar a mesma peça de roupa em toda e qualquer loja, cada uma seguia sua linha de trabalho e inspiração. Para o artista e estilista esse é um dos pontos que diferem a moda produzida em Ipanema daquela produzida no bairro vizinho, Copacabana; a roupa de Ipanema não era cópia, ela era única, pessoal, criativa; era uma moda produzida de uma forma antropofágica, assim como o comportamento e a arte daquele tempo.

O grande público consumidor da Veste Sagrada era o público feminino, assim cerca de 90% da produção da loja dirigia-se às mulheres. As grandes compradoras eram senhoras ricas, da alta sociedade, que levavam suas jovens filhas para comprar na butikue (apesar de elas mesma não usarem as roupas produzidas pela Veste Sagrada devido a sua conotação jovem); além, é claro, de personalidades como Caetano Veloso, Maria Betânia, Gilberto Gil e Gal

Costa. O interessante, dessa clientela, como aponta Marangoni (2017), é que não era composta por pessoas que julgavam a moda que estava sendo produzida, a moda usada pelos jovens; eram pessoas com uma mente aberta, “antenadas” com o mundo da moda e com o que acontecia em outros países.

Hoje, reavaliando a moda pela Veste Sagrada, Marangoni (2017) a enxerga como um “grito de liberdade”, as pessoas usavam o que queriam, da forma como achavam melhor, faziam sobreposições de peças, cortaram, customizavam, tingiam sua própria roupa.

E o bacana disso tudo é que essa roupa produzida por você mesmo era legal, uma pessoa não precisava vestir-se com roupas caras, como as que a Veste Sagrada vendia, para estar na moda, ela precisava é ter personalidade para estar na moda. A moda desse tempo, diferente do que era visto antes, permitia isso, uma liberdade no ato de se vestir, de se vestir como quiser (MARANGONI, 2017).

A Veste Sagrada funcionou até junho de 1974, quando foi anunciado oficialmente seu fim como boutique. No entanto, a boutique manteve seu funcionamento ainda por alguns anos como galeria de arte.

4.6 Doze (1971 – 1973)

No dia 30 de junho de 1971 a boutique que entrou em cena foi a Doze, de Leila Diniz e Vera Barreto Leite (manequim da Chanel de 1953 a 1958). O estilo dessa boutique agregou o estilo de Leila (“venha como estiver vestida”) ao elegante estilo de Vera. Doze ficava na Rua Visconde de Pirajá, nº86, em uma galeria da Praça General Osório. Neste momento, Ipanema já se consagrava como o centro das boutiques alternativas no Brasil, lembra Santos (2008); já estavam na ativa boutiques como a Bibba, a Frágil e a Aniki Bobo. Vera e Leila Direcionaram o foco de sua boutique para as peças indianas, uma forte tendência deste momento. As roupas produzidas pela Doze mostravam um bom gosto moderno, jovem, e ao mesmo tempo eram muito confortáveis. Assim, como a produção das outras boutiques analisadas neste trabalho, a Doze desligou-se dos moldes rígidos da moda vistos em tempos anteriores, mas sem abrir mão da qualidade.

Santos (2008) destaca que entre os frequentadores da Doze estavam Betty Faria, Elis Regina, Odete Lara, Scarlet Moon, Suzana de Moraes, que eram sempre vistas com batas, túnicas e vestidos longos adquiridos na Doze. Santos (2008:221) destaca, nesse sentido, um trecho da fala de Vera onde é possível observar a contestação expressa através do vestir: “A

gente fazia roupa hippie. Hippie de boutique. Nós éramos completamente antiguerra, pró-paz. Éramos contra tudo que era permitido, inclusive na moda”.

Enquanto Vera entrava com a informação especializada, criava as roupas (contando com uma equipe própria de costureiras) e lidava com a indústria, Leila, por sua vez, entrava com o marketing: ia para a loja (que em pouco tempo tornou um point de encontro dos amigos de Leila), atendia as clientes e chamava a atenção da imprensa (que estava sempre atenta a Leila, pois a atriz era exatamente o tipo de artista que o regime queria combater) (SANTOS, 2008).

O clima da Doze não deixava a desejar: almofadões indianos e confortáveis espalhados pelo chão, onde os amigos costumavam largar-se, músicas de cítara ao fundo e incensos. Santos (2008) lembra que muitos amigos e clientes de Leila e Vera eram também frequentadores do Píer, e antes de irem para a praia passavam na boutique para “queimar um fumo” (como destacou Bigode a Santos (2008)). No entanto, a postura observada na Doze começou a incomodar a polícia, que começou a circular pela loja com disfarces tentando encontrar drogas.

Leila Diniz desafiava os tabus impostos pela sociedade e seu comportamento pautava-se pela liberdade, na contramão dos falsos pudores de grupos moralistas da sociedade. Na moda Leila também desafiava as imposições. Em outubro de 1971, quando Leila estava grávida, a revista *Claudia*, em seu número 121, chegava às bancas com a fotografia da atriz na praia, de biquíni e grávida. Até o início da década de 1970 era incomum uma mulher expor sua barriga de grávida, o usual era as mulheres vestirem uma bata cobrindo a barriga. A legenda da foto informava: “Sem se envergonhar, Leila exhibe sua gravidez usando biquíni”. Era somente uma legenda, mas pode ser interpretada como um importante sinalizador de que inovações no comportamento e na moda estavam adentrando no universo brasileiro, aponta Santos (2008). Durante quase dois anos, a Doze fez um enorme sucesso, tornando-se referência na instalação de um orientalismo que ainda não era visto na moda brasileira.

Em 1972, Leila Diniz recebeu uma negativa a um papel importante na Globo, e diante disso a atriz resolveu aceitar a proposta do diretor Luiz Carlos Lacerda para acompanhá-lo em uma viagem à Austrália para participar do Festival de Adelaide com *Mãos Vazias* (filme que fizeram no final dos anos 1970). A recepção a *Mãos Vazias* foi ótima, no entanto na viagem de volta para o Brasil um acidente de avião deu por encerrada a carreira de Leila (SANTOS, 2008) e junto com ela a Doze.

4.7 Blu-Blu (1972-1987)

Em 1972 quem adentrou no mundo das boutiques de Ipanema foi Marília Valls, que no dia 12 de outubro inaugurou a Blu-Blu (1972-87), na Rua Montenegro nº111. Marília, de acordo com Joffily (1989), vinha de uma formação conservadora, mas sua maneira inovadora de encarar a moda brasileira abriu para ela grandes oportunidades. Contando com a experiência de quem já havia trabalhado em grandes empresas do ramo têxtil como a Malharia Arp e a Nova América e se inteirado do mundo da moda internacional, Marília resolveu abrir sua própria “lojinha” - assim via Marília na época.

Figura 61 – Marília Valls e sua filha no interior da Blu-Blu, [s.d.].



Fonte: Joffily, 1989.

Através da imagem acima é possível conhecer um pouco da “lojinha” de Marília Valls, a “lojinha” que em pouco tempo tornou-se uma das butiques mais interessantes de Ipanema, a Blu-Blu. A fotografia mostra Marília (à esquerda) e Biza Vianna, sua filha, (à direita), em um momento de relaxamento, recostadas sobre almofadas espalhadas pelo chão da boutique. Vê-se também um grande espelho na parede ao fundo, através do qual podemos perceber camisetas e um vestido longo, ambos pendurados de forma despojada no interior da Blu-Blu. Nesta imagem há também um grande destaque para as peças com estampas florais, inclusive na roupa usada por Biza.

Para abrir a boutique Marília, Biza Vianna e Eduardo Sued juntaram suas economias - “uma verdadeira vaquinha em família”. De início não havia dinheiro para a aquisição de tecidos suficientes para a confecção de blusas e saias, assim a produção da boutique começou apenas com as blusas, por isso o nome “Blu-Blu”, uma sugestão de Eduardo Sued. Mesmo optando por confeccionar apenas blusas, Marília e sua equipe buscaram dar variedade à sua coleção, produzindo corpetes, blusas de frente única, batas plissadas, tudo pensado para o público feminino, destaca Joffily (1989).

Com o tempo a Blu-Blu expandiu sua produção, frisa Castro (1999). Nesse sentido, Joffily (1989) acrescenta que nos anos seguintes à inauguração da boutique já havia na loja chapéus desabados, saias rabo de peixe, roupas florais, babados, blusas *pierrot*, para o carnaval, macacões em cetim, maiôs, saias cobrindo o joelho, shorts, etc. No ano de 1978 a Blu-Blu lança a Sy-Blu, sua primeira coleção masculina, caracterizada por um estilo de vestir esportivo. Via-se camisas soltas, sem gola, blusões em tela rústica, tudo com o carimbo do Blu-Blu estampado nos bolsos e/ou na barra da camisa.

A matéria “Em tempo de lançamento”, do jornal O Globo, de 26 de junho de 1973, aborda um pouco da temática trabalhada por Marília em suas coleções. De acordo com a matéria, a moda da Blu-Blu joga com recortes e cria fantasias em torno do clássico, numa preocupação constante em compor um estilo jovem. A Blu-Blu é, de acordo com a matéria, uma boutique que não se prende aos padrões e inova sempre, brincando com estampas inéditas, tecidos esquecidos pelo tempo e um corte impecável. Na imagem abaixo é possível observar alguns destes aspectos.

Figura 62 – Vestido da Blu-Blu, 26.06.1973



Fonte: O Globo

Em seus primeiros anos, a Blu-Blu caracterizava-se por ser o *prêt-à-porter* mais caro do Rio de Janeiro, afirma Joffily (1989). Durante anos, usar uma peça com a etiqueta da Blu-Blu significava status, assim a boutique de Marília Valls atraía uma clientela que vinha de todo Brasil. Biza Vianna foi quem conferiu o toque de atualidade nas coleções da Blu-Blu, o toque retrô, já que neste momento assumia uma conotação superjovem; já, Marília, foi quem deu o bom acabamento às peças produzidas, a identidade da roupa bem feita da Blu-Blu. Para Biza, a combinação desses dois fatores foi essencial para a criação da boutique. Nas imagens abaixo é possível observar um pouco dessa combinação de estilos.

Figura 63 - Vestido longo em musselina, 04.10.1975. Fonte: O Globo.



Fonte: O Globo

Figura 64 – Camisetas de malha de algodão com bordados de lantejoulas, 24.02.1979. Fonte: O Globo.



Fonte: O Globo.

Outro ponto importante a se destacar tratando-se da Blu-Blu eram os desfiles produzidos pela marca. Esses eram realizados na rua – ou melhor, no estacionamento em frente a loja, como cita Castro (1999) - e rompiam com a formalidade tradicional com que os desfiles eram tratados até então. Os desfiles da Blu-Blu eram verdadeiros happenings e suas modelos, como Beth Lago, Monique Evans e Débora Bloch, executavam coreografias sensuais, criadas por Paulo César de Oliveira, dançarino, e Biza Vianna, que, em muitas noites memoráveis, pararam o trânsito da Montenegro (CASTRO, 1999).

Figura 65 – As camponesas do Saint-Laurent em versão Blu-Blu: seda estampada, 21.08.1976.



Fonte: Ela, O Globo.

Figura 66 - Lenços estampados formam o conjunto de saia e túnica, 21.08.1976.



Fonte: Ela, O Globo.

“Blu-Blu: quando a moda é uma festa” - esse foi título da matéria do caderno Ela⁶² sobre o desfile da coleção primavera verão da Blu-Blu. De acordo com a matéria o desfile fez jus ao nome Blu-Blu; além da moda, o clima de festa, o colorido dos trajes, as estampas exuberantes, a coreografia esforçada e o som foram destaques no evento. Como referências foi possível observar os seguintes pontos: origens brasileiras, folclore afro, o ritmo latino americano, os movimentos dos anos 50 dos EUA, o lado rústico dos navajos e cheyennes e também a *haute couture* parisiense. Tudo isso mostrado em um alegre desfile promovido pela Blu-Blu.

Para Paulo César de Oliveira os desfiles realizados anteriormente eram “aquela coisa parada, meio sem vida”. Levou-se então a dança para esse tipo de evento, o desfile passou a ser, assim, um espetáculo que envolvia não apenas a questão de mostrar a roupa, mas fazer um show com a forma de se mostrar a roupa (JOFILLY, 1989).

62. O Globo, edição de 21 de agosto de 1976.

Normalmente, grandes festas anunciavam os lançamentos, destaca Joffily (1989), e a produção da Blu-Blu era intensa, desenvolvendo novos modelos de um mês para outro. As coleções de Marília eram marcadas por cerca de cinco elementos estéticos: o retrô, ligado à redescoberta do passado, como observado na coleção baseada no jazz dos anos de 1940, no relançamento do traje de montaria e na inspiração buscada em Paul Poiret; as cores da estamparia, vistas na reunião do turquesa com o laranja, do vermelho com o roxo e abóbora com o rubi, combinações que, na época, eram uma ousadia; o toque branco, que na cultura brasileira assume variadíssimas conotações, como a pureza virginal, como as raízes africanas, no candomblé, na umbanda, uma cor que se destaca debaixo do sol tropical brasileiro; o romantismo das rendinhas e babados, interligados com o nosso folclore, em ritmo de namoro; e, finalmente, a fantasia, muito presente em coleções como Alice no País das Maravilhas (de 1977) e Peter Pan (de 1981), era um forma de brincar com a vida e com a moda, desmistificando a sisudez que a palavra elegância havia tomado.

Na imagem que segue vemos uma das modelos da Blu-Blu trajando um vestido que nos mostra um dos cinco elementos estéticos mais significativos observados na produção da boutique: o elemento retrô. A modelo é apresentada em uma produção que remete a um dos ícones dos anos de 1920 – as melindrosas. O vestido foi confeccionado em tecido fino, com bordados trabalhados com canutilhos, os cabelos são curtíssimos, como no estilo à garçonne, a cintura do vestido apresenta-se significativamente deslocada para baixo. Tudo isso somado a echarpe de plumas, o batom forte nos lábios e os sapatos de pulseirinha compõe perfeitamente um cenário dos modernos anos de 1920.

Figura 67 – Modelo usando peça da Blu-Blu, [s.d.].



Fonte: Joffily, 1989.

Castro (1999) acentua que Marília não poupava em ousadias em termos de corte, aviamentos, cores, estampas, buscando sempre construir uma moda “alegre, carioca e original”. Para a idealizadora da Blu-Blu, valia tudo, menos que sua moda fosse uma mera cópia do estilo europeu. Entre os anos de 1978 e 1980 Marília passou por diversos problemas em sua vida, houve também mudanças no mercado, surgiram os shoppings e a Blu-Blu entrou em crise, mas quando isso ocorreu, Marília já havia investido em outras lojas, na própria Rua Montenegro (nº 111) e na Rua Visconde de Pirajá (nº 129) (JOFILLY, 1989). No ano de 1985 Marília apresenta mais uma inovação na produção de moda de sua boutique: chega ao mercado a Blu-Blu Young, uma coleção de moda infantil apresentada na FENIT, destaca Joffoly (1989)

Joffily (1989) aponta ainda que em setembro de 1987, a Blu-Blu fechou suas portas, mas não de forma silenciosa. Marília, junto com sua equipe promoveu mais uma vez um de seus desfiles shows ocupando a Rua Montenegro, que neste momento já se chamava Rua Vinícius de Moraes. Para este espetáculo de dança e bom gosto contaram com a presença de

amigos, clientes e jornalistas. Em cena estavam vestidos brancos, uma das marcas da Blu-Blu, que mesclavam elementos de vestidos de sinhazinhas com elementos de nossas raízes africanas. Marília encerrou as atividades da Blu-Blu, mas não deixou de fazer parte do cenário da moda brasileira. A partir de 1989, tornou-se coordenadora do setor de estilismo do Núcleo de Moda da Faculdade Cândido Mendes, no Rio de Janeiro, onde permaneceu por um considerável tempo, afirma Joffily (1989).

Roberto Barreiro destaca em entrevista a Joffily (1989) que a Blu-Blu foi uma importante sinalizadora de um novo comportamento. Nesse sentido, Marília destaca:

Vestir-se hoje é uma atitude social, com profundo embasamento cultural e político. Moda é comportamento. A maneira de cobrir-se demonstra o íntimo da pessoa, que é cultivado na própria vida da sociedade (VALLS, 1989:96, in. Joffily, 1989)

4.8 Company (1973 – 2003)

No ano de 1973, um ano depois que Marília Valls abriu a Blu-Blu, Mauro Taubman, ao se olhar no espelho, aos seus dezenove anos, enxergou sua geração e se dispôs a atendê-la, abrindo sua própria boutique – a Company, conta Castro (1999).

Mauro Taubman, o idealizador da Company, iniciou sua carreira no universo da moda através de uma barraca que montou, junto com alguns amigos do colégio, na Feira da Providência. De acordo com uma entrevista concedida por Taubman à revista Trip⁶³, em fevereiro de 1993, cada um de seus colegas produzia algo para ser comercializado na barraca, foi assim que ele descobriu seu talento. Mauro produzia algumas pulseiras e colares, mas sua maneira de vender fazia com que as pessoas comprassem aqueles objetos. A Company começou com uma loja na esquina da rua Garcia d'Ávila com a rua Prudente de Moraes, mas em poucos anos já havia outras vinte lojas espalhadas pelo país. A receita estava no próprio Mauro. Aquela (a década de 1970) seria a “década do eu”, do individualismo, do culto à beleza, e Mauro percebeu isso (CASTRO, 1999). Na imagem abaixo é possível observar a primeira loja da Company, que trazia em destaque seu logotipo de sucesso.

Em sua entrevista à Trip, Mauro contou um pouco sobre esse início da Company e como encontrou um sócio para esta empreitada:

63.LIMA, Paulo. As páginas negras da Trip apresentam: Mauro Taubman. Trip. Ano 7. N 31. Entrevista a Mauro Taubman.

[...] Um belo dia uma amiga minha me ligou e disse que uma tia dela tinha uma casa pra alugar. Eu não tinha dinheiro e nem como fazer esse negócio, mas senti que era o grande negócio da minha vida. Aí eu saí a procura de um sócio [...] Eu falei com o namorado de uma amiga minha, o Luís, que era mais duro que eu mas acreditava em mim. Faltava a grana e eu disse pro meu pai "eu não posso deixar de fazer isso" [...] (TAUBMAN, in Lima [s.d.]).

Castro (1999) ressalta que a produção da Company direcionou toda sua atenção para o “jovem” e, notando que o mercado já havia, neste momento, passado por mudanças significativas, inundou-o com camisetas, bonés, bermudas, sapatos, bolsas, cintos e mochilas. Nesse sentido Espinossi (2016) acrescenta que adolescentes cariocas faziam filas e mais filas em frente ao número 56 da rua Garcia D’Ávila para conseguir uma das peças criadas pela Company. A autora acentua que era, dentro deste cenário, impensável que um adolescente, sendo carioca e praieiro, não possuísse uma das mochilas emborrachadas da marca.

A produção da Company não apenas vestiu os jovens, ela promoveu mudanças no hábito desses jovens, marcando época: “Antes da mochila, as crianças usavam pastas de couro. Foi uma transformação de hábito”, lembra Lula de Freitas. Nesse mesmo caminho, o advogado José Flávio Guerra⁶⁴, que ainda possui um modelo original das mochilas Company, também comenta a relevância do item:

Eu me lembro até hoje do dia em que minha mãe comprou essa mochila pra mim. Foi uma grana na época, mas todos os meus amigos tinham uma. Eu tive muitas roupas também, mas a mochila, minha fiel companheira de viagem, é a que sobreviveu ao tempo. Fico espantado ao ver que ela não se deteriora (GUERRA, 2014, in Vasconcelos, 2014).

64. VASCONCELOS, Monique. Filhos de fundadores planejam livro e filme para eternizar a história da Company e da Yes, Brazil: Projetos querem contar histórias de grifes que revolucionaram o cenário da moda carioca na década de 1980. O Globo. Caderno Rio. Dezembro de 2014.

Figura 68 – Mochila emborrachada da Company



Fonte: Google imagens.

Os macacões e calças utilitárias, que ficaram conhecidas como calças “carpinteiro”, com bolsos e tiras aplicadas, eram também produtos que contavam com uma enorme demanda entre os jovens da época, além de camisetas descoladas e calças confortáveis, afirma Espinossi (2016). A marca foi precursora em muita coisa, com seu tino criativo, ao lado do sócio Luiz, que cuidava da parte administrativa, Mauro foi um dos primeiros a investir em marketing esportivo, mas por puro *feeling*. A questão do apoio aos esportes teve seu início baseado na amizade, uma vez que Mauro era amigo de esportistas como Roberto Valério, Pepê, Valdir Vargas e Gustavo Kroing, que, no momento, estavam precisando de um apoio. Mauro comenta na entrevista à revista Trip, em 1993, que isso jamais foi algo estudado e que ele nunca havia pensado no retorno que isso ainda lhe renderia. As coisas foram acontecendo dessa maneira e deram certo, revelou na entrevista de 1993 à Trip.

Castro (1999) assinala que, através do apoio à competições e patrocínio a atletas, a Company esteve, desde seu início, ligada aos esportes emergentes, como o surfe, o skate e o voo livre. Outras modalidades como o hipismo, vôlei, judô e ciclismo também carregavam a marca da Company em seus uniformes, acrescenta Espinossi (2016).

Conforme já aqui citado, o Brasil vivia, nestes anos, um momento de ampliação do seu complexo industrial e também de um significativo avanço tecnológico. O setor têxtil brasileiro foi um dos setores que se desenvolveram significativamente neste período. A

Company, que não ficou de fora dessas inovações neste sentido, foi uma das marcas que comprovam as alterações no cenário. Lula de Freitas, filho de Luiz de Freitas Machado, sócio de Taubman, destacou, em entrevista ao O Globo em 2014⁶⁵, que a marca contava com um polo industrial gigantesco no bairro do Jacaré, na Zona Norte do Rio de Janeiro, desta forma a Company se apresentava como uma empresa autossuficiente, dando conta da produção de todos os seus produtos. A própria marca comprava os fios de algodão, fiava sua malha, cortava e fazia as estampas e lavagens. Isso tudo contribuiu para que, como afirma Lula de Freitas, a Company se tornasse um grande sucesso, uma vez que ela tinha capacidade de produzir os itens que ela desejava, no tempo em que queria.

Sob este viés, Glória Kalil, em entrevista ao canal GNT⁶⁶, acentua que a cidade do Rio de Janeiro nos anos de 1970 se mostrava como o “tambor” do Brasil, o centro informativo do Brasil. Assim, a Company se destacou como uma das primeiras marcas que se instalou no Rio de Janeiro produzindo uma moda tipicamente carioca, justamente porque era extremamente ligada ao mundo do surf.

Apesar de estar muito ligada à questão dos esportes em voga aqui no Brasil, é possível observar, através da fala de Silvia de Souza, consultora de moda, que a moda londrina contribuiu também para a construção do estilo da Company. Silvia lembra com carinho do amigo Mauro Taubman e comenta:

A Company pegou, pois o Mauro tinha tino comercial. Ele viajava muito com a equipe. Vivia em Londres buscando referências. Foi a primeira marca a ter design, sem falar na malha era maravilhosa. Eles se preocupavam com tudo o que era de qualidade.⁶⁷

A entrevista à revista Trip da qual estamos falando nesta pesquisa ocorreu, como já citado, no ano de 1993. Neste ano, a Company, fundada em 1973, estava comemorando seu vigésimo aniversário. Nesta ocasião, Mauro observando a trajetória da marca comentou sobre alguns dos ingredientes que acreditava terem sido o motivo do sucesso de sua marca:

65. VASCONCELOS, Monique. Filhos de fundadores planejam livro e filme para eternizar a história da Company e da Yes, Brazil: Projetos querem contar histórias de grifes que revolucionaram o cenário da moda carioca na década de 1980. O Globo. Caderno Rio. Dezembro de 2014.

66. Entrevista disponibilizada no sítio eletrônico do canal GNT em julho de 2016: <http://gnt.globo.com/especiais/rio-moda-rio/videos/5094381.htm>

67. Ibid.

Elas (as pessoas) entram na loja para comprar uma roupa com uma imagem porque elas se identificam com isso. A pretensão é de fazer bem, bonito e acessível e as pessoas sabem que isso é um trabalho árduo – elas não querem ficar uniformizadas. No início, eu ficava com muito medo disso, então a gente tem um trabalho constante de novidade com a maior variedade possível, sem massificação.⁶⁸

Mauro afirmou também, nesta ocasião, que um dos pontos que contribuíram para os anos de sucesso da Company foi o *feeling* de sua equipe, extremamente bem selecionada, que contava com um marketing fantástico, com sacadas geniais. Para o idealizador da marca, a Company se apresentava como um “um *mix* de tudo”, o que tornava a Company difícil de ser comprada a outras lojas da época, além de ser popular, atingindo vários segmentos com a mesma faixa etária, mas com diversos padrões. Analisando esse sucesso em cifras, Espinossi (2016) firma que no ano de 1989 (ano em que a Company contava com dezesseis anos de estrada), de acordo com a avaliação do Citibank, a marca já estava vinculada ao valor de vinte e cinco milhões de dólares.

Um ponto importante a ser levado em consideração quando falamos sobre a moda produzida pela Company é que nos anos de 1970 muitos aspectos já haviam mudado com relação ao posicionamento social do jovem brasileiro. Castro (1999) lembra que esta geração já não possuía aquele interesse pelo campo político. Desta forma Mauro Taubman parece ter percebido a potencialidade de novas propostas, investindo, assim, em peças com mensagens, como as camisetas contendo palavras contra a usina de Angra, pela preservação dos golfinhos e em favor da natureza em geral.

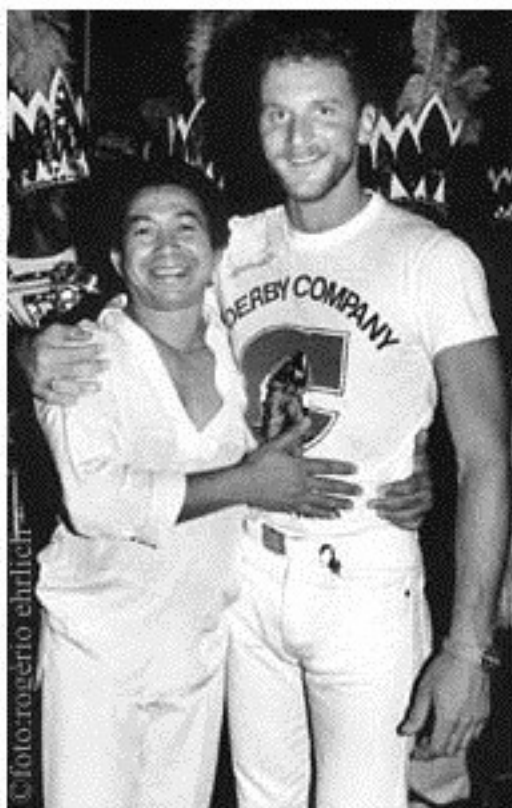
Mauro Taubman faleceu em 1994⁶⁹, e, segundo Espinossi (2016), após uma disputa judicial entre seus herdeiros e sócios, a marca foi oficialmente fechada no ano de 2003, ano em que a Company completaria trinta anos. Nesse sentido, Lula de Freitas, em entrevista ao O Globo em 2014, destaca a importância em se preservar a história da Company, umas das grifes que revolucionou o cenário da moda carioca e brasileira. A intenção de Lula é produzir um filme sobre a marca, um projeto que, conforme cita, aos poucos vai saindo do papel. A proposta é contar história, fazer um corte e mostrar como uma marca foi tão importante para uma determinada geração do Rio. Lula pretende também destacar o momento que se vivia, os anos de 1970, uma época culturalmente rica e de grandes mudanças no cenário brasileiro.

68. LIMA, Paulo. As páginas negras da Trip apresentam: Mauro Taubman. Trip. Ano 7. N 31. Entrevista a Mauro Taubman.

69. Morre no Rio Mauro Taubman: Da sucursal do Rio. Nota publicada no caderno Cotidiano, do jornal Folha de São Paulo, no dia 15 de fevereiro de 1994.

Para compor este filme pretende-se resgatar algumas das muitas histórias que envolvem a Company, reunindo as memórias de todos que por lá passaram.

Figura 70. Mauro Taubman e Joãozinho Trinta



. Fonte: Rio Moda Rio.

No entendimento de Castro (1999), a Company foi a primeira grife de Ipanema a conquistar expressão nacional e, apesar disso, continuar “Ipanema”. No entanto, pode ter sido também a última de sua estirpe, ressalva o autor. Podemos perceber, através a história da Company e de outras butikues aqui estudadas, que através da instalação das mesmas no bairro de Ipanema, foi introduzida no cenário nacional uma nova forma de vestir-se, uma nova forma de perceber o próprio corpo, os próprios desejos. A moda produzida por essas butikues esteve, desde seu início, ligadas às inovações da esfera da moda e do comportamento. As centenas de butikues que entraram na cena de Ipanema nas décadas de 1960 e 1970 transformaram o bairro em uma referência emblemática para a moda brasileira. Formou-se uma zona de concentração, uma mancha, na concepção de Magnani (2007), onde produzia-se moda com estilo e originalidade, sem deixar de lado a valorização de nossas raízes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma análise dos anos referentes a este estudo permitiu inferir que com o decorrer dos anos, o desafio de promover efetivamente uma revolução política foi mostrando sua amplitude. A juventude encontrou, então, no campo comportamental uma nova face para essa revolução – um campo onde seus sonhos e desejos eram os protagonistas. Assim, o processo cultural que estava em curso passou por diversas transformações e delineou-se um novo *front* de batalha. Temas como o uso de drogas, psicanálise, sexualidade, estilos de vida mais alternativos foram colocados em pauta, promovendo uma intensa recusa ao período anterior e todas as formas de autoridade (desde o âmbito governamental à esfera familiar). Esse quadro, em terras brasileiras, pôde ser observado com clareza no território ao redor do Píer de Ipanema, onde a juventude conseguiu dar vazão aos seus desejos por liberdade e expressividade. A vida passou a ser interpretada por esses jovens de uma forma mais hedonista, onde tudo era válido, sem proibições e restrições. Os jovens frequentadores do Píer difundiram um estilo mais livre de se vestir, mais descontraído, com seus cabelos longos e um comportamento despreocupado – estilo esse que mudou a rota comportamental e estilística brasileira.

Essa revolução teve seus reflexos na moda do período. Ao mesmo tempo em que a forma do jovem se comportar mudou, a forma dele se vestir passou também por mutações. Acompanhando tudo isso a moda ocidental entrou em novo ciclo, onde o jovem foi o elemento central. Enquanto a moda passava por uma metamorfose, o que hoje nós conhecemos como moda brasileira foi ganhando corpo, visibilidade e mostrando seu potencial. Há, diante dessa conjuntura um ponto intrínseco para a consolidação dessa moda jovem nacional: foi preciso que as pessoas olhassem realmente para o nacional, valorizassem o nacional, produzissem com o nacional. Isso não significa que a moda estrangeira, como a parisiense e a londrina precisassem ser deixadas de lado, era necessário apenas que a moda nacional não se deixasse subjugar por elas – e foi o que ocorreu.

O olhar diferenciando para a realidade brasileira, visando encontrar uma moda que refletisse o nosso contexto, a valorização dos aviamentos e tecidos nacionais (como o algodão e a chita), a confecção de roupas pensadas para nosso clima e para o nosso povo deu o tom antropofágico à produção brasileira em termos de estilo. O nacional ganhou, enfim, um espaço para si. Congregando o ideal de liberdade almejado pela juventude, a moda produzida

no Brasil e a moda jovem, as boutiques de Ipanema conferiram visibilidade e valor aos nomes nacionais. Nas trajetórias das boutiques analisadas neste trabalho encontramos muitas similaridades, o que pode demonstrar um pouco do ideal jovem do momento, mas encontramos também peculiaridades.

Observando a Mariazinha e a Blu-Blu, percebemos que tanto Marília Valls quanto Mara MacDowell já não eram mais juvenzinhas quando decidiram adentrar no mundo das boutiques. Ambas estilistas já haviam passado por uma trajetória considerável no campo da moda e quando optaram por tomar as rédeas dessa empreitada já havia muita coisa em jogo. A estilista Mara MacDowell, hoje proprietária da Mara Mac, demonstrou uma enorme capacidade em termos de adaptação ao mercado – hoje, por exemplos, a Mara Mac conta com diversas lojas espalhadas pelo Brasil, além de sua loja virtual. Já Marília, percebeu que a Blu-Blu precisava de um gás que talvez ela já não possuísse mais. Marília, quando fechou a Blu-Blu o fez em grande estilo, e não era para menos. Marília já havia emoldurado seu nome na moda brasileira e decidiu partir para um campo mais acadêmico.

Os idealizadores das outras boutiques analisadas aqui eram, por sua vez, bem mais jovens que Marília e Mara, e congregavam em si todo aquele ideário juvenil brasileiro. Suas boutiques eram parte de suas aspirações enquanto jovens, não apenas enquanto empresários. A produção dessas boutiques refletia o estilo e o gosto de seus próprios donos, sem uma preocupação com a lógica do mercado ou com o que poderia ser mais rentável. E talvez seja esse o ponto mais interessante delas, talvez elas fossem o “grito de liberdade” que eles gostariam de dar, talvez fossem como um “sonho”, uma realização de desejos pessoais. Mas, assim como tudo passa por transformações, a juventude, fase transitória da vida, tem seu hedonismo, seu imediatismo. O fim, o encerramento das atividades dessas boutiques, talvez seja algo que nem mesmo seus proprietários possam compreender. O que é possível perceber e filtrar dentre tantas informações é que as boutiques foram sonhos, desejos que se tornaram realidade, foram o grito de uma geração que não queria ser igual aos seus pais, que queria mudar a realidade, que queria um espaço para si – e eles conseguiram. Essa juventude, não apenas firmou o nome “jovem” em nossa sociedade, como criou um universo inteiro para ela.

Esses jovens realizaram seu sonho de ter uma boutique em Ipanema, sem perceber o tamanho da causa que estavam abraçando, sem perceber que estava nascendo ali o *prêt-à-porter* nacional, que estavam contribuindo para algo muito mais duradouro que uma geração: a moda carioca.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, G. O píer da resistência: contracultura, tropicália e memória no Rio de Janeiro. *Revista de Ciência Política*, Rio de Janeiro, nº. 46, p. 44-70, jan./jul. 2013.
- ARGENTO, B. *O dia em que o topless chegou em Ipanema*. O Dia, Ig, 2015. Disponível em: <http://blogs.odia.ig.com.br/rio-450-anos/historias-do-rio/o-dia-em-que-o-topless-chegou-a-ipanema>. Acesso em 20.01.2017.
- ARRUDA, J. J. de A. *História moderna e contemporânea*. 19. ed. São Paulo: Ática, 1986.
- BARROCAS, N. In: O novo padrão de beleza. *Jornal da Família*, O Globo, 1972.
- BARROS, P. M. Contracultura tropical e resistência à ditadura. *Akropolis*, Umuarama, v.12. n. 1, jan./mar., 2004.
- BARTHES, R. *Inéditos*, vol. 3: imagem e moda, São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BORELLI, S. H. S. et al. Jovens urbanos: ações estético-culturais e novas práticas políticas. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Mazinales, v.7, n. 1, p. 375 – 392, jan./jun. 2009.
- BOUCHER, F. *História da moda no ocidente*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- BRAGA, J; PRADO, L. A. do. *História da moda no Brasil: Das influências às autorreferências*. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.
- BRASIL. Comissão Nacional da Verdade. *Relatório*. Comissão Nacional da Verdade. [Recurso eletrônico]. Brasília: CNV, 2014.
- CARLOS-LEONAM. *Os degraus de Ipanema*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- CARMO, P. S. do. *Culturas da rebeldia*. São Paulo: Senac, 2001
- CASTRO, R. *Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.
- CHATAIGNIER, G. *História da moda no Brasil*. São Paulo: Estação das Letras e
- CIDREIRA, R. P. A moda nos anos 60/70: comportamento, aparência e estilo. *Recôncavos: revista do centro de artes, humanidades e letras*, Cachoeira, v. 2, n. 1, p. 35 – 44. 2008.
- Cores, 2010.
- CRANE, D. Reflexões sobre a moda: o vestuário como fenômeno social. In: BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Octávio de L. *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: Senac, 2008, p. 157 – 178.

DIAS, C; FORTES, R; MELO, V. A. de. Sobre as ondas: surfe, juventude e cultura no Rio de Janeiro dos anos 1960. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 25, nº. 49, p. 112-128, jan./jun. 2012.

DIAS, L. *Anos 70: enquanto corria a barca*. São Paulo: Senac, 2003.

ESPINOSSI, R. A febre Company, das mochilas às calças carpinteiros. Rio Moda Rio, 2016. Disponível em: <http://riomodario.virgula.uol.com.br/2016/05/27/febre-company-das-mochilas-as-calças-carpinteiros/>. Acesso em: 20.01.2017.

FAUSTO, Boris. O regime militar (1964 – 1985). In: _____. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1995. pp. 463 – 515.

GABEIRA, F. *O que é isso companheiro?* Rio de Janeiro: Codecri, 1979.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3ª. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

GONÇALVES, M. A; HOLLANDA, H. B. *Cultura e participação nos anos 60*. 3ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

HOBBSAWM, E. J. *Era dos extremos: o breve século XX:1914 – 1991*. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOLLANDA, H. B. de. *Impressões de viagem: CPC, vanguarda e desbunde: 1960/1970*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

JOFFILY, R. *Marília Valls: um trabalho sobre moda*. Rio de Janeiro: Salamandra, 1989.

JOFFILY, R. *O Brasil tem estilo?* Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1999.

JOFFILY, R.; ANDRADE, M. de. *Produção de Moda*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.

JUNIOR, R. F. Revista Joia vê o Brasil. *Icônica*, ISSN 2359-5477, 2012.

LAGO, C. A. R. O poder político X história da moda brasileira. *Semina*, Passo Fundo, v. 5, n. 1, p. 42 – 50, 1. sem. 2007.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MACIEL, L. C. *Anos 60*. Porto Alegre: L&PM, 1987.

MAGNANI, J. G.C. *Jovens na metrópole: etnografias de circuitos de lazer, encontro e sociabilidade*. Rio de Janeiro: Terceiro Nome, 2007.

MAZZACARO, N. *Pier de Ipanema: 40 anos depois do fim do ícone que marcou uma geração carioca*. O Globo, 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/pier-de->

ipanema-40-anos-depois-do-fim-do-icone-que-marcou-uma-geracao-carioca-15944495.

Acesso em 20.01.2017.

MENDES, V; HAYE, A. de La. *A moda do século XX*. Tradução de Luis Carlos Borges. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009. (Coleção mundo da arte).

MINAYO, Maria Cecília S. O desafio da pesquisa social. In: _____. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, pp. 9-29.

MOUTINHO, M. R.; VALENÇA, M. T. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Senac, 2000.

O'NEILL, A. *John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975*. Fashion Theory. Vol. I, nº 4, p. 119-138, dez. 2002.

PRIORE, M. del; VENANCIO, R. *Uma breve história do Brasil*. São Paulo: Planeta, 2010.

RAINHO, M.do C. T. *Moda e revolução nos anos 1960*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2014.

RISÉRIO, A. Duas ou três coisas sobre a Contracultura no Brasil. In: *Anos 70: trajetórias*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2005.

RODRIGUES, I.; ACIOLI, P. *30 estilistas à moda do Rio*. Rio de Janeiro: Senac, 2001.

ROSZAK, T. *A contracultura: reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil*. Petrópolis: Vozes, 1972.

SADER, E. *A transição no Brasil: da ditadura à democracia?* 4ª ed. São Paulo: Atual, 1990.

SANT'ANNA, P. *Coleção Rhodia: arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil*. Campinas: UNICAMP, 2010. 293 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em História, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

SANTOS, J. F. dos. *Leila Diniz*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SILVA, E. M. *As dez mais elegantes: notas sobre a rigidez do comportamento feminino no Brasil dos anos dourados*. Trabalho apresentado ao 10º Colóquio de Moda, Caxias do Sul, 2014.

SILVA, E. M. da. *Moda e rebeldia: as estratégias de diferenciação das culturas juvenis*. Trabalho apresentado ao 4º. Colóquio de Moda, Novo Hamburgo, 2008.

SILVA, E. M. É possível falar em tribos urbanas hoje? A moda e a cultura juvenil contemporânea. *IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v. 4, nº. 1, p. 48-64, abril, 2011a.

SILVA, E. M. *Rigidez e relaxamento: a emergência da cultura juvenil e seus impactos na moda e no comportamento*. Trabalho apresentado ao 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011b.

STEVENSON, N. J. *Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

TRIVINUS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Ática, 1987.

VASCONCELOS, M. *Filhos de fundadores planejam livro e filme para eternizar a história da Company e da Yes, Brazil*: Projetos querem contar histórias de grifes que revolucionaram o cenário da moda carioca na década de 1980. O Globo. Caderno *Rio*. Dezembro de 2014.

VENTURA, Z. *1968: o ano que não terminou*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

VILLAÇA, N. *Corpo à moda mídia na cidade do Rio de Janeiro*. Projeto de pesquisa: Construção do corpo na mídia: texto e imagem. Pós-Eco/ UFRJ, 2007. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/nvillaca_2.pdf. Acesso em 17/07/2014.

Hemerografia

ÚLTIMA HORA (1955 – 1969). Disponível em: <http://www.arquivoestado.sp.gov.br>

JORNAL DO BRASIL (1950 – 1979). Disponível em: <http://www.jb.com.br>

O GLOBO (1955 – 2016). Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/>

FOLHA DE SÃO PAULO (1994). Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/>

Sítios eletrônicos

MEMORIAL DA DEMOCRACIA. Disponível em: <http://memorialdademocracia.com.br/>

O DIA. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/blogs/>

INSTITUTO MOREIRA SALLES. Disponível em: <http://www.ims.com.br/ims/>

INSTITUTO ZUZU ANGEL. Disponível em: <http://institutozuzuangel.blogspot.com.br/>

ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>

Entrevistas

RESENDE, Celia.. Entrevista concedida a Isis Sena Silva em 04 de fevereiro de 2017.

AZEVEDO, Angela Moreira da Rocha. Entrevista concedida a Isis Sena Silva em 30 de novembro de 2016.

MARANGONI, Luis Antônio. Entrevista concedida a Isis Sena Silva em 18 de março de

2017.

ROCHA, Celina Moreira da. Entrevista concedida a Isis Sena Silva em 22 de setembro de 2016.